



BỘ THÔNG TIN VÀ TRUYỀN THÔNG
HỌC VIỆN CÔNG NGHỆ BƯU CHÍNH VIỄN THÔNG



BÁO CÁO TỰ ĐÁNH GIÁ
CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO
TRÌNH ĐỘ ĐẠI HỌC NGÀNH MARKETING

Theo tiêu chuẩn đánh giá chất lượng chương trình
đào tạo của Bộ Giáo dục và Đào tạo

(Hồ sơ đề nghị thẩm định và công nhận kết quả đánh giá chất lượng CTĐT)

Hà Nội, tháng 6 - 2023





CHỨC VỤ VÀ CHỮ KÝ THÀNH VIÊN HỘI ĐỒNG TỰ ĐÁNH GIÁ
CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO NGÀNH MARKETING

Quyết định số 1370/QĐ-HV ngày 14/10/2022 của Giám đốc Học viện)

STT	Họ và tên	Chức vụ	Nhiệm vụ	Chữ ký
1	PGS.TS. Đặng Hoài Bắc	Giám đốc Học viện, Phó bí thư Đảng ủy Học viện	Chủ tịch	
2	PGS.TS. Trần Quang Anh	Phó Giám đốc Học viện	Phó chủ tịch	
3	TS. Tân Hạnh	Phó Giám đốc Học viện, Chủ tịch Công đoàn Học viện	Phó chủ tịch	
4	TS. Nguyễn Thị Hoàng Yến	Trưởng Bộ môn Marketing, Viện Kinh tế Bưu điện	Phó chủ tịch thường trực	
5	CN. Nguyễn Xuân Trường	Phó Giám đốc Trung tâm ĐTBCVT1	Ủy viên Thường trực	
6	TS. Trần Đình Nam	Phó viện trưởng, Phụ trách Viện Kinh tế Bưu điện	Ủy viên	
7	TS. Trương Đức Nga	Phụ trách Khoa QTKD2	Ủy viên	
8	TS. Nguyễn Văn Phước	Trưởng Bộ môn Marketing, Khoa Quản trị kinh doanh 2	Ủy viên	
9	TS. Nguyễn Bình Minh	Giảng viên Bộ môn Marketing, Viện Kinh tế Bưu điện	Ủy viên	
10	ThS. Lê Nguyễn Nam Trân	Giảng viên Bộ môn Marketing, Khoa Quản trị kinh doanh 2	Ủy viên	
11	ThS. Trần Thị Mỹ Hạnh	Trưởng trung tâm KT&ĐBCLGD	Ủy viên	
12	ThS. Nguyễn Thị Bích Liên	Kế toán trưởng, Trưởng phòng Tài chính - Kế toán	Ủy viên	
13	ThS. Đặng Thu Hà	Trưởng phòng TCCB - LĐ	Ủy viên	
14	ThS. Nguyễn Chí Thành	Trưởng phòng Giáo vụ, Thư ký Hội đồng Học viện	Ủy viên	
15	ThS. Đặng Văn Tùng	Quyền Trưởng phòng Đào tạo Thành viên Hội đồng KH&ĐT	Ủy viên	
16	TS. Ngô Đức Thiện	Trưởng Phòng Quản lý KH&CN&HTQT	Ủy viên	
17	ThS. Đỗ Hải Yến	Trưởng phòng Chính trị & CTSV	Ủy viên	
18	ThS. Trần Vũ Hải	Chánh Văn phòng Học viện	Ủy viên	
19	ThS. Nguyễn Hoàng Thanh	Trưởng Trung tâm KT&ĐBCLGD Cơ sở Học viện tại Tp.HCM	Ủy viên	
20	ThS. Lê Quang Phú	Trưởng phòng ĐT&KH&CN - Cơ sở Học viện tại Tp.HCM	Ủy viên	
21	ThS. Chung Hải Bằng	Bí thư Đoàn thanh niên HV	Ủy viên	
22	Nguyễn Đức Cả	Sinh viên Lớp D20MRR03	Ủy viên	
23	ThS. Phạm Hồng Minh	CV Trung tâm KT&ĐBCLGD	Thư ký	



MỤC LỤC

MỤC LỤC	1
DANH MỤC CÁC CHỮ VIẾT TẮT	5
PHẦN I. KHÁI QUÁT.....	9
1. Đặt vấn đề	9
2. Tổng quan chung.....	13
2.1 Tổng quan về Học viện	13
2.2 Tổng quan về Viện Kinh tế Bưu điện, Bộ môn Marketing và chương trình đào tạo ngành Marketing	16
PHẦN II. TỰ ĐÁNH GIÁ THEO CÁC TIÊU CHUẨN, TIÊU CHÍ.....	28
Tiêu chuẩn 1: Mục tiêu và chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo.....	28
Tiêu chí 1.1	28
Tiêu chí 1.2	37
Tiêu chí 1.3	45
Tiêu chuẩn 2: Bản mô tả chương trình đào tạo	48
Tiêu chí 2.1:.....	49
Tiêu chí 2.2:.....	52
Tiêu chí 2.3:.....	57
Tiêu chuẩn 3: Cấu trúc và nội dung chương trình dạy học.....	59
Tiêu chí 3.1:.....	60
Tiêu chí 3.2:.....	65
Tiêu chí 3.3:.....	70
Tiêu chuẩn 4: Phương pháp tiếp cận trong dạy và học.....	76

Tiêu chí 4.1:	77
Tiêu chí 4.2:	79
Tiêu chí 4.3:	84
Tiêu chuẩn 5: Đánh giá kết quả học tập của người học	89
Tiêu chí 5.1	90
Tiêu chí 5.2:	98
Tiêu chí 5.3	102
Tiêu chí 5.4:	106
Tiêu chí 5.5:	109
Tiêu chuẩn 6: Đội ngũ giảng viên, nghiên cứu viên	114
Tiêu chí 6.1:	114
Tiêu chí 6.2:	119
Tiêu chí 6.3:	123
Tiêu chí 6.4:	126
Tiêu chí 6.5:	130
Tiêu chí 6.6:	134
Tiêu chí 6.7:	139
Tiêu chuẩn 7: Đội ngũ nhân viên	146
Tiêu chí 7.1:	146
Tiêu chí 7.2:	150
Tiêu chí 7.3:	154
Tiêu chí 7.4:	157
Tiêu chí 7.5:	160
Tiêu chuẩn 8: Người học và hoạt động hỗ trợ người học	165

Tiêu chí 8.1:	165
Tiêu chí 8.2:	171
Tiêu chí 8.3:	177
Tiêu chí 8.4:	182
Tiêu chí 8.5:	189
Tiêu chuẩn 9: Cơ sở vật chất và trang thiết bị	194
Tiêu chí 9.1:	195
Tiêu chí 9.2:	198
Tiêu chí 9.3:	203
Tiêu chí 9.4:	207
Tiêu chí 9.5:	215
Tiêu chuẩn 10: Nâng cao chất lượng	222
Tiêu chí 10.1:	223
Tiêu chí 10.2	228
Tiêu chí 10.3	231
Tiêu chí 10.4	235
Tiêu chí 10.5	240
Tiêu chí 10.6	248
Tiêu chuẩn 11: Kết quả đầu ra	251
Tiêu chí 11.1	252
Tiêu chí 11.2	256
Tiêu chí 11.3	259
Tiêu chí 11.4	263
Tiêu chí 11.5	266

PHẦN III. KẾT LUẬN	271
4. Bảng tổng hợp kết quả tự đánh giá chương trình đào tạo ngành Marketing	285
PHẦN IV. PHỤ LỤC	288
Phụ lục 01. Cơ sở dữ liệu kiểm định chất lượng CTĐT ngành Marketing ...	288
Phụ lục 02: Các tư liệu, tài liệu liên quan	306
Phụ lục 03. Danh mục minh chứng sử dụng trong quá trình TĐG và viết báo cáo TĐG.....	335

DANH MỤC CÁC CHỮ VIẾT TẮT

Stt	Cụm từ đầy đủ	Viết tắt
1.	Ban chấp hành	BCH
2.	Ban Thường vụ	BTV
3.	Bảo hiểm xã hội	BHXH
4.	Bảo hiểm y tế	BHYT
5.	Bộ Giáo dục và Đào tạo	BGD&ĐT
6.	Cách mạng công nghiệp	CMCN
7.	Cán bộ	CB
8.	Cán bộ quản lý	CBQL
9.	Cán bộ viên chức	CBVC
10.	Cán bộ, viên chức, người lao động	CBVCNLĐ
11.	Cature the Flag (Cuộc thi bảo mật thông tin)	CTF
12.	Câu lạc bộ	CLB
13.	Chỉ số hoạt động chính	KPI
14.	Chiến sỹ thi đua	CSTĐ
15.	Chính phủ	CP
16.	Chính trị và Công tác sinh viên	CT&CTSV
17.	Chuẩn đầu ra	CĐR
18.	Chương trình đào tạo	CTĐT
19.	Chương trình dạy học	CTDH
20.	Chuyên gia công nghệ	CGCN
21.	Cơ sở dữ liệu	CSDL
22.	Cơ sở Học viện	CSHV
23.	Cơ sở vật chất	CSVC
24.	Có văn học tập	CVHT
25.	Công đoàn cơ sở	CĐCS
26.	Công nghệ thông tin	CNTT
27.	Công tác sinh viên	CTSV
28.	Đại học chính quy	ĐHCQ

Stt	Cụm từ đầy đủ	Viết tắt
29.	Đại học từ xa	ĐHTX
30.	Đảm bảo chất lượng	ĐBCL
31.	Đảm bảo chất lượng giáo dục	ĐBCLGD
32.	Đào tạo và Khoa học công nghệ	ĐT&KHCN
33.	Đề cương chi tiết	ĐCCT
34.	Đề cương học phần	ĐCHP
35.	Đồ án tốt nghiệp	ĐATN
36.	Đồ án, khóa luận tốt nghiệp	ĐAKLTN
37.	Đoàn Thanh niên	ĐTN
38.	Giảng viên	GV
39.	Giảng viên hướng dẫn	GVHD
40.	Giáo dục đại học	GDDH
41.	Giáo dục và Đào tạo	GD&ĐT
42.	Giáo sư	GS
43.	Giáo viên chủ nhiệm	GVCN
44.	Hồ Chí Minh	HCM
45.	Hoàn thành nhiệm vụ	HTNV
46.	Hoàn thành tốt nhiệm vụ	HTTNV
47.	Học phần	HP
48.	Học viện Bưu chính Viễn thông Hà Nội (phía Bắc)	BVH
49.	Học viện Bưu chính Viễn thông TP HCM (phía Nam)	BVS
50.	Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông	Học viện
51.	Hội đồng trường	HĐT
52.	Hội đồng Học viện	HĐHV
53.	Institute for Scientific Information	ISI
54.	Kết quả học tập	KQHT
55.	Khảo thí và Đảm bảo chất lượng giáo dục	KT&ĐBCLGD
56.	Khoa học công nghệ	KHCN
57.	Khoa học Công nghệ - Hợp tác quốc tế	KHCN-HTQT

Stt	Cụm từ đầy đủ	Viết tắt
58.	Kiểm định chất lượng	KĐCL
59.	Kiểm tra đánh giá	KTĐG
60.	Kỹ thuật Điện tử viễn thông	KTĐT-VT
61.	Ký túc xá	KTX
62.	Lao động tiên tiến	LĐTT
63.	Liên chi đoàn	LCĐ
64.	Mô tả công việc	MTCV
65.	Ngân hàng câu hỏi thi	NHCHT
66.	Nghiên cứu khoa học	NCKH
67.	Nghiên cứu sinh	NCS
68.	Nghiên cứu viên	NCV
69.	Nghiệp vụ sư phạm	NVSP
70.	Nhân viên	NV
71.	Phó Giáo sư	PGS
72.	Phòng cháy chữa cháy	PCCC
73.	Phục vụ cộng đồng	PVCĐ
74.	Phương pháp dạy học	PPDH
75.	Quản lý đào tạo	QLĐT
76.	Quản lý và Đào tạo phía Bắc	QL&ĐTTPB
77.	Quyết định	QĐ
78.	Sinh viên	SV
79.	Sinh viên tốt nghiệp	SVTN
80.	Tài chính Kế toán	TCKT
81.	Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam	VNPT
82.	Thạc sỹ	ThS
83.	Thể dục thể thao	TĐTT
84.	Thi đua khen thưởng	TĐKT
85.	Thí nghiệm thực hành	TNTH
86.	Thông tin và Truyền thông	TT&TT

Stt	Cụm từ đầy đủ	Viết tắt
87.	Thực tập tốt nghiệp	TTTN
88.	Thương mại điện tử	TMĐT
89.	Tiến sỹ	TS
90.	Tiêu chuẩn chức danh Nhà nước	TCCDNN
91.	Tín chỉ	TC
92.	Tổ chức cán bộ - Lao động	TCCB-LĐ
93.	Trung học phổ thông	THPT
94.	Trung ương	TW
95.	Tự đánh giá	TĐG
96.	Ủy ban kiểm tra	UBKT
97.	Vừa học vừa làm	VHVL

PHẦN I. KHÁI QUÁT

1. Đặt vấn đề

a) Tóm tắt Báo cáo Tự đánh giá Chương trình đào tạo

Bộ môn Marketing là đơn vị có đóng góp cho sự nghiệp giáo dục và đào tạo chung của Học viện, cung cấp nguồn nhân lực chất lượng cao đáp ứng yêu cầu phát triển của ngành thông tin và truyền thông. Bộ môn thường xuyên quan tâm đến việc duy trì và nâng cao chất lượng đào tạo của ngành Marketing.

Với những kết quả đạt được trong quá trình xây dựng và phát triển, Học viện đã chỉ đạo các đơn vị quản lý Bộ môn Marketing (Viện Kinh tế Bưu điện và Khoa Quản trị kinh doanh 2) triển khai công tác tự đánh giá (TĐG) Chương trình đào tạo (CTĐT) trình độ đại học ngành Marketing theo tiêu chuẩn đánh giá chất lượng CTĐT của Bộ Giáo dục và Đào tạo (GD&ĐT) tại Thông tư số 04/2016/TT-BGDĐT, ngày 14/3/2016 của Bộ Giáo dục và Đào tạo và các văn bản hướng dẫn của Cục Quản lý chất lượng, Bộ GD&ĐT. Nội dung tự đánh giá CTĐT ngành Marketing với 11 nội dung gồm: Mục tiêu và chuẩn đầu ra (CĐR) của CTĐT; bản mô tả CTĐT; cấu trúc và nội dung CTĐT; phương pháp tiếp cận trong dạy và học; đánh giá kết quả học tập của người học; chất lượng đội ngũ giảng viên (GV) và nghiên cứu viên; chất lượng đội ngũ cán bộ hỗ trợ; chất lượng người học và hoạt động hỗ trợ người học; cơ sở vật chất và trang thiết bị; nâng cao chất lượng; kết quả đầu ra.

Báo cáo tự đánh giá CTĐT ngành Marketing được cấu trúc thành 4 phần: Phần I- Khái quát; Phần II- Tự đánh giá theo các tiêu chuẩn; Phần III- Kết luận; Phần IV- Phụ lục. Cụ thể như sau:

Phần I: Khái quát

Giới thiệu tổng quan về cấu trúc và nội dung chính của báo cáo TĐG CTĐT ngành Marketing của Bộ môn Marketing theo các tiêu chuẩn. Phần này mô tả mục đích, quy trình tự đánh giá CTĐT, giải thích cách mã hoá các minh chứng trong báo cáo TĐG, phương pháp và công cụ đánh giá để cung cấp thông tin về bối cảnh của hoạt động TĐG, sự tham gia của các bên liên quan. Trong phần này, báo cáo cũng nêu lên mục đích, phạm vi, phương pháp và quy trình tự đánh giá, mô tả hiện trạng tóm tắt về sứ mạng, tầm nhìn, mục tiêu, các chính sách chất lượng và hoạt động đảm bảo chất lượng của Học viện và Bộ môn Marketing.

Phần II: Tự đánh giá theo các tiêu chuẩn, tiêu chí

Báo cáo TĐG CTĐT ngành Marketing với 11 tiêu chuẩn, 50 tiêu chí theo thông tư số 04/2016/TT-BGDĐT ngày 14/3/2016 của BGD&ĐT, gồm: nội dung TĐG về (1) Mục tiêu và CDR của CTĐT; (2) Bản Mô tả hiện trạng CTĐT; (3) Cấu trúc và nội dung chương trình dạy học; (4) Phương pháp tiếp cận trong dạy và học; (5) Đánh giá kết quả học tập của người học; (6) Đội ngũ giảng viên (GV); (7) Đội ngũ nhân viên; (8) Người học và hoạt động hỗ trợ người học; (9) Cơ sở vật chất và trang thiết bị; (10) Nâng cao chất lượng; (11) Kết quả đầu ra.

Ở mỗi tiêu chuẩn, bản báo cáo đều mô tả hiện trạng và nhận định thực trạng của CTĐT, phân tích và chỉ ra tóm tắt những điểm mạnh nổi bật, những điểm tồn tại của CTĐT trong việc đáp ứng các yêu cầu của tiêu chí. Báo cáo cũng đề xuất kế hoạch phát huy mặt mạnh, khắc phục những tồn tại, tự đánh giá tiêu chí Đạt/Chưa đạt, kèm theo mức TĐG, theo tiêu chuẩn đánh giá chất lượng CTĐT các trình độ của giáo dục đại học.

Sau khi Mô tả hiện trạng và phân tích từng tiêu chí, bản báo cáo nêu tóm tắt điểm mạnh nổi bật, những tồn tại cơ bản của tiêu chuẩn và kết quả đánh giá chung của tiêu chuẩn.

Phần III: Kết luận

Mô tả tóm tắt các điểm mạnh cần phát huy, những điểm tồn tại cần cải tiến chất lượng của CTĐT; đề xuất các biện pháp cải tiến chất lượng. Sau phần kết luận là bản tổng hợp kết quả tự đánh giá CTĐT ngành Marketing của Học viện.

Phần IV: Phụ lục

Bao gồm các phụ lục về cơ sở dữ liệu kiểm định chất lượng CTĐT ngành Marketing, các quyết định, văn bản liên quan khác và danh mục minh chứng.

Phương pháp mã hóa minh chứng

Mã thông tin và minh chứng được ký hiệu bằng chuỗi có ít nhất 11 ký tự, bao gồm 1 chữ cái, 3 dấu chấm và 7 chữ số; cứ 2 chữ số có 1 dấu chấm (.) để phân cách theo công thức sau: [Hn.ab.cd.ef].

Trong đó:

- H: viết tắt “Hộp minh chứng” (Minh chứng của mỗi tiêu chuẩn được tập hợp trong 1 hộp hoặc một số hộp).

- n: số thứ tự của hộp minh chứng được đánh số từ 1 đến hết (trường hợp $n \geq 10$ thì chuỗi ký hiệu có 12 ký tự trở lên).

- ab: số thứ tự của tiêu chuẩn (tiêu chuẩn 1 viết 01, tiêu chuẩn 10 viết 10)

- cd: số thứ tự của tiêu chí (tiêu chí 1 viết 01, tiêu chí 10 viết 10)

- ef: số thứ tự của minh chứng theo từng tiêu chí (thông tin và minh chứng thứ nhất viết 01, thứ 15 viết 15...). Ví dụ:

[H1.01.01.01]: Minh chứng thứ nhất của tiêu chí 1 thuộc tiêu chuẩn 1, đặt ở hộp 1.

[H10.03.02.15]: Minh chứng thứ 15 của tiêu chí 2 thuộc tiêu chuẩn 3, đặt ở hộp 10.

b) Mô tả ngắn gọn mục đích, quy trình TĐG CTĐT, phương pháp và công cụ đánh giá để cung cấp thông tin về bối cảnh của hoạt động TĐG nhằm giúp người đọc hiểu rõ hơn nội dung của bản báo cáo TĐG; sự tham gia của các bên liên quan (khoa, phòng, ban, cán bộ quản lý, GV, nhân viên, người học, ...), cách thức tổ chức các thành phần này tham gia hoạt động TĐG CTĐT.

Mục đích tự đánh giá

Hoạt động tự đánh giá chất lượng CTĐT ngành Marketing sẽ giúp Học viện và Bộ môn Marketing đạt được các mục đích sau:

- Đo lường mức độ đáp ứng chất lượng đào tạo cử nhân ngành Marketing so với Bộ tiêu chuẩn đánh giá chất lượng CTĐT ban hành kèm theo Thông tư 04/2016/TT-BGDĐT, ngày 14/03/2016 của Bộ GD&ĐT, từ đó có giải pháp phù hợp nhằm đảm bảo, nâng cao chất lượng và hiệu quả các lĩnh vực hoạt động của Học viện; tự xem xét, đánh giá CTĐT của Học viện, báo cáo về tình trạng chất lượng, hiệu quả hoạt động đào tạo, NCKH, nhân lực, cơ sở vật chất và các vấn đề liên quan khác thuộc CTĐT ngành Marketing để điều chỉnh các nguồn lực và quá trình thực hiện nhằm đáp ứng được các mục tiêu đề ra và hoàn thành sứ mạng của Học viện đối với người học, xã hội và cộng đồng.

- Thực hiện việc giải trình với cơ quan lý nhà nước có thẩm quyền và xã hội về thực trạng chất lượng của CTĐT, làm cơ sở cho người học lựa chọn chương trình và nhà tuyển dụng lao động lựa chọn nhân lực được đào tạo từ Học viện.

- Là cơ sở để Học viện cải tiến chất lượng CTĐT, đồng thời thể hiện tính tự chủ và trách nhiệm giải trình của Bộ môn Marketing trong toàn bộ hoạt động đào tạo, nghiên cứu khoa học, dịch vụ xã hội; Tự đánh giá CTĐT đồng thời tạo cơ sở dữ liệu cơ bản, đảm bảo tính khoa học cho việc điều chỉnh mục tiêu cho giai đoạn tiếp theo, lập kế hoạch nâng cao chất lượng và triển khai thực hiện kế hoạch; giúp các bên liên quan biết rõ các điểm mạnh cũng như các vấn đề còn tồn tại của CTĐT ngành Marketing theo hệ thống,

qua đó đề xuất và thực hiện các biện pháp cải tiến và nâng cao chất lượng CTĐT ngành Marketing hiệu quả hơn.

- Là cơ sở để đăng ký đánh giá ngoài và đề nghị công nhận đạt tiêu chuẩn chất lượng CTĐT ngành Marketing.

Quy trình Tự đánh giá

Quy trình tự đánh giá chất lượng CTĐT ngành Marketing được thực hiện theo các bước như sau:

Bước 1. Thành lập Hội đồng tự đánh giá.

Bước 2. Lập kế hoạch tự đánh giá.

Bước 3. Thu thập, phân tích và xử lý thông tin, minh chứng.

Bước 4. Viết báo cáo tự đánh giá.

Bước 5. Lưu trữ và sử dụng báo cáo tự đánh giá.

Bước 6. Triển khai các hoạt động sau khi hoàn thành báo cáo tự đánh giá.

Phạm vi tự đánh giá

Bộ môn Marketing tiến hành đánh giá các hoạt động thực hiện CTĐT ngành Marketing theo tiêu chuẩn đánh giá chất lượng CTĐT do Bộ GD&ĐT ban hành, dưới sự chỉ đạo của Hội đồng Học viện, Ban Giám đốc Học viện và sự cung cấp thông tin của các phòng, ban chức năng Học viện, qua các thông tin và hệ thống các minh chứng được lưu trữ trong 5 năm, giai đoạn 2017-2022.

Công cụ và phương pháp tự đánh giá

Quá trình tự đánh giá CTĐT ngành Marketing của Bộ môn Marketing và Học viện được dựa theo từng tiêu chuẩn, tiêu chí của bộ tiêu chuẩn kiểm định chất lượng (KĐCL) CTĐT các trình độ của giáo dục đại học (GDĐH) ban hành kèm theo Thông tư số 04/2016/TT-BGD&ĐT ngày 14/3/2016 của BGD&ĐT; Công văn số 2085/KTKĐCLGD-KĐĐH ngày 31/12/2020 của Cục Quản lý chất lượng về việc Hướng dẫn tự đánh giá chương trình đào tạo và Công văn số 774/QLCD-KĐCLGD ngày 10/6/2021 về việc điều chỉnh một số phụ lục của Công văn 2085/QLCL-KĐCLGD của Cục Quản lý chất lượng, Bộ GD&ĐT.

Đối với mỗi tiêu chí đánh giá được tiến hành xem xét theo trình tự sau: Mô tả thực trạng; phân tích, giải thích, so sánh để đưa ra những nhận định đánh giá, chỉ ra những điểm mạnh, điểm tồn tại hoặc thiếu sót; xây dựng kế hoạch hành động nhằm phát huy những điểm mạnh, khắc phục những hạn chế, tồn tại để cải tiến và nâng cao chất lượng chương trình đào tạo.

Sự tham gia của các bên liên quan

Hội đồng tự đánh giá CTĐT ngành Marketing được thành lập theo Quyết định số 1370/QĐ-HV ngày 14 tháng 10 năm 2022 của Giám đốc Học viện, thành phần gồm: Hội đồng Học viện; Ban Giám đốc Học viện; các cán bộ, GV của Bộ môn. Hội đồng Tự đánh giá CTĐT ngành Marketing có 23 thành viên; Ban thư ký có 14 thành viên và 9 nhóm công tác chuyên trách.

Ban Giám đốc Học viện chỉ đạo trực tiếp công tác tự đánh giá; các phòng, ban chức năng, Ban thư ký cung cấp thông tin, minh chứng; sự phản hồi của người học, cựu SV, chuyên gia và nhà tuyển dụng lao động là những thông tin quan trọng phục vụ cho việc viết báo cáo tự đánh giá; các nhóm công tác chuyên trách tiếp nhận thông tin, minh chứng để biên soạn báo cáo tự đánh giá theo từng tiêu chuẩn được phân công; căn cứ vào các thông tin được cung cấp, Bộ môn Marketing là đơn vị chủ trì, phối hợp với các Nhóm công tác chuyên trách tiến hành biên soạn báo cáo tự đánh giá CTĐT ngành Marketing theo các quy định, văn bản hướng dẫn của Bộ GD&ĐT.

2. Tổng quan chung

2.1 Tổng quan về Học viện

Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông là cơ sở giáo dục (CSGD) đại học công lập thuộc hệ thống giáo dục quốc dân, trực thuộc Bộ Thông tin và Truyền thông, được thành lập theo Quyết định số 516/TTg ngày 11 tháng 7 năm 1997 của Thủ tướng Chính phủ. Học viện là tổ chức đào tạo và nghiên cứu khoa học của Nhà nước được thí điểm đặt trực thuộc doanh nghiệp mạnh của Nhà nước là Tổng công ty Bưu chính Viễn thông Việt Nam, nay là Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam (VNPT). Năm 2014, Học viện được điều chuyển từ VNPT về Bộ Thông tin và Truyền thông. Học viện hoạt động theo cơ chế tự chủ, tự chịu trách nhiệm cao; chịu sự quản lý Nhà nước của Bộ Giáo dục và Đào tạo (BGD&ĐT) về giáo dục và đào tạo, của Bộ Thông tin và Truyền thông về cơ cấu tổ chức và chuyên môn theo quy định của Chính phủ. Các cơ sở đào tạo, viện nghiên cứu, trung tâm bồi dưỡng đào tạo bồi dưỡng ngắn hạn trực thuộc Học viện có quyền tự chủ, có tư cách pháp nhân được quy định trong Luật Giáo dục và Luật Giáo dục đại học.

Học viện là CSGD đào tạo đa ngành, đa phương thức theo định hướng trở thành một tổ chức giáo dục đào tạo, nghiên cứu theo quy mô của các trường đại học hiện đại trên thế giới, đáp ứng yêu cầu đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao cho sự phát triển trong lĩnh vực thông tin và truyền thông và xã hội; thu hút được những người có năng

lực, trình độ vào học tập, nghiên cứu, làm việc tại Học viện và bảo đảm các đối tượng chính sách có cơ hội học tập tại Học viện.

Học viện có hai cơ sở đào tạo tại Thành phố Hà Nội và Thành phố Hồ Chí Minh; có các viện nghiên cứu khoa học, chuyển giao công nghệ và trung tâm đào tạo bồi dưỡng; có chương trình, nội dung, phương pháp đào tạo, nghiên cứu khoa học tiên tiến; có đội ngũ cán bộ giảng dạy, nghiên cứu trình độ cao; có đội ngũ cán bộ quản lý chuyên nghiệp và đồng bộ; kết hợp chặt chẽ giữa đào tạo với nghiên cứu khoa học và triển khai ứng dụng, giữa khoa học và công nghệ để đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao và bồi dưỡng nhân tài khoa học, công nghệ.

Triết lý giáo dục của Học viện “*Tri thức - Sáng tạo - Đạo đức - Trách nhiệm*”, đây là phương châm xuyên suốt định hướng cho các hoạt động đào tạo, nghiên cứu của Học viện, hướng tới mục tiêu đào tạo ra những con người “*vừa có tài vừa có đức*” để đóng góp cho sự phát triển chung của ngành, của đất nước, của nhân loại.

Tầm nhìn: Đến năm 2030, Học viện là trường đại học hàng đầu Việt Nam về quy mô, chất lượng đào tạo, nghiên cứu khoa học; là hình mẫu tiên phong về chuyển đổi số trong giáo dục; trở thành trường đại học hàng đầu của khu vực, nằm trong nhóm 100 trường đại học hàng đầu Châu Á, nhóm 5 trường đại học hàng đầu Đông Nam Á về công nghệ số.

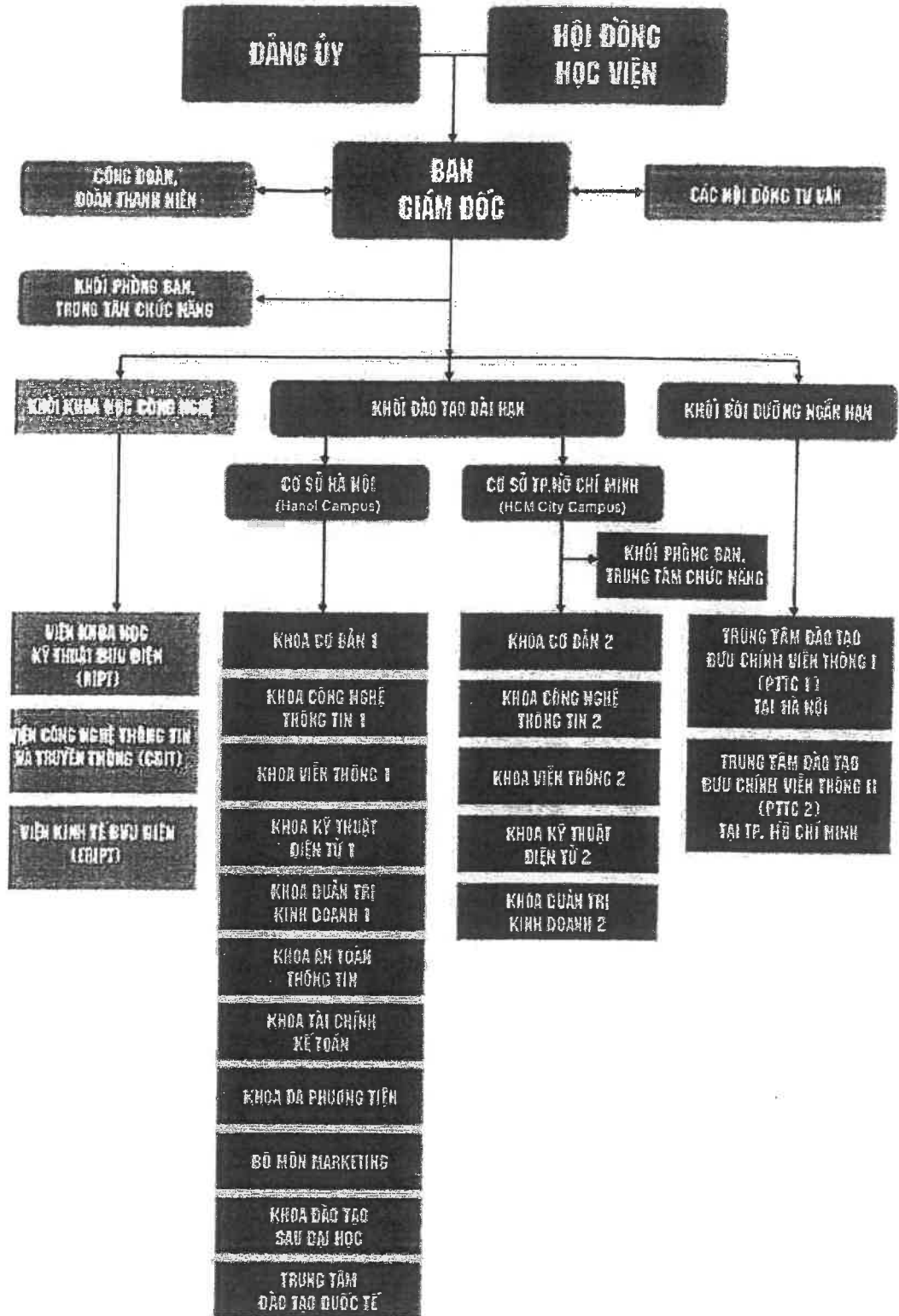
Sứ mạng: Sáng tạo và chuyển giao tri thức cho xã hội thông qua việc gắn kết các hoạt động đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao, nghiên cứu khoa học và chuyển giao công nghệ trong lĩnh vực thông tin, truyền thông và công nghệ số, góp phần xây dựng đất nước Việt Nam hùng cường.

Giá trị cốt lõi: Tiên phong - Sáng tạo; Chất lượng - Hiệu quả; Uy tín - Trách nhiệm; Tận tụy - Nghĩa tình.

Phương châm hành động: Làm gương - Kỷ cương - Trọng tâm - Bút phá.

2.1.1 Cơ cấu tổ chức Học viện

SƠ ĐỒ TỔ CHỨC

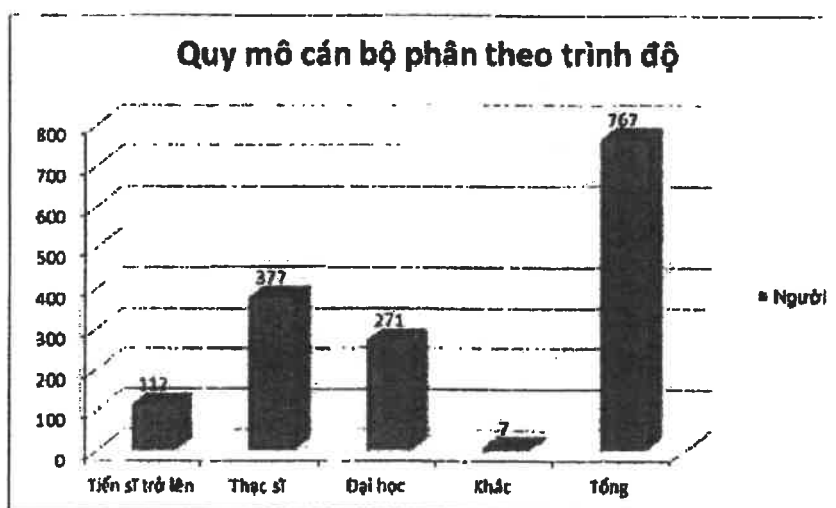


Hình 1.1: Cơ cấu tổ chức Học viện

2.1.2 Nguồn nhân lực của Học viện

Chiến lược phát triển nguồn nhân lực của Học viện được xác định trong chiến lược phát triển Học viện giai đoạn 2021-2025, tầm nhìn đến năm 2030 với mục tiêu phấn đấu có 850 cán bộ, GV (trong đó có 670 giảng viên, cán bộ nghiên cứu); 100% giảng viên đạt chuẩn; thu hút 20 - 25 chuyên gia, giảng viên quốc tế đến làm việc tại Học viện; xây dựng bồi dưỡng đội ngũ cán bộ trẻ (40 - 50 người).

Tổng số cán bộ, giảng viên, nghiên cứu viên, nhân viên của Học viện tính đến 31/12/2022 là 767 người. Trong đó, tổng số Giảng viên của Học viện là 465 GV, trong đó có 04 GS (chiếm 0,85%); 35 PGS (chiếm 7,5%); 151 TS (chiếm 32,47%); 252 Ths và 23 trợ giảng có bằng đại học. Riêng Bộ môn Marketing có 43 GV, trong đó có 10 TS (chiếm 23,26%), 29 Ths (chiếm 67,44%) và 04 đại học (chiếm 9,3%) làm trợ giảng ở Cơ sở Học viện tại Thành phố Hồ Chí Minh.



Hình 1.2: Cơ cấu nguồn nhân lực của Học viện

2.1.3 Chiến lược phát triển Học viện

Chiến lược phát triển Học viện giai đoạn 2021-2025, tầm nhìn 2030 đã xây dựng 92 nhóm giải pháp và chỉ số thực hiện theo 07 lĩnh vực chiến lược: Chuyển đổi số toàn diện các lĩnh vực hoạt động; Đẩy mạnh phát triển hoạt động đào tạo và bồi dưỡng; Nâng cao tiềm lực nghiên cứu khoa học; Hoàn thiện nguồn nhân lực và hoàn thiện mô hình tổ chức; Đổi mới công tác sinh viên, lấy người học làm trung tâm; Tăng trưởng nguồn thu, đẩy mạnh đầu tư, nâng cao thu nhập; Nâng cao vị thế và hình ảnh của học viện. Đồng thời, Học viện đã xây dựng, ban hành kèm theo chiến lược Chương trình hành động thực hiện chiến lược như: Chương trình chuyển đổi số đến năm 2025; Chương trình đảm bảo và

nâng cao chất lượng giáo dục đến năm 2025; Chương trình Phát triển nhân lực chất lượng cao đến năm 2025.

Nội dung chiến lược xác định mục tiêu đến năm 2025 Học viện trở thành trung tâm về giáo dục, đào tạo, nghiên cứu khoa học, chuyển giao công nghệ và tri thức hàng đầu Việt Nam trong lĩnh vực thông tin và truyền thông với các cơ sở giáo dục, viện nghiên cứu trực thuộc và 02 sản phẩm chính là sản phẩm giáo dục, đào tạo đa dạng, đáp ứng nhu cầu xã hội với chất lượng đạt chuẩn quốc tế và khu vực và sản phẩm nghiên cứu khoa học được quốc tế công nhận và chuyển giao sử dụng trong doanh nghiệp và xã hội.

2.1.3 Công tác chuyển đổi số tại Học viện

Thực hiện Chương trình Chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030 của Chính phủ và chỉ đạo của Bộ Thông tin và Truyền thông và với định hướng theo mô hình “Quốc gia số thu nhỏ”, Học viện xây dựng phương án chuyển đổi số theo 03 trụ cột lớn là (1) Phát triển hệ thống quản trị số, (2) Cung ứng dịch vụ số và (3) Phát triển xã hội số - thu hẹp khoảng cách số. Đồng thời Học viện cũng đặt 05 trọng tâm trong xây dựng “Học viện Số” gồm (1) Học liệu số; (2) Nền tảng số; (3) GV số; (4) SV số; (5) Môi trường số. Đồng thời, hoạt động triển khai chuyển đổi số trong Học viện ứng dụng triệt để chủ trương xây dựng và ứng dụng các nền tảng số “Make in Việt Nam”.

Mục tiêu đến năm 2025, Học viện sẽ tập trung vào phát triển hệ thống quản trị số, nâng cao hiệu quả, hiệu lực hoạt động; cung ứng các dịch vụ giáo dục và đào tạo 100% trên nền tảng công nghệ giáo dục số, xem xét thành lập “Trường đào tạo công nghệ số” đầu tiên ở Việt Nam trực thuộc Học viện; phát triển hệ sinh thái số tương tác giữa SV Học viện với doanh nghiệp và xã hội. Xây dựng nền tảng phát triển mạng xã hội SV Việt Nam.

Kể từ năm 2021, Học viện lựa chọn các giải pháp trọng tâm và đột phá với việc mở rộng quy mô và ngành nghề đào tạo theo hướng đáp ứng nhu cầu nền kinh tế số, song song với việc duy trì và cải thiện chất lượng đào tạo. Cách làm mới của Học viện là đặt mục tiêu chủ động tăng trưởng quy mô tuyển sinh và đa dạng hóa ngành nghề, đẩy mạnh kiểm định chất lượng ngay từ khi xác định kế hoạch năm 2021 và để các công tác của Học viện đồng bộ và phấn đấu đáp ứng mục tiêu kể trên. Việc mở rộng quy mô và đa dạng ngành nghề đi đôi với chất lượng giúp tăng cường nguồn thu tương xứng với tiềm lực của Học viện, giúp Học viện chiếm lĩnh thị trường mới, qua đó khẳng định vị thế, nâng cao đời sống cán bộ Học viện. Việc phát triển toàn diện cả về quy mô, nguồn lực,

chất lượng sẽ được Học viện tiếp tục thực hiện trong 5 năm tới theo tinh thần chiến lược phát triển Học viện giai đoạn 2021 -2025 và tầm nhìn đến năm 2030.

Quá trình triển khai chuyển đổi số, Học viện đã đạt được những kết quả bước đầu như: Ứng dụng công nghệ trong tổ chức, quản lý đào tạo (PTIT-Slink); ứng dụng thực hành ảo, phòng điều hành số và phòng học thông minh. Bên cạnh đó, hệ thống phần mềm quản lý đào tạo (Edusoft.NET); cổng thông tin quản lý đào tạo, hệ thống quản lý lớp học trực tuyến (LMS) đã đi vào hoạt động hiệu quả.

Ngày 09/12/2021, tại Lễ Vinh danh Giải thưởng Chuyển đổi số Việt Nam 2021, Học viện là một trong các cơ quan, tổ chức doanh nghiệp được bình xét ở hạng mục Cơ quan nhà nước chuyển đổi số xuất sắc, với hệ sinh thái PTIT S-Link phục vụ công tác chuyển đổi số giáo dục đại học nhằm tới mục tiêu đặt người học làm trung tâm của mọi nghiệp vụ, quy trình. Ứng dụng đã được triển khai tại Học viện kể từ năm 2020, với số tài khoản người dùng đạt trên 13.000 tài khoản. Đây là giải thưởng danh giá, tôn vinh thành tựu của 53 tổ chức được vinh danh chuyển đổi số xuất sắc tại Việt Nam.

Kết quả của việc chuyển đổi số trong giáo dục đại học của Học viện có ý nghĩa quan trọng trong giai đoạn cả nước đang phải đẩy mạnh công tác phòng chống dịch bệnh Covid-19 đang diễn biến phức tạp; trong tương lai sẽ góp phần hình thành và phát triển được hệ sinh thái số hỗ trợ toàn diện mọi hoạt động cho người học và cho Học viện.

2.1.4 Hoạt động đảm bảo chất lượng giáo dục

Học viện được Trung tâm Kiểm định chất lượng giáo dục - Hiệp hội Các trường đại học và cao đẳng Việt Nam cấp Giấy chứng nhận đạt chuẩn chất lượng cơ sở giáo dục chu kỳ 1 giai đoạn 2018-2023 vào năm 2018 và chu kỳ 2 giai đoạn 2023-2028 vào năm 2023; Giấy chứng nhận đạt chuẩn chất lượng CTĐT ngành Công nghệ thông tin và Kỹ thuật Điện tử viễn thông vào năm 2023.

Năm 2023, Học viện tiếp tục triển khai công tác tự đánh giá để đăng ký kiểm định CLGD với 07 chương trình đào tạo trình độ đại học theo quy định của Bộ Giáo dục và Đào tạo.

Học viện có 04 cán bộ đã hoàn thành Chương trình đào tạo kiểm định viên kiểm định chất lượng giáo dục đại học và trung cấp chuyên nghiệp và đã được cấp chứng chỉ; 45 cán bộ được cấp giấy chứng nhận tham gia tập huấn về nghiệp vụ ĐBCL CTĐT.

2.1.5 Hoạt động phục vụ cộng đồng

Cán bộ, nhân viên và giảng viên của Học viện cũng tích cực tham gia các hoạt động phục vụ cộng đồng như quyên góp ủng hộ đồng bào lũ lụt miền Trung, kêu gọi nhân tin ủng hộ người dân bị Covid19, hỗ trợ sinh viên Học viện gặp khó khăn trong thiên tai lũ lụt, dịch bệnh.

Trong giai đoạn 2017-2022, Học Viện đã có nhiều thành tích về hoạt động kết nối và phục vụ cộng đồng, cụ thể: Năm 2019, Đoàn Thanh niên (ĐTN) Học viện đã vinh dự được tuyên dương tập thể có thành tích xuất sắc trong công tác hiến máu tình nguyện năm 2019 của Đoàn Khối các cơ quan Trung ương, và 02 cá nhân được tuyên dương có thành tích xuất sắc trong công tác hiến máu tình nguyện năm 2019. Năm 2022 Đoàn Thanh niên Học viện đã được BCH Đoàn khối các cơ quan Trung ương tặng bằng khen vì đã có thành tích xuất sắc trong triển khai cuộc thi Olympic tiếng anh học sinh, sinh viên toàn quốc lần thứ IV năm 2022, Năm học 2018-2019, ĐTN Học viện cơ sở đã được Ban chấp hành Trung ương ĐTN Cơ sở Hồ Chí Minh tặng Bằng khen vì đã có thành tích xuất sắc trong công tác đoàn và phong trào thanh niên trường học.

2.2 Tổng quan về Viện Kinh tế Bưu điện, Bộ môn Marketing và chương trình đào tạo ngành Marketing

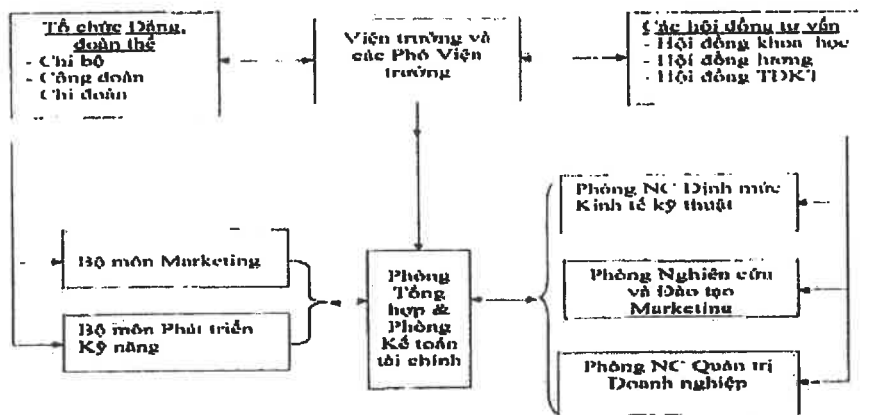
2.2.1 Tổng quan về Viện Kinh tế Bưu điện

Viện Kinh tế Bưu điện được thành lập ngày 01/01/1980 theo quyết định số 2308/QĐ ngày 20/12/1979 của Tổng cục trưởng Tổng cục Bưu điện, trên cơ sở Viện Kinh tế và Quy hoạch Bưu điện được thành lập theo Quyết định số 812/QĐ ngày 28/5/1975 của Tổng cục trưởng Tổng cục Bưu điện.

Thực hiện Quyết định số 516/TTg ngày 11/7/1997 của Thủ tướng Chính phủ về việc thành lập Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông, Viện Kinh tế Bưu điện được tổ chức lại thành Viện Kinh tế Bưu điện trực thuộc Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông theo quyết định số 229/QĐ-TCCB/HĐQT ngày 9/9/1997 của Hội đồng quản trị Tổng công ty Bưu chính Viễn thông Việt Nam và quyết định số 635/QĐ-TCCB-LĐ ngày 22/3/1999 của Tổng Giám đốc Tổng công ty Bưu chính Viễn thông Việt Nam.

Viện Kinh tế Bưu điện là đơn vị thuộc các tổ chức khoa học và công nghệ; tổ chức phục vụ công nghệ, cung cấp dịch vụ đào tạo, tư vấn, chuyển giao công nghệ, sản xuất, kinh doanh hoạt động theo Quy chế tổ chức và hoạt động ban hành tại Quyết định số 673/QĐ-HV ngày 25/7/2016 của Giám đốc Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông. Như vậy, Viện Kinh tế Bưu điện là đơn vị sự nghiệp có thu, có tư cách pháp nhân, có con

đầu theo tên gọi, được mở tài khoản tại ngân hàng hoặc kho bạc nhà nước và hoạt động theo “Quy chế tổ chức và hoạt động” của Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông và “Quy chế tổ chức và hoạt động” của Viện Kinh tế Bưu điện do Giám đốc Học viện phê chuẩn. Sơ đồ tổ chức bộ máy Viện Kinh tế Bưu điện theo Hình 1.5.



Hình 1. 3: Sơ đồ tổ chức của Bộ môn Marketing thuộc Viện Kinh tế Bưu điện

Năm 2012, Viện Kinh tế Bưu điện bắt đầu triển khai hoạt động đào tạo hệ đại học chính quy theo Quyết định số 499/QĐ-HV-ĐT&KHCVN ngày 31/7/2012 của Giám đốc Học viện về việc giao Viện Kinh tế Bưu điện tổ chức và quản lý một số môn học thuộc nhóm ngành Marketing. Ngày 12/08/2012, Viện Kinh tế Bưu điện thành lập Phòng Nghiên cứu và Đào tạo Marketing với nhiệm vụ nghiên cứu và xây dựng CTĐT ngành Marketing tại Học viện.

Năm 2013, ngành Marketing bắt đầu tuyển sinh khóa 1, Phòng Nghiên cứu và Đào tạo Marketing được giao phụ trách chuyên môn, giảng dạy các học phần thuộc lĩnh vực Marketing cho Học viện, đánh dấu phạm vi và mức độ tham gia sâu của Viện Kinh tế Bưu điện vào lĩnh vực đào tạo đại học hệ chính quy của Học viện.

2.2.2 Tổng quan về Bộ môn Marketing

Học viện có hai cơ sở đào tạo đại học tại Hà Nội và Thành phố Hồ Chí Minh (TP. HCM), do điều kiện khoảng cách về địa lý, Học viện thành lập 02 đơn vị thực hiện CTĐT ngành Marketing là Bộ môn Marketing thuộc Viện Kinh tế Bưu điện (có văn phòng làm việc tại Cơ sở Hà Đông, Thành phố Hà Nội) và Bộ môn Marketing thuộc Khoa Quản trị Kinh doanh 2 (có văn phòng làm việc tại Cơ sở Học viện tại Thành phố Hồ Chí Minh).

Năm 2016, Bộ môn Marketing được thành lập với nhiệm vụ quản lý ngành Marketing, tổ chức giảng dạy các học phần thuộc lĩnh vực Marketing cho tất cả các hệ, hình thức, trình độ đào tạo mà Học viện giao cho Viện Kinh tế Bưu điện quản lý; lập kế hoạch và tổ chức thực hiện các hoạt động khoa học và công nghệ, hợp tác quốc tế; hợp tác với các tổ chức khoa học và công nghệ, cơ sở sản xuất, kinh doanh liên quan đến ngành nghề đào tạo và huy động sự tham gia của doanh nghiệp và quá trình đào tạo của khoa; xây dựng kế hoạch và tổ chức thực hiện công tác giáo dục chính trị, tư tưởng, đạo đức, lối sống cho cán bộ, GV và người học thuộc ngành Marketing; xây dựng kế hoạch phát triển đội ngũ GV; ngành nghề đào tạo và cơ sở vật chất phục vụ cho đào tạo và nghiên cứu khoa học, tăng cường điều kiện bảo đảm chất lượng đào tạo; đề xuất thay đổi về tổ chức, nhân sự quản lý và giảng dạy của ngành Marketing; quản lý cán bộ, GV và người học thuộc ngành, tổ chức đánh giá theo quy định của Học viện; tham gia đánh giá cán bộ quản lý trong Học viện; tổ chức thực hiện các chủ trương chính sách, chỉ thị, nghị quyết, quy chế, quy định của cấp trên; phối hợp và tạo điều kiện cho tổ chức Công đoàn, Đoàn thanh niên Cộng sản Hồ Chí Minh và các đoàn thể khác hoạt động thực hiện tốt điều lệ, chức năng, nhiệm vụ của tổ chức mình; tổ chức các phong trào thi đua dạy tốt, học tốt và các nội dung thi đua khác trong Viện Kinh tế Bưu điện và Khoa Quản trị kinh doanh 2.

Viện Kinh tế Bưu điện và Khoa Quản trị kinh doanh 2 là đơn vị trực thuộc Học viện có chức năng đào tạo và NCKH thuộc lĩnh vực Marketing, thực hiện sự chỉ đạo thống nhất của Học viện về mọi mặt hoạt động trong công tác tổ chức thực hiện CTĐT ngành Marketing.

Trực tiếp thực hiện công tác đào tạo CTĐT ngành Marketing gồm Bộ môn Marketing thuộc Viện Kinh tế Bưu điện và Bộ môn Marketing thuộc Khoa Quản trị kinh doanh 2. Các hoạt động về đào tạo và NCKH được phối hợp đồng bộ giữa các đơn vị, vì vậy, sau đây gọi chung là Bộ môn Marketing trong các nội dung tiếp theo của báo cáo tự đánh giá CTĐT ngành Marketing.

Bộ môn Marketing thực hiện sự chỉ đạo thống nhất của Học viện về mọi mặt hoạt động trong công tác tổ chức thực hiện CTĐT và có chức năng đào tạo và nghiên cứu khoa học thuộc lĩnh vực Marketing. Bộ môn Marketing có các chuyên ngành Internet Marketing, Truyền thông Marketing và Phân tích dữ liệu Marketing số. Bộ môn Marketing tổ chức và tham gia đào tạo trình độ đại học với các hình thức đào tạo chính

quy, vừa làm vừa học, từ xa. CTĐT được thiết kế đảm bảo tính kế thừa, liên thông giữa các bậc đào tạo cho sinh viên khi có nhu cầu học nâng cao hơn ở các trường đại học có đào tạo cấp bậc học thạc sĩ, tiến sĩ chuyên ngành Marketing hoặc các chuyên ngành khác thuộc lĩnh vực kinh tế.

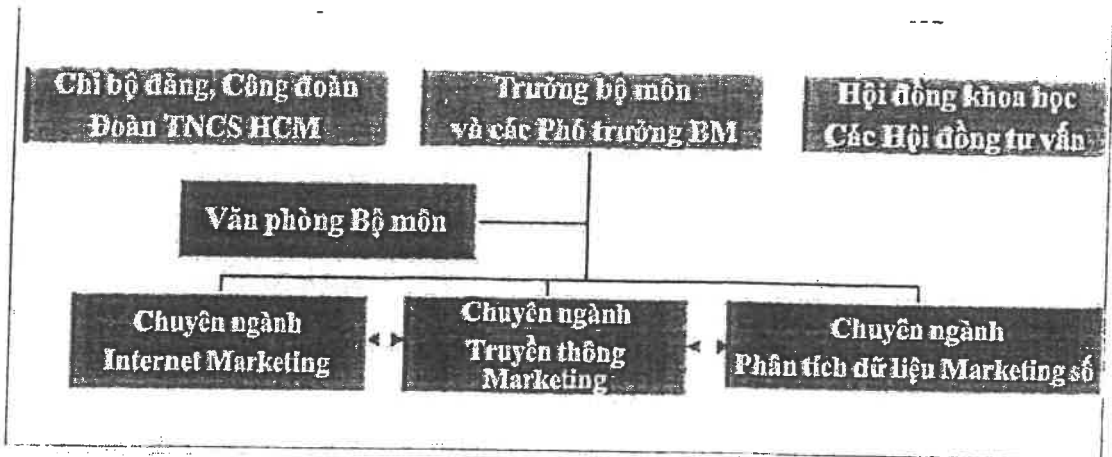
Hiện tại, Bộ môn Marketing được giao nhiệm vụ tổ chức và quản lý giảng dạy hơn 40 học phần thuộc nhóm môn Marketing của ngành Marketing và các ngành khác bao gồm Tài chính, Thương mại điện tử, Quản trị kinh doanh, Truyền thông đa phương tiện với các chức năng như sau:

- Tham gia xây dựng mới hoặc bổ sung, cải tiến, hoàn thiện mục tiêu, chương trình, nội dung, giáo trình, bài giảng, tài liệu giảng dạy, phương pháp giảng dạy các môn học ở các bậc học, các hệ đào tạo và các loại hình đào tạo bồi dưỡng được Học viện giao.
- Quản lý và tổ chức thực hiện kế hoạch đào tạo được giao theo đúng thời gian, mục tiêu, chương trình, nội dung, phương pháp đã được Giám đốc Học viện phê duyệt.
- Thực hiện việc quản lý sinh viên theo phân công và quy định của Học viện.

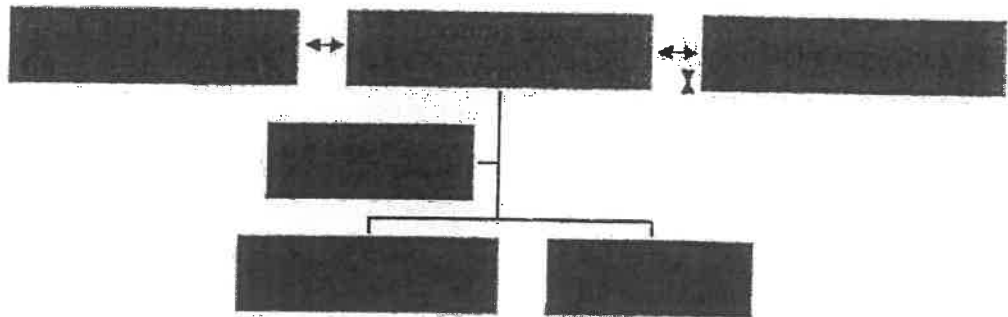
Mặc dù Bộ môn Marketing thành lập năm 2016 nhưng ngành Marketing được chính thức tuyển sinh từ năm 2013, trải qua gần 10 năm xây dựng và phát triển, đội ngũ cán bộ, giảng viên của Bộ môn không ngừng lớn mạnh cả về số lượng và chất lượng, đa số giảng viên của Bộ môn có trình độ thạc sĩ trở lên, được đào tạo cơ bản từ các trường đại học có uy tín trong và ngoài nước, năng động, sáng tạo, có năng lực nghiên cứu khoa học.

a) Cơ cấu tổ chức

Cơ cấu tổ chức của Bộ môn Marketing gồm văn phòng bộ môn và các Tổ theo chuyên ngành đào tạo: Văn phòng Bộ môn thực hiện các công việc hành chính và hỗ trợ lãnh đạo Bộ môn, Viện Kinh tế Bưu điện và các chuyên ngành trong công tác đào tạo, NCKH; các chuyên ngành được giao phụ trách giảng dạy các học phần thuộc chuyên ngành về Internet Marketing, Truyền thông Marketing và Phân tích dữ liệu Marketing số. Sơ đồ tổ chức của Bộ môn Marketing theo Hình 1.4 dưới đây:



Hình 1. 4.1: Sơ đồ cơ cấu tổ chức của Bộ môn Marketing, Viện KTBD



Hình 1.4.2: Sơ đồ tổ chức của Khoa Quản trị kinh doanh 2

b) Đội ngũ cán bộ, giảng viên

Tính đến 31/12/2022, tổng số cán bộ, GV của Bộ môn Marketing là 45 người (trong đó phía Bắc có 26 người và phía Nam có 19 người). Tổng số giảng viên cơ hữu của CTĐT Ngành Marketing là 43 người, trong đó có 10 TS (chiếm 23,26%), 29 Ths (chiếm 67,44%) và 04 đại học (chiếm 9,3%) làm trợ giảng ở Cơ sở Học viện tại Thành phố Hồ Chí Minh; số GV thỉnh giảng và kiêm giảng là 05 người (GV kiêm giảng là các cán bộ từ các đơn vị khác trong Học viện tham gia giảng dạy tại Khoa); độ tuổi trung bình của GV cơ hữu là 36,8 tuổi.

Tỷ lệ SV/GV: Tổng số sinh viên CTĐT ngành Marketing tính đến 31/10/2022 là 1052 SV. Tỷ lệ SV/GV của CTĐT qua các năm, cụ thể: Năm 2018: 24.51; 2019: 20.34; 2020: 22.65; 2021: 22.10; 2022: 21.69); tỷ lệ này đáp ứng yêu cầu về xác định chỉ tiêu tuyển sinh trình độ đại học theo quy định tại Thông tư số 06/2018/TT-BGDĐT ngày 28/02/2018 của Bộ Giáo dục và Đào tạo và Thông tư số 01/2019/TT-BGDĐT ngày 25/02/2019 sửa đổi Thông tư số 06/2018/TT-BGDĐT ngày 28/02/2018.

c) Danh sách lãnh đạo Bộ môn Marketing

STT	Tên bộ môn	Trưởng bộ môn
1	Bộ môn Marketing thuộc Viện Kinh tế Bưu điện	TS. Nguyễn Thị Hoàng Yến
2	Bộ môn Marketing thuộc Khoa Quản trị kinh doanh 2	TS. Nguyễn Văn Phước

d) Trong giai đoạn 2017-2022, Bộ môn Marketing triển khai thực hiện các nhiệm vụ:

- Nghiên cứu khoa học: Trong chu kỳ KĐCLGD, Bộ môn đã thực hiện 06 đề tài NCKH cấp Bộ; 114 đề tài NCKH cấp Học viện; công bố 114 bài báo khoa học trên tạp chí khoa học cấp ngành trong nước và 25 bài đăng trên tạp chí khoa học nước ngoài, (trong đó có 2 bài báo được đăng trên các tạp chí thuộc nhóm ISI/Scopus); xuất bản được 04 cuốn sách.

- Các hoạt động hợp tác đào tạo và NCKH: Các CTĐT của Học viện nói chung và ngành Marketing nói riêng đều được xây dựng với phương châm gắn kết chặt chẽ giữa lý thuyết và thực hành, giữa đào tạo, nghiên cứu khoa học và sản xuất kinh doanh, vì vậy, Bộ môn Marketing đã xây dựng mối quan hệ hợp tác đào tạo và NCKH với nhiều đối tác trong và ngoài nước như Urah Network, Ichip, ...

- Tổ chức phong trào sinh viên:

+ Bộ môn Marketing tổ chức cho sinh viên tham gia các cuộc thi chuyên môn về lĩnh vực Marketing hàng năm như Marketing Big Day, Creative Factors.

+ Trong giai đoạn 2017-2022, SV ngành Marketing thực hiện 176 đề tài NCKH với sự tham gia của hơn 200 lượt SV. Đồng thời, Bộ môn Marketing còn tham gia sáng lập và hỗ trợ phát triển CLB Up Community với hơn 400 thành viên tham gia.

+ Bộ môn Marketing tổ chức nhiều hoạt động phong trào tạo sân chơi lành mạnh cho sinh viên: Cuộc thi Marketing big day; các cuộc thi tài năng, văn hóa, văn nghệ trong sinh viên và hỗ trợ phát triển Câu lạc bộ Up Community cho sinh viên với hơn 400 thành viên tham gia; tổ chức 08 buổi training online cho các thành viên câu lạc bộ về kỹ năng chuyên môn Marketing, lập kế hoạch, sản tạo nội dung, tổ chức sự kiện và học tập. Để hỗ trợ các thành viên câu lạc bộ học tập và rèn luyện, phát triển kỹ năng nghề nghiệp, câu lạc bộ sinh viên đã tổ chức chương trình Talkshow “Hành trang Marketers” với trung

bình 2-3 chương trình/năm. Bên cạnh đó, câu lạc bộ sinh viên đã cũng đã phối hợp, hỗ trợ các hoạt động, chương trình do Đoàn thanh niên Học viện và Bộ môn Marketing tổ chức.

2.2.3 Tổng quan về CTĐT ngành Marketing

a) CTĐT cử nhân ngành Marketing của Học viện được phép mở mã ngành số 7340115 theo Quyết định số 1368/QĐ-BGDĐT ngày 16/4/2011 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo. Mục tiêu chung của CTĐT cử nhân ngành Marketing của Học viện được thiết kế nhằm đào tạo và cung ứng nguồn nhân lực trình độ đại học ngành Marketing trong thời đại hội nhập quốc tế. Sinh viên tốt nghiệp chương trình có phẩm chất đạo đức nghề nghiệp và sức khỏe tốt; có bản lĩnh chính trị vững vàng; có kiến thức cơ bản, cơ sở và bổ trợ về kinh tế, kinh doanh và quản lý; có kiến thức và kỹ năng chuyên môn về ngành Marketing.

b) CTĐT ngành Marketing năm 2020 được hoàn thiện trên cơ sở kế thừa CTĐT đại học ngành năm 2016, 2018 và theo hướng dẫn của Bộ GD&ĐT về đào tạo đại học cấp bằng cử nhân và yêu cầu đào tạo nhân lực ngành Marketing chất lượng cao phục vụ nhu cầu phát triển nhanh của nền kinh tế, xã hội. Ngoại trừ các học phần ngoại ngữ đào tạo bằng tiếng Anh, tất cả các học phần khác của CTĐT đại học ngành Marketing được giảng dạy bằng tiếng Việt. Chương trình được thiết kế theo phương pháp CDIO nhằm đào tạo SV toàn diện, bao gồm các kiến thức nền tảng, kiến thức chuyên môn, kỹ năng và phẩm chất đạo đức, trong đó nhấn mạnh phát triển khả năng tự học, năng lực thực hành và trách nhiệm xã hội. SV tốt nghiệp đáp ứng được các yêu cầu về kiến thức, kỹ năng chuyên sâu và phẩm chất đạo đức, đáp ứng yêu cầu lao động của xã hội.

CTĐT được thiết kế trên cơ sở tuân thủ các quy định và hướng dẫn của Bộ Giáo dục và Đào tạo, quy định của Học viện; phù hợp với định hướng phát triển lĩnh vực Thông tin và Truyền thông và nhu cầu nguồn nhân lực, thị trường lao động ngành Marketing khu vực, quốc gia và quốc tế. Chương trình được xây dựng trên cơ sở tham khảo các tiêu chuẩn về đảm bảo chất lượng giáo dục quốc gia và quốc tế (AUN); tham khảo và đối sánh với các CTĐT đại học ngành Marketing của các trường đại học, học viện khác trong và ngoài nước.

c) Một số thông tin chung về CTĐT:

- Tên ngành đào tạo:

+ Tiếng Việt: Marketing

+ Tiếng Anh: Marketing

- Mã số ngành đào tạo: 7340115

- Trình độ đào tạo: Đại học

- Số tín chỉ yêu cầu: 128 Tín chỉ

- Thời gian đào tạo: 4 năm - 8 học kỳ (tối đa 6 năm).

- Tên văn bằng tốt nghiệp:

+ Tiếng Việt: Cử nhân ngành Marketing

+ Tiếng Anh: Bachelor of Marketing

- Chương trình tham khảo khi xây dựng CTĐT ngành Marketing: Khi xây dựng CTĐT ngành Marketing năm 2020, Bộ môn Marketing đã tham khảo các CTĐT ngành Marketing của các trường đại học trong và ngoài nước, cụ thể:

+ CTĐT trong nước: CTĐT ngành Marketing của Đại học Kinh tế quốc dân năm 2019 (ban hành theo Quyết định số 1246/QĐ-ĐHKTQD ngày 18 tháng 06 năm 2019); CTĐT đại học ngành Marketing của Trường Đại Thương mại (ban hành theo Quyết định số 1566/QĐ-ĐHTM ngày 25 tháng 12 năm 2019)

+ CTĐT nước ngoài: Chương trình BA. Digital Marketing của trường Đại học quốc tế RMIT; chương trình BS. Digital Marketing Technology của trường Đại học University of Wisconsin - Stout (Mỹ); chương trình BA. Digital Marketing của University College Birmingham (Anh); chương trình BA. Digital Marketing của trường Đại học Chester (Anh).

2.3 Thực hiện công tác đảm bảo chất lượng giáo dục:

Bộ môn Marketing luôn chú trọng đến đảm bảo chất lượng giáo dục, do đó khi mở mới CTĐT, Bộ môn đã thiết kế và xây dựng CTĐT theo hướng dẫn của Bộ GD&ĐT. Trong quá trình triển khai CTĐT, để nâng cao chất lượng giảng dạy của GV, sau mỗi học kỳ của năm học, Bộ môn đã phối hợp với Trung tâm KT&ĐBCLGD lấy ý kiến phản hồi về mức độ hài lòng của SV đối với GV giảng dạy, kết quả khảo sát từ SV là cơ sở để mỗi GV tự phấn đấu và rèn luyện nâng cao năng lực chuyên môn, nghiệp vụ và phương pháp giảng dạy. Để không ngừng nâng cao chất lượng, Bộ môn đã triển khai các hoạt động cải tiến chất lượng như: Rà soát các CTĐT, đảm bảo không bị trùng lặp mã học phần, nội dung học phần... giữa các hệ đào tạo; xác định phù hợp tỷ lệ điểm thành phần, có tính đến điểm chuyên cần; số tín chỉ của CTĐT phù hợp với văn bằng; rà soát đề cương chi tiết các học phần, cập nhật tài liệu học tập; tham gia các buổi tập huấn về công tác chủ

nhiệm lớp, CVHT; Phối hợp với Phòng CT&CTSV, hàng quý tổ chức các buổi họp giao ban công tác SV với thành phần tham gia họp là chủ nhiệm lớp và CVHT; ...

Các hoạt động kiểm tra, đánh giá được Bộ môn và Học viện tiến hành hàng năm nhằm phát huy những điểm mạnh và khắc phục những điểm tồn tại để đảm bảo, nâng cao chất lượng đào tạo.

Với phương châm đào tạo gắn liền với thực tế và hội nhập quốc tế, Bộ môn Marketing đang xây dựng CTĐT chất lượng cao, linh hoạt thường xuyên cập nhật kiến thức thực tiễn cho sinh viên ngành Marketing. Đặc biệt là các môn học đưa chương trình Marketing tiệm cận được với CTĐT quốc tế, xây dựng được những kiến thức nền tảng chắc chắn để sinh viên ngành Marketing có thể tự tin tiếp xúc và làm việc trong môi trường nước ngoài.

Ý thức được việc kiểm định chất lượng CTĐT là việc làm hết sức quan trọng nên Học viện và Bộ môn Marketing đã thực hiện việc tự đánh giá CTĐT ngành Marketing theo tiêu chuẩn đánh giá chất lượng của Bộ GD&ĐT. Việc tự đánh giá CTĐT ngành Marketing là cơ sở để Học viện và Bộ môn Marketing cải tiến chất lượng của CTĐT. Tự đánh giá cũng đồng thời thể hiện tính tự chủ, tự chịu trách nhiệm của đơn vị trong toàn bộ hoạt động đào tạo, nghiên cứu khoa học, phục vụ cộng đồng; tạo cơ sở dữ liệu cơ bản, đảm bảo tính khoa học cho việc điều chỉnh mục tiêu, lập kế hoạch nâng cao chất lượng và triển khai thực hiện kế hoạch trong giai đoạn tiếp theo.

PHẦN II. TỰ ĐÁNH GIÁ THEO CÁC TIÊU CHUẨN, TIÊU CHÍ

Tiêu chuẩn 1: Mục tiêu và chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo

Mở đầu

Phòng Đào tạo là đơn vị có chức năng, nhiệm vụ tổ chức nghiên cứu xây dựng mục tiêu, chương trình, đề cương chi tiết, nội dung đào tạo của các ngành; các khoa/bộ môn đảm nhận xây dựng CTĐT, tổ chức biên soạn đề cương chi tiết, phát triển chương trình, biên soạn học liệu, nghiên cứu và triển phương pháp giảng dạy, phương pháp kiểm tra đánh giá.

Từ năm 2021 trở về trước, Học viện xây dựng, đổi mới CTĐT theo các văn bản của Bộ GD&ĐT (Thông tư số 08/TT-BGDĐT ngày 17/2/2011, TT07/TT-BGDĐT ngày 1/4/2015) và các văn bản quy phạm khác (Quyết định số 1982/QĐ-TTg ngày 18/10/2016...). Tháng 3 năm 2022, Học viện đã ban hành quy định về xây dựng, cải tiến, phát triển CTĐT theo Quyết định số 393/QĐ-HV ngày 22/3/2022. Khi rà soát CTĐT, Học viện đã ban hành các kế hoạch rà soát để hướng dẫn các khoa/bộ môn thực hiện.

Mục tiêu và chuẩn đầu ra (CĐR) của chương trình đào tạo ngành Marketing được xác định rõ ràng, phù hợp với sứ mạng và tầm nhìn của Học viện, phù hợp với mục tiêu của giáo dục đại học Việt Nam và có căn cứ và đảm bảo được yêu cầu về kiến thức, kỹ năng, thái độ, trách nhiệm nghề nghiệp mà người học (NH) đạt được sau khi hoàn thành CTĐT, thể hiện được sự cam kết với người học, xã hội.

Các mục tiêu và CĐR được xây dựng và định kỳ rà soát điều chỉnh trên cơ sở sự tham gia đóng góp ý kiến của các bên liên quan như SV, cựu SV, chuyên gia, nhà tuyển dụng lao động và GV. Các bên liên quan dễ dàng tiếp cận và hiểu được mục tiêu và CĐR của CTĐT.

Sau mỗi lần điều chỉnh, rà soát, mục tiêu và CĐR của CTĐT được công bố công khai trên các phương tiện truyền thông của Học viện cùng với các điều kiện đảm bảo thực hiện.

Tiêu chí 1.1: Mục tiêu của chương trình đào tạo được xác định rõ ràng, phù hợp với sứ mạng và tầm nhìn của cơ sở giáo dục đại học, phù hợp với mục tiêu của giáo dục đại học quy định tại Luật giáo dục đại học.

1. Mô tả hiện trạng

Trong giai đoạn 2018 - 2022, CTĐT ngành Marketing trình độ đại học được 03 lần điều chỉnh vào các năm 2018, 2020 và 2022: Chương trình giáo dục đại học ngành

Marketing năm 2018 ban hành theo Quyết định số 289/QĐ-HV ngày 16/4/2018 [H1.01.01.01], Chương trình giáo dục đại học ngành Marketing năm 2020 ban hành theo Quyết định số 1619/QĐ-HV ngày 31/12/2020 [H1.01.01.02], Chương trình giáo dục đại học ngành Marketing năm 2022 ban hành theo Quyết định số 1454/QĐ-HV ngày 27/10/2022 [H1.01.01.03]. Các phiên bản của CTĐT có mục tiêu chung và các mục tiêu cụ thể:

Mục tiêu của CTĐT ngành Marketing năm 2018 được xây dựng trên cơ sở mục tiêu CTĐT năm 2016, cụ thể như sau:

- Về kiến thức và kỹ năng nghề nghiệp: Sinh viên theo học chương trình cử nhân Marketing của Học viện không những được trang bị những kiến thức, kỹ năng cần thiết và tương đối toàn diện, cập nhật về Marketing, mà còn được cung cấp những kiến thức, kỹ năng nền tảng về ICT và ứng dụng ICT trong hoạt động Marketing của các doanh nghiệp. Với việc tiên phong trong việc trang bị các kiến thức nền tảng về ICT cho sinh viên, chương trình cử nhân Marketing của Học viện cũng cho phép sinh viên ngành Marketing có thể hiểu sâu hơn về lĩnh vực ICT, cũng như đặc trưng của các doanh nghiệp và sản phẩm/dịch vụ trong lĩnh vực này. Đặc biệt, sau khi kết thúc các môn học kiến thức ngành, sinh viên có thể lựa chọn hướng học tập và nghiên cứu chuyên sâu về Internet Marketing hoặc Truyền thông Marketing:

+ Chuyên ngành Internet Marketing nhằm trang bị cho sinh viên những kiến thức và kỹ năng nhằm thực hành các công cụ Marketing trong kỷ nguyên số, giúp sinh viên có khả năng quản lý, xây dựng kế hoạch Marketing và quảng bá hiệu quả trên Internet.

+ Chuyên ngành Truyền thông Marketing nhằm trang bị cho sinh viên những kiến thức chuyên sâu và hệ thống về hoạt động truyền thông Marketing để phân tích, nghiên cứu, hoạch định chính sách và giải quyết các vấn đề liên quan đến hoạt động truyền thông Marketing trong doanh nghiệp.

Mặt khác, trong CTĐT ngành Marketing, sinh viên cũng được trang bị những kỹ năng mềm như phương pháp làm việc khoa học và chuyên nghiệp, tư duy hệ thống và tư duy phân tích, khả năng trình bày, khả năng giao tiếp và làm việc hiệu quả trong nhóm (đa ngành), hội nhập được trong môi trường quốc tế.

- Về năng lực và cơ hội nghề nghiệp: Với những kiến thức nền tảng vững chắc, hiện đại và thực tiễn liên quan đến Marketing và ICT từ chương trình cử nhân ngành Marketing của Học viện, sau khi tốt nghiệp, sinh viên sẽ có nhiều cơ hội việc làm hấp

dẫn tại các doanh nghiệp trong nước và nước ngoài. Đặc biệt, với việc được trang bị những kiến thức nền tảng về ICT, sinh viên ngành Marketing của Học viên sẽ có lợi thế đặc biệt khi thi tuyển vào các vị trí Marketing của các doanh nghiệp trong lĩnh vực ICT.

Các vị trí quan trọng mà sinh viên ngành Marketing của Học viên có thể đảm nhận tốt sau khi ra trường là:

- + Chuyên viên phụ trách hoạt động truyền thông Marketing
- + Chuyên viên nghiên cứu thị trường
- + Chuyên viên phân tích thị trường (trực tuyến)
- + Chuyên viên Marketing trực tuyến
- + Chuyên viên SEO
- + Chuyên viên phân tích web
- + Chuyên viên thương mại điện tử
- + Chuyên viên phân tích và phát triển thị trường
- + Chuyên viên quan hệ công chúng và tổ chức sự kiện
- +

Bên cạnh đó, với nền tảng kiến thức lý thuyết và thực tiễn vững chắc về Marketing và ICT, sau khi tốt nghiệp, sinh viên cũng có thể tự tạo lập doanh nghiệp và tìm kiếm cơ hội kinh doanh riêng cho bản thân hoặc trở thành các cán bộ nghiên cứu, cán bộ giảng dạy về Marketing tại các Viện, trường Đại học... hoặc tiếp tục học cao hơn ở trình độ Thạc sỹ, Tiến sỹ (Quản trị kinh doanh, Marketing) ở trong và ngoài nước.

- Về hành vi đạo đức: Sau khi tốt nghiệp CTĐT đại học ngành Marketing của Học viện, sinh viên sẽ:

+ Có phẩm chất đạo đức tốt, tính kỷ luật cao, biết làm việc tập thể theo nhóm, theo dự án, say mê khoa học và luôn tự rèn luyện nâng cao phẩm chất chính trị và năng lực chuyên môn.

+ Hiểu biết về các giá trị đạo đức và nghề nghiệp, ý thức về những vấn đề đương đại, hiểu rõ vai trò của các giải pháp quản trị doanh nghiệp trong bối cảnh kinh tế, môi trường, xã hội toàn cầu và trong bối cảnh riêng của đất nước

+ Ý thức được sự cần thiết phải thường xuyên học tập nâng cao trình độ, có năng lực chuyên môn và khả năng ngoại ngữ để tự học suốt đời.

- Về ngoại ngữ:

+ Sau khi tốt nghiệp, sinh viên có năng lực tiếng Anh tương đương với trình độ B1 khung tham chiếu chung Châu Âu (CEFR) hay Bậc 3 theo khung năng lực ngoại ngữ 6 bậc dùng cho Việt Nam.

+ Có khả năng sử dụng tiếng Anh tốt trong các hoạt động liên quan đến nghề nghiệp được đào tạo.

Mục tiêu của CTĐT ngành Marketing ban hành năm 2018 được rà soát, cập nhật về mục tiêu theo hướng xác định và phân biệt rõ giữa mục tiêu và CĐR. Các mục tiêu của CTĐT được xác định rõ ràng, gồm những mục tiêu chung của chương trình và mục tiêu riêng của các chuyên ngành đào tạo, không chia thành các nhóm mục tiêu chi tiết như CTĐT năm 2016. Đồng thời, so với CTĐT năm 2016, CTĐT năm 2018 bổ sung mục tiêu riêng của chuyên ngành đào tạo mới về Phân tích dữ liệu Marketing số. Cụ thể:

- Mục tiêu chung: CTĐT ngành Marketing nhằm cung cấp cho sinh viên những kiến thức chuyên môn, kỹ năng và năng lực cần thiết để làm chủ tư duy phân tích, chiến lược và sử dụng các phương pháp, công cụ Marketing số để phát triển và thành công trong thế giới số luôn thay đổi. Cụ thể, sinh viên tốt nghiệp tất cả các chuyên ngành của ngành Marketing có thể:

+ Vận dụng được một cách phù hợp các kiến thức và kỹ năng chuyên môn để phân tích, phát hiện và giải quyết những vấn đề về Marketing của tổ chức và doanh nghiệp (phân tích cơ hội thị trường, xác định mục tiêu và định vị thị trường, chiến lược Marketing, thiết kế và triển khai các hoạt động Marketing tác nghiệp, kiểm tra và đánh giá hoạt động Marketing)

+ Vận dụng được các kiến thức và kỹ năng về Marketing vào thực tiễn hoạt động Marketing trong bối cảnh môi trường Marketing biến động và đang số hóa mạnh mẽ.

+ Vận dụng được các kiến thức, kỹ năng xã hội và kỹ năng cá nhân phù hợp với các chuyên ngành được đào tạo để làm việc một cách độc lập và làm việc nhóm hiệu quả.

+ Giao tiếp được bằng tiếng anh và sử dụng được các kiến thức về ICT và chuyên ngành cũng như các kỹ năng chuyên sâu được đào tạo nhằm nghiên cứu và ứng dụng các tiến bộ khoa học công nghệ vào hoạt động Marketing của tổ chức/doanh nghiệp.

- Mục tiêu riêng của các chuyên ngành: Sau khi kết thúc các môn học kiến thức ngành, sinh viên có thể lựa chọn hướng học tập và nghiên cứu chuyên sâu về Internet Marketing, Phân tích dữ liệu Marketing số hoặc Truyền thông Marketing với các mục tiêu cụ thể sau:

+ Chuyên ngành Internet Marketing: Chuyên ngành này có mục tiêu trang bị cho sinh viên những kiến thức và kỹ năng tư duy chiến lược nền tảng về Internet Marketing cũng như các kiến thức và kỹ năng cần thiết nhằm thực hành các công cụ Marketing trong kỷ nguyên số, giúp sinh viên có khả năng quản lý, xây dựng kế hoạch Marketing và quảng bá hiệu quả trên Internet. Mục tiêu cụ thể của chuyên ngành này là giúp sinh viên sau khi tốt nghiệp có thể: Vận dụng các kiến thức chuyên ngành và kỹ năng chuyên môn nhằm xây dựng và triển khai, đánh giá các chiến dịch Internet Marketing một cách phù hợp với thực tiễn môi trường Marketing của tổ chức, doanh nghiệp; vận dụng được một cách phù hợp các kiến thức và kỹ năng chuyên môn được đào tạo trong chuyên ngành nhằm thực hiện các hoạt động tác nghiệp liên quan đến Internet Marketing, bao gồm: phân tích web, Marketing qua phương tiện truyền thông xã hội, Marketing qua công cụ tìm kiếm, biên tập web.

+ Chuyên ngành Phân tích dữ liệu Marketing số: Mục tiêu của chuyên ngành này là nhằm trang bị cho sinh viên những kiến thức và kỹ năng vững chắc về khai thác, phân tích và sử dụng dữ liệu Marketing trong môi trường số năng động. Mục tiêu cụ thể của chuyên ngành này là giúp sinh viên sau khi tốt nghiệp có thể: Vận dụng các kiến thức chuyên ngành và kỹ năng chuyên môn được đào tạo trong chuyên ngành một cách phù hợp nhằm phân tích, diễn giải và sử dụng dữ liệu để định hướng các hoạt động kinh doanh và Marketing, cũng như để trả lời các câu hỏi Marketing mà các doanh nghiệp và tổ chức gặp phải; vận dụng được một cách phù hợp các kiến thức chuyên sâu về phương pháp và công cụ khai phá dữ liệu phục vụ cho các quyết định Marketing trong thực tiễn các tổ chức/doanh nghiệp, cũng như sử dụng dữ liệu vào việc đưa ra các quyết định Marketing và giải quyết các vấn đề kinh doanh nói chung của doanh nghiệp.

+ Chuyên ngành Truyền thông Marketing: Mục tiêu của chuyên ngành này là nhằm trang bị cho sinh viên những kiến thức chuyên sâu và hệ thống về hoạt động truyền thông Marketing để phân tích, nghiên cứu, hoạch định và giải quyết các vấn đề liên quan đến hoạt động truyền thông Marketing trong doanh nghiệp. Mục tiêu cụ thể của chuyên ngành này là giúp sinh viên sau khi tốt nghiệp có thể: Vận dụng các kiến thức chuyên ngành và kỹ năng chuyên môn nhằm xây dựng và triển khai, đánh giá các hoạt động/chiến dịch truyền thông Marketing một cách phù hợp với thực tiễn môi trường Marketing của tổ chức, doanh nghiệp; vận dụng được một cách phù hợp các kiến thức và kỹ năng chuyên môn

được đào tạo trong chuyên ngành nhằm thực hành một số công cụ truyền thông Marketing, bao gồm: Marketing trực tiếp, quan hệ công chúng, quảng cáo, ...

Biên bản họp Bộ môn Marketing về đóng góp ý kiến cho dự thảo chương trình khung giáo dục đại học ngành Marketing năm 2018 vào ngày 30/3/2018 [H1.01.01.04] ghi rõ *“Các mục tiêu đã được xác định rõ ràng, phù hợp với bối cảnh tự chủ của Học viện, đặc thù định hướng của CTĐT định hướng Marketing số và phù hợp với sứ mạng, tầm nhìn của Học viện”*. Các mục tiêu của CTĐT ngành Marketing năm 2018 đã được thông qua trong Hội thảo nghiệm thu CTĐT ngành Marketing cấp Học viện ngày 10/04/2018 [H1.01.01.05].

CTĐT ngành Marketing năm 2020 được rà soát, cập nhật và ban hành theo Quyết định số 1619/QĐ-HV ngày 31/12/2020 [H1.01.01.02], các mục tiêu được điều chỉnh theo hướng xác định rõ ràng hơn và chia thành 2 nhóm: mục tiêu chung và các mục tiêu chi tiết. Mục tiêu chung được điều chỉnh thành *“CTĐT Cử nhân ngành Marketing với định hướng về Marketing số của Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông được thiết kế nhằm đào tạo cử nhân Marketing có phẩm chất chính trị vững vàng, có đạo đức và sức khỏe tốt, có trách nhiệm xã hội; có kiến thức cơ bản về kinh tế - xã hội, quản lý, quản trị kinh doanh; có kiến thức và kỹ năng chuyên sâu về Marketing, Marketing số; có khả năng làm việc độc lập, thích ứng nhanh với các nhiệm vụ cụ thể thuộc chức năng Marketing, có năng lực tự học tập, nghiên cứu bồi dưỡng để nâng cao trình độ”* để bao quát hơn, đảm bảo phù hợp với mục tiêu của giáo dục đại học quy định tại Luật giáo dục đại học. Bên cạnh đó, các mục tiêu chi tiết cũng được rà soát và điều chỉnh theo hướng được phân nhóm và tuyên bố rõ ràng hơn. Trong CTĐT được ban hành năm 2020, các mục tiêu chi tiết được phân thành các nhóm: kiến thức, kỹ năng, thái độ, trình độ ngoại ngữ và tin học, và bao quát cả những mục tiêu cụ thể chuyên biệt cho các chuyên ngành đào tạo. Cụ thể như sau:

- Mục tiêu chung: CTĐT Cử nhân ngành Marketing với định hướng về Marketing số của Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông được thiết kế nhằm đào tạo cử nhân Marketing có phẩm chất chính trị vững vàng, có đạo đức và sức khỏe tốt, có trách nhiệm xã hội; có kiến thức cơ bản về kinh tế – xã hội, quản lý, quản trị kinh doanh; có kiến thức và kỹ năng chuyên sâu về Marketing, Marketing số; có khả năng làm việc độc lập, thích ứng nhanh với các nhiệm vụ cụ thể thuộc chức năng Marketing, có năng lực tự học tập, nghiên cứu bồi dưỡng để nâng cao trình độ.

- Mục tiêu cụ thể: Mục tiêu cụ thể của CTĐT cử nhân ngành Marketing chuyên sâu về Marketing số của Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông nhằm đào tạo cử nhân Marketing có:

+ *Kiến thức*

PO1. Kiến thức cơ bản về lý luận chính trị, hệ thống pháp luật Việt Nam, an ninh quốc phòng.

PO2. Kiến thức cơ bản về các nguyên lý, quy luật và thực tiễn về kinh tế và quản trị kinh doanh để có thể vận dụng vào thực tế hoạt động kinh doanh của các tổ chức và doanh nghiệp

PO3. Kiến thức toàn diện về lý thuyết và thực tiễn Marketing và Marketing số vào thực tiễn kinh doanh của các tổ chức, doanh nghiệp, từ lập kế hoạch đến triển khai, kiểm soát, đánh giá.

Với chuyên ngành Internet Marketing

PO4. Kiến thức chuyên sâu về các kênh, công nghệ và công cụ Marketing số; lập kế hoạch, triển khai và kiểm tra, đánh giá hoạt động và chiến dịch Marketing trong môi trường số.

Với chuyên ngành Phân tích Dữ liệu Marketing số

PO5. Kiến thức chuyên sâu về phân tích, đánh giá thành tích hoạt động Marketing và Marketing số để có thể đề xuất các hoạt động cải thiện nhằm tối hoạt động Marketing và Marketing số của các tổ chức, doanh nghiệp

Với chuyên ngành Truyền thông Marketing

PO6. Kiến thức chuyên sâu về các hình thức và công cụ truyền thông Marketing; lập kế hoạch, triển khai, đánh giá các hoạt động/chiến dịch truyền thông Marketing

+ *Kỹ năng*

PO7. Các kỹ năng chuyên môn cơ bản để có thể triển khai thực hiện hoạt động Marketing và Marketing số trong thực tiễn các doanh nghiệp, tổ chức

PO8. Các kỹ năng bổ trợ và kỹ năng mềm để có thể làm việc hiệu quả trong môi trường năng động và chuyên nghiệp

+ *Thái độ*

PO9. Phẩm chất đạo đức, ý thức nghề nghiệp, trách nhiệm công dân, chủ động sáng tạo, có ý thức phối hợp, hợp tác trong công việc.

+ *Trình độ ngoại ngữ và tin học*

PO10. Khả năng sử dụng tiếng Anh trong các hoạt động liên quan đến nghề nghiệp được đào tạo.

PO11. Khả năng sử dụng tốt các công cụ tin học và phần mềm cơ bản và chuyên môn phục vụ cho công việc, học tập và nghiên cứu.

Mục tiêu chung của CTĐT ban hành năm 2022 là “Chương trình đào tạo Cử nhân ngành Marketing với định hướng về Marketing số của Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông được thiết kế nhằm đào tạo cử nhân Marketing có phẩm chất chính trị vững vàng, có đạo đức và sức khỏe tốt, có trách nhiệm xã hội; có kiến thức cơ bản về kinh tế - xã hội, quản lý, quản trị kinh doanh; có kiến thức và kỹ năng chuyên sâu về Marketing, Marketing số; có khả năng làm việc độc lập, thích ứng nhanh với các nhiệm vụ cụ thể thuộc chức năng Marketing, có năng lực tự học tập, nghiên cứu bồi dưỡng để nâng cao trình độ”.

Biên bản họp Bộ môn Marketing về đóng góp ý kiến cho dự thảo chương trình khung giáo dục đại học ngành Marketing năm 2020 [H1.01.01.06], mặc dù đánh giá “Các mục tiêu trên đã được xác định rõ ràng, bao phủ các nhóm mục tiêu từ kiến thức, kỹ năng, thái độ và trình độ ngoại ngữ, tin học”. Tuy vậy, mục tiêu về trình độ tin học (PO11) về “Khả năng sử dụng tốt các công cụ tin học và phần mềm cơ bản và chuyên môn phục vụ cho công việc, học tập và nghiên cứu” vẫn chưa thực sự rõ ràng và có thể bị nhầm lẫn với mục tiêu liên quan đến kỹ năng chuyên môn. Biên bản Hội thảo nghiệm thu CTĐT ngành Marketing năm 2020 cấp Học viện [H1.01.01.07] đã kết luận: “Hoàn toàn đồng ý về mục tiêu đào tạo của CTĐT ngành Marketing đã được dự thảo, đề xuất sửa đổi”.

Theo Quyết định công bố sứ mạng, tầm nhìn, mục tiêu chiến lược của Học viện ban hành theo Quyết định số 516/QĐ-HV ngày 06/06/2017 [H1.01.01.08], sứ mạng của Học viện là: “Sáng tạo và chuyển giao tri thức cho xã hội thông qua việc gắn kết các hoạt động đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao, nghiên cứu khoa học và chuyển giao công nghệ trong lĩnh vực thông tin, truyền thông và công nghệ số góp phần xây dựng đất nước Việt Nam hùng cường”. Như vậy, có thể thấy mục tiêu của CTĐT đại học ngành Marketing ban hành 2020 [H1.01.01.02] và năm 2022 [H1.01.01.03] trang bị cho SV những kiến thức và kỹ năng chuyên sâu trong lĩnh vực Marketing số để có thể thích ứng với môi trường Marketing biến động và đang số hóa mạnh mẽ là phù hợp với sứ mạng của Học viện.

Mục tiêu CTĐT trình độ đại học ngành Marketing cũng phù hợp với tầm nhìn của Học viện trong Chiến lược phát triển Học viện được ban hành theo Quyết định số 156/QĐ-HV ngày 05/03/2020 của Giám đốc Học viện [H1.01.01.09] và Nghị quyết số 42/NQ-HV ngày 25/11/2021 của Hội đồng Học viện [H1.01.01.10] là: “Đến năm 2030, Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông là trường đại học hàng đầu Việt nam về quy mô, chất lượng đào tạo, nghiên cứu khoa học; là hình mẫu tiên phong về chuyển đổi số trong giáo dục đại học; trở thành trường đại học hàng đầu của khu vực, nằm trong nhóm 100 trường đại học hàng đầu châu Á, nhóm 5 trường đại học hàng đầu Đông Nam Á về công nghệ số”. Từ tầm nhìn này, để Học viện trở thành một trung tâm về giáo dục, đào tạo trong lĩnh vực thông tin và truyền thông, CTĐT đại học ngành Marketing định hướng về Marketing số đã nhấn mạnh đến mục tiêu đào tạo các kiến thức và kỹ năng chuyên sâu về Marketing số, gắn liền với công nghệ số và lĩnh vực thông tin và truyền thông.

Theo khoản 2, Điều 5 Luật giáo dục đại học năm 2012 [H1.01.01.11] và Luật Giáo dục đại học sửa đổi 2018 [H1.01.01.12], mục tiêu cụ thể của giáo dục đại học là “Đào tạo trình độ đại học để SV có kiến thức chuyên môn toàn diện, nắm vững nguyên lý, quy luật tự nhiên - xã hội, có kỹ năng thực hành cơ bản, có khả năng làm việc độc lập, sáng tạo và giải quyết những vấn đề thuộc ngành được đào tạo”. Mục tiêu đào tạo của CTĐT đại học ngành Marketing của Học viện là “Đào tạo cử nhân Marketing có phẩm chất chính trị vững vàng, có đạo đức và sức khỏe tốt, có trách nhiệm xã hội; có kiến thức cơ bản về kinh tế – xã hội, quản lý, quản trị kinh doanh; có kiến thức và kỹ năng chuyên sâu về Marketing, Marketing số; có khả năng làm việc độc lập, thích ứng nhanh với các nhiệm vụ cụ thể thuộc chức năng Marketing, có năng lực tự học tập, nghiên cứu bồi dưỡng để nâng cao trình độ” là phù hợp với mục tiêu của giáo dục đại học quy định trong Luật giáo dục Đại học.

Chương trình giáo dục đại học ngành Marketing của Học viện bắt đầu được triển khai từ năm 2013. Trong giai đoạn 2017- 2022, chương trình giáo dục đại học ngành Marketing của Học viện đã được sửa đổi, bổ sung 03 lần vào các năm 2018, 2020 và 2022. Thông qua báo cáo tổng hợp ý kiến khảo sát về dự thảo CTĐT năm 2018 [H1.01.01.13]; báo cáo tổng hợp ý kiến khảo sát về dự thảo CĐR, CTĐT và bản mô tả CTĐT năm 2020 [H1.01.01.14] cho thấy mục tiêu đào tạo của CTĐT ngành Marketing được xác định rõ ràng và phù hợp với sứ mạng và tầm nhìn của Học viện trong từng giai đoạn và mục tiêu của giáo dục đại học theo Luật giáo dục đại học. Đồng thời, Học viện

đã xác định rất rõ định hướng của CTĐT ngành Marketing từ năm 2020 là Marketing số với những mục tiêu được xác định rõ ràng, phù hợp với sứ mạng và tầm nhìn của Học viện giai đoạn 2021-2025 và tầm nhìn đến năm 2030.

2. Điểm mạnh

Các mục tiêu của CTĐT đại học ngành Marketing của được trình bày rõ ràng, phù hợp với Sứ mạng và Tầm nhìn của Học viện qua các giai đoạn khác nhau.

3. Điểm tồn tại

Trong CTĐT năm 2022, mục tiêu về trình độ tin học (PO11) về “Khả năng sử dụng tốt các công cụ tin học và phần mềm cơ bản và chuyên môn phục vụ cho công việc, học tập và nghiên cứu” vẫn chưa thực sự rõ ràng và có thể bị nhầm lẫn với mục tiêu liên quan đến kỹ năng chuyên môn.

4. Kế hoạch hành động

Học kỳ I, năm học 2024-2025, Bộ môn Marketing phối hợp với Phòng Đào tạo tổ chức hiệu chỉnh, làm rõ nội dung của mục tiêu về trình độ tin học (PO11) về “Khả năng sử dụng tốt các công cụ tin học và phần mềm cơ bản và chuyên môn phục vụ cho công việc, học tập và nghiên cứu”.

5. Tự đánh giá: Mức đạt được của tiêu chí: 5/7.

Tiêu chí 1.2: Chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo được xác định rõ ràng, bao quát được cả các yêu cầu chung và yêu cầu chuyên biệt mà người học cần đạt được sau khi hoàn thành chương trình đào tạo.

1. Mô tả hiện trạng

Trong giai đoạn 2017 - 2022, Học viện đã có 3 lần rà soát, ban hành chuẩn đầu ra (CĐR) của CTĐT ngành Marketing. Chuẩn đầu ra của CTĐT ngành Marketing được thể hiện trong Chương trình giáo dục đại học ngành Marketing năm 2018 ban hành theo Quyết định số 289/QĐ-HV ngày 16/4/2018 [H1.01.01.01], CĐR CTĐT ngành Marketing năm 2020 ban hành theo Quyết định số 1621/QĐ-HV ngày 31/12/2020 [H1.01.02.01] và CĐR CTĐT ngành Marketing năm 2022 ban hành theo Quyết định số 1456/QĐ-HV ngày 27/10/2022 [H1.01.02.02].

Chuẩn đầu ra CTĐT ngành Marketing đã nêu cụ thể về kiến thức, kỹ năng, mức tự chủ và trách nhiệm đối với người học tốt nghiệp và triển vọng việc làm trong tương lai. CĐR cũng được xây dựng theo Quy trình xây dựng và công bố CĐR được hướng dẫn tại Công văn số 2196/BGDĐTGDĐH ngày 22/04/2010 về Hướng dẫn xây dựng và công bố

CĐR ngành đào tạo [H1.01.02.03] và Thông tư số 07/2015/TT-BGDĐT ngày 16/4/2015 của Bộ GD&ĐT quy định về khối lượng kiến thức tối thiểu, yêu cầu về năng lực mà NH đạt được sau khi tốt nghiệp với mỗi trình độ đào tạo của giáo dục đại học và quy trình xây dựng, thẩm định ban hành CTĐT trình độ ĐH, ThS, TS [H1.01.02.04], đều được xác định rõ ràng và được thể hiện thông qua 4 yếu tố cốt lõi mà người học cần đạt được sau khi tốt nghiệp, gồm: kiến thức; kỹ năng; mức tự chủ, trách nhiệm đối với người học tốt nghiệp và triển vọng việc làm trong tương lai.

CĐR của CTĐT trình độ đại học ngành Marketing được ban hành theo Quyết định 289/QĐ-HV ngày 16/4/2018 [H1.01.01.01] được xác định rõ ràng thông qua 3 nhóm: (1) Kiến thức, (2) Kỹ năng: bao hàm cả kỹ năng chuyên môn, kỹ năng mềm, ngoại ngữ, công nghệ thông tin và (3) Năng lực tự chủ và trách nhiệm. Cụ thể, CTĐT năm 2018 có 44 CĐR, bao gồm có 21 CĐR về kiến thức (bao hàm cả kiến thức chung và kiến thức chuyên ngành), 20 CĐR về kỹ năng (*gồm 13 kỹ năng chuyên môn chung và riêng của 3 chuyên ngành, 4 CĐR kỹ năng mềm, 2 CĐR ngoại ngữ và 1 CĐR về CNTT*) và 3 CĐR về năng lực tự chủ và trách nhiệm. Nội dung mô tả vị trí việc làm mà người học tốt nghiệp CTĐT có thể đảm nhiệm được trình bày trong một mục riêng trong mô tả CĐR chương trình.

CĐR của CTĐT trình độ đại học ngành Marketing năm 2020 được ban hành theo Quyết định số 1621/QĐ-HV ngày 31/12/2020 [H1.01.02.01] đã được phân nhóm chi tiết thành 4 nhóm với các CĐR trong từng nhóm được xác định rõ ràng nhưng bao quát các yêu cầu cụ thể đối với người học sau khi tốt nghiệp. Cụ thể, CTĐT gồm 24 CĐR chia thành 4 nhóm như sau: (1) 11 CĐR về kiến thức, gồm cả kiến thức chung và các kiến thức riêng cho 3 chuyên ngành, (2) 10 CĐR các kỹ năng (gồm 7 CĐR kỹ năng chuyên môn phù hợp cả kỹ năng chuyên môn chung và kỹ năng chuyên môn riêng cho 3 chuyên ngành, 3 CĐR kỹ năng bổ trợ và kỹ năng mềm), (3) 2 CĐR về ngoại ngữ, (4) 2 CĐR về năng lực tự chủ và trách nhiệm. Trong khung chuẩn đầu ra của CTĐT năm 2022, nội dung mô tả vị trí việc làm mà người học tốt nghiệp CTĐT có thể đảm nhiệm được trình bày trong một mục riêng, trước phần trình bày về nội dung CĐR.

CĐR CTĐT ngành Marketing năm 2022 ban hành theo Quyết định số 1454/QĐ-HV ngày 27/10/2022 [H1.01.02.02] có 24 CĐR gồm 11 CĐR về kiến thức, 11 CĐR về kỹ năng và 02 CĐR về năng lực tự chủ tự chịu trách nhiệm. CĐR của CTĐT và hệ thống các HP có liên hệ với nhau thể hiện rõ trong các bảng ma trận kết nối giữa CĐR và mục tiêu

đào tạo và ma trận quan hệ giữa CĐR và các HP trong CTĐT. Đa số HP chỉ ra được sự đóng góp vào các ma trận kỹ năng và vào việc hình thành các kiến thức, những kỹ năng cụ thể, và hình thành năng lực cho NH.

Biên bản họp Bộ môn Marketing về đóng góp ý kiến cho dự thảo chương trình khung giáo dục đại học ngành Marketing năm 2020 [H1.01.01.06] có nhận xét như sau: *“Các nhóm CĐR và các CĐR cụ thể về mặt kiến thức và kỹ năng chuyên môn chung cũng như cho từng chuyên ngành, về kỹ năng bổ trợ và kỹ năng mềm, ngoại ngữ, năng lực tự chủ và trách nhiệm nhìn chung đã được xác định rõ ràng, bao quát đầy đủ các yêu cầu mà người học cần đạt được, bám sát mục tiêu đào tạo đã tuyên bố”*. Tuy vậy, biên bản cũng ghi rõ CĐR PLO20 thuộc nhóm kỹ năng bổ trợ và kỹ năng mềm *“Có khả năng sử dụng những phần mềm phân tích dữ liệu cơ bản (Excel, SPSS...)”* của phiên bản CTĐT năm 2020 chưa thực sự rõ ràng do có thể bị nhầm lẫn với các CĐR liên quan đến kỹ năng chuyên môn, đặc biệt là PLO13 *“Có khả năng sử dụng các kỹ năng thu thập, phân tích và diễn giải các loại dữ liệu cơ bản (dữ liệu sơ cấp, dữ liệu thứ cấp, dữ liệu người dùng để lại trong môi trường Internet, dữ liệu số) và quản trị cơ sở dữ liệu nhằm phục vụ cho các quyết định Marketing”*.

Nội dung của Biên bản họp Hội thảo nghiệm thu CTĐT ngành Marketing năm 2020 cấp Học viện đã kết luận: hoàn toàn đồng ý về CĐR của CTĐT ngành Marketing năm 2020 [H1.01.01.07].

CĐR của CTĐT trình độ đại học ngành Marketing năm 2022 được ban hành theo Quyết định số 1454/QĐ-HV ngày 27/10/2022 [H1.01.02.02] gồm 24 CĐR chia thành 4 nhóm: kiến thức, kỹ năng, ngoại ngữ, năng lực tự chủ và trách nhiệm. Chi tiết về các CĐR trong 4 nhóm yêu cầu như sau:

- CĐR về kiến thức: gồm 11 CĐR với 8 CĐR về kiến thức chung và 3 CĐR kiến thức riêng cho 3 chuyên ngành. Cụ thể như sau:

Sinh viên tốt nghiệp CTĐT cử nhân ngành Marketing của Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông sẽ đạt các chuẩn đầu ra về kiến thức như sau:

LO1. Hiểu và vận dụng được kiến thức cơ bản về lý luận chính trị Triết học Mác-Lênin, Kinh tế chính trị Mác-Lênin, chủ nghĩa xã hội khoa học, tư tưởng Hồ Chí Minh, Lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam và các kiến thức về pháp luật Việt Nam vào giải quyết các vấn đề kinh tế-xã hội trong thực tiễn.

LO2. Hiểu và vận dụng được các kiến thức cơ bản phục vụ hoạt động kinh doanh như về toán kinh tế, xác suất thống kê, kinh tế lượng, quản trị học, , quản trị dự án... vào giải quyết vấn đề kinh doanh và Marketing của tổ chức, doanh nghiệp

LO3. Phân tích và vận dụng được những vấn đề cơ bản của môi trường Marketing hiện đại, hành vi khách hàng vào thực tiễn hoạt động Marketing của tổ chức, doanh nghiệp.;

LO4. Hiểu và vận dụng được tư duy và quan điểm Marketing hiện đại; những khái niệm, qui trình và nguyên lý nền tảng về Marketing vào thực tiễn hoạt động Marketing của tổ chức, doanh nghiệp.

LO5. Hiểu và vận dụng được lĩnh vực/chức năng và công cụ Marketing cơ bản; phân tích, đánh giá và sử dụng một cách phối hợp các công cụ Marketing tác nghiệp nhằm tối ưu hoạt động Marketing của doanh nghiệp/tổ chức trong môi trường cạnh tranh và biến động;

LO6. Hiểu và vận dụng được các kiến thức nền tảng về Marketing số, các công nghệ và công cụ Marketing số, thương mại điện tử vào thực tiễn hoạt động Marketing của các tổ chức, doanh nghiệp trong môi trường số.

LO7. Hiểu và vận dụng được các nguyên tắc và qui trình lập kế hoạch, triển khai và giám sát các hoạt động Marketing nói chung và Marketing số nói riêng trong thực tiễn bối cảnh cụ thể của các tổ chức, doanh nghiệp.

LO8. Hiểu và phân tích được bản chất, vai trò, các loại hình dữ liệu kinh doanh/Marketing, các phương pháp thu thập và phân tích dữ liệu kinh doanh/Marketing, quản trị dữ liệu; có thể vận dụng kiến thức về dữ liệu, quản trị dữ liệu vào các quyết định Marketing của tổ chức/doanh nghiệp.

+ Với chuyên ngành Internet Marketing

LO9. Hiểu được các kiến thức chuyên sâu về các kênh Marketing số cơ bản (web, social media, search engine) và các công nghệ, công cụ Marketing số liên quan; vận dụng được các kiến thức chuyên sâu trên vào lập kế hoạch, triển khai và kiểm tra, đánh giá hoạt động và chiến dịch Marketing trong môi trường số.

+ Với chuyên ngành Phân tích Dữ liệu Marketing số

LO10. Hiểu được các kiến thức chuyên sâu về khai phá dữ liệu, phân tích, đánh giá thành tích hoạt động Marketing và Marketing số để có thể đề xuất các hoạt động cải thiện nhằm tối ưu hoạt động Marketing và Marketing số của các tổ chức, doanh nghiệp.

+ Với chuyên ngành Truyền thông Marketing

LO11. Hiểu được các kiến thức chuyên sâu về các hình thức và công cụ truyền thông Marketing cơ bản; có khả năng lập kế hoạch, triển khai, đánh giá các hoạt động/chiến dịch truyền thông Marketing của các tổ chức, doanh nghiệp.

- CĐR về kỹ năng: gồm 10 CĐR trong đó có 7 CĐR kỹ năng chuyên môn phù cả kỹ năng chuyên môn chung và kỹ năng chuyên môn riêng cho 3 chuyên ngành và 3 CĐR kỹ năng bổ trợ và kỹ năng mềm.

+ Kỹ năng chuyên môn

Sinh viên tốt nghiệp CTĐT cử nhân ngành Marketing của Học viện sẽ đạt các chuẩn đầu ra về kỹ năng chuyên môn cơ bản để thực hiện được mục tiêu phân tích và vận dụng các kiến thức chuyên môn về Marketing và marke vào thực tiễn. Cụ thể là:

LO12. Có khả năng sử dụng các kỹ năng cơ bản về phân tích môi trường Marketing và thấu hiểu người tiêu dùng.

LO13. Có khả năng sử dụng các kỹ năng thu thập, phân tích và diễn giải các loại dữ liệu cơ bản (dữ liệu sơ cấp, dữ liệu thứ cấp, dữ liệu người dùng để lại trong môi trường Internet, dữ liệu số) và quản trị cơ sở dữ liệu nhằm phục vụ cho các quyết định Marketing.

LO14. Có khả năng sử dụng kỹ năng lập kế hoạch, triển khai, đánh giá và theo dõi hoạt động Marketing nói chung, Marketing số nói riêng.

Với chuyên ngành Internet Marketing

LO15. Có khả năng sử dụng kỹ năng chuyên sâu để lựa chọn và phối hợp các kênh và công cụ Marketing số nhằm xây dựng kế hoạch và triển khai các chương trình và chiến dịch Marketing số.

Với chuyên ngành Phân tích Dữ liệu Marketing Số

LO16. Có khả năng sử dụng kỹ năng chuyên sâu về phân tích Marketing và phân tích Marketing số nhằm đánh giá thành tích và kết quả hoạt động Marketing nhằm phục vụ cho các quyết định điều chỉnh chiến lược, kế hoạch và các chương trình Marketing để mang lại thành tích tốt hơn cho tổ chức, doanh nghiệp.

Với chuyên ngành Truyền thông Marketing

LO17. Có khả năng sử dụng kỹ năng chuyên sâu để lựa chọn và phối hợp các hình thức và công cụ truyền thông Marketing cơ bản; lập kế hoạch, triển khai, đánh giá các hoạt động/chiến dịch truyền thông Marketing của các tổ chức, doanh nghiệp

+ Kỹ năng hỗ trợ và kỹ năng mềm

Sinh viên tốt nghiệp CTĐT cử nhân ngành Marketing của Học viện sẽ đạt các chuẩn đầu ra về kỹ năng hỗ trợ và kỹ năng mềm như sau:

LO18. Có khả năng tư duy hệ thống, logic, sáng tạo và khoa học nhằm có thể vận dụng tốt các kiến thức và kỹ năng chuyên môn được học vào thực tiễn hoạt động Marketing của tổ chức, doanh nghiệp trong môi trường đầy biến động;

LO19. Có khả năng sử dụng các kỹ năng mềm phục vụ cho việc thực hiện các công việc một cách chuyên nghiệp, bao gồm: kỹ năng lập kế hoạch, kỹ năng làm việc nhóm, kỹ năng giao tiếp, trình bày, kỹ năng giải quyết vấn đề... trong các tình huống công việc đa dạng

LO20. Có khả năng sử dụng những phần mềm phân tích dữ liệu cơ bản (Excel, SPSS...)

- CĐR về ngoại ngữ: gồm 3 CĐR cụ thể như sau: Sinh viên tốt nghiệp CTĐT cử nhân ngành Marketing của Học viện sẽ đạt các chuẩn đầu ra về ngoại ngữ như sau:

LO21. Đạt năng lực tiếng Anh tương đương với trình độ B1 khung tham chiếu chung Châu Âu (CEFR) hay Bậc 3 theo khung năng lực ngoại ngữ 6 bậc dùng cho Việt Nam.

LO22. Có khả năng sử dụng tiếng Anh cơ bản trong các hoạt động liên quan đến nghề nghiệp được đào tạo.

- CĐR về năng lực tự chủ và trách nhiệm: gồm 2 CĐR

Sinh viên tốt nghiệp CTĐT cử nhân ngành Marketing của Học viện sẽ đạt các chuẩn đầu ra về năng lực tự chủ, trách nhiệm và hành vi đạo đức như sau:

LO23. Có khả năng tự học tập, nghiên cứu, tích lũy kinh nghiệm để thích nghi với môi trường làm việc năng động.

LO24. Có phẩm chất đạo đức, ý thức nghề nghiệp, trách nhiệm công dân, tôn trọng và chấp nhận pháp luật, có ý thức tổ chức kỷ luật và tinh thần hợp tác.

Theo khung CĐR của CTĐT ngành Marketing năm 2022, với những kiến thức nền tảng toàn diện, hiện đại và thực tiễn liên quan đến Marketing và Marketing số từ CTĐT ngành Marketing của Học viện, sau khi tốt nghiệp, sinh viên sẽ có nhiều cơ hội việc làm hấp dẫn tại các doanh nghiệp trong nước và nước ngoài. Đặc biệt, với việc được trang bị những kiến thức nền tảng về Marketing, sinh viên ngành Marketing của Học viện sẽ có lợi thế đặc biệt khi thi tuyển vào các vị trí công việc liên quan đến Digital Marketing. Các

vị trí việc làm cụ thể mà sinh viên ngành Marketing của Học viên có thể đảm nhận tốt sau khi ra trường là:

- Chuyên viên Marketing
- Chuyên viên digital Marketing
- Chuyên viên phân tích chiến dịch Marketing
- Chuyên viên nghiên cứu thị trường
- Chuyên viên nghiên cứu và phân tích thị trường
- Chuyên viên SEO (Search Engine Optimisation Manager)
- Chuyên viên phân tích web
- Chuyên viên thương mại điện tử
- Chuyên viên phân tích Insight khách hàng
- Chuyên viên phân tích SMM (Social Media Marketing Analyst)
- Chuyên viên công nghệ Marketing (Marketing technologist)
- Chuyên viên phân tích chiến lược Marketing
- Chuyên viên phân tích cơ sở dữ liệu Marketing
- Chuyên viên phân tích dữ liệu Marketing (Marketing data analyst)
- Chuyên viên Phân tích kinh doanh (Business analytics)
- Chuyên viên phụ trách hoạt động truyền thông Marketing
- Chuyên viên Marketing trực tuyến
- Chuyên viên quan hệ công chúng và tổ chức sự kiện
-

Bên cạnh đó, với nền tảng kiến thức lý thuyết và thực tiễn vững chắc về Marketing và Marketing số, sau khi tốt nghiệp, sinh viên cũng có thể tự tạo lập doanh nghiệp và tìm kiếm cơ hội kinh doanh riêng cho bản thân hoặc trở thành các cán bộ nghiên cứu, cán bộ giảng dạy về Marketing tại các Viện, trường Đại học... hoặc tiếp tục học cao hơn ở trình độ Thạc sỹ, Tiến sỹ (Quản trị kinh doanh, Marketing) ở trong và ngoài nước.

CĐR của CTĐT ngành Marketing còn được xác định rõ ràng qua CĐR của từng học phần trong CTĐT ngành Marketing năm 2022 [H1.01.02.04] và mỗi học phần đều có CĐR cần đạt được và ma trận liên kết nội dung học phần với CĐR của học phần và CĐR của CTĐT.

Như vậy, có thể thấy CĐR của CTĐT ngành Marketing đã nêu cụ thể các yêu cầu về kiến thức, kỹ năng, mức tự chủ và trách nhiệm đối với người học tốt nghiệp và nêu rõ vị trí việc làm có thể đảm nhiệm trong tương lai.

Trước tháng 3 năm 2022, Học viện rà soát đổi mới CTĐT, trong đó có CĐR CTĐT dựa theo các quy định của Bộ GD&ĐT. Từ tháng 3/2022, Học viện ban hành Quy định về xây dựng, cải tiến và phát triển CTĐT theo Quyết định số 393/QĐ-HV ngày 23/3/2022 [H1.02.02.05]. Nội dung quy định có định nghĩa, hướng dẫn khá đầy đủ về nội dung, yêu cầu đối với CĐR của CTĐT trình độ đại học, trình độ thạc sỹ, trình độ tiến sỹ và CĐR của học phần. Học viện sẽ thành lập Hội đồng xây dựng CTĐT để xây dựng CĐR và các nội dung khác của CTĐT. Học việc quy định số lượng thành viên, cơ cấu của hội đồng (giáo viên am hiểu ngành/chuyên ngành, chuyên gia phát triển CTĐT và ĐBCLGD, đại diện nhà tuyển dụng). Nội dung cũng quy định 9 bước xây dựng CĐR và 9 bước xây dựng CTĐT. Văn bản cũng quy định, Hội đồng có thể thành lập tổ giúp việc để thực thi công việc. Trong quy trình thiết kế CĐR (CTĐT), ở bước thứ 4, thứ 5 và thứ 6 (ở bước 3, bước 4), Học viện yêu cầu thiết kế phiếu khảo sát CĐR cho các bên liên quan, thực hiện khảo sát, phân tích kết quả. Kết quả nhận được là cơ sở cho xây dựng CĐR. Ở quy định này Học viện cũng đưa ra mẫu phiếu khảo sát CĐR.

2. Điểm mạnh

Các CĐR của CTĐT đại học ngành Marketing được trình bày rõ ràng và đã cụ thể hóa mục tiêu phát triển của Học viện.

3. Điểm tồn tại

CĐR PLO20 thuộc nhóm kỹ năng bổ trợ và kỹ năng mềm “*Có khả năng sử dụng những phần mềm phân tích dữ liệu cơ bản (Excel, SPSS...)*” trong CTĐT ngành Marketing năm 2020 chưa thực sự rõ ràng do có thể bị nhầm lẫn với các CĐR liên quan đến kỹ năng chuyên môn, đặc biệt là PLO13 “*Có khả năng sử dụng các kỹ năng thu thập, phân tích và diễn giải các loại dữ liệu cơ bản (dữ liệu sơ cấp, dữ liệu thứ cấp, dữ liệu người dùng để lại trong môi trường Internet, dữ liệu số) và quản trị cơ sở dữ liệu nhằm phục vụ cho các quyết định Marketing*”.

4. Kế hoạch hành động

Học kỳ II, năm học 2023-2024, Bộ môn Marketing phối hợp với Phòng Đào tạo hiệu chỉnh, làm rõ nội dung của CĐR PLO20 thuộc nhóm kỹ năng bổ trợ và kỹ năng

mềm “Có khả năng sử dụng những phần mềm phân tích dữ liệu cơ bản (Excel, SPSS...)” trong CTĐT ngành Marketing năm 2020.

5. *Tự đánh giá*: Mức đạt được của tiêu chí: 4/7.

Tiêu chí 1.3: Chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo phản ánh được yêu cầu của các bên liên quan, được định kỳ rà soát, điều chỉnh và được công bố công khai.

1. *Mô tả hiện trạng*

Dựa trên kế hoạch chung của Học viện về kế hoạch thực hiện rà soát điều chỉnh CĐR theo 2 đợt vào các năm 2018 và năm 2020, Bộ môn Marketing đã xây dựng kế hoạch khảo sát lấy ý kiến các bên liên quan (bao gồm các nhà tuyển dụng; CBQL, GV; cựu SV và SV năm cuối) về CĐR của CTĐT ngành Marketing theo Kế hoạch số 111/KH-HV ngày 05/3/2018 [H1.01.03.01] và Kế hoạch số 10/KH-HV, ngày 09/01/2020 của Học viện về việc rà soát, đánh giá và cập nhật CTĐT trình độ đại học hệ chính quy [H1.01.03.02].

Trong đợt rà soát điều chỉnh CTĐT ngành Marketing năm 2018, Bộ môn Marketing đã dựa trên “Thông tư số 07/2015/TT-BGDĐT ngày 16/4/2015 của Bộ GD&ĐT quy định về khối lượng kiến thức tối thiểu, yêu cầu về năng lực mà NH đạt được sau khi tốt nghiệp với mỗi trình độ đào tạo của giáo dục đại học và quy trình xây dựng, thẩm định ban hành CTĐT trình độ ĐH, ThS, TS” để xây dựng và triển khai quy trình rà soát điều chỉnh CĐR [H1.01.02.04]; trong đợt rà soát điều chỉnh năm 2020, Bộ môn Marketing đã dựa trên Thông tư số 17/2021/TT-BGD&ĐT ngày 22/6/2021 của Bộ GD&ĐT quy định về quy định xây dựng, thẩm định và ban hành chương trình đào tạo các trình độ của giáo dục đại học [H1.01.03.03], với quy trình cụ thể: (1) Bộ môn xây dựng dự thảo về CĐR sửa đổi; (2) Khảo sát, lấy ý kiến của các bên liên quan về CĐR sửa đổi; (3) Tổ chức hội thảo Bộ môn để thảo luận và sửa đổi Dự thảo CĐR dựa trên kết quả khảo sát; (4) Trình Hội đồng KH&ĐT Học viện thẩm định phê duyệt CĐR mới; và (5) Giám đốc học viện ký ban hành CĐR mới.

CĐR của CTĐT đại học ngành Marketing được xây dựng trên cơ sở ý kiến đóng góp của các bên liên quan như doanh nghiệp (nhà tuyển dụng), chuyên gia đào tạo về Marketing, GV, SV và cựu SV. Cụ thể như sau:

Trong lần rà soát và điều chỉnh CĐR CTĐT năm 2018, Bộ môn Marketing đã xin ý kiến của 6 doanh nghiệp (nhà tuyển dụng), 10 chuyên gia đào tạo trong lĩnh vực Marketing, 10 GV giảng dạy trong CTĐT ngành Marketing của Học viện, khảo sát 40

sinh viên năm cuối đang theo học CTĐT ngành Marketing và 25 cựu sinh viên. Trên cơ sở tổng hợp các ý kiến đánh giá, góp ý cho CĐR, CTĐT [H1.01.01.13], Bộ môn Marketing đã dự thảo CĐR và CTĐT ngành Marketing năm 2018 và tiến hành đã tiến hành họp ở cấp Bộ môn nhằm rà soát và xin ý kiến GV về dự thảo CĐR và CTĐT ngành Marketing năm 2018 [H1.01.01.04], hoàn thiện và đề xuất với Học viện. Sau đó, Học viện đã tiến hành hội thảo nghiệm thu CĐR và CTĐT ngành Marketing năm 2018 [H1.01.01.05]. Như vậy, trong lần điều chỉnh CĐR và CTĐT ngành Marketing năm 2018, Bộ môn Marketing đã tiến hành xin ý kiến của đa dạng các bên liên quan từ GV, SV đang theo học, cựu SV, nhà tuyển dụng và chuyên gia đào tạo.

Trong lần điều chỉnh CĐR và CTĐT ngành Marketing năm 2020, Bộ môn Marketing đã xin ý kiến đánh giá, đóng góp của đầy đủ các bên liên quan với qui mô lớn hơn: GV SV, cựu SV, các doanh nghiệp (nhà tuyển dụng) và các chuyên gia đào tạo. Cụ thể, Bộ môn Marketing đã xin ý kiến của 9 doanh nghiệp (nhà tuyển dụng), 8 chuyên gia đào tạo trong lĩnh vực Marketing ở các trường đại học khác nhau, khảo sát ý kiến 12 GV tham gia giảng dạy CTĐT ngành Marketing của Học viện, khảo sát 27 sinh viên năm cuối đang theo học CTĐT ngành Marketing và 12 cựu sinh viên. Trên cơ sở tổng hợp các ý kiến đánh giá, góp ý cho CĐR, mô tả CTĐT và CTDH [H1.01.01.14], Bộ môn Marketing đã dự thảo CĐR và CTĐT, mô tả CTĐT ngành Marketing năm 2020 và tiến hành đã tiến hành họp ở cấp Bộ môn nhằm rà soát và xin ý kiến GV về dự thảo CĐR và CTĐT ngành Marketing năm 2020 [H1.01.01.06]. Sau đó, Học viện đã tiến hành hội thảo nghiệm thu và đồng ý thông qua CĐR và CTĐT ngành Marketing năm 2020 [H1.01.01.07].

Mặc dù việc lấy ý kiến của các bên liên quan đã được thực hiện nghiêm túc, bài bản và CĐR của CTĐT ngành Marketing năm 2022 đã phản ánh được yêu cầu của các bên liên quan, có sự tham gia ý kiến của các bên liên quan trong quá trình xây dựng. Tuy nhiên mẫu khảo sát của các nhà tuyển dụng chưa đa dạng (doanh nghiệp tư nhân, nhà nước, tổ chức nước ngoài) và chưa nhiều để đảm bảo tính đại diện cao và đối tượng tiếp cận CĐR của CTĐT còn chưa đề cập đến đối tượng là học sinh trung học phổ thông trên cả nước.

Từ năm 2018 đến nay, CĐR của CTĐT ngành Marketing được định kỳ rà soát, điều chỉnh 2 năm một lần theo kế hoạch của Học viện. Cụ thể, năm 2018, CĐR của CTĐT đại học ngành Marketing đã được rà soát theo kế hoạch số 111/KH-HV ngày 05/3/2018 của

Học viện về việc rà soát, đánh giá và cập nhật CTĐT trình độ đại học hệ chính quy [H1.01.03.01]. Năm 2020, CĐR của CTĐT đại học ngành Marketing đã được rà soát theo kế hoạch số 10/KH-HV ngày 09/1/2020 về việc rà soát, đánh giá và cập nhật CTĐT trình độ đại học hệ chính quy [H1.01.03.02].

Trong khi rà soát để điều chỉnh và cập nhật về CĐR của CTĐT ngành Marketing trình độ đại học nhằm đáp ứng nhu cầu của thị trường lao động, Học viện đã khảo sát ý kiến của các bên liên quan cho phiên bản năm 2022, bao gồm: nhà tuyển dụng: 9; chuyên gia và các nhà khoa học: 9; cựu người học: 12; sinh viên năm cuối: 27 và giảng viên: 8. Hội đồng khoa học và đào tạo đã họp thảo luận và thông qua CĐR của CTĐT ngành Marketing trình độ đại học sau mỗi lần rà soát và điều chỉnh.

CĐR của CTĐT trình độ đại học ngành Marketing năm 2020 và 2022 đều được gửi cho các đơn vị liên quan trong Học viện, Viện Kinh tế Bưu điện (trong đó có Bộ môn Marketing) và Khoa QTKD2 (trong đó có Bộ môn Marketing), lưu ở Thư viện của Học viện, Phòng Đào tạo, và gửi đến các bên liên quan ngoài Học viện bao gồm, Bộ Giáo dục và Đào tạo và Bộ Thông tin và Truyền thông [H1.01.03.04]. Đồng thời, CĐR của CTĐT cũng đã ban hành được công bố công khai trên website của Học viện tại trang thông tin đào tạo của Học viện [H1.01.03.05]. Trong tuần lễ sinh hoạt công dân đầu khóa khi nhập học, SV được giới thiệu về CĐR của CTĐT [H1.01.03.06]. Bên cạnh đó, CĐR của CTĐT còn được tích hợp trong hệ thống hỗ trợ học tập PTIT-Slink của Học viện [H1.01.03.07].

2. Điểm mạnh

CĐR của CTĐT được định kỳ rà soát, điều chỉnh 2 năm/lần và được công bố công khai với nhiều hình thức đa dạng. Trong quá trình rà soát, điều chỉnh, đơn vị có xin ý kiến đánh giá và góp ý của đa dạng các bên liên quan. Do vậy, CĐR của CTĐT phản ánh được yêu cầu của các bên liên quan.

3. Điểm tồn tại

Bộ môn Marketing đã khảo sát các bên liên quan về CĐR của CTĐT, tuy nhiên mẫu khảo sát của các nhà tuyển dụng chưa đa dạng (doanh nghiệp tư nhân, nhà nước, tổ chức nước ngoài) và đối tượng tiếp cận CĐR của CTĐT còn chưa đề cập đến đối tượng là học sinh trung học phổ thông trên cả nước.

4. Kế hoạch hành động

Năm học 2023-2024, Bộ môn Marketing chủ trì phối hợp với Phòng Chính trị & Công tác sinh viên (CT&CTSV) tổ chức khảo sát ý kiến của các nhà tuyển dụng với các đối tượng đa dạng hơn trong lần rà soát, điều chỉnh CTĐT tiếp theo.

5. Tự đánh giá: Mức đạt được của tiêu chí: 5/7.

Kết luận về Tiêu chuẩn 1

Tại tiêu chuẩn 1, CTĐT ngành Marketing có một số điểm mạnh. Thứ nhất, mục tiêu của CTĐT đã được xác định rõ ràng, phù hợp với sứ mạng và tầm nhìn của Học viện, phù hợp với mục tiêu của giáo dục đại học quy định tại Luật giáo dục đại học. Thứ hai, nhìn chung, CDR của CTĐT được xác định rõ ràng, bao quát được cả các yêu cầu chung và yêu cầu chuyên biệt mà người học cần đạt được sau khi hoàn thành CTĐT. Các mục tiêu và CDR về kiến thức và kỹ năng của CTĐT đã đáp ứng được những xu hướng phát triển mới trong lĩnh vực Marketing trên thế giới: xu hướng ứng dụng công nghệ số vào hoạt động Marketing, Marketing số. CDR của CTĐT được định kỳ rà soát, điều chỉnh 2 năm/lần và được công bố công khai với nhiều hình thức đa dạng.

Bên cạnh đó, CTĐT ngành Marketing vẫn còn có một số hạn chế như đã chỉ ra. Thứ nhất, mục tiêu về trình độ tin học (PO11) trong CTĐT năm 2022 về “Khả năng sử dụng tốt các công cụ tin học và phần mềm cơ bản và chuyên môn phục vụ cho công việc, học tập và nghiên cứu” vẫn chưa thực sự rõ ràng và có thể bị nhầm lẫn với mục tiêu liên quan đến kỹ năng chuyên môn. Thứ hai, CDR PLO20 thuộc nhóm kỹ năng bổ trợ và kỹ năng mềm “Có khả năng sử dụng những phần mềm phân tích dữ liệu cơ bản (Excel, SPSS...)” trong CTĐT ngành Marketing năm 2022 chưa thực sự rõ ràng do có thể bị nhầm lẫn với các CDR liên quan đến kỹ năng chuyên môn. Thứ ba, Việc xin ý kiến đánh giá, góp ý của các nhà tuyển dụng vào dự thảo CDR và CTĐT được tiến hành trên qui mô tương đối hạn chế và chưa thực sự đa dạng. Qui mô mẫu cựu sinh viên được khảo sát cũng chưa thực sự lớn và đa dạng. Tuy nhiên, Bộ môn Marketing đã có kế hoạch cụ thể nhằm khắc phục những hạn chế của tiêu chuẩn.

Tiêu chuẩn 1 có 3 tiêu chí: 4,6/7.

Tiêu chuẩn 2: Bản mô tả chương trình đào tạo

Mở đầu

Học viện chỉ đạo các Khoa, Bộ môn xây dựng đề cương môn học/học phần trong đó có thiết lập phương pháp và nội dung đánh giá người học. Đề cương chi tiết các học phần của các CTĐT đều ghi cụ thể các loại hình kiểm tra đánh giá và thi kết thúc học phần.

Các Khoa, Bộ môn xây dựng các loại hình đánh giá người học đa dạng tùy theo tính chất của môn/học phần.

Bản mô tả CTĐT trình độ đại học ngành Marketing được xây dựng theo hướng dẫn của Bộ GD&ĐT. Bản mô tả CTĐT cung cấp cho các bên liên quan các thông tin về CTĐT, mục tiêu của CTĐT bao gồm mục tiêu về kiến thức, kỹ năng chuyên môn, năng lực, phẩm chất đạo đức, trình độ ngoại ngữ; vị trí việc làm sau khi tốt nghiệp của người học; CDR của CTĐT; tiêu chí tuyển sinh; cấu trúc CTĐT; ma trận CDR gắn với các mục tiêu của CTĐT; ma trận CDR gắn với các học phần, thể hiện sự đóng góp của các học phần vào việc đạt CDR; cấu trúc và nội dung CDĐT; đề cương các môn học/học phần (bao gồm việc tóm tắt nội dung các học phần trong CTĐT, phương pháp dạy/học, kiểm tra/đánh giá). ĐCHP được chuẩn hoá, đầy đủ thông tin và cập nhật. Bản mô tả CTĐT và ĐCHP được cập nhật định kỳ và công bố công khai trên các phương tiện truyền thông Học viện.

Mỗi ĐCCT theo thiết kế được phân bổ vào từng học kỳ học đảm bảo cho người học tốt nghiệp theo thời gian thiết kế. Vào đầu các học kỳ, Phòng Giáo vụ đã xây dựng kế hoạch đào tạo, thời khóa biểu của học kỳ cho tất cả các CTĐT, các lớp. Kế hoạch/thời khóa biểu này được Học viện phê duyệt. Trên cơ sở đó các khoa/bộ môn phân công giáo viên giảng dạy, hướng dẫn thực hành theo thời khóa biểu.

Học viện đã đưa hệ thống đề cương chi tiết học phần lên cơ sở dữ liệu của Học viện, người sử dụng phải có mật khẩu khi cần truy nhập để tham khảo. Tất cả các đề cương học phần đều được công khai trên trang thông tin điện tử của Phòng Đào tạo để sinh viên tham khảo.

Tiêu chí 2.1: Bản mô tả chương trình đào tạo đầy đủ thông tin và cập nhật.

1. Mô tả hiện trạng

Năm 2018, những thông tin về CTĐT đại học ngành Marketing được thể hiện trong Chương trình giáo dục đại học ngành Marketing ban hành theo Quyết định số 289/QĐ-HV ngày 16/4/2018 về việc sửa đổi, bổ sung chương trình khung giáo dục đại học ngành Marketing năm 2018 [H1.01.01.01].

Năm 2020, bản mô tả CTĐT trình độ đại học ngành Marketing được ban hành theo Quyết định số 1620/QĐ-HV ngày 31/12/2020 [H2.02.01.01]. Bản mô tả CTĐT ngành Marketing năm 2020 được thiết kế bao gồm các nội dung:

- Các thông tin chung: tên CSGD; tên gọi của văn bản; tên CTĐT; thời gian đào tạo

- Mục tiêu của CTĐT bao gồm mục tiêu chung và mục tiêu cụ thể bao phủ các mục tiêu về kiến thức, kỹ năng, thái độ, trình độ ngoại ngữ và tin học;

- CĐR của CTĐT: gồm 24 CĐR chia thành 4 nhóm: kiến thức, kỹ năng, ngoại ngữ, năng lực tự chủ và trách nhiệm (gồm: 11 CĐR về kiến thức, gồm cả kiến thức chung và các kiến thức riêng cho 3 chuyên ngành, 10 CĐR các kỹ năng với 7 CĐR kỹ năng chuyên môn phủ cả kỹ năng chuyên môn chung và kỹ năng chuyên môn riêng cho 3 chuyên ngành và 3 CĐR kỹ năng bổ trợ và kỹ năng mềm, 2 CĐR về ngoại ngữ, 2 CĐR về năng lực tự chủ và trách nhiệm);

- Ma trận chuẩn đầu ra gắn với mục tiêu đào tạo;

- Đối tượng tuyển sinh và yêu cầu đầu vào;

- Quy trình đào tạo và điều kiện tốt nghiệp;

- Cấu trúc và nội dung CTĐT;

- Ma trận CĐR liên kết với các học phần, thể hiện sự đóng góp của các học phần vào việc đạt CĐR;

- Đề cương các môn học/học phần (bao gồm việc tóm tắt nội dung các học phần trong CTĐT);

- Thời điểm thiết kế hoặc điều chỉnh bản mô tả CTĐT.

Như vậy, trong lần điều chỉnh năm 2020, Học viện đã ban hành bản mô tả CTĐT ngành Marketing thành một tài liệu riêng. Giữa hai đợt rà soát, điều chỉnh CTĐT năm 2018 và 2020, mô tả CTĐT ngành Marketing cũng đã có những thay đổi đáng kể về mặt nội hàm. Cụ thể, bản mô tả CTĐT ngành Marketing năm 2020 đã được bổ sung ma trận chuẩn đầu ra gắn với mục tiêu đào tạo; ma trận CĐR liên kết với các học phần, thể hiện sự đóng góp của các học phần vào việc đạt CĐR; mô tả đầy đủ các học phần có trong CTĐT.

Bản mô tả CTĐT trình độ đại học ngành Marketing năm 2022 được ban hành theo Quyết định số 1455/QĐ-HV, ngày 27/10/2022 [H2.02.01.02] có các nội dung bao gồm: Tên CSGD: Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông; Tên gọi của văn bản: Cử nhân Marketing; Tên CTĐT: ngành Marketing; Thời gian đào tạo: 04 năm, Mục tiêu, CĐR của CTĐT; Ma trận chuẩn đầu ra gắn với mục tiêu đào tạo; Đối tượng tuyển sinh và yêu cầu đầu vào; Quy trình đào tạo và điều kiện tốt nghiệp; Cấu trúc và nội dung CTĐT;

Ma trận CDR liên kết với các học phần, thể hiện sự đóng góp của các học phần vào việc đạt CDR; Đề cương các môn học/học phần (bao gồm việc tóm tắt nội dung các học phần trong CTĐT); Thời điểm thiết kế hoặc điều chỉnh bản mô tả CTĐT: tháng 10 năm 2021.

Bản mô tả ban hành năm 2022 đã cập nhật các nội dung cần thiết trên cơ sở các ý kiến khảo sát, có điều chỉnh và hợp nhất một số học phần theo quy định chung, được công bố công khai cùng CTĐT. Bản mô tả CTĐT năm 2022 đã ghi nhận những thay đổi so với CTĐT năm 2020 là: bổ sung ma trận chuẩn đầu ra gắn với mục tiêu đào tạo; ma trận CDR liên kết với các học phần, thể hiện sự đóng góp của các học phần vào việc đạt CDR; mô tả đầy đủ các học phần có trong CTĐT; CTĐT được cấu trúc gồm 5 phần: kiến thức chung giáo dục đại cương 47 tín chỉ, kiến thức giáo dục chuyên nghiệp 81 tín chỉ, Thực tập tốt nghiệp 04 tín chỉ và khóa luận tốt nghiệp 06 tín chỉ; bổ sung ma trận kỹ năng (thể hiện sự đóng góp của các HP vào việc đạt CDR); ma trận thể hiện quan hệ giữa CDR và mục tiêu. Mục tiêu đào tạo, CDR CTĐT đã được xác định cô đọng, súc tích hơn, rõ ràng và phù hợp hơn với sứ mạng và tầm nhìn của Học viện trong Chiến lược phát triển Học viện ban hành năm 2021 [H1.01.01.10] là *“Đến năm 2030, Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông là trường đại học hàng đầu Việt nam về quy mô, chất lượng đào tạo, nghiên cứu khoa học; là hình mẫu tiên phong về chuyển đổi số trong giáo dục đại học; trở thành trường đại học hàng đầu của khu vực, nằm trong nhóm 100 trường đại học hàng đầu châu Á, nhóm 5 trường đại học hàng đầu Đông Nam Á về công nghệ số”*, cũng như phù hợp mục tiêu của giáo dục đại học quy định tại Luật giáo dục đại học thể hiện trong Điều 5 Luật giáo dục đại học năm 2012 [H1.01.01.11] và Luật Giáo dục đại học sửa đổi 2018 [H1.01.01.12] là *“Đào tạo trình độ đại học để SV có kiến thức chuyên môn toàn diện, nắm vững nguyên lý, quy luật tự nhiên - xã hội, có kỹ năng thực hành cơ bản, có khả năng làm việc độc lập, sáng tạo và giải quyết những vấn đề thuộc ngành được đào tạo”*.

Phiếu khảo sát xin ý kiến các bên liên quan và báo cáo tổng hợp ý kiến khảo sát về dự thảo CDR, CTĐT và bản mô tả CTĐT năm 2020 [H1.01.01.14]; Biên bản họp Bộ môn Marketing về đóng góp ý kiến cho dự thảo chương trình khung giáo dục đại học ngành Marketing năm 2020 [H1.01.01.06] khẳng định Bản mô tả CTĐT ngành Marketing đã có đủ các nội dung theo Công văn số 1669/QLCL-KĐCLGD ngày 31/12/2019 của Cục Quản lý chất lượng. Tuy nhiên, có thể thấy các ý kiến đóng góp cho Bản mô tả CTĐT ngành Marketing năm 2020 của các bên liên quan ngoài Học viện chưa

thật sự sâu để có thể khai thác được các thông tin hữu ích phục vụ cho việc điều chỉnh bản mô tả CTĐT ngành Marketing.

2. Điểm mạnh

Bản mô tả CTĐT ngành Marketing của Học viện ban hành năm 2022 có đầy đủ các mục nội dung theo quy định và còn có những thay đổi về nội dung các mục, đặc biệt là thay đổi trong mục tiêu, CDR CTĐT và được bổ sung ma trận chuẩn đầu ra gắn với mục tiêu đào tạo.

3. Điểm tồn tại

Các ý kiến đóng góp cho bản mô tả CTĐT ngành Marketing năm 2022 của các bên liên quan ngoài Học viện chưa thật sự sâu để có thể khai thác được các thông tin hữu ích phục vụ cho việc điều chỉnh bản mô tả CTĐT ngành Marketing.

4. Kế hoạch hành động

Năm học 2023-2024, phòng Đào tạo phối hợp với Bộ môn Marketing nghiên cứu, đề xuất các giải pháp thông qua các mối liên kết với các cựu SV để kết nối được đông đảo các nhà tuyển dụng, hiệp hội nghề nghiệp tham gia đóng góp ý kiến thiết thực nhằm cải tiến và cập nhật bản mô tả CTĐT ngành Marketing của Học viện.

5. Tự đánh giá: Mức đạt được của tiêu chí: 5/7.

Tiêu chí 2.2: Đề cương các học phần đầy đủ thông tin và cập nhật.

1. Mô tả hiện trạng

Trong giai đoạn trước năm 2022, hàng năm, Phòng Đào tạo đề xuất mẫu đề cương chi tiết học phần và Học viện ban hành các văn bản hướng dẫn các đơn vị xây dựng/điều chỉnh đề cương chi tiết học phần trong CTĐT hiện hành [H2.02.02.01] và năm 2022, Học viện ban hành quy định xây dựng, cải tiến và phát triển CTĐT theo Quyết định số 393/QĐ-HV ngày 23/3/2022 [H2.02.02.02]. Đồng thời, căn cứ quy định của Bộ GD&ĐT, Học viện đã chỉnh sửa mẫu đề cương chi tiết học phần theo Quyết định số 705/QĐ-HV ngày 09/6//2022 [H2.02.02.03].

Nội dung đề cương chi tiết các học phần trong CTĐT ngành Marketing được ban hành cùng Chương trình khung giáo dục đại học ngành Marketing trình độ đại học ban hành theo Quyết định số 523/QĐ-HV ngày 30/5/2016 [H2.02.02.04] và được áp dụng cho các khóa tuyển sinh từ năm 2017. Trong các năm từ 2017 đến 2022, nội dung đề cương chi tiết các học phần trong CTĐT ngành Marketing được điều chỉnh thường xuyên và thể hiện tại các quyển đề cương chi tiết hàng năm từ 2017 đến 2022 ban hành theo các

quyết định: Phê duyệt đề cương chi tiết các học phần trong CTĐT ĐH được hiệu chỉnh và xây dựng mới năm 2017 theo Quyết định số 139/QĐ-HV, ngày 02/03/2018 [H2.02.02.05]; phê duyệt đề cương chi tiết các học phần trong CTĐT ĐH được hiệu chỉnh và xây dựng mới năm 2018 và 2019 ban hành theo Quyết định số 151/QĐ-HV ngày 05/03/2020 [H2.02.02.06]; phê duyệt đề cương chi tiết các học phần trong CTĐT ĐH được hiệu chỉnh và biên soạn mới năm 2021 ban hành theo Quyết định số 134/QĐ-HV ngày 26/02/2021 [H2.02.02.07]. Toàn bộ đề cương chi tiết các học phần trong CTĐT ngành Marketing ban hành năm 2022 bao gồm các thông tin cơ bản bắt buộc:

- Thông tin về học phần: tên học phần, mã học phần, số tín chỉ, loại học phần, phân bố thời gian học phần;
- Thông tin về GV giảng dạy: thông tin của các GV đảm nhiệm giảng dạy, bộ môn, khoa;
- Mô tả môn học/học phần: gồm mô tả chung, mục tiêu của học phần
- Tóm tắt nội dung học phần: thể hiện CDR mong muốn của học phần;
- Nội dung chi tiết của học phần
- Học liệu (sách/giáo trình/bài giảng...) sử dụng cho học phần: gồm học liệu bắt buộc và học liệu tham khảo;
- Hình thức tổ chức dạy học: bao gồm lịch trình chung và lịch trình tổ chức dạy học cụ thể;
- Chính sách đối với học phần
- Phương pháp, hình thức kiểm tra- đánh giá kết quả học tập

Căn cứ quy định của Học viện về xây dựng, cải tiến và phát triển CTĐT, năm 2022, Bộ môn Marketing đã họp, rà soát, tiến hành phân công/phối hợp với các đơn vị cập nhật bổ sung các thông tin cho toàn bộ đề cương các học phần trong CTĐT ngành Marketing nhằm đảm bảo các đề cương học phần trong chương trình có đủ các thông tin theo yêu cầu của mẫu đề cương chi tiết mới được ban hành. Theo đó các đề cương học phần được rà soát được bổ sung, cập nhật và làm rõ một số nội dung hơn. Cụ thể, nội dung mô tả môn học/học phần làm rõ mô tả chung, mục tiêu và CDR của học phần, ma trận liên kết nội dung của học phần và các CDR của học phần. Phương pháp dạy và học của các học phần cũng được làm rõ hơn và tách ra thành một mục riêng. Các đề cương học phần chi tiết thuộc CTĐT ngành Marketing được Học viện ban hành năm 2022 được thể hiện

trong quyển CTĐT đại học theo học chế tín chỉ hệ chính qui ngành Marketing năm 2022 [H2.02.02.08].

Như vậy, tính đến 31/12/2022, 100% đề cương học phần trong CTĐT ngành Marketing được thống nhất về mặt hình thức và bao gồm đầy đủ những thông tin theo hướng dẫn tại Công văn số 1669/QLCL - KĐCLGD ngày 31/12/2019 của Cục Quản lý chất lượng, cụ thể:

- Thông tin về học phần: tên học phần, mã học phần, số tín chỉ, loại học phần, phân bổ thời gian học phần;

- Thông tin về GV giảng dạy: thông tin của các GV đảm nhiệm giảng dạy, bộ môn, khoa;

- Mô tả môn học/học phần: gồm mô tả chung, mục tiêu và CĐR của học phần, ma trận liên kết nội dung của học phần và các CĐR của học phần

- Nội dung chi tiết của học phần

- Học liệu (sách/giáo trình/bài giảng...) sử dụng cho học phần: gồm học liệu bắt buộc và học liệu tham khảo;

- Hình thức tổ chức dạy học: bao gồm lịch trình chung và lịch trình tổ chức dạy học cụ thể;

- Phương pháp dạy- học

- Chính sách đối với học phần và các yêu cầu

- Phương pháp, hình thức kiểm tra- đánh giá kết quả học tập

Việc xây dựng, điều chỉnh, bổ sung nội dung đề cương học phần (ĐCHP) trong CTĐT ngành Marketing được thực hiện thường xuyên hàng năm theo kế hoạch của Học viện thông qua việc các quyết định giao kế hoạch xây dựng và hiệu chỉnh đề cương chi tiết học phần hàng năm [H2.02.02.09], bao gồm: Quyết định số 296/QĐ-HV ngày 18/4/2018 của Giám đốc Học viện về việc giao biên soạn và hiệu chỉnh đề cương chi tiết học phần, học liệu năm 2018 cho các Khoa đào tạo 1, Quyết định số 43/QĐ-HV ngày 05/3/2020 của Giám đốc Học viện về việc giao biên soạn và hiệu chỉnh đề cương chi tiết học phần, học liệu năm 2020, Quyết định số 574/QĐ-HV ngày 28/4/2022 của Giám đốc Học viện về việc giao biên soạn và hiệu chỉnh đề cương chi tiết học phần, học liệu đợt 1, năm 2022; Quyết định số 980/QĐ-HV ngày 02/8/2022 của Giám đốc Học viện về việc giao biên soạn và hiệu chỉnh đề cương chi tiết học phần, học liệu đợt 2, năm 2022; ..., đây

là cơ sở để Bộ môn Marketing tiến hành rà soát, điều chỉnh, biên soạn toàn bộ các học phần trong CTĐT ngành Marketing.

Việc điều chỉnh ĐCHP được triển khai thực hiện vào đầu Quý I hàng năm, Học viện gửi thông báo về việc đăng ký kế hoạch hiệu chỉnh CTĐT, xây dựng, điều chỉnh đề cương chi tiết và học liệu tới từng Khoa/Bộ môn thuộc Học viện [H2.02.02.10]. Căn cứ thông báo của Học viện, Bộ môn Marketing quán triệt, phổ biến tới từng GV thuộc Bộ môn, trên cơ sở đánh giá tình hình và nhu cầu thực tiễn, Bộ môn Marketing họp bàn và thống nhất kế hoạch để đăng ký các học phần cần điều chỉnh ĐCHP [H2.02.02.11] gửi Phòng Đào tạo tổng hợp và trình Giám đốc Học viện ban hành Quyết định giao kế hoạch xây dựng, hiệu chỉnh đề cương chi tiết học phần và học liệu hàng năm cho các ngành đào tạo, trong đó có ngành Marketing [H2.02.02.12]. Căn cứ kế hoạch được Học viện giao, Bộ môn Marketing phân công nhiệm vụ GV và tổ chức các cuộc họp, hội thảo cấp bộ môn để điều chỉnh và nghiệm thu ĐCHP [H2.02.02.13] và chuyển cho phòng Đào tạo rà soát, thẩm định, trình Giám đốc Học viện ký quyết định phê duyệt đề cương chi tiết các học phần trong CTĐT đại học được hiệu chỉnh và xây dựng mới hàng năm [H2.02.02.14].

Như vậy, từ năm 2017 đến 2022, tất cả ĐCHP trong CTĐT ngành Marketing đã được định kỳ rà soát, bổ sung/điều chỉnh/cập nhật theo kế hoạch của Học viện. Việc rà soát, bổ sung/điều chỉnh/cập nhật ĐCHP trong CTĐT được triển khai theo cả hai hướng là cập nhật/bổ sung thông tin về mặt hình thức và/hoặc cập nhật nội dung đề cương học phần, do vậy, các đề cương học phần đều đầy đủ các thông tin cần thiết. Đề cương chi tiết học phần của ngành Marketing được điều chỉnh hàng năm có thay đổi cụ thể:

- Năm 2018, Bộ môn điều chỉnh, bổ sung/cập nhật 05 đề cương học phần gồm: Khai phá dữ liệu Marketing, Phân tích Marketing, Quản trị bán hàng, Quản trị quan hệ khách hàng, Trí tuệ Marketing.

- Năm 2019, Bộ môn điều chỉnh, bổ sung/cập nhật 01 đề cương học phần Phân tích web.

- Năm 2020, Bộ môn điều chỉnh, bổ sung/cập nhật 01 đề cương học phần Phát triển và ứng dụng web trong Marketing.

- Năm 2021, Bộ môn điều chỉnh, bổ sung/cập nhật 04 đề cương học phần gồm: Hành vi khách hàng, Marketing căn bản, Marketing dựa trên giá trị, Truyền thông nội bộ trong tổ chức.

- Năm 2022, Bộ môn điều chỉnh, bổ sung/cập nhật toàn bộ 49 đề cương học phần có trong chương trình nhằm đảm bảo các đề cương học phần trong chương trình có đủ các thông tin theo yêu cầu của mẫu đề cương chi tiết mới được ban hành.

Tất cả đề cương chi tiết học phần trong CTĐT ngành Marketing được định kỳ rà soát, bổ sung/điều chỉnh/cập nhật theo kế hoạch của Học viện. Việc cập nhật đề cương học phần được triển khai theo cả hai hướng là cập nhật số mục trong mỗi đề cương và cập nhật nội dung đề cương. Thứ nhất, về số mục trong mỗi đề cương, các đơn vị tiến hành soạn thảo dựa theo mẫu đề cương do phòng Đào tạo cung cấp. Đề cương chi tiết học phần năm 2022 đã có thay đổi khi được bổ sung phương pháp dạy - học.

Nội dung ĐCHP cũng được định kỳ rà soát điều chỉnh dựa trên khảo sát, lấy ý kiến của các bên liên quan để xây dựng, triển khai, rà soát, điều chỉnh CTĐT và CĐR của Học viện. Bộ môn Marketing đã tiến hành khảo sát các bên liên quan về CTĐT, CĐR và CTDH của CTĐT ngành Marketing để làm căn cứ điều chỉnh Đề cương chi tiết học phần [H1.01.01.13], [H1.01.01.14]. Quy trình rà soát, bổ sung/điều chỉnh/cập nhật đề cương học phần trong CTĐT Marketing là bài bản và rõ ràng, tuy nhiên, các bên liên quan tham gia như các chuyên gia, nhà khoa học, đơn vị sử dụng lao động vào quá trình rà soát, điều chỉnh và cập nhật các đề cương học phần còn chưa nhiều, đặc biệt là các học phần chuyên ngành và một số câu hỏi trong phiếu khảo sát không được đối tượng được khảo sát trả lời hoặc trả lời với cùng một mức cho các câu hỏi khác nhau, điều này dẫn đến độ tin cậy của kết quả khảo sát không cao, ảnh hưởng đến việc cập nhật nội dung chi tiết giảng dạy trong các học phần, đặc biệt là các học phần chuyên ngành, có thể còn có những hạn chế.

CTĐT ngành Marketing trình độ đại học năm 2022 [H1.01.01.03] có tất cả 65 học phần (128 tín chỉ) gồm: Phần kiến thức giáo dục đại cương với 47 tín chỉ chiếm 36,7% (22,6% kiến thức chung và 14,1% kiến thức khoa học cơ bản/khoa học xã hội); Phần kiến thức giáo dục chuyên nghiệp với 81 tín chỉ chiếm 63,3% (44,5% kiến thức cơ sở ngành, 11% kiến thức chuyên ngành và 7,8% Thực tập và tốt nghiệp. CTĐT được cấu trúc gồm 5 phần: kiến thức chung giáo dục đại cương 47 tín chỉ, kiến thức giáo dục chuyên nghiệp 81 tín chỉ, Thực tập tốt nghiệp 04 tín chỉ và khóa luận tốt nghiệp 06 tín chỉ; cập nhật 04 đề cương học phần gồm: Hành vi khách hàng, Marketing căn bản, Marketing dựa trên giá trị, Truyền thông nội bộ trong tổ chức.

2. Điểm mạnh

Tất cả các đề cương chi tiết học phần trong CTĐT ngành Marketing đều đầy đủ các thông tin cần thiết, được định kỳ rà soát, bổ sung/điều chỉnh/cập nhật theo kế hoạch của Học viện.

3. Điểm tồn tại

Sự tham gia của các chuyên gia bên ngoài và nhà tuyển dụng vào quá trình rà soát, điều chỉnh và bổ sung cập nhật các đề cương học phần, đặc biệt là các học phần chuyên ngành, còn ít.

4. Kế hoạch hành động

Từ năm 2024, Bộ môn Marketing nghiên cứu, đề xuất sự tham gia của các chuyên gia bên ngoài và nhà tuyển dụng vào quá trình rà soát, điều chỉnh và bổ sung cập nhật các đề cương học phần, đặc biệt là các học phần chuyên ngành. Cụ thể, Bộ môn Marketing sẽ mời các chuyên gia bên ngoài và nhà tuyển dụng vào các cuộc họp/hội thảo chuyên môn về rà soát/đánh giá các đề cương học phần và hội thảo nghiệm thu các đề cương học phần được hiệu chỉnh hàng năm.

5. Tự đánh giá: Mức đạt được của tiêu chí: 5/7.

Tiêu chí 2.3: Bản mô tả chương trình đào tạo và đề cương các học phần được công bố công khai và các bên liên quan dễ dàng tiếp cận.

1. Mô tả hiện trạng

Thông tin về Bản mô tả CTĐT ngành Marketing trong Chương trình giáo dục đại học ngành Marketing năm 2018 ban hành theo Quyết định số 289/QĐ-HV ngày 16/4/2018 [H1.01.01.01], bản mô tả CTĐT đại học ngành Marketing năm 2020 và 2022 [H2.02.01.01], [H2.02.01.02] đã được gửi cho các đơn vị liên quan trong Học viện, trong đó có Viện Kinh tế Bưu điện và Khoa QTKD2, lưu tại Thư viện và tại phòng Đào tạo [H2.02.03.01]. Đồng thời, Bản mô tả CTĐT cũng được gửi cho các đơn vị có liên quan bên ngoài Học viện, bao gồm Bộ Giáo dục và Đào tạo và Bộ Thông tin và Truyền thông [H2.02.03.02].

Để các cơ quan quản lý, SV đang theo học, SV khóa mới, các cá nhân và tổ chức có nhu cầu tìm hiểu về CTĐT ngành Marketing, bản mô tả CTĐT và ĐCHP sau khi được Giám đốc phê duyệt chính thức đã được công bố trên Website của Học viện. (<https://ptit.edu.vn>) [H2.02.03.03]. Ngoài ra, SV được cung cấp tài khoản cá nhân trên hệ thống học tập Edusoft và hệ thống hỗ trợ học tập PTTT-Slink để dễ dàng và thuận tiện

truy cập, tìm hiểu nội dung ĐCHP theo ngành học của mình để phục vụ cho quá trình học tập của cá nhân [H2.02.03.04].

Trong quá trình đào tạo, SV từ khi nhập học đã được cung cấp thông tin đầy đủ về CTĐT và ĐCHP thông qua các tài liệu được phổ biến khi nhập học và Bộ môn Marketing đều giới thiệu với tân SV về bản mô tả CTĐT của ngành Marketing trong Tuần lễ sinh hoạt công dân đầu năm học, khóa học [H2.02.03.05]. Đề cương chi tiết học phần cũng được các giảng viên giới thiệu với SV trong giờ học đầu tiên của mỗi học phần qua slide bài giảng mỗi học phần, đồng thời GV cũng có những hướng dẫn chi tiết cho SV cách tra cứu Đề cương chi tiết học phần trên website của Học viện.

Như vậy, các bên liên quan như cơ quan quản lý, nhà sử dụng lao động, GV, NH, cựu NH v.v... đều có thể tiếp cận với bản mô tả CTĐT trên Website Học viện (<https://ptit.edu.vn>). Đối với cơ quan quản lý trực tiếp Học viện là Bộ Thông tin & Truyền thông, sau mỗi đợt rà soát điều chỉnh CTĐT, Học viện đều soạn công văn gửi Bộ GD&ĐT để báo cáo việc ban hành lại các CTĐT các ngành của Học viện. Tuy nhiên, Học viện chưa dịch Bản mô tả CTĐT ngành Marketing sang tiếng Anh để để cung cấp, trao đổi với đối tác nước ngoài, bao gồm các trường đại học, các viện nghiên cứu, nhằm tăng cường hợp tác để có thể tiến tới công nhận CTĐT của nhau trong các hoạt động hợp tác đào tạo.

2. Điểm mạnh

Bản mô tả CTĐT đại học ngành Marketing và đề cương các học phần được công bố rộng rãi, công khai, sử dụng đa dạng các kênh thông tin.

3. Điểm tồn tại

Học viện chưa dịch Bản mô tả CTĐT ngành Marketing sang tiếng Anh để cung cấp, trao đổi với đối tác nước ngoài.

4. Kế hoạch hành động

Quý II Năm 2024, Phòng Đào tạo phối hợp với Bộ môn Marketing thực hiện dịch Bản mô tả CTĐT ngành Marketing sang tiếng Anh để đăng tải trên website Học viện.

5. Tự đánh giá: Mức đạt được của tiêu chí: 5/7

Kết luận về Tiêu chuẩn 2

Liên quan đến tiêu chuẩn 2, CTĐT ngành Marketing có một số điểm mạnh. Thứ nhất, bản mô tả CTĐT ngành Marketing của Học viện ban hành năm 2022 có đầy đủ các mục nội dung theo quy định và còn có những thay đổi về nội dung các mục, đặc biệt là

thay đổi trong mục tiêu, CDR CTĐT và được bổ sung ma trận chuẩn đầu ra gắn với mục tiêu đào tạo; ma trận CDR liên kết với các học phần, thể hiện sự đóng góp của các học phần vào việc đạt CDR. Ngoài ra, từ năm 2017 đến 2022, tất cả đề cương chi tiết học phần trong CTĐT ngành Marketing đã được định kỳ rà soát, bổ sung/điều chỉnh/cập nhật theo kế hoạch của Học viện. Việc rà soát, bổ sung/điều chỉnh/cập nhật đề cương học phần trong CTĐT được triển khai theo cả hai hướng là cập nhật/bổ sung thông tin về mặt hình thức và/hoặc cập nhật nội dung đề cương học phần. Do vậy, các đề cương học phần đều đầy đủ các thông tin cần thiết. Quy trình rà soát, bổ sung/điều chỉnh/cập nhật đề cương học phần trong CTĐT Marketing là bài bản và rõ ràng. Thứ ba, bản mô tả CTĐT đại học ngành Marketing và đề cương các học phần được công bố rộng rãi, công khai, sử dụng đa dạng các kênh thông tin.

Bên cạnh đó, CTĐT ngành Marketing vẫn còn có một vài hạn chế như đã chỉ ra. Thứ nhất, các ý kiến đóng góp cho bản mô tả CTĐT ngành Marketing năm 2022 của các bên liên quan ngoài Học viện chưa thật sự sâu để có thể khai thác được các thông tin hữu ích phục vụ cho việc điều chỉnh bản mô tả CTĐT ngành Marketing. Ngoài ra, sự tham gia của các chuyên gia bên ngoài và nhà tuyển dụng vào quá trình rà soát, điều chỉnh và bổ sung cập nhật các đề cương học phần, đặc biệt là các học phần chuyên ngành, còn ít. Cuối cùng, bản mô tả CTĐT ngành Marketing hiện vẫn chưa được sang tiếng Anh để cung cấp, trao đổi với đối tác nước ngoài.

Tuy nhiên, Bộ môn Marketing đã có kế hoạch nhằm khắc phục những hạn chế, cụ thể: Nghiên cứu, đề xuất các giải pháp để kết nối được đồng đảo các nhà tuyển dụng, các tổ chức và hiệp hội nghề nghiệp tham gia đóng góp ý kiến thiết thực nhằm cải tiến và cập nhật bản mô tả CTĐT ngành Marketing của Học viện; đề xuất sự tham gia của các chuyên gia bên ngoài và nhà tuyển dụng vào quá trình rà soát, điều chỉnh và bổ sung cập nhật các đề cương học phần, đặc biệt là các học phần chuyên ngành; mời các chuyên gia bên ngoài và nhà tuyển dụng vào các cuộc họp/hội thảo chuyên môn về rà soát/đánh giá các đề cương học phần và hội thảo nghiệm thu các đề cương học phần được hiệu chỉnh hàng năm.

Tiêu chuẩn 2 có 3 tiêu chí: 5,00/7.

Tiêu chuẩn 3: Cấu trúc và nội dung chương trình dạy học

Mở đầu

Chương trình dạy học (CTDH) ngành Marketing được cấu trúc hợp lý, tuân thủ theo các văn bản quy định về xây dựng CTDH của Bộ Giáo dục & Đào tạo về hình thức, mục tiêu, yêu cầu về chuẩn kiến thức, kỹ năng, thái độ, nhu cầu nhân lực của thị trường lao động.

Các phương pháp dạy và học, kiểm tra đánh giá người học được sử dụng nhằm đảm bảo đạt các CĐR chung của CTDH và các mục tiêu chung, mục tiêu cụ thể của từng học phần. Nội dung các học phần được cấu trúc logic, theo trình tự và mang tính tích hợp, linh hoạt, thể hiện tính khoa học của toàn bộ CTDH. Đồng thời, CTDH của ngành Marketing liên tục được rà soát định kỳ nhằm đảm bảo tính thích hợp, cập nhật ở từng học phần cụ thể và ở CTDH tổng thể.

Chương trình dạy học (CTDH) ngành Marketing được thiết kế cho các phương pháp giảng dạy, học tập và đánh giá người học góp phần hỗ trợ việc đạt được các chuẩn đầu ra. Đây là tiến trình có “sự tương thích có định hướng” (constructive alignment). “Có định hướng” (Constructive) có nghĩa là người học chủ động tạo ra sự hiểu biết dựa trên các hoạt động dạy và học có liên quan. “Sự tương thích” (Alignment) là khái niệm để chỉ các hoạt động dạy và học, hoạt động kiểm tra, đánh giá người học được xây dựng tương thích với nhau nhằm đảm bảo việc đạt được chuẩn đầu ra. “Sự tương thích có định hướng” liên quan đến các hoạt động sau:

- Xây dựng chuẩn đầu ra có thể đo được
- Lựa chọn các phương pháp dạy và học để đảm bảo việc đạt được chuẩn đầu ra.
- Đánh giá mức độ đạt được chuẩn đầu ra của người học.

Tiêu chí 3.1: Chương trình dạy học được thiết kế dựa trên chuẩn đầu ra.

1. Mô tả hiện trạng

CTDH đại học ngành Marketing được thiết kế theo hướng dẫn chung do Bộ GD&ĐT quy định và được thiết kế dựa trên các yêu cầu của CĐR về kiến thức, kỹ năng, năng lực tự chủ và trách nhiệm CĐR của CTĐT. CTDH các năm 2018, năm 2020 và năm 2022 đều có mục tiêu đào tạo, CĐR và các nội dung theo quy định. Theo đó, định hướng quá trình thiết kế, xây dựng CTDH hoàn toàn dựa trên CĐR đã được xác định ngay từ đầu, như mô tả trên Hình 3.1 (*Phụ lục 02*) Theo quy trình này, Bộ môn Marketing đã lên ý tưởng và thiết kế, xây dựng Khung chương trình gồm các khối kiến thức xuất phát từ CĐR về kiến thức, kỹ năng, mức tự chủ và trách nhiệm. Sau khi có Khung chương trình, Ma trận Học phần - CĐR được xây dựng và đề cương chi tiết (ĐCCT) của các học phần

được phân công cho các Bộ môn chuyên ngành xây dựng. Sau khi hoàn tất việc xây dựng ĐCCT các học phần, Khoa/ Bộ môn hoàn chỉnh hồ sơ và thực hiện các bước thẩm định CTDH.

Có thể chia CĐR của CTDH ngành Marketing ban hành năm 2020 [H1.01.02.01] thành 4 nhóm như thể hiện trong Bảng 3.1 (*Phụ lục 02*) Các CĐR về kiến thức (bao gồm kiến thức đại cương, giáo dục chuyên nghiệp, thực tập và tốt nghiệp) và các CĐR kỹ năng (bao gồm kỹ năng chuyên môn, kỹ năng bổ trợ và kỹ năng mềm), các CĐR về ngoại ngữ, CĐR về năng lực tự chủ và trách nhiệm. Trong 11 CĐR về kiến thức có 8 CĐR chung, 3 CĐR về kiến thức chuyên ngành tương ứng với 3 chuyên ngành đào tạo. Trong 9 CĐR về kỹ năng chuyên môn có 6 CĐR kỹ năng chuyên môn chung, kỹ năng bổ trợ và kỹ năng mềm, 3 CĐR kỹ năng chuyên ngành. Hai CĐR ngoại ngữ và hai chuẩn đầu ra năng lực tự chủ và trách nhiệm áp dụng cho cả 3 chuyên ngành.

CĐR của CTĐT năm 2022 [H1.01.02.02] có 24 chuẩn nhằm đạt được mục tiêu đào tạo. Tổng thời lượng của CTDH gồm 65 học phần (128 tín chỉ) gồm: Phần kiến thức giáo dục đại cương với 47 tín chỉ chiếm 36,7% (22,6% kiến thức chung và 14,1% kiến thức khoa học cơ bản/khoa học xã hội); Phần kiến thức giáo dục chuyên nghiệp với 81 tín chỉ chiếm 63,3% (44,5% kiến thức cơ sở ngành, 11% kiến thức chuyên ngành và 7,8% Thực tập và tốt nghiệp). CTDH năm 2022 có ma trận kỹ năng kết nối từng học phần với CĐR của CTĐT. Các học phần có mục tiêu học phần, CĐR của học phần; các nội dung của từng học phần đều chi ra việc đáp ứng CĐR của học phần. Bảng 3.2 (*Phụ lục 02*) mô tả cấu trúc các khối kiến thức của CTDH ngành Marketing phiên bản 2022 và khả năng đáp ứng các CĐR.

Từ CĐR CTĐT ngành Marketing nêu trên, các khối kiến thức và kỹ năng tương ứng được xây dựng với các học phần và thể hiện sự đóng góp của học phần nhằm đạt CĐR về kiến thức, kỹ năng, mức tự chủ và trách nhiệm. Điều này đã được thể hiện trong ma trận CĐR học phần

Ma trận Học phần - CĐR thể hiện sự đóng góp của mỗi học phần trong việc đạt được CĐR của CTĐT, được thể hiện tại Bảng 3.3 (*Phụ lục 02*). Mỗi học phần đều có mức độ năng lực mong muốn chuẩn đầu ra khác nhau. Mức độ năng lực mong muốn được đánh giá dựa trên thang điểm 1-5, trên cơ sở các kết quả khảo sát ý kiến của các đơn vị sử dụng lao động, các cựu sinh viên và sinh viên năm cuối về những năng lực cần thiết, quan trọng đối với sinh viên tốt nghiệp CTĐT cử nhân ngành Marketing, cũng như

ý kiến các chuyên gia về dự thảo khung chương trình. Mức độ năng lực mong muốn từ mỗi học phần cũng thể hiện sự đóng góp của các học phần vào chuẩn đầu ra của CTDH. Mức độ năng lực mong muốn được đánh giá trên thang điểm 1-5 với mức 1 - biết, hiểu; 2- hiểu và có thể tham gia; 3 - hiểu và có thể giải thích; 4 - có thể thực hành thành thạo; 5 - có khả năng tổng hợp, đánh giá, sáng tạo.

Phiếu khảo sát, xin ý kiến các bên liên quan và báo cáo tổng hợp ý kiến khảo sát về dự thảo CTĐT và bản mô tả CTĐT năm 2018 [H1.01.01.13], báo cáo tổng hợp ý kiến khảo sát về CTDH ngành Marketing năm 2018 [H3.03.01.01]; Biên bản họp Bộ môn Marketing đóng góp ý kiến cho dự thảo chương trình khung giáo dục đại học ngành Marketing năm 2018 [H1.01.01.04] và CTDH ngành Marketing năm 2018 [H1.01.01.02]; Biên bản Hội thảo nghiệm thu CTĐT ngành Marketing năm 2018 cấp Học viện [H1.01.01.05]; Phiếu khảo sát, xin ý kiến các bên liên quan và báo cáo tổng hợp ý kiến khảo sát về dự thảo CTĐT và bản mô tả CTĐT năm 2020 [H1.01.01.13] và báo cáo tổng hợp ý kiến khảo sát CTDH ngành Marketing năm 2020 [H3.03.01.02]; Biên bản họp Bộ môn Marketing về đóng góp ý kiến cho dự thảo chương trình khung giáo dục đại học ngành Marketing năm 2020 [H1.01.01.06] và CTDH ngành Marketing năm 2020 [H3.03.01.03]; Biên bản Hội thảo nghiệm thu CTĐT ngành Marketing năm 2020 cấp Học viện [H1.01.01.07] đã cho thấy CTDH ngành Marketing năm 2020 và 2022 được thiết kế dựa trên các yêu cầu của chuẩn đầu ra về kiến thức, kỹ năng, mức tự chủ và trách nhiệm.

Tổ hợp các phương pháp giảng dạy, học tập được sử dụng cho tất cả các học phần trong CTĐT ngành Marketing được thể hiện qua bảng thống kê phương pháp dạy và học, phương pháp kiểm tra, đánh giá chương trình dạy học ngành Marketing năm 2018 [H3.03.01.04], năm 2020 [H3.03.01.05] và năm 2022 [H3.03.01.06]; được thể hiện tại hồ sơ giảng dạy của giảng viên Bộ môn Marketing trong từng học kỳ, năm học [H3.03.01.07]. Học viện sử dụng tổ hợp các phương pháp KTĐG kết quả học tập của người học; đánh giá kết quả học tập theo quá trình. các học phần được đánh giá như sau: điểm chuyên cần chiếm 10%; đánh giá giữa học phần 30% và đánh giá cuối học phần 60%. Điểm chuyên cần tùy thuộc vào tỷ lệ % số giờ người học tham gia học trên lớp (từ 0 điểm đến 10, có Rubric rõ ràng. Năm học 2020, khảo sát 27 người học năm cuối cho kết quả mức độ đạt các chuẩn đầu ra từ 3,1/5 (tương ứng mới mức khá quan trọng).

Cụ thể, trong CTĐT ngành marketing chuyên ngành Phân tích dữ liệu Marketing số năm 2022 thể hiện trong Bản mô tả CTĐT ngành Marketing năm 2022 [H2.02.01.02] có 49 học phần trong mỗi chuyên ngành. Trong đó, áp dụng hình thức thi tự luận có 41 học phần áp dụng hình thức thi tự luận; 4 học phần áp dụng hình thức thi trắc nghiệm + vấn đáp gồm Tiếng Anh Course 1, Tiếng Anh Course 2, Tiếng Anh Course 3 và Tiếng Anh Course 3 Plus; 2 học phần áp dụng thi thực hành + vấn đáp gồm Tin học cơ sở 1 và Tin học cơ sở 3; 2 học phần áp dụng hình thức thi vấn đáp là Khai phá dữ liệu trong Marketing và Trí tuệ Marketing.

Các loại hình và phương pháp kiểm tra, đánh giá kết quả học tập của các học phần như: đánh giá đầu vào, đánh giá quá trình, đánh giá tổng kết với các phương pháp tự luận, vấn đáp, trắc nghiệm, đề án, báo cáo,... giúp cho sinh viên đạt được CĐR của học phần và góp phần đạt được CĐR của CTĐT.

Bảng 3.4 (*Phụ lục 02*) liệt kê các phương pháp dạy và học, phương pháp kiểm tra đánh giá CTDH ngành Marketing cho các học phần của khối kiến thức chung. Có thể thấy tổ hợp nhiều phương pháp giảng dạy và học tập được sử dụng tùy vào yêu cầu đầu ra của mỗi học phần, như giảng lý thuyết, đọc tài liệu và báo cáo, bài tập và case study, và thực hành. Các học phần thuộc khối kiến thức chính trị Mác - Lênin sử dụng phổ biến các phương pháp giảng dạy, gồm giảng lý thuyết, bài tập và case study, còn phương pháp kiểm tra đánh giá là thi viết tự luận, thi trắc nghiệm, tiểu luận+ báo cáo là phù hợp. Tuy nhiên, các học phần tin học cơ sở 1, 3 lại sử dụng thêm phương pháp thực hành bên cạnh giảng lý thuyết, bài tập và case study, nhằm nâng cao kỹ năng thực hành sử dụng công cụ và lập trình cho người học. Phương pháp kiểm tra đánh giá sử dụng trong các học phần này là vấn đáp, bài tập lớn + vấn đáp, thực hành + vấn đáp là phù hợp do có thể đánh giá được chính xác hiểu biết và kỹ năng thực hành của người học.

Bảng 3.5 (*Phụ lục 02*) liệt kê các phương pháp dạy và học, phương pháp kiểm tra đánh giá CTDH ngành Marketing cho một số học phần thuộc khối kiến thức chuyên ngành Phân tích dữ liệu Marketing số. Tương tự như các học phần của khối kiến thức chung, nhiều phương pháp giảng dạy-học tập được kết hợp sử dụng nhằm cung cấp cho người học các kiến thức và kỹ năng chuyên ngành nhằm đạt được CĐR riêng cho từng học phần và CĐR chung cho cả CTDH. Chẳng hạn, học phần Khai phá dữ liệu trong Marketing nhấn mạnh khả năng áp dụng các công cụ thống kê và phân tích số liệu định lượng để giải quyết các vấn đề, trợ giúp ra quyết định trong các tình huống kinh doanh độc nên

phương pháp giảng dạy-học tập được sử dụng là giảng dạy lý thuyết trên lớp, kết hợp với liên hệ thực tế, sinh viên thảo luận và làm bài tập nhóm, kiểm tra còn phương pháp đánh giá được sử dụng là kiểm tra giữa kỳ, hoạt động nhóm cho bài tập lớn và thi vấn đáp cuối kỳ là hoàn toàn phù hợp. Ngược lại, học phần Marketing qua phương tiện truyền thông xã hội nhằm cung cấp cho sinh viên những kiến thức về các khái niệm cơ bản của Marketing qua phương tiện truyền thông xã hội và những kiến thức về hoạch định, tổ chức và kiểm soát các hoạt động Marketing qua phương tiện truyền thông xã hội nên phương pháp giảng dạy được sử dụng là giảng viên giảng dạy lý thuyết trên lớp kết hợp lấy ví dụ minh họa, sinh viên thảo luận, làm bài tập nhóm và kiểm tra còn phương pháp đánh giá được sử dụng là kiểm tra giữa kỳ, hoạt động nhóm cho bài tập lớn và kiểm tra cuối kỳ với hình thức thi viết là hoàn toàn phù hợp.

Trong CTDH ngành Marketing, hình thức thi tự luận chiếm tỷ lệ khá lớn, với khoảng 80% số học phần sử dụng phương pháp này. Phương pháp này có ưu điểm là phát huy khả năng suy luận logic, khả năng viết và trình bày của người học, nhưng có hạn chế lớn là dễ dẫn đến tình trạng gian lận, hoặc thiếu công bằng trong thi cử. Phương án khắc phục cho tình trạng này là xem xét sử dụng các hình thức kiểm tra đánh giá khác quan trọng hơn, như trắc nghiệm.

2. Điểm mạnh

CTDH ngành Marketing của Học viện được thiết kế dựa trên các yêu cầu của CĐR về kiến thức, kỹ năng, mức tự chủ và trách nhiệm nghề nghiệp; các khối kiến thức và mỗi học phần trong CTDH có quan hệ mật thiết và góp phần đạt được CĐR của CTĐT.

3. Điểm tồn tại

Phương pháp kiểm tra đánh giá các học phần còn sử dụng theo hình thức thi tự luận trong các học phần chính trị và một vài học phần có đông số lượng sinh viên theo học thuộc khối kiến thức cơ sở ngành như học phần Marketing căn bản, Hành vi khách hàng, ... là chưa thực sự phù hợp.

4. Kế hoạch hành động

Năm học 2023-2024, Trung tâm KT&ĐBCLGD phối hợp với các Khoa/Bộ môn rà soát đề xuất sử dụng hình thức kiểm tra đánh giá phù hợp, thay cho hình thức thi tự luận trong các học phần cơ bản và cơ sở ngành có đông sinh viên học tập.

5. Tự đánh giá: Mức đạt được của tiêu chí: 5/7.

Tiêu chí 3.2: Đóng góp của mỗi học phần trong việc đạt được chuẩn đầu ra là rõ ràng.

1. Mô tả hiện trạng

CTĐT trình độ đại học ngành Marketing được thiết kế bao gồm các khối kiến thức theo trình tự logic, từ khối kiến thức đại cương, khối kiến thức cơ sở ngành đến khối kiến thức chuyên ngành. Tiến trình học tập chuẩn toàn khoá của CTĐT ngành Marketing năm 2018 [H1.01.01.01], năm 2020 [H1.01.01.02] và năm 2022 [H1.01.01.03] được thực hiện trong 4 năm gồm 8 học kỳ, trong đó có 7 học kỳ tích lũy kiến thức tại Học viện và 1 kỳ thực tập thực tế tại cơ sở. Cuối khoá, sinh viên làm Khoá luận tốt nghiệp hoặc hoàn thành các học phần thay thế tốt nghiệp. Các học phần được sắp xếp theo trình tự khoa học và logic, đảm bảo sự kế thừa và bổ trợ cho nhau. Các học phần đại cương được ưu tiên giảng dạy trong 2 năm học đầu tiên, kết hợp với một số học phần nền tảng của khối kiến thức cơ sở ngành. Trong năm học thứ 3, sinh viên được học hầu hết các học phần cơ sở ngành và một phần kiến thức chuyên ngành. Sang năm học thứ 4, sinh viên đăng ký chọn chuyên ngành và tập trung học các học phần chuyên sâu trong chuyên ngành đã chọn. Học kỳ cuối (học kỳ 8) dành riêng cho thực tập tại các cơ quan, doanh nghiệp và học phần tốt nghiệp (luận văn tốt nghiệp hoặc học phần thay thế tốt nghiệp). Đa số các học phần cơ sở ngành và chuyên ngành có thời lượng 3 tín chỉ, trong đó phân bổ rõ ràng thời lượng cho giảng dạy lý thuyết, bài tập lớn (hoạt động nhóm) và thực hành. Điều này đảm bảo có sự kết hợp chặt chẽ giữa lý thuyết, thực hành và các hoạt động nhóm, đảm bảo đóng góp trực tiếp vào CĐR của CTĐT.

Mục tiêu và yêu cầu đầu ra của mỗi học phần đều được thể hiện đầy đủ trong đề cương chi tiết của học phần. Cụ thể, những yêu cầu cần đạt được khi kết thúc học phần bao gồm các yêu cầu về kiến thức, kỹ năng và mức độ tự chủ, trách nhiệm của người học. Trong đề cương chi tiết của mỗi học phần, yêu cầu đầu ra được xác định chặt chẽ và có đóng góp trực tiếp vào CĐR của CTĐT. Điều này được thể hiện trong ma trận liên kết các học phần với CĐR trong Bản mô tả chương trình đào tạo đại học ngành Marketing năm 2022 [H2.02.01.02]. Đề cương chi tiết của mỗi học phần đều thể hiện đầy đủ thời lượng lý thuyết, thực hành, bài tập lớn/tiểu luận, hoạt động nhóm,... và những ràng buộc về các học phần tiên quyết và học phần học trước. Điều này được thể hiện trong quyền CTĐT đại học theo học chế tín chỉ hệ chính quy [H2.02.02.08].

Tất cả các học phần trong CTĐT đều liệt kê đầy đủ thời lượng lý thuyết, thực hành, bài tập lớn, hoạt động nhóm và các yêu cầu kiểm tra, đánh giá người học. Trên cơ sở đó GV có thể lựa chọn các phương pháp giảng dạy phù hợp, như lý thuyết, thực hành, bài tập, ... giúp người học tiếp thu nhanh và nắm vững kiến thức. Dựa trên yêu cầu đầu ra và các đầu điểm đánh giá cần thực hiện trong ĐCCT của học phần, các hình thức kiểm tra, đánh giá người học đa dạng, như kiểm tra trắc nghiệm, vấn đáp, báo cáo thuyết trình bài tập nhóm, thi viết tự luận, hội đồng chấm thực tập tốt nghiệp, nhằm đánh giá chính xác và khách quan kết quả học tập, góp phần đạt được CĐR của CTĐT thể hiện trong Bảng thống kê phương pháp dạy và học, phương pháp kiểm tra đánh giá trong CTĐT ngành Marketing năm 2022 [H3.03.01.06]. Các phương pháp giảng dạy và kiểm tra đánh giá người học thường được lựa chọn một cách phù hợp, có hỗ trợ và bổ sung cho nhau, nhằm đánh giá chính xác từng phần kết quả học tập của mỗi người học. Chẳng hạn, thành phần “bài tập lớn” trong đề cương chi tiết trong một số học phần như Phương pháp nghiên cứu Marketing, Trí tuệ Marketing, Đề án kế hoạch Internet Marketing được GV giao cho các nhóm gồm 4-5 SV thực hiện và đánh giá sử dụng phương pháp thuyết trình báo cáo bài tập nhóm kết hợp với vấn đáp từng thành viên trong nhóm. Nhờ vậy, GV có thể đánh giá được mức độ đóng góp của các thành viên vào bài tập nhóm, khả năng thuyết trình và hiểu biết của từng SV trong nhóm. Ngoài ra, các phương pháp giảng dạy, cũng như phương pháp kiểm tra đánh giá người học cũng định kỳ được xem xét, điều chỉnh cho phù hợp, trên cơ sở tiếp thu ý kiến từ người học. 100% các học phần đều có xác định rõ phương pháp KTĐG: điểm chuyên cần chiếm 10%; đánh giá giữa học phần 30% và đánh giá cuối học phần 60%.

Tất cả các học phần trong CTĐT ngành Marketing đều phản ánh mức độ đóng góp cụ thể về kiến thức, kỹ năng, mức độ tự chủ và trách nhiệm cá nhân của người học để đạt được CĐR, thể hiện trong Ma trận liên kết học phần với CĐR trong Bản mô tả CTĐT đại học ngành Marketing năm 2022 [H2.02.01.02].

Các học phần thuộc khối kiến thức đại cương, gồm: Pháp luật đại cương, Pháp luật đại cương, Tin học cơ sở, Kinh tế chính trị Mác - Lênin, Lịch sử Đảng CSVN... được thiết kế nhằm đạt được mục tiêu đào tạo là cung cấp các kiến thức cơ bản về khoa học xã hội, khoa học chính trị, pháp luật, công nghệ thông tin để làm nền tảng cho các học phần cơ sở ngành, ngành và đáp ứng chuẩn đầu ra. Học phần Lý thuyết xác suất và thống kê toán, Kinh tế vi mô, Kinh tế vĩ mô giúp sinh viên có kỹ năng hướng dẫn, giám sát những

người khác thực hiện nhiệm vụ, tự định hướng, đưa ra kết luận chuyên môn và có thể bảo vệ được quan điểm cá nhân. Các học phần tiếng Anh, tin học cơ sở giúp sinh viên đạt được chuẩn đầu ra về ngoại ngữ và kỹ năng sử dụng công nghệ thông tin.

Các học phần thuộc khối kiến thức cơ sở ngành và ngành (ví dụ: *Hành vi khách hàng, Quản trị Marketing, Truyền thông Marketing tích hợp, Thương mại điện tử,...*) nhằm tạo kiến thức nền tảng, đạt chuẩn đầu ra cho sinh viên học các môn chuyên ngành Marketing.

Các học phần chuyên ngành (ví dụ: *Phân tích web, Trí tuệ Marketing, Khai phá dữ liệu trong Marketing*) nhằm đạt được mục tiêu đào tạo cung cấp những kiến thức chuyên môn sâu, rộng về Phân tích Marketing số, từ đó vận dụng được các kiến thức chuyên môn để giải quyết tốt các tình huống cụ thể trong hoạt động Phân tích Marketing số và nhằm đạt chuẩn đầu ra.

Tất cả các học phần đều có tiết thảo luận, thực hành, nhằm giúp sinh viên có kỹ năng làm việc độc lập hoặc làm việc nhóm, kỹ năng phân biện, phê phán và sử dụng các giải pháp thay thế, kỹ năng đánh giá chất lượng công việc sau khi hoàn thành và kết quả thực hiện các thành viên trong nhóm.

Nội dung các học phần trong CTĐT ngành Marketing năm 2022 được tích hợp cả lý thuyết và thực hành nhằm giúp người học có điều kiện củng cố lý thuyết và hình thành kỹ năng thực hành, rèn luyện các phẩm chất đạo đức nghề nghiệp để giải quyết các vấn đề của thực tiễn. Điều này được thể hiện trong quyển CTĐT đại học theo học chế tín chỉ hệ chính qui [H2.02.02.08]. Đặc biệt, nội dung các học phần thực tập cuối khóa và khóa luận tốt nghiệp có thể giúp sinh viên tham gia thực tập nghề nghiệp và thực hiện khóa luận tốt nghiệp. Qua đó, sinh viên sẽ có cơ hội được học lý thuyết, triển khai nghiên cứu thực tế, được thực tập với nhiều nội dung khác nhau tại các cơ sở như: các doanh nghiệp, các công ty, các cơ quan nhà nước... Do đó, nội dung các học phần trong CTDH ngành Marketing đã thể hiện việc đạt được chuẩn đầu ra.

Bảng Ma trận liên kết học phần với chuẩn đầu ra trong CTĐT ngành Marketing năm 2022 trong Bản mô tả CTĐT đại học ngành Marketing năm 2022 [H2.02.01.02] đã cho thấy nội dung các học phần trong CTĐT ngành Marketing thể hiện việc đạt được chuẩn đầu ra về kiến thức, kỹ năng, thái độ, mức độ tự chủ và chịu trách nhiệm đối với người học; kết nối các học phần trong toàn bộ chương trình dạy học, phản ánh được sự

gắn kết liền mạch các học phần thuộc khối kiến thức đại cương, kiến thức cơ sở ngành và chuyên ngành.

Căn cứ vào Điều 24 của Quy chế đào tạo đại học theo tín chỉ [H3.03.02.01], “*Kết quả mỗi học phần được đánh giá bằng một điểm tổng hợp đánh giá học phần (gọi tắt là Điểm học phần). Điểm học phần được đánh giá dựa trên các điểm đánh giá thành phần, bao gồm: điểm kiểm tra thường xuyên, định kỳ trên lớp; điểm đánh giá nhận thức và thái độ tham gia thảo luận; điểm đánh giá phần thực hành (nếu có); điểm chuyên cần, điểm kiểm tra giữa kỳ, điểm tiểu luận, bài tập lớn (gọi chung là điểm đánh giá quá trình) và điểm thi kết thúc học phần; trong đó, điểm thi kết thúc học phần có trọng số không dưới 50%*”. Trong các học phần, bài tập cá nhân, bài tập nhóm, các nội dung thảo luận được lồng ghép với các giờ học lý thuyết giúp người học có đầy đủ kiến thức, kỹ năng về chuyên môn và thực hành đảm bảo đạt CĐR của học phần. Để đánh giá người học, bên cạnh điểm thi kết thúc học phần, kết quả học tập còn được đánh giá qua quá trình đánh giá thường xuyên, đánh giá nhận thức và mức độ tham gia thảo luận đóng góp xây dựng bài, điểm tham gia học tập (chuyên cần), điểm thi giữa kỳ, điểm bài tập lớn. Đồng thời, các phương pháp giảng dạy, cũng như phương pháp kiểm tra đánh giá người học cũng định kỳ được xem xét, điều chỉnh cho phù hợp, trên cơ sở tiếp thu ý kiến từ người học thông qua việc lấy ý kiến phản hồi sinh viên về hoạt động giảng dạy của giảng viên sau từng học kỳ.

Năm 2018 và 2020, Bộ môn Marketing đã tổ chức lấy ý kiến khảo sát của sinh viên về CTDH, bao gồm tầm quan trọng, năng lực đạt được và mức năng lực mong muốn theo Mẫu phiếu xin ý kiến người học về tầm quan trọng, năng lực đạt được và mức năng lực mong muốn đạt trong các học phần trong CTDH ngành Marketing [H3.02.02.02]. Dựa trên Biên bản họp Bộ môn Marketing về rà soát, đánh giá đề cương chi tiết học phần nhằm phục vụ công tác xây dựng kế hoạch hiệu chỉnh, cập nhật đề cương chi tiết các học phần và học liệu hàng năm (từ 2017 đến 2022) [H3.03.02.03] và kết quả Báo cáo kết quả tổng hợp lấy ý kiến người học về tầm quan trọng, năng lực đạt được và mức năng lực mong muốn đạt trong các học phần trong CTDH ngành Marketing [H3.03.02.04], đề cương chi tiết các học phần sẽ được các GV Bộ môn Marketing biên soạn, định kỳ hiệu chỉnh theo yêu cầu về chuyên môn, kết hợp với kinh nghiệm giảng dạy và tham khảo xu thế phát triển nhanh chóng của ngành Marketing. Mỗi môn học, học phần đều có các CĐR về kiến thức và kỹ năng riêng [H2.02.02.08] và có đóng góp vào việc đạt CĐR

chung của toàn bộ CTDH, thể hiện ở Ma trận liên kết học phần với CDR trong Bản mô tả CTĐT đại học ngành Marketing năm 2022 [H2.02.01.02].

CTĐT ngành Marketing được biên soạn, hiệu chỉnh có nghiên cứu, tham khảo CTĐT đại học ngành Marketing của các trường đại học có uy tín ở trong nước và ngoài nước [H3.03.02.05] và được định kỳ lấy ý kiến phản hồi của các bên liên quan gồm chuyên gia, nhà khoa học, giảng viên, đơn vị sử dụng lao động, cựu sinh viên tốt nghiệp, kết hợp với kinh nghiệm giảng dạy và tham khảo xu thế phát triển của ngành Marketing.

Bộ môn Marketing đã căn cứ vào kết quả khảo sát đánh giá của sinh viên về hoạt động giảng dạy của giảng viên sau từng học kỳ trong giai đoạn 2017-2022 [H3.03.02.06] để cải tiến chất lượng, phương pháp giảng dạy, kiểm tra, đánh giá người học bằng nhiều hình thức, như: Tăng thời lượng môn thực tập tốt nghiệp, bổ sung một số môn học; điều chỉnh mục tiêu, CDR phù hợp với xu thế phát triển của công nghệ thông tin, điều chỉnh thời lượng CTĐT, bổ sung các kiến thức nền tảng về công nghệ thông tin; bổ sung, cập nhật các môn học liên quan đến kiến thức chuyên ngành; điều chỉnh tăng thời lượng, rà soát, điều chỉnh đề cương một số môn học.

Mặc dù việc lấy ý kiến của người học và các GV đã được thực hiện bài bản, nhưng hoạt động rà soát định kỳ các đề cương chi tiết học phần chưa có sự tham gia của các nhà tuyển dụng. Giai đoạn 2017 - 2022, việc lấy ý kiến của các nhà tuyển dụng chỉ được thực hiện trong hoạt động rà soát CTĐT theo chu kỳ 2 năm/lần.

2. Điểm mạnh

CTDH được thiết kế logic, đảm bảo cân đối giữa các khối kiến thức đại cương và chuyên ngành. Tất cả các học phần trong CTĐT có sự tương thích về nội dung và thể hiện được sự đóng góp cụ thể của mỗi học phần nhằm đạt được CDR. Tất cả các học phần trong CTĐT đã xác định rõ tổ hợp các phương pháp dạy và học, phương pháp kiểm tra - đánh giá phù hợp và hỗ trợ nhau tốt nhất để đảm bảo việc đạt được CDR. Ngoài ra, nội dung các học phần trong CTĐT thể hiện việc đạt được CDR và định kỳ lấy ý kiến phản hồi của các bên liên quan.

3. Điểm tồn tại

Việc rà soát định kỳ các đề cương chi tiết học phần chưa có sự tham gia nhiều của các nhà tuyển dụng. Bộ môn Marketing mới chỉ tham khảo ý kiến của các nhà tuyển dụng trong những đợt rà soát, điều chỉnh CDR và CTĐT ngành Marketing vào năm 2018 và 2020.

4. Kế hoạch hành động

Năm học 2023-2024, Bộ môn Marketing phối hợp với Phòng Chính trị và Công tác Sinh viên mời các nhà tuyển dụng tham gia đóng góp ý kiến trong các lần rà soát CTDH tiếp theo.

5. Tự đánh giá: Mức đạt được của tiêu chí: 4/7.

Tiêu chí 3.3: Chương trình dạy học có cấu trúc, trình tự logic; nội dung cập nhật và có tính tích hợp.

1. Mô tả hiện trạng

Chương trình dạy học hệ đại học ngành Marketing năm 2018, 2020 và 2022 được thiết kế theo Thông tư số 07/2015/TT-BGDĐT ngày 16/4/2015 của Bộ GD&ĐT Quy định về khối lượng kiến thức tối thiểu, yêu cầu về năng lực mà NH đạt được sau khi tốt nghiệp với mỗi trình độ đào tạo của giáo dục đại học và quy trình xây dựng, thẩm định ban hành CTĐT trình độ ĐH, ThS, TS [H1.01.02.04] và các văn bản hướng dẫn xây dựng CTĐT của Học viện thông qua Kế hoạch rà soát, đánh giá và cập nhật CTĐT trình độ đại học hệ chính quy năm 2018 và 2020 [H1.01.03.01], [H1.01.03.02]. Đồng thời, được cụ thể tại Quy định đào tạo đại học theo tín chỉ của Học viện ban hành năm 2021 theo Quyết định số 838/QĐ-HV ngày 11/10/2021 [H3.03.02.01]. Theo đó, CTĐT năm 2022 được thiết kế gồm các khối kiến thức đại cương, khối kiến thức cơ sở ngành, khối kiến thức chung của nhóm ngành Marketing và khối kiến thức chuyên ngành, như *nội dung tại* Bảng 3.1 (Phụ lục 02). CTĐT hệ đại học chính quy ngành Marketing phiên bản năm 2020 được thực hiện trong thời gian 4 năm với 8 học kỳ, gồm 128 tín chỉ, không bao gồm khối kiến thức giáo dục thể chất, giáo dục quốc phòng và các môn kỹ năng) [H1.01.01.03]. Trong CTĐT ngành Marketing, mỗi khối kiến thức lại bao gồm một số học phần, trong đó các học phần trong khối có liên kết chặt chẽ, hình thành một khối thống nhất, có kế thừa và bổ sung cho nhau. Cụ thể:

- Các học phần thuộc khối kiến thức giáo dục đại cương được giảng dạy trong các năm thứ nhất và năm thứ hai nhằm trang bị cho người học các kiến thức và kỹ năng cơ bản, tạo nền tảng ban đầu cho người học có thể tiếp thu các học phần tiếp theo với kiến thức chuyên sâu hơn thuộc khối kiến thức cơ sở ngành.

- Các học phần thuộc khối kiến thức cơ sở ngành được giảng dạy vào các năm học thứ hai và thứ ba nhằm trang bị cho người học những kiến thức và kỹ năng cơ sở của ngành Marketing, như hành vi khách hàng, quản trị Marketing, Internet và ứng dụng

trong kinh doanh, truyền thông Marketing tích hợp, E-Marketing. Đây là các kiến thức và các kỹ năng cơ sở đặc biệt quan trọng giúp người học có nền tảng vững chắc để tiếp thu kiến thức chuyên ngành.

- Các học phần thuộc khối kiến thức chuyên ngành được giảng dạy vào 2 học kỳ cuối (học kỳ 7 và học kỳ 8) nhằm trang bị cho người học những kiến thức và kỹ năng chuyên sâu của chuyên ngành đã chọn; giúp cho người học nắm vững những kiến thức thực tế, kiến thức lý thuyết sâu, rộng về chuyên môn Marketing giúp người học biết cách vận dụng kiến thức chuyên môn để giải quyết tốt các tình huống cụ thể trong thực tiễn.

Căn cứ vào phiếu khảo sát, xin ý kiến các bên liên quan và báo cáo tổng hợp ý kiến khảo sát về dự thảo CTĐT và bản mô tả CTĐT năm 2018 [H1.01.01.13], năm 2020 [H1.01.01.14] và báo cáo kết quả tổng hợp lấy ý kiến người học về tầm quan trọng, năng lực đạt được và mức năng lực mong muốn đạt được trong các học phần trong CTDH ngành Marketing [H3.03.02.03] cho thấy các kiến thức và kỹ năng qua từng học kỳ với từng khối kiến thức được sắp xếp một cách khoa học trong CTĐT, đảm bảo CTĐT trở thành một khối thống nhất.

Nhờ việc tiếp thu, tích lũy các kiến thức và kỹ năng qua từng học kỳ với từng khối kiến thức được sắp xếp một cách khoa học trong CTĐT, người học có đủ kiến thức và kỹ năng cần thiết đạt CĐR khi tốt nghiệp ra trường theo CĐR CTĐT ngành Marketing năm 2022 [H1.01.02.02].

Tiến trình đào tạo chuẩn toàn khóa của CTĐT hệ đại học ngành Marketing năm 2022 [H1.01.01.03] được phân bố hợp lý, trong đó khối kiến thức đại cương được giảng dạy trước, tiếp theo đến khối kiến thức cơ sở ngành, khối kiến thức chung nhóm ngành, rồi đến khối kiến thức chuyên ngành và thực tập, tốt nghiệp; trình tự của các học phần được sắp xếp logic, đảm bảo sinh viên có thể tiếp thu kiến thức hiệu quả từ năm thứ nhất đến năm thứ tư. Tất cả các học phần trong chương trình dạy học ngành được cân nhắc khi bố trí: Học phần điều kiện, học phần học trước, thời lượng mỗi học phần, thời điểm/học kỳ thực hiện.

Trong mỗi khối kiến thức, các học phần được sắp xếp hợp lý trong tiến trình đào tạo, từ các học phần có kiến thức - kỹ năng cơ bản đến các học phần chuyên ngành có kiến thức - kỹ năng nâng cao nhằm đảm bảo người học có thể tích lũy các kiến thức và kỹ năng đáp ứng CĐR. Cụ thể, trong khối kiến thức cơ sở nhóm ngành và ngành, các học phần Kinh tế vi mô, Kinh tế vĩ mô, Marketing căn bản, Nguyên lý kế toán, Kinh tế lượng

được bố trí đào tạo kế tiếp nhau với độ khó tăng dần nhằm giúp người học tích lũy các kiến thức từ cơ bản đến nâng cao về toán kinh tế, xác suất thống kê, kinh tế lượng, vào giải quyết các vấn đề kinh doanh và Marketing của tổ chức, doanh nghiệp. Cùng với đó, kỹ năng sử dụng hệ thống máy tính, các công cụ phần mềm phân tích dữ liệu cơ bản, kỹ năng thuyết trình và làm việc nhóm được rèn luyện.

Việc xác định học phần điều kiện, học phần tiên quyết vừa đảm bảo cung cấp kiến thức nền tảng chung cho cả CTĐT ngành Marketing đồng thời vừa đảm bảo cung cấp kiến thức cho học phần tiếp theo (tính kế thừa giữa các học phần). Trong mỗi học phần đều có học phần tiên quyết nhằm giúp cho việc bố trí tiến trình giảng dạy theo thứ tự các học phần đại cương, cơ sở ngành và chuyên ngành sao cho phù hợp. Học phần nào có học phần tiên quyết yêu cầu sinh viên phải học và đạt học phần tiên quyết mới được học học phần đó. Các học phần trong chương trình dạy học trước sẽ được bố trí dạy trước, đảm bảo cho người học có các kiến thức sâu của ngành, chuyên ngành, chẳng hạn như Marketing căn bản trang bị cho sinh viên những kiến thức lý luận cơ bản về Marketing, làm cơ sở cho việc học tập, nguyên cứu các học phần chuyên môn sâu hơn như Marketing dịch vụ, Marketing công nghiệp, Truyền thông Marketing tích hợp. Một ví dụ khác là học phần Quản trị cơ sở dữ liệu kinh doanh và Phương pháp nghiên cứu Marketing giúp sinh viên hiểu và phân tích được bản chất, vai trò, các loại hình dữ liệu kinh doanh/Marketing, các phương pháp thu thập và phân tích dữ liệu kinh doanh/Marketing làm cơ sở cho việc học các môn chuyên ngành như Phân tích web, Marketing qua phương tiện truyền thông xã hội, Trí tuệ Marketing.

Căn cứ báo cáo tổng hợp ý kiến khảo sát, xin ý kiến các bên liên quan và về dự thảo CDR và CTĐT năm 2018 [H1.01.01.13], năm 2020 [H1.01.01.14] và Báo cáo kết quả tổng hợp lấy ý kiến người học về tầm quan trọng, năng lực đạt được và mức năng lực mong muốn đạt trong các học phần trong CTĐT ngành Marketing [H3.03.02.03], việc tiếp thu, tích lũy các kiến thức và kỹ năng của người học qua từng học kỳ với từng khối kiến thức được sắp xếp một cách khoa học trong CTĐT, giúp người học có đủ kiến thức và kỹ năng cần thiết để đạt được CDR khi tốt nghiệp ra trường theo chuẩn đầu ra trình độ đại học ngành Marketing năm 2022 [H1.01.02.02]. Sự bố trí liên mạch giữa các học phần tạo kiến thức lý thuyết nền tảng và kiến thức chuyên sâu về chuyên môn kế toán với các học phần tạo kỹ năng làm việc nhóm, thuyết trình, giải quyết vấn đề, thực tập cuối khóa và làm khóa luận tốt nghiệp nhằm giúp người học tổng hợp, vận dụng các kiến thức, kỹ

năng chuyên môn, kiến thức kinh tế xã hội tạo thành một sản phẩm cuối khóa mang tính hệ thống, sáng tạo, từ đó giúp người học có khả năng tư duy, phân tích và tổng hợp.

CTDH hệ đại học chính quy ngành Marketing được rà soát, đánh giá định kỳ tối thiểu 2 năm một lần để điều chỉnh, cập nhật nhằm đảm bảo cho người học đạt được CĐR với kiến thức, kỹ năng và thái độ sau khi tốt nghiệp đáp ứng được yêu cầu tuyển dụng của các cơ quan, doanh nghiệp. Cụ thể, vào Quý I hàng năm, Học viện gửi thông báo về việc đăng ký kế hoạch hiệu chỉnh CTĐT; xây dựng, điều chỉnh đề cương chi tiết và học liệu tới từng Khoa/Bộ môn [H2.02.02.11]. Sau đó, trên cơ sở đánh giá tình hình và nhu cầu thực tiễn, Bộ môn Marketing đã tiến hành nghiên cứu, rà soát các học phần cần điều chỉnh đề cương, học liệu và đăng ký kế hoạch xây dựng, hiệu chỉnh đề cương chi tiết và biên soạn học liệu cho các học phần cần điều chỉnh [H2.02.02.12]. Tiếp theo, phòng Đào tạo tổng hợp, rà soát và trình Học viện ban hành quyết định giao kế hoạch xây dựng, hiệu chỉnh đề cương chi tiết và học liệu của tất cả các ngành đào tạo trong Học viện, trong đó có ngành Marketing [H2.02.02.13] và chuyển lại cho các khoa, bộ môn, trong đó có Bộ môn Marketing thực hiện. Hàng năm, sau khi các đề cương chi tiết các học phần được được hiệu chỉnh và hoàn thiện, Bộ môn Marketing tổ chức nghiệm thu [H2.02.02.14] và gửi tới Phòng Đào tạo rà soát, thẩm định, trình Giám đốc Học viện ban hành quyết định phê duyệt đề cương chi tiết các học phần được hiệu chỉnh và xây dựng mới hàng năm [H2.02.02.15]. Ngoài ra trong giai đoạn từ 2017 - 2022, Học viện đã tổ chức 3 lần rà soát, ban hành CĐR của CTĐT ngành Marketing. CĐR CTĐT ngành Marketing năm 2018, 2020 và 2022 là cơ sở cho việc điều chỉnh, bổ sung và cập nhật CTDH.

CTDH năm 2021 có 65 học phần (128 tín chỉ) gồm: Phần kiến thức giáo dục đại cương với 47 tín chỉ chiếm 36,7% (22,6% kiến thức chung và 14,1% kiến thức khoa học cơ bản/khoa học xã hội); Phần kiến thức giáo dục chuyên nghiệp với 81 tín chỉ chiếm 63,3% (44,5% kiến thức cơ sở ngành, 11% kiến thức chuyên ngành và 7,8% Thực tập và tốt nghiệp). CTDH cho thấy 100% học phần trong CTDH đều được bố trí hợp lý về trình tự các học phần từ Phần kiến thức giáo dục đại cương với 47 tín chỉ chiếm 36,7% (22,6% kiến thức chung và 14,1% kiến thức khoa học cơ bản/khoa học xã hội); Phần kiến thức giáo dục chuyên nghiệp với 81 tín chỉ chiếm 63,3% (44,5% kiến thức cơ sở ngành, 11% kiến thức chuyên ngành và 7,8% Thực tập và tốt nghiệp).

Với quy trình nêu trên, trong lần điều chỉnh CĐR, CTĐT và CTDH ngành Marketing năm 2022, Bộ môn Marketing đã xin ý kiến đánh giá, đóng góp của đầy đủ

các bên liên quan như GV, SV, cựu SV, các doanh nghiệp (nhà tuyển dụng) và các chuyên gia đào tạo với qui mô lớn hơn. Cụ thể, Bộ môn Marketing đã xin ý kiến của 9 doanh nghiệp (nhà tuyển dụng), 8 chuyên gia đào tạo trong lĩnh vực Marketing ở các trường đại học khác nhau, khảo sát ý kiến 12 GV tham gia giảng dạy CTĐT ngành Marketing của Học viện, khảo sát 27 sinh viên năm cuối đang theo học CTĐT ngành Marketing và 12 cựu sinh viên. Trên cơ sở tổng hợp các ý kiến đánh giá, góp ý cho CĐR và CTĐT [H1.01.01.14], Bộ môn Marketing đã dự thảo CĐR và CTĐT ngành Marketing năm 2020 và tiến hành đã tiến hành họp ở cấp Bộ môn nhằm rà soát và xin ý kiến GV về dự thảo CĐR và CTĐT ngành Marketing năm 2020 [H1.01.01.06]. Sau đó, Học viện đã tiến hành hội thảo nghiệm thu và đồng ý thông qua CĐR và CTĐT ngành Marketing năm 2020 [H1.01.01.07]. Việc khảo sát các bên liên quan trong quá trình điều chỉnh, bổ sung và cập nhật CTDH đã được thực hiện bài bản, tuy nhiên, số lượng phiếu khảo sát lấy ý kiến của các bên liên quan còn ít và chưa đa dạng đối tượng được khảo sát như doanh nghiệp nước ngoài.

CTĐT ngành Marketing khi được điều chỉnh định kỳ có tham khảo các CTĐT tiên tiến trong nước và quốc tế đảm bảo tính linh hoạt và tích hợp. Cụ thể, theo Danh sách các CTĐT trong và ngoài nước có tham khảo và bảng so sánh CTĐT ngành Marketing 2020 với các CTĐT trong và ngoài nước [H3.03.02.05], CTĐT ngành Marketing được tham khảo CTĐT ngành Marketing của các trường Đại học bao gồm: Đại học Kinh tế Quốc dân; Đại học Thương Mại; chương trình BA. Digital Marketing của trường Đại học quốc tế RMIT; chương trình BS. Digital Marketing Technology của trường Đại học University of Wisconsin - Stout - Mỹ; chương trình BA. Digital Marketing của University College Birmingham, Anh; chương trình BA. Digital Marketing của trường Đại học Chester, Anh. Việc tham khảo các CTĐT tiên tiến trong nước và quốc tế đảm bảo cho CTĐT ngành Marketing của Học viện tính cập nhật, hiện đại, theo kịp xu hướng phát triển hiện nay. Ngoài ra, các học phần của CTĐT được thiết kế theo mô đun giúp tăng khả năng tương tích với CTĐT của các đại học khác. Một số học phần chuyên ngành được thiết kế với tính mở cao, hoặc dưới dạng các chuyên đề cập nhật, cho phép tích hợp các nội dung mới và được thực hiện bằng các phương pháp đào tạo mới.

Ngoài ra, thời gian và trình tự thực hiện từng học phần được bố trí triển khai theo kế hoạch đào tạo của Học viện hàng năm trên cơ sở bố trí đầy đủ nguồn lực, theo tiến trình dạy học chuẩn cho từng năm học và toàn khóa [H3.03.03.01]. Kế hoạch đào tạo toàn

khóa học được in trong Sổ tay SV. SV biết được kế hoạch tổng thể trong cả thời gian đào tạo chuẩn. Kế hoạch đào tạo mỗi học kỳ/thời khóa biểu được phổ biến tới người học để người học đăng ký học. CTDH, kế hoạch đào tạo đã được phê duyệt được công bố trên website của Học viện. Khi bắt đầu vào mỗi môn học, GV phổ biến đề cương chi tiết học phần cho người học, đăng tải lên hệ thống đào tạo trực tuyến.

2. Điểm mạnh

CTĐT hệ đại học chính quy ngành Marketing được định kỳ rà soát, điều chỉnh, cập nhật hàng năm và khi hiệu chỉnh đã có sự tham khảo CTĐT tiên tiến của nhiều trường trong và ngoài nước.

3. Điểm tồn tại

Số lượng phiếu khảo sát lấy ý kiến của các bên liên quan trong quá trình điều chỉnh, bổ sung và cập nhật CTDH còn ít và chưa đa dạng đối tượng được khảo sát như doanh nghiệp nước ngoài.

4. Kế hoạch hành động

Năm học 2023-2024, Bộ môn Marketing phối hợp với Phòng CT&CTSV tổ chức khảo sát lấy ý kiến của các bên liên quan trong quá trình điều chỉnh CTDH trong lần rà soát, điều chỉnh CTĐT tiếp theo.

5. Tự đánh giá: Mức đạt được của tiêu chí: 5/7.

Kết luận về Tiêu chuẩn 3

CTDH của ngành Marketing được thiết kế với các học phần có nội dung đào tạo, phương pháp đánh giá và thời lượng đáp ứng các yêu cầu của CĐR của CTĐT. Trong quá trình xây dựng và cập nhật CTDH, Bộ môn luôn quan tâm đến tính logic và tính tích hợp của các học phần trong CTDH nhằm đảm bảo cho người học được tiếp cận các kiến thức theo trình tự từ cơ bản đến chuyên sâu, từ đơn giản đến phức tạp, từ khối kiến thức trong lĩnh vực rộng đến kiến thức ngành hẹp. Nội dung của các học phần cơ sở và học phần chuyên ngành phù hợp, bổ trợ lẫn nhau. CTDH được thiết kế logic, theo trình tự hợp lý và có hệ thống, mang tính tích hợp và đáp ứng xu hướng phát triển toán học trên thế giới, trong khu vực và trong nước. CTDH thể hiện được năng lực của người học sau khi tốt nghiệp. Các GV giảng dạy chương trình luôn có ý thức trong việc cập nhật, điều chỉnh nội dung đào tạo, phương pháp đánh giá và thời lượng ở mỗi học phần, nhằm ngày càng đảm bảo tốt hơn cho người học trong việc đạt được kết quả CĐR. Đặc biệt, hệ thống

tiêu chí đánh giá rất chi tiết, rõ ràng giúp người học tự chủ trong việc học từng học phần cũng như định hướng phát triển năng lực chuyên môn hẹp trong tương lai.

Tuy nhiên, CTDH ngành Marketing vẫn còn có một vài hạn chế như đã chỉ ra trong từng tiêu chí: Thứ nhất, phương pháp kiểm tra đánh giá còn sử dụng theo hình thức thi tự luận cho các học phần chính trị và một số học phần có đông người học chưa thực sự phù hợp; Thứ hai, việc lấy ý kiến phản hồi của người học và các bên liên quan khác đã được thực hiện nhưng chưa thực sự đa dạng; Thứ ba, số lượng phiếu khảo sát lấy ý kiến của các bên liên quan trong quá trình điều chỉnh, bổ sung và cập nhật CTDH còn ít và chưa đa dạng đối tượng được khảo sát như doanh nghiệp nước ngoài. Đồng thời, Bộ môn Marketing đã có kế hoạch khắc phục những hạn chế này trong lần rà soát, điều chỉnh CTĐT tiếp theo.

Tiêu chuẩn 3 có 3 tiêu chí: 4,67/7.

Tiêu chuẩn 4: Phương pháp tiếp cận trong dạy và học

Mở đầu

Tổ chức hoạt động dạy và học, trong đó bao gồm phương pháp tiếp cận trong dạy và học là khâu quan trọng, then chốt trong việc thực hiện nhiệm vụ đào tạo cũng như hoàn thành mục tiêu đào tạo và nâng cao chất lượng đào tạo. Bộ môn Marketing đã xây dựng tổ hợp các phương pháp phục vụ cho hoạt động giảng dạy và học tập, trong đó kết hợp nhiều hình thức giảng dạy linh hoạt, phù hợp với từng nội dung và từng học phần. Tổ hợp các phương pháp dạy và học nhằm đạt mục tiêu giáo dục của Học viện cũng như mục tiêu của CTĐT ngành Marketing, trong đó chú trọng giáo dục toàn diện cho người học, trang bị cho người học những khả năng sau:

- Khả năng tự khám phá kiến thức: Người học có kỹ năng nghiên cứu, phân tích và tổng hợp tài liệu; hiểu được các chiến lược học tập khác nhau và lựa chọn chiến lược thích hợp nhất cho mình.

- Khả năng ghi nhớ kiến thức lâu dài: Phương pháp học nhấn mạnh vào khả năng hiểu chứ không phải học thuộc và giúp người học nhớ lâu hơn.

- Khả năng nhận thức các mối liên hệ giữa kiến thức cũ và mới: Chất lượng học tập phụ thuộc vào khả năng tổng hợp thông tin từ nhiều nguồn khác nhau.

- Khả năng tạo ra kiến thức mới: Người học học tập có chất lượng biết khám phá tri thức của người khác và gắn kết nó với kinh nghiệm và kiến thức đã học của bản thân để đưa đến những phát kiến mới mẻ.

- Khả năng vận dụng kiến thức để giải quyết vấn đề.
- Khả năng truyền đạt kiến thức cho người khác: Chất lượng học tập của người học phụ thuộc vào việc người học có khả năng hình thành và diễn đạt những suy nghĩ và hành động độc lập của mình một cách mạch lạc và rõ ràng.
- Tính hiếu học: Người học học tập có chất lượng là người học có tinh thần học tập suốt đời.

Tiêu chí 4.1: Triết lý giáo dục hoặc mục tiêu giáo dục được tuyên bố rõ ràng và được phổ biến tới các bên liên quan.

1. Mô tả hiện trạng

Mục tiêu giáo dục của Học viện được quy định, hướng dẫn trong các văn bản nhà nước bao gồm Quyết định số 516/TTg của Thủ tướng Chính phủ ngày 11/7/1997 về việc thành lập Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông [H4.04.01.01]; Quyết định số 222-QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ ngày 04/02/2016 về việc phê duyệt đề án thí điểm đổi mới cơ chế hoạt động của Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông [H4.04.01.02]; Quyết định số 879/BTTTT của Bộ trưởng Bộ Thông tin và Truyền thông ngày 25/5/2016 về việc Ban hành quy chế tổ chức và hoạt động của Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông [H4.04.01.03]; Nghị quyết số 22/NQ-HĐHV ngày 12/4/2021 của Hội đồng Học viện ban hành Quy chế tổ chức và hoạt động của Học viện Công nghệ Bưu chính viễn thông [H4.04.01.04].

Mục tiêu giáo dục của Học viện được xác định và thể hiện trong Sứ mạng, tầm nhìn, mục tiêu chiến lược của Học viện ban hành theo Quyết định số 516/QĐ-HV ngày 06/06/2017 [H1.01.01.08]. Chiến lược phát triển của Học viện giai đoạn 2020-2025 tầm nhìn 2030 được ban hành theo Quyết định số 156/QĐ-HV ngày 05/03/2020 [H1.01.01.09] và Chiến lược phát triển của Học viện giai đoạn 2021-2025 tầm nhìn 2030 ban hành theo Nghị quyết số 42/NQ-HV ngày 25/11/2021 của Hội đồng Học viện [H1.01.01.10].

Năm 2021, Học viện đã ban hành chính thức triết lý và mục tiêu giáo dục theo Quyết định số 967/QĐ-HV, ngày 28/10/2021 [H4.04.01.05] với nội dung: “Tri thức - Sáng tạo - Đạo đức - Trách nhiệm”. Nội dung Triết lý giáo dục, phù hợp với mục tiêu của Học viện: “*Phát triển Học viện trở thành trung tâm giáo dục của đất nước và khu vực, định hướng ứng dụng vào năm 2030; đào tạo nguồn nhân lực cán bộ khoa học, công nghệ, có trình độ chuyên môn cao, tư duy, trí tuệ, cống hiến*”. Học viện đã ban hành văn

bản giải thích ý nghĩa của Triết lý giáo dục và chỉ đạo các đơn vị xây dựng, thực hiện kế hoạch truyền thông, phổ biến Triết lý giáo dục đến toàn thể CBGV, SV và các cá nhân, tổ chức liên quan ngoài Học viện.

Mục tiêu và triết ý giáo dục của Học viện được phổ biến tới các cán bộ, giảng viên trong các Hội nghị cán bộ, công chức, viên chức, người lao động Học viện hàng năm và Hội nghị tổng kết năm của Học viện [H4.04.01.06]; Hội nghị cán bộ, viên chức, người lao động, hội nghị tổng kết năm học của Bộ môn Marketing hàng năm và tài liệu của Bộ môn phổ biến Triết lý giáo dục đến SV của học ngành Marketing [H4.04.01.07]. Các mục tiêu giáo dục, mục tiêu đào tạo, CĐR được đội ngũ GV thấm nhuần trong quá trình xây dựng CTĐT và đề cương chi tiết các học phần, từ đó đảm bảo mục tiêu giáo dục được thể hiện xuyên suốt trong các hoạt động dạy và học.

Mục tiêu giáo dục của Học viện cũng được phổ biến tới SV trong tuần sinh hoạt công dân đầu khóa học, năm học [H4.04.01.08]. Trong tuần sinh hoạt công dân, SV được giới thiệu về Học viện, truyền thống lịch sử, tầm nhìn sứ mạng, cũng như mục tiêu giáo dục của Học viện; sinh viên học ngành Marketing còn được giới thiệu về ngành đào tạo, các chuyên ngành, cơ hội nghề nghiệp, mục tiêu và CĐR của CTĐT trong buổi gặp gỡ và giao lưu với tân SV đầu khóa học trong thời gian nhập học [H4.04.01.09].

Biên bản họp Bộ môn về phổ biến Triết lý giáo dục của Học viện [H4.04.01.10] cho thấy triết lý giáo dục được tất cả cán bộ, giảng viên, người học của Bộ môn hiểu rõ và thực hiện.

Đối với nhà tuyển dụng, mục tiêu giáo dục của Học viện được trao đổi trong các buổi tọa đàm và định hướng nghề nghiệp, ngày hội việc làm do Phòng CT&CTSV phối hợp với các khoa, bộ môn tổ chức định kỳ hàng năm [H4.04.01.11] và một số nhà tuyển dụng được Bộ môn Marketing mời tham gia xây dựng CTĐT và cho ý kiến đánh giá về CTĐT của bộ môn. Mục tiêu giáo dục của Học viện được tuyên bố công khai và phổ biến tới toàn xã hội trên Website của Học viện [H4.04.01.12].

Mỗi giảng viên khi bắt đầu giảng dạy học phần, trong tiết học đầu tiên đều dành thời gian để giới thiệu triết lý giáo dục của Học viện gắn với việc giới thiệu mục tiêu, nội dung, phương pháp học tập, chuẩn đầu ra, tiêu chí và phương thức đánh giá đối với học phần trong CTDH ngành Marketing. Các giảng viên và cố vấn học tập sẽ cập nhật các thông báo của Học viện và Bộ môn đến với người học, đồng thời Bộ môn cũng bố trí phân công cố vấn học tập trực thường xuyên tại Văn phòng để kịp thời tư vấn, giải đáp thắc mắc

giúp người học hiểu rõ CTĐT, kế hoạch phân bổ nội dung CTĐT và mục tiêu đào tạo, giúp các SV có kế hoạch đăng ký học phần phù hợp.

2. Điểm mạnh

Mục tiêu giáo dục của Học Triết lý giáo dục của Học viện được giới thiệu, phổ biến rộng rãi tới các bên liên quan với nhiều hình thức đa dạng như: pano, áp phích đặt tại các vị trí trang trọng trong Học viện; Triết lý giáo dục còn được phổ biến thông qua các video giới thiệu về Học viện, các bài viết trên các phương tiện thông tin đại chúng; trên website của Học viện. Triết lý giáo dục còn được phổ biến tới SV trong tuần sinh hoạt công dân và in trong cuốn sổ tay SV hàng năm.

3. Điểm tồn tại

Bộ môn Marketing chưa thực hiện thường xuyên việc khảo sát, đánh giá về việc cán bộ, GV và người học hiểu được mục tiêu giáo dục của Học viện và CTĐT ngành Marketing.

4. Kế hoạch hành động

Năm học 2023-2024, Bộ môn Marketing phối hợp với Phòng CT&CTSV tổ chức khảo sát nhằm xác định mức độ hiểu và thực hiện mục tiêu giáo dục của Học viện, ngành Marketing đối với cán bộ, GV, SV. Đồng thời, Học viện và Bộ môn cần đa dạng hơn về các phương thức phổ biến và giải thích rõ và sâu rộng hơn về Triết lý giáo dục của Học viện để các bên liên quan đặc biệt là cán bộ, giảng viên và sinh viên trong Học viện đều hiểu rõ ý nghĩa của Triết lý giáo dục của Học viện.

5. Tự đánh giá: Mức đạt được của tiêu chí: 5/7.

Tiêu chí 4.2: Các hoạt động dạy và học được thiết kế phù hợp để đạt được chuẩn đầu ra.

1. Mô tả hiện trạng

Trong quá trình thiết kế, phát triển CTDH, Bộ môn Marketing xác định mục tiêu thiết kế hoạt động dạy và học của các học phần là giúp sinh viên tuân tự tích lũy kiến thức, có kiến thức thực tế và năng lực thực hành, rèn luyện năng lực ngoại ngữ và kỹ năng mềm, năng động, sáng tạo, tích cực, chủ động trong học tập, có đạo đức và trách nhiệm nghề nghiệp, góp phần đạt được CĐR của CTĐT ngành Marketing ban hành năm 2018, 2020 và 2022 [H1.01.01.01], [H1.01.01.02], [H1.01.01.03] và Chuẩn đầu ra trình độ đại học ngành Marketing năm 2022 [H1.01.02.02].

Tổng hợp các phương pháp giảng dạy được thiết kế và thực hiện trong đề cương chi tiết học phần tương đối đa dạng và phù hợp để đạt được CDR được thể hiện trong Chương trình giáo dục đại học ngành Marketing năm 2022 ban hành theo Quyết định số 1454/QĐ-HV ngày 27/10/2022 [H1.01.01.03]. Cụ thể: Các môn học cơ sở ngành và chuyên ngành đều được giảng dạy với nhiều phương pháp đa dạng như: nghe giảng trên lớp trong đó kết hợp sử dụng bảng và máy chiếu giúp tăng khả năng trực quan và diễn giải kiến thức của GV cũng như khả năng tiếp thu của SV; làm bài tập trên lớp giúp SV nắm chắc kiến thức môn học; áp dụng kiến thức lý thuyết vào giải quyết vấn đề; các bài tập lớn dạng dự án nhỏ giúp SV trải qua quy trình công việc thực tế, hình thành khả năng làm việc nhóm, đẩy nhanh quá trình tiếp cận với công việc ngoài doanh nghiệp và xã hội; các buổi báo cáo bài tập lớn cũng là giờ các em mở rộng kiến thức, khả năng tư duy, khả năng phản biện cũng như khả năng thuyết trình. Các hình thức dạy học được mô tả trong CTDH tại Bản mô tả chương trình đào tạo đại học ngành Marketing năm 2022 ban hành theo quyết định số 1455/QĐ-HV, ngày 27/10/2022 [H2.02.01.02] bao gồm thuyết giảng, nêu vấn đề và giải quyết vấn đề, tổ chức thảo luận nhóm dựa trên các tình huống thực tế của doanh nghiệp, giao bài tập, giao chủ đề môn học hoặc tiểu luận môn học để SV làm báo cáo thuyết trình, tăng tương tác giữa GV với SV, xây dựng bài giảng điện tử.

Hàng năm, Bộ môn Marketing xây dựng kế hoạch và thực hiện công tác dự giờ đối với các GV cũng như tổ chức họp đánh giá, rút kinh nghiệm giờ giảng nhằm đáp ứng chuẩn đầu ra cho từng học phần [H4.04.02.01], [H4.04.02.02]. Kết quả dự giờ cho thấy đa số GV đều được đánh giá xếp loại ở mức độ khá, giỏi và sử dụng phương pháp phù hợp với đặc trưng học phần, với nội dung của bài giảng hoặc với điều kiện thực tế phải chuyển đổi giảng dạy trực tiếp sang giảng dạy Online trong giai đoạn dịch bệnh Covid-19.

Học viện cũng xây dựng và cung cấp nền tảng thực hành trực tuyến cho nhiều môn học, cho phép SV dễ dàng làm các bài thực hành mọi lúc mọi nơi, chỉ với chiếc máy tính cá nhân có kết nối Internet [H4.04.02.03]. Nền tảng thực hành trực tuyến có khả năng chấm bài làm tự động, cho phép SV dễ dàng kiểm tra, đánh giá kết quả làm bài. Các bài thực hành cũng được xây dựng với nhiều cấp độ khác nhau, từ cơ bản đến nâng cao, giúp SV chủ động lựa chọn bài thực hành phù hợp với trình độ, từ đó đưa ra kế hoạch và lộ trình học tập phù hợp với năng lực cá nhân.

Khi bắt đầu giảng dạy học phần, GV giảng dạy các học phần công bố cho người học về đề cương học phần, chuẩn đầu ra của học phần và phương pháp học tập của từng chương trong nội dung học phần. Trên cơ sở ma trận chuẩn đầu ra, xác định mục tiêu đào tạo theo các tiêu chí khác nhau, các phương pháp giảng dạy và hoạt động dạy học đối với chương trình dạy học ngành Marketing được xác định phù hợp cho từng học phần và được cụ thể tại Bảng thống kê phương pháp dạy và học, phương pháp kiểm tra đánh giá trong CTDH ngành Marketing năm 2018 [H3.03.01.04], năm 2020 [H3.03.01.05] và năm 2022 [H3.03.01.06]. Trong đó: Phương pháp giảng dạy nội dung lý thuyết của các học phần được áp dụng linh hoạt dưới các hình thức: Thuyết trình (diễn giải), phát vấn, thuyết trình nêu vấn đề, thảo luận nhóm, giao bài tự học.

Giảng viên giảng dạy học phần hướng dẫn SV sử dụng các hoạt động học tập phù hợp, giúp SV chủ động tiếp thu, lĩnh hội kiến thức nhằm đạt được CĐR. Nhiều phương pháp dạy học tích cực đã được sử dụng như: phương pháp thảo luận nhóm, nghiên cứu tình huống thực tế của doanh nghiệp, dạy học dựa trên vấn đề, phương pháp thuyết trình ... Đối với các học phần lý thuyết, phương pháp dạy học chủ yếu là thuyết trình, giải quyết tình huống, đặt câu hỏi thảo luận, tổ chức học tập theo nhóm... Với các phương pháp này, SV đạt được khả năng thu nhận và áp dụng kiến thức thông qua sự tương tác với GV, SV trong lớp qua đó giúp SV phát triển được khả năng phân tích, tổng hợp và nghiên cứu các vấn đề liên quan đến ngành học, nhằm đạt được CĐR về kiến thức. Đối với các học phần thuộc phương pháp chuyên ngành, GV yêu cầu SV lập kế hoạch, tổ chức các hoạt động giáo dục, hoạt động nhóm.... Với phương pháp dạy - học này giúp SV có sự liên hệ giữa lý thuyết và thực tiễn, rèn kỹ năng làm việc nhóm, báo cáo thuyết trình, phản biện và nắm bắt được quy trình công việc trong thực tế doanh nghiệp.

Trong bản mô tả CTĐT năm 2022 [H2.02.01.02] đã quy định số tín chỉ và thời gian thực hiện cho hoạt động thực tập thực tế. Thực tập tốt nghiệp học phần bắt buộc của CTĐT với mục đích giúp SV thực hành nghiên cứu, tiếp cận và hiểu thực tiễn, hình thành thái độ đúng đắn và rèn luyện các kỹ năng nghề nghiệp [H4.04.02.04]. Ngoài học lý thuyết trên giảng đường, SV được đi thực tế tại các doanh nghiệp, các doanh nghiệp mà SV thực tập đều là những doanh nghiệp trong lĩnh vực tư vấn Marketing giúp SV có chương trình thực tập và hoạt động cũng như phương pháp đánh giá rõ ràng [H4.04.02.05]. Một số thỏa thuận hợp tác đã được ký kết với các doanh nghiệp trong lĩnh vực tư vấn Marketing đáng chú ý như Công ty CP AZ Solution Việt Nam và Công ty CP

truyền thông và công nghệ Ichip góp phần giúp sinh viên có cơ hội hiểu thêm về nghề nghiệp, chủ động tiếp thu, lĩnh hội kiến thức nhằm đạt chuẩn đầu ra.

Đến kỳ học thứ 8, sinh viên sẽ được thực tập tại các doanh nghiệp, được GV hướng dẫn báo cáo thực tập cuối khoá cũng như khoá luận tốt nghiệp để có kết quả tốt nhất. Tại doanh nghiệp, sinh viên không chỉ được đào tạo quy trình nghiệp vụ cho nhân viên thực tập mà còn được tham gia hoạt động hội thảo giao lưu giữa sinh viên với các doanh nghiệp về kỹ năng chuyên môn, kỹ năng mềm, về ngành nghề đào tạo [H4.04.02.06] và trực tiếp tham gia vào các hoạt động và dự án thực tế đang triển khai. Các hoạt động thực tập, đi nghiên cứu thực tế các doanh nghiệp, sau đó viết báo cáo thu hoạch và Bộ môn tổ chức chấm từ đó giúp sinh viên tăng khả năng quan sát, thực hành rèn luyện kỹ năng và có những trải nghiệm thực tế. Các cơ sở thực tập đa dạng, đáp ứng yêu cầu của chuyên ngành đào tạo, đó là các doanh nghiệp có quy mô, hình thức sở hữu, chức năng nhiệm vụ khác nhau. Việc tiếp cận cơ sở thực tập thực tế có thể do sinh viên tự tìm kiếm, hoặc theo các chương trình liên kết giữa Bộ môn và các doanh nghiệp đào tạo bên ngoài, nhưng về nội dung, phương pháp và kỹ năng vẫn phải tuân thủ theo các tiêu chí được Học viện và khoa quy định, được các giảng viên lập kế hoạch, giám sát và hướng dẫn sinh viên thực tập cuối khóa và làm khóa luận tốt nghiệp.

Thông qua hoạt động NCKH của giảng viên giai đoạn 2017-2022 [H4.04.02.07], giảng viên ngoài thực hiện đề tài, nhiệm vụ KHCN các cấp còn hướng dẫn sinh viên NCKH và SV được khuyến khích tham gia NCKH từ năm học thứ nhất. GV trong Bộ môn xây dựng danh mục đề tài gợi ý, sau đó sinh viên lựa chọn đề tài, Bộ môn xét duyệt tên đề tài và phân công giảng viên hướng dẫn [H4.04.02.08]. Những công trình nghiên cứu khoa học có chất lượng được lựa chọn báo cáo điển hình cấp Viện hoặc Học viện. Thông qua các buổi hội thảo chuyên đề và trực tiếp tham gia nghiên cứu, các SV Bộ môn Marketing cũng đã thể hiện được khả năng nghiên cứu khá tốt.

Đoàn Thanh niên Học viện và Bộ môn Marketing cũng tổ chức các hoạt động ngoại khóa như các CLB kinh doanh Marketing: UP community, CDA, S4C, và câu lạc bộ sinh viên tình nguyện, văn hóa nghệ thuật [H4.04.02.09]. Các câu lạc bộ có nhiều hình thức hoạt động, học tập và giải trí phù hợp, trong đó các bạn SV khóa trên giúp đỡ các bạn SV khóa dưới, các bạn SV giỏi hỗ trợ các bạn SV kém hơn. Tuy nhiên, Số sinh viên tham gia NCKH chưa nhiều và các hoạt động NCKH và tham gia các cuộc thi phong trào SV, các

câu lạc bộ mới chỉ tập trung ở nhóm các SV khá giỏi hoặc tích cực chủ động trong học tập, chưa lan tỏa đến các SV yếu kém hoặc ngại tham gia các hoạt động xã hội.

Ngay từ khi nhập học, sinh viên đã được phổ biến CTDH, các phương pháp học tập cũng như chuẩn đầu ra của CTĐT thông qua Hệ thống quản lý học tập trực tuyến của Học viện [H4.04.02.10]. Trong quá trình học tập, SV được các Cố vấn học tập hướng dẫn xây dựng kế hoạch học tập cá nhân và phê duyệt đăng ký học tập trong từng học kỳ và cung cấp đầy đủ các tài liệu, văn bản hướng dẫn, ... theo Quy định tạm thời về công tác Cố vấn học tập tại Học viện ban hành theo Quyết định số 1235/QĐ-HV ngày 31/12/2015 [H4.04.02.11] và các Biên bản họp giữa các lớp SV với CVHT trong từng học kỳ, năm học [H4.04.02.12]. Đồng thời, với mỗi học phần, ngay khi lên lớp các giảng viên trong khoa đều hướng dẫn sinh viên sử dụng các hoạt động học tập phù hợp, từ đó giúp người học chủ động tiếp thu, lĩnh hội kiến thức nhằm đạt được CDR.

Sau khi kết thúc học phần trong mỗi học kỳ, Học viện tổ chức lấy ý kiến phản hồi của người học về hoạt động giảng dạy của GV [H4.04.02.13]. Đa số người học hài lòng với các phương pháp dạy học và cách truyền đạt mà GV sử dụng (Mức độ hài lòng: 96,8% trong đó: Hoàn toàn đồng ý: 41,7%; Đồng ý: 55,1% trong khi đó mức độ chưa hài lòng chỉ có 3,2%.) Một vài ý kiến đánh giá của NH như “GV có phương pháp dạy học phù hợp, hòa đồng, cởi mở, hiểu tâm lý SV; giảng dạy lôi cuốn, dễ hiểu, gần gũi với thực tiễn giúp SV hứng thú lĩnh hội những kiến thức, hiểu bài; vận dụng một số phương pháp dạy học tích cực để nâng cao chất lượng bài giảng”. Kết quả phản hồi được Trung tâm Khảo thí và Đảm bảo chất lượng Giáo dục tổng hợp và thông báo kết quả đánh giá của người học đến từng GV và khoa chuyên môn để có sự điều chỉnh về hoạt động dạy học và phương pháp dạy học cho phù hợp hơn với thực tiễn giáo dục. Kết quả khảo sát năm 2020 cho thấy, bình quân tỷ lệ hài lòng với tiêu chí khảo sát “Phương pháp giảng dạy của giảng viên” là 96,8%. Ngoài ra, Học viện cũng tổ chức lấy ý kiến phản hồi của người học về cơ sở hạ tầng, trang thiết bị sử dụng trong các hoạt động dạy và học như phòng học, thư viện, phòng thực hành, máy tính, máy chiếu, loa, mic, điều hòa,... [H4.04.02.14]. Thống kê cũng cho thấy 86.73% sinh viên cơ bản hài lòng với cơ sở hạ tầng, trang thiết bị sử dụng trong các hoạt động dạy học.

Hàng năm, Học viện đều định kỳ tổ chức hội nghị đối thoại giữa Ban Giám đốc với SV Học viện. Qua hội nghị, SV được đối thoại trực tiếp với Ban Giám đốc, các đơn vị

chức năng trong Học viện để bày tỏ quan điểm về hoạt động dạy và học, các phương pháp dạy và học được sử dụng trong CTĐT cũng như trên thực tế giảng dạy của GV.

Thông qua báo cáo tổng hợp ý kiến khảo sát chương trình dạy học ngành Marketing năm 2020 [H3.03.01.02] nhận định: Bộ môn xây dựng hoạt động dạy học/phương pháp giảng dạy đa dạng, phù hợp để đạt được CDR và giảng viên/người học hài lòng với hoạt động dạy và học các phương pháp dạy và học được sử dụng trong chương trình dạy học ngành Marketing.

2. Điểm mạnh

Bộ môn Marketing có nhiều hình thức/phương pháp giảng dạy đa dạng, linh hoạt, phù hợp với từng nội dung và mục tiêu của từng môn học, trong đó kết hợp các hình thức giảng dạy truyền thống như giảng dạy và làm bài tập trên lớp giúp SV nắm chắc kiến thức và các phương pháp hiện đại phù hợp với xu thế ngành nghề và xã hội như làm bài tập lớn, dự án, thuyết trình, thực tập tại doanh nghiệp, giúp SV tăng cường khả năng giải quyết vấn đề, áp dụng từ lý thuyết vào thực tế, và trải qua quá trình thực tế tại doanh nghiệp, từ đó dễ dàng tham gia vào thị trường lao động sau khi tốt nghiệp. Các hoạt động dạy và học đa dạng này giúp SV đạt được CDR theo chương trình học.

3. Điểm tồn tại

Số sinh viên tham gia NCKH chưa nhiều và các hoạt động NCKH, tham gia các cuộc thi SV, các câu lạc bộ mới chỉ tập trung ở nhóm các SV khá giỏi hoặc tích cực chủ động trong học tập và các hoạt động ngoại khóa, chưa lan tỏa đến toàn thể SV ngành. Bộ môn hiện chưa ký kết hợp tác với nhiều doanh nghiệp, tập đoàn lớn vì vậy cơ hội thực tập và cơ hội việc làm sau khi tốt nghiệp tại các doanh nghiệp, tập đoàn lớn của SV còn hạn chế.

4. Kế hoạch hành động

Từ năm học 2023-2024, Bộ môn Marketing phối hợp với Phòng Quản lý KHCN và HTQT nghiên cứu, đề xuất giải pháp và tuyên truyền mở rộng hoạt động NCKH đến toàn bộ SV học ngành Marketing. Về việc ký kết hợp tác với các doanh nghiệp, Bộ môn hướng tới mở rộng ký kết hợp tác với các doanh nghiệp, tập đoàn đa ngành nghề, không chỉ giới hạn trong phạm vi của ngành TT&TT.

5. Tự đánh giá: Mức đạt được của tiêu chí: 5/7.

Tiêu chí 4.3: Các hoạt động dạy và học thúc đẩy việc rèn luyện các kỹ năng, nâng cao khả năng học tập suốt đời của người học.

1. Mô tả hiện trạng

CTĐT ngành Marketing năm 2022 có 49/49 đề cương chi tiết học phần, trong đó mô tả rõ việc sử dụng các hoạt động dạy và học được đa dạng hóa nhằm thúc đẩy SV rèn luyện các kỹ năng làm việc nhóm, tư duy độc lập, kỹ năng thuyết trình, phản biện giải quyết vấn đề, giải quyết các bài toán thực tế. Đề cương chi tiết các học phần trong CTĐT được hiệu chỉnh và biên soạn mới và ban hành theo Quyết định số 249/QĐ-HV, ngày 07/03/2022 [H2.02.02.08] và Quyển CTĐT đại học theo học chế tín chỉ hệ đại học chính quy ngành Marketing năm 2022 [H2.02.02.09].

Đề cương chi tiết của các học phần đều trình bày rõ các phương pháp giảng dạy, học tập tích hợp trong từng nội dung bài giảng kèm theo các hình thức đánh giá phù hợp nhằm đảm bảo thúc đẩy việc rèn luyện các kỹ năng thiết yếu, kỹ năng mềm cho SV và được thể hiện tại Bảng thống kê phương pháp dạy và học, phương pháp kiểm tra đánh giá trong CTDH ngành Marketing năm 2018, 2020 và 2022 [H3.03.01.04], [H3.03.01.05], [H3.03.01.06]. Mỗi học phần sẽ xác định cụ thể các phương pháp dạy học phù hợp. Trong các hoạt động dạy và học, từ các giờ học lý thuyết trên lớp truyền thống/lớp học trực tuyến đến các hoạt động tự học và nghiên cứu khoa học của SV, các bài tập nhóm, các bài thực hành, thảo luận, thực tập, thực tế đều hướng tới mục tiêu hình thành khả năng phân tích và tổng hợp, khả năng nhận diện vấn đề, tư duy phản biện, rèn luyện kỹ năng lập kế hoạch, kỹ năng giao tiếp và làm việc nhóm cho SV.

CTĐT có phân bổ hợp lý nhóm các môn học nhằm trang bị kỹ năng thiết yếu, kỹ năng mềm cho SV như: phương pháp làm việc khoa học, tư duy hệ thống và tư duy phân tích, khả năng trình bày, khả năng giao tiếp và làm việc hiệu quả trong nhóm (đa ngành), hội nhập được trong môi trường quốc tế; các kỹ năng mềm như giao tiếp, làm việc nhóm, trình bày báo cáo, tự nghiên cứu, trình bày kết quả nghiên cứu. Đối với các học phần cần kỹ năng thực hành, đề cương chi tiết của môn học đều nêu rõ số lượng các tiết học chữa bài tập và thực hành, nội dung chi tiết các bài tập và bài thực hành [H4.04.03.01]; 100% đề cương chi tiết các học phần ghi rõ số tiết tự học của SV và những tài liệu đọc thêm.

Mỗi bài giảng trong các đề cương chi tiết học phần ngành Marketing đều nêu cụ thể hình thức tự học, tự nghiên cứu và trong đó chỉ rõ nội dung chính, những yêu cầu đối với người học. Trong đề cương chi tiết cũng quy định rõ thời lượng tự học, tự nghiên cứu ít nhất từ 1 tiết/1 tín chỉ. SV phải nghiên cứu tài liệu trong thời gian tự học trước khi lên lớp và đây là một yêu cầu bắt buộc trong tất cả các đề cương chi tiết. Đặc biệt trong lịch trình

giảng dạy của từng học phần, GV đều gợi ý tài liệu học tập cần tham khảo theo từng chương hoặc nội dung cụ thể để SV có sự chuẩn bị tốt nhất, khuyến khích vai trò tự nghiên cứu, tự học của SV được quy định chi tiết tại bài giảng các học phần trong quyển CTĐT đại học theo học chế tín chỉ hệ chính quy ngành Marketing năm 2022 [H2.02.02.09]. Ngoài ra, Học viện có hệ thống thực hành trực tuyến cung cấp các bài thực hành cùng khả năng đánh giá tự động giúp sinh viên có thể chủ động học tập và cải thiện kỹ năng ở các học phần thực hành mọi lúc, mọi nơi [H4.04.02.03], [H4.04.02.10].

Với mục tiêu không ngừng nâng cao chất lượng đào tạo, Bộ môn Marketing và Học viện định kỳ tổ chức các đợt tập huấn về phương pháp giảng dạy để tất cả GV có cơ hội tiếp cận những vấn đề thực tế liên quan đến phương pháp giảng dạy, được học hỏi chia sẻ với nhau, từ đó điều chỉnh và lựa chọn các phương pháp giảng dạy phù hợp hơn, giúp cải tiến hoạt động học tập của SV cũng như cách đánh giá SV [H4.04.03.02]. Các thay đổi, cập nhật CTDH còn được thực hiện dựa trên ý kiến phản hồi của người học về hoạt động giảng dạy của GV theo học kỳ, năm học [H4.04.02.13].

Trong quá trình học, sinh viên ngành Marketing được tham gia học tập các chuyên đề thông qua các chương trình hợp tác với các tổ chức nghề nghiệp, doanh nghiệp đáng chú ý như AZ solution, Ichip, UP Community [H4.04.02.05] góp phần giúp sinh viên có cơ hội hiểu thêm về nghề nghiệp. Ngoài ra, Bộ môn còn phối hợp với Đoàn thanh niên Học viện tổ chức Hội thảo NCKH cho SV. Sinh viên được tham gia nhiều hoạt động ngoại khóa do Đoàn Thanh niên Học viện tổ chức như các câu lạc bộ về kinh doanh Marketing như UP community, CDA, S4C, và câu lạc bộ sinh viên tình nguyện, văn hóa nghệ thuật v.v. [H4.04.02.09], [H4.04.03.03], nhờ đó giúp sinh viên tăng cường khả năng tương tác, mạnh dạn trong các hoạt động ngoại khóa cũng như hỗ trợ lẫn nhau trong học tập. Cùng với đó thông qua các cuộc thi chuyên ngành về Marketing được Bộ môn tổ chức thường niên như Marketing Bigday giúp cho SV được trải nghiệm ứng dụng những kiến thức học được giải quyết những vấn đề thực tế, được rèn luyện thêm các kỹ năng.

Các hoạt động dạy và học được thiết kế với mục tiêu thúc đẩy việc rèn luyện các kỹ năng, nâng cao khả năng học tập suốt đời của NH: Hiện nay, việc từng bước giúp SV rèn luyện kỹ năng học tập suốt đời được tích hợp vào từng môn học. Ngay từ buổi học đầu tiên, GV luôn giới thiệu phương pháp học tập và danh mục tài liệu tham khảo; khuyến khích và hướng dẫn SV tự tìm hiểu thêm. Các hoạt động dạy và học giúp hình thành khả năng phân tích, tổng hợp, tư duy phản biện và kỹ năng làm việc nhóm cho SV được thể

hiện qua việc thực hiện các bài tập lớn và đồ án môn học. GV sử dụng các hoạt động dạy học/phương pháp giảng dạy phù hợp nhằm hỗ trợ NH rèn luyện các kỹ năng và nâng cao khả năng học tập suốt đời. Trong một một vài đề cương học phần, việc hướng dẫn việc tự học, tự nghiên cứu cho SV còn khá chung chung.

Nhằm trang bị cho SV khả năng tự học, tự nghiên cứu, Học viện và Bộ môn đã triển khai đào tạo cho SV các kỹ năng tự học, kỹ năng tư duy sáng tạo, kỹ năng giải quyết vấn đề, kỹ năng lập kế hoạch - tổ chức công việc, kỹ năng giao tiếp, kỹ năng thuyết trình, v.v. SV được tham gia các buổi tranh luận để nâng cao kỹ năng phản biện. Đối với các môn học chuyên ngành, SV được yêu cầu thực hiện báo cáo bài tập lớn/tiểu luận dưới dạng báo cáo khoa học nhằm giúp SV vận dụng kiến thức môn học để giải quyết một vấn đề thực tế. Điều này mang lại kỹ năng vận dụng sáng tạo của SV khi tham gia môn học. SV phải chủ động tìm hiểu các cách giải quyết vấn đề, phân tích đánh giá ưu nhược điểm mỗi phương pháp, để lựa chọn phương pháp phù hợp áp dụng vào giải quyết bài toán của mình và phải bảo vệ lựa chọn của mình.

Hàng năm, Bộ môn lập kế hoạch và tổ chức triển khai nhiều hoạt động để khuyến khích SV NCKH, trau dồi kiến thức học thuật, rèn luyện các kỹ năng cần thiết cho việc học tập suốt đời. SV được giảng viên hướng dẫn tham gia các đề tài NCKH của SV, tham gia các Hội nghị NCKH sinh viên hằng năm [H4.04.02.08]. Các hoạt động ngoại khóa khác được tổ chức góp phần rèn luyện các kỹ năng mềm như kỹ năng giao tiếp, kỹ năng tự tin, tinh thần học hỏi, kỹ năng tự giải quyết vấn đề [H4.04.02.09]. Các kỹ năng này giúp cho người học nhanh chóng thích nghi với công việc mới sau khi ra trường cũng như đáp ứng được nhiều loại hình tổ chức và nhiều công việc trong tương lai.

Sinh viên năm thứ 4 được tham gia các hoạt động kiến tập, thực tập thực tế tại các công ty, doanh nghiệp để rèn luyện khả năng vận dụng kiến thức vào việc giải quyết các vấn đề cụ thể, áp dụng kiến thức lý thuyết vào thực tiễn [H4.04.02.04]. Qua các đợt thực tập tại các doanh nghiệp, SV ngành Marketing được các công ty, doanh nghiệp đánh giá có trình độ chuyên môn và kỹ năng giao tiếp khá tốt.

Học viện và Bộ môn Marketing thực hiện khảo sát ý kiến của các doanh nghiệp, cựu sinh viên, để cải tiến chương trình và chất lượng đào tạo nhằm đáp ứng các yêu cầu của các doanh nghiệp. Phiếu khảo sát sinh viên tốt nghiệp với các tiêu chí đánh giá về trình độ chuyên môn, kỹ năng làm việc nhóm, khả năng hội nhập, khả năng làm việc trong môi trường chuyên nghiệp, khả năng ứng dụng kiến thức công việc vào thực tế đều

được các doanh nghiệp đánh giá ở mức đạt yêu cầu tuyển dụng và tỷ lệ SV tốt nghiệp ngành Marketing tham gia trả lời phiếu hỏi ở các đợt khảo sát trong giai đoạn 2017-2022 dao động từ 90% - 93% so với số SV tốt nghiệp được khảo sát. Kết quả khảo sát cho thấy, tỷ lệ SV ngành Marketing có việc làm với tỷ lệ 89% - 95% [H4.04.03.04].

Bảng thống kê phương pháp dạy và học, phương pháp kiểm tra đánh giá trong CTDH ngành Marketing năm 2022 [H3.03.01.06]; biên bản họp Bộ môn về việc sử dụng các hoạt động dạy học/ phương pháp giảng dạy năm 2020 [H3.03.02.04] đã nêu: Chương trình dạy học có 100% đề cương chi tiết các học phần đã mô tả rõ việc sử dụng các phương pháp giảng dạy/học tập phù hợp nhằm thúc đẩy việc rèn luyện các kỹ năng thiết yếu, kỹ năng mềm; nhấn mạnh đến hoạt động tự học/tự nghiên cứu nhằm hướng tới việc nâng cao khả năng học tập suốt đời, tuy nhiên, trong một một vài đề cương học phần, việc hướng dẫn việc tự học, tự nghiên cứu cho SV còn khá chung chung.

Có thể khẳng định 100% ĐCCT các học phần phiên bản 2018, 2020 và 2022 mô tả rõ việc sử dụng tổ hợp các PPGD, học tập, KTĐG như phương pháp thuyết trình, phương pháp vấn đáp, phương pháp nêu và giải quyết vấn đề, phương pháp thảo luận nhóm, phương pháp đóng vai, phương pháp trải nghiệm thực tế... nhằm thúc đẩy việc học tập kiến thức, rèn luyện kỹ năng, năng lực tự chủ tự chịu trách nhiệm chủ động, tích cực học tập suốt đời của người học; xác định các nội dung giảng dạy trên lớp, các nội dung giao về nhà cho người học tự học, các nội dung thảo luận, thực hành; giới thiệu nguồn tài liệu; giao nhiệm vụ, yêu cầu cụ thể để người học tự học, tự nghiên cứu, chuẩn bị bài trước khi lên lớp.

2. Điểm mạnh

Các hoạt động dạy và học tại Bộ môn Marketing góp phần thúc đẩy SV nâng cao năng lực tự học suốt đời. Thông qua việc đẩy mạnh các hoạt động đào tạo và NCKH, CTĐT tập trung rèn luyện SV độc lập suy nghĩ, kỹ năng tự nghiên cứu và giải quyết vấn đề trong thực tế, từ đó SV tự tin hơn trong việc tự đào tạo bản thân để giải quyết vấn đề thực tế gặp phải. ĐCCT học phần đều mô tả được yêu cầu của hoạt động tự nghiên cứu/tự học nhằm hướng đến việc nâng cao năng lực tự học suốt đời cho SV.

3. Điểm tồn tại

Trong một số đề cương học phần, việc hướng dẫn việc tự học, tự nghiên cứu cho SV còn khá chung chung.

4. Kế hoạch hành động

Từ năm học 2023-2024, Bộ môn Marketing phối hợp với Phòng Đào tạo soát lại các đề cương học phần để bổ sung và hoàn thiện hơn với những hướng dẫn chi tiết cho SV về việc tự học, tự nghiên cứu các vấn đề trong từng chương mục của học phần và rèn luyện cho SV khả năng tự học tự nghiên cứu và học tập suốt đời. Đồng thời Bộ môn mở rộng hoạt động NCKH đến nhiều SV, đẩy mạnh hoạt động trong các câu lạc bộ về Marketing và phong trào thi các cuộc thi về Marketing như Marketing Bigday trong SV Học viện.

5. Tự đánh giá: Mức đạt được của tiêu chí: 5/7.

Kết luận về Tiêu chuẩn 4

Học viện đã ban hành Triết lý giáo dục và mục tiêu giáo dục, với nội dung: “Tri thức - Sáng tạo - Đạo đức - Trách nhiệm”. Nội dung Triết lý giáo dục, phù hợp với mục tiêu của Học viện: “Phát triển Học viện trở thành trung tâm giáo dục của đất nước và khu vực, định hướng ứng dụng vào năm 2030”. Triết lý giáo dục được tuyên bố rõ ràng và được phổ biến tới các bên liên quan nhằm giúp các hoạt động dạy và học được thiết kế phù hợp để đạt được CĐR, các hoạt động dạy và học thúc đẩy việc rèn luyện các kỹ năng, nâng cao khả năng học tập suốt đời của SV.

Đối với các phương pháp tiếp cận trong dạy và học cũng thể hiện được sự phù hợp của CTĐT ngành Marketing. Các hoạt động giảng dạy của GV và học tập của SV là đa dạng, linh hoạt, giúp người học thuận lợi trong việc đạt CĐR của CTĐT. Các hoạt động học tập đa dạng như NCKH, tự học, thảo luận, thuyết trình, kiến tập, thực tập nghề nghiệp, các khóa học nâng cao kỹ năng mềm giúp SV có năng lực học tập suốt đời. Có sự tương tác hỗ trợ giữa người dạy và người học, môi trường học tập cởi mở và thân thiện, tôn trọng và hỗ trợ người học một cách tích cực.

Bên cạnh đó có những điểm tồn tại cần khắc phục, đó là cần tăng cường thu thập thêm ý kiến và số lượng phiếu khảo sát của các bên như SV, GV và nhà tuyển dụng khi đổi mới phương pháp giảng dạy.; cần đẩy mạnh hoạt động NCKH cho sinh viên, đẩy mạnh các hoạt động chuyên môn tại các câu lạc bộ cho SV ngành Marketing nhằm nâng cao năng lực tự học; khả năng sáng tạo. Tăng cường mở rộng hợp tác với các doanh nghiệp trong và ngoài ngành TT&TT để tăng thêm cơ hội thực tập và cơ hội việc làm cho SV tại những doanh nghiệp lớn.

Tiêu chuẩn 4 có 3 tiêu chí: 5,00/7.

Tiêu chuẩn 5: Đánh giá kết quả học tập của người học

Mở đầu

Đánh giá kết quả học tập (KQHT) của người học là một trong những khâu quan trọng trong công tác tổ chức đào tạo. Kết quả đánh giá sẽ ảnh hưởng quan trọng đến việc học tập và nghề nghiệp sau này, đồng thời cung cấp cho Học viện, Bộ môn Marketing các thông tin giá trị về chất lượng dạy - học và các dịch vụ hỗ trợ người học.

Việc đánh giá KQHT của người học được thiết kế phù hợp với mức độ đạt được CDR của CTĐT ngành Marketing, quá trình đánh giá được bắt đầu ngay từ khâu tuyển sinh đầu vào và thực hiện xuyên suốt quá trình học tập của SV cho tới khi tốt nghiệp.

Mục đích của việc kiểm tra đánh giá là nhằm xác định mức độ kiến thức cũng như kỹ năng mà SV cần đạt được so với mục tiêu của CTĐT cũng như mục tiêu của từng học phần trong CTĐT ngành Marketing. Việc đánh giá kết quả của SV căn cứ vào CDR và nội dung của chương trình đào tạo. Các quy định về đánh giá KQHT của người học theo CTĐT ngành Marketing được công bố công khai tới người học và các bên liên quan trước khi bắt đầu triển khai CTĐT. Trong tiết học đầu tiên của các học phần, người học được thông báo về kế hoạch, hình thức và tiêu chí kiểm tra đánh giá sử dụng trong học phần đó. Phương pháp đánh giá kết quả học tập đa dạng và có tính liên tục, đảm bảo độ tin cậy và sự công bằng, phù hợp với đặc thù của từng học phần.

Thông tin về kết quả học tập được phản hồi kịp thời giúp người học cải thiện quá trình học tập của bản thân, đáp ứng với mục tiêu đào tạo. Ngoài ra, người học cũng dễ dàng tiếp cận với quy trình khiếu nại về việc đánh giá KQHT của GV trong quá trình học tập tại Học viện. Các quy định về đánh giá kết quả học tập đã được đề cập cụ thể tại các quy định về đào tạo, thi, kiểm tra đánh giá KQHT do Học viện ban hành và được thông báo công khai tới SV qua nhiều hình thức.

Tiêu chí 5.1: Việc đánh giá kết quả học tập của người học được thiết kế phù hợp với mức độ đạt được chuẩn đầu ra.

1. Mô tả hiện trạng

Học viện có quy định, hướng dẫn về việc xác định, lựa chọn các hoạt động dạy và học phù hợp với Triết lý giáo dục, trong đó, việc đánh giá kết quả học tập của người học được xây dựng và thường xuyên được điều chỉnh trong chu kỳ đánh giá, cụ thể:

Kể từ năm 2012, khi chuyển sang đào tạo theo hệ thống tín chỉ, Học viện đã ban hành các quy định để triển khai tổ chức đào tạo, tài liệu hướng dẫn, thiết kế các phương pháp kiểm tra đánh giá và đo lường trong giáo dục với những nội dung về đánh giá, phân

loại đánh giá, quy trình và các phương pháp đánh giá, một số kỹ thuật để xây dựng công cụ đánh giá dựa trên CDR của từng học phần. Cụ thể:

Quy định đào tạo đại học theo hệ thống tín chỉ ban hành theo quyết định số 897/QĐ-HV ngày 11/12/2012 [H5.05.01.01]. Trong quy định này đã dành toàn bộ chương V để quy định về việc đánh giá kết quả và thi kết thúc học phần; Điều 23 quy định tiêu chí đánh giá kết quả học tập; Điều 24 quy định việc đánh giá kết quả học phần (các hình thức đánh giá và hình thức thi kết thúc học phần); Điều 25 quy định thang điểm đánh giá (theo thang điểm 10, điểm quy đổi sang điểm chữ và thang điểm 4); điều 29 quy định việc tổ chức kỳ thi kết thúc học phần.

Năm 2018, căn cứ Thông tư sửa đổi, bổ sung một số điều của Quy chế đào tạo đại học và cao đẳng hệ chính quy theo hệ thống tín chỉ (57/2012/TT-BGDĐT ngày 27/12/2012), Học viện ban hành Quy định đào tạo cao đẳng, đại học theo hệ thống tín chỉ theo quyết định số 474/QĐ-HV ngày 19/6/2018 [H5.05.01.02]: Tại điều 29 quy định công tác tổ chức thi kết thúc học phần gồm các nội dung về tiêu chí đánh giá kết quả học tập, các hình thức đánh giá kết quả học phần và thang điểm đánh giá, trong đó có nội dung *“Các quy định chi tiết khác liên quan thực hiện theo Quy định tổ chức thi kết thúc học phần hệ cao đẳng, đại học chính quy theo học chế tín chỉ ban hành kèm theo Quyết định số 691/QĐ-KT&ĐBCLGD ngày 13 tháng 9 năm 2013 của Giám đốc Học viện”*.

Năm 2021, căn cứ Quy chế đào tạo trình độ đại học của Bộ GD&ĐT ban hành theo Thông tư số 08/2021/TT-BGDĐT ngày 18/03/2021 của Bộ GD&ĐT, Học viện ban hành Quy định đào tạo đại học, cao đẳng hệ chính quy theo hệ thống tín chỉ theo Quyết định số 838/QĐ-HV ngày 11/10/2021 [H5.05.01.03], tại Chương III, Điều 18 và Chương V, Điều 23, 24, 25, 26 liên quan đánh giá kết quả học phần cho các học phần lý thuyết và học phần thực hành có tổ chức thi kết thúc học phần và quy định điểm đánh giá của giảng viên đối với sinh viên; quy định thang điểm đánh giá (theo thang điểm 10, điểm quy đổi sang điểm chữ và thang điểm 4); Điều 29 quy định việc tổ chức kỳ thi kết thúc học phần. Quy định đã thể hiện rõ Học viện dựa trên nhóm 4 tiêu chí để đánh giá CDR của người học: Tiêu chí về kiến thức chung, kiến thức và kỹ năng chuyên ngành; Tiêu chí về trình độ ngoại ngữ; Tiêu chí về trình độ tin học; Tiêu chí về kỹ năng mềm.

Trong giai đoạn 2017-2022, Học viện đã ba lần chỉnh sửa, ban hành các quy định đào tạo đại học theo tín chỉ và kết cấu bản quy định năm 2021 giữ nguyên như năm 2018,

được điều chỉnh, bổ sung đầy đủ các nội dung quy định về đánh giá kết quả học tập của NH theo đúng Quy chế đào tạo trình độ đại học của Bộ GD&ĐT.

Trong suốt quá trình đào tạo người học được đánh giá các nội dung: Việc học tập trên lớp được đánh giá thông qua điểm chuyên cần, các bài kiểm tra giữa kỳ, các bài tập nhóm, bài thực hành, thực tập; Bài thi cuối kỳ với nhiều hình thức khác nhau như: thi tự luận, trắc nghiệm, trắc nghiệm kết hợp với tự luận, vấn đáp; thực tập tốt nghiệp; thi tốt nghiệp/làm ĐAKTTN và được quy định tại các văn bản cụ thể:

Quy định tổ chức thi kết thúc học phần hệ cao đẳng, đại học chính quy theo học chế tín chỉ ban hành theo Quyết định số 691/QĐ-KT&ĐBCLGD ngày 13/9/2013 [H5.05.01.04]. Trong đó quy định về việc ra đề thi, hình thức thi, chấm thi và số lần được dự thi kết thúc học phần; áp dụng cho thi kết thúc học phần với các hình thức trắc nghiệm, tự luận, vấn đáp, viết tiểu luận, làm bài tập lớn, bảo vệ chuyên đề, hoặc kết hợp giữa các hình thức trên.

Sau khi Học viện chỉnh sửa, ban hành quy định đào tạo theo tín chỉ năm 2018 và 2021, Trung tâm Khảo thí và Đảm bảo chất lượng giáo dục (KT&ĐBCLGD) kịp thời đề xuất việc hiệu chỉnh các nội dung về thi kết thúc học phần cho phù hợp với quy định đào tạo mới theo Quyết định số 1277/QĐ-HV ngày 31/12/2018 về việc sửa đổi, bổ sung một số nội dung của Quy định tổ chức thi kết thúc học phần hệ cao đẳng, đại học chính quy theo học chế tín chỉ ban hành kèm theo Quyết định số 691/QĐ-KT&ĐBCLGD ngày 13/9/2013 [H5.05.01.05] và Quy định thi kết thúc học phần và các học phần thay thế tốt nghiệp ban hành theo Quyết định số 1037/QĐ-HV ngày 12/11/2021 [H5.05.01.06]. Trong đó quy định hình thức, thời gian thi, kiểm tra; thời lượng các bài kiểm tra; kế hoạch tổ chức thi kết thúc học phần, bao gồm điều kiện dự thi, thi kết thúc học phần, hình thức thi, khiếu nại và sửa điểm; ... Đồng thời, Quy trình đánh giá kết quả học tập được phân chia làm 2 loại hình đánh giá: đánh giá kết quả học tập theo học phần và đánh giá kết quả học tập theo học kỳ.

Căn cứ các quy định nêu trên, Trung tâm Khảo thí và Đảm bảo chất lượng giáo dục tổ chức đánh giá và quản lý kết quả học tập của SV. Quy trình tổ chức các kỳ thi nêu rõ về việc cho điểm quá trình, xếp lịch thi, ra đề, tổ chức thi, chấm thi, nhập điểm, phúc tra, lưu trữ bài thi và công bố điểm. Quy trình này có sự tham gia của nhiều đơn vị trong Học viện như: (i) Phòng Giáo vụ là đơn vị lập Kế hoạch thi trên cơ sở kế hoạch đào tạo năm học, trong đó có nội dung về thi kết thúc học phần, tốt nghiệp, kế hoạch thi/kiểm tra ...

(ii) Trung tâm KT&ĐBCLGD là đơn vị tổ chức thi bao gồm 03 bước (ra đề, coi thi, tổ chức chấm thi và thông báo kết quả, cách tính điểm bộ phận và điểm học phần); phụ trách in sao, lưu trữ đề thi; tổ chức các ca thi; lưu trữ bài thi, bảng điểm, các biên bản. (iii) các Bộ môn Marketing phụ trách việc ra đề thi, phân công GV chấm thi/chấm phúc tra. (iv) Ban Thanh tra các kỳ thi giám sát việc bốc thăm, in sao đề thi, giám sát công tác coi thi, chấm thi/chấm phúc tra. (v) Trung tâm Thí nghiệm Thực hành quản lý các phòng máy thi thực hành. (vi) Trung tâm Dịch vụ là đơn vị chuẩn bị, quản lý phòng thi. (vii) Văn phòng Học viện bố trí cán bộ bảo vệ trực giữ trật tự tại khu vực tổ chức thi. Tuy nhiên, trong giai đoạn 2027-2022, Trung tâm KT&ĐBCLGD và Bộ môn Marketing chưa tiến hành tham khảo ý kiến các bên liên quan để đánh giá sự phù hợp của các văn bản đã ban hành trong lĩnh vực khảo thí.

Trong thời gian diễn ra dịch bệnh Covid-19, Học viện kịp thời ban hành các văn bản triển khai công tác tổ chức thi trực tuyến như: Hướng dẫn tổ chức thi trực tuyến trong thời gian phòng, chống đại dịch Covid-19 ban hành theo Quyết định số 470/QĐ-HV ngày 09/6/2021 [H5.05.01.07] và Hướng dẫn bổ sung hình thức thi trực tuyến trong thời gian phòng, chống đại dịch Covid-19 ban hành theo Quyết định số 654/QĐ-HV ngày 04/8/2021 [H5.05.01.08].

Học viện ban hành Quy trình về tổ chức thực tập tốt nghiệp theo Quyết định số 05/QĐ-KT&ĐBCLGD ngày 10/01/2011 để hướng dẫn đánh giá và chấm điểm thực tập tốt nghiệp (TTTTN) của SV [H5.05.01.09].

Để đánh giá kết quả tốt nghiệp của SV, Học viện ban hành Quy định về việc đánh giá và tổ chức bảo vệ ĐA/KLTN theo Quyết định số 924/QĐ-KT&ĐBCLGD ngày 15/11/2011 [H5.05.01.10] và trong thời gian dịch bệnh Covid-19, Học viện ban hành Quy định về việc tổ chức đánh giá đồ án, khóa luận tốt nghiệp theo hình thức trực tuyến trong thời gian dịch Covid-19 theo Quyết định số 594/QĐ-HV ngày 15/7/2021 [H5.05.01.11].

Học viện đã ban hành Quy định xây dựng, quản lý và sử dụng ngân hàng câu hỏi thi kết thúc học phần đại học hệ chính quy theo Quyết định số 685/QĐ-HV ngày 18/9/2018 [H5.05.01.12], trong đó có quy trình xây dựng, quản lý, sử dụng và đánh giá độ tin cậy, độ chính xác của phương pháp kiểm tra đánh giá người học theo quy trình gồm 12 bước: (1) Xác định phạm vi nội dung ra đề; (2) Viết câu hỏi: do các giáo viên, các nhà khoa học phụ trách; (3) Đánh giá lại câu hỏi về mặt nội dung; (4) Đánh giá

lại câu hỏi về tính công bằng; (5) Kiểm tra thử câu hỏi với SV; (6) Phân tích thống kê từ kết quả kiểm tra thử: đánh giá độ khó của câu hỏi, đánh giá khả năng phân biệt trình độ SV của câu hỏi, đánh giá kết quả của các SV cùng trình độ nhưng thuộc các thành phần khác nhau (tôn giáo, dân tộc, giới tính) để xem xét tính công bằng; (7) Hiệu chỉnh và hình thành bản nháp của các câu hỏi thi đã hoàn thiện; (8) Thẩm định của các chuyên gia bên ngoài; (9) Thẩm định của hội đồng chuyên môn: bao gồm đại diện của cố vấn của các trường, chuyên gia tuyển sinh của các trường đại học, các nhà giáo dục, các giảng viên (10) Biên tập, sửa bản in, in, và phân phối; (11) Tổ chức thi; (12) Phân tích thống kê sau khi thi: thực hiện phân tích giống như đã thực hiện ở bước 6 để đảm bảo kết quả thi thử và thi thật không có độ chênh lệch lớn.

Căn cứ đề cương chi tiết học phần, hàng năm, Học viện ban hành văn bản hướng dẫn các khoa, bộ môn xây dựng mới và hiệu chỉnh ngân hàng câu hỏi thi kết thúc các học phần trong đã ban hành trong CTĐT [H5.05.01.13]. Theo nội dung hướng dẫn tại văn bản khi thiết kế ngân hàng câu hỏi thi các học phần dựa trên cơ sở 6 cấp độ của thang cấp độ tư duy Bloom, các khoa/bộ môn chủ động thiết kế câu hỏi từ dễ đến phức tạp tương ứng với 3 cấp độ tư duy (Bậc 1: Nhớ, biết; Bậc 2: Hiểu, áp dụng; Bậc 3: Phân tích, tổng hợp, đánh giá). Đối với những học phần chưa xây dựng ngân hàng câu hỏi thi, Học viện xây dựng kế hoạch biên soạn đề thi để hướng dẫn GV biên soạn đề thi, với yêu cầu đề thi phải bám sát nội dung, chương trình giảng dạy, đồng thời đạt yêu cầu phân loại được năng lực của người học, phải phát huy khả năng tư duy, sáng tạo của người học và đủ thời gian quy định cho mỗi học phần.

Kết quả học tập của NH được đánh giá thông qua các hoạt động học tập trên giảng đường (lớp học và phòng thí nghiệm thực hành) và tại các cơ sở SV đến thực tập, với các phương pháp đánh giá cụ thể:

Căn cứ Quy định về tổ chức thực tập tốt nghiệp, hướng dẫn đánh giá và chấm điểm TTTN [H5.05.01.09]: Kết thúc thời gian thực tập theo yêu cầu của đề cương và hướng dẫn của GVHD, SV phải hoàn thành báo cáo thực tập cho GVHD theo đúng thời hạn quy định; các Khoa chuyên môn/Đơn vị nghiên cứu tổ chức đánh giá, chấm điểm (có tham khảo điểm của cơ sở thực tập, của CBHD/GVHD) dưới hình thức phù hợp (vấn đáp hoặc chấm điểm báo cáo...) trong thời hạn đã được phê duyệt theo đề cương thực tập, công bố điểm cho SV.

Quy trình tổ chức thực hiện Đồ án tốt nghiệp (ĐATN) ban hành theo quyết định 924/QĐ-HV ngày 15/11/2011 [H5.05.01.10] hướng dẫn đánh giá ĐA/KLTN với các phiếu nhận xét của người phản biện và phiếu đánh giá của các thành viên hội đồng, điểm đánh giá chi tiết đến 0,25 điểm.

- Việc đánh giá kết quả học phần thực hiện theo Quy định tổ chức thi kết thúc học phần hệ cao đẳng, đại học chính quy theo học chế tín chỉ [H5.05.01.04], [H5.05.01.05]: Trong đó điểm đánh giá học phần là tổng điểm của tất cả các điểm thành phần nhân với trọng số tương ứng. Điểm học phần làm tròn đến một chữ số thập phân, sau đó quy đổi sang thang điểm chữ và thang điểm 4; đối với các học phần chỉ có lý thuyết hoặc có cả lý thuyết và thực hành, tùy theo tính chất của học phần, điểm học phần được tính căn cứ vào một phần hoặc tất cả các điểm đánh giá thành phần; đối với các học phần thực hành: SV phải tham dự đầy đủ các bài thực hành được quy định cho mỗi học phần. Điểm trung bình cộng của điểm các bài thực hành trong học kỳ được làm tròn đến một chữ số thập phân là điểm của học phần thực hành. Việc lựa chọn phương pháp đánh giá học phần được quy định cụ thể trong đề cương chi tiết của học phần thông qua bài thi kết thúc học phần với hình thức có thể là thi viết (trắc nghiệm hoặc tự luận), vấn đáp, viết tiểu luận, làm bài tập lớn, bảo vệ chuyên đề, hoặc kết hợp giữa các hình thức trên.

- Việc đánh giá kết quả thực tập tốt nghiệp thực hiện theo Quy định về tổ chức thực tập tốt nghiệp hướng dẫn đánh giá và chấm điểm TTTN [H5.05.01.09]: Trong đó điểm TTTN do Bộ môn Marketing tổ chức đánh giá, chấm điểm, có tham khảo điểm của cơ sở thực tập, của người hướng dẫn và tổ chức cho SV/ Nhóm SV báo cáo kết quả TTTN dưới hình thức phù hợp (vấn đáp hoặc chấm điểm báo cáo...).

- Việc đánh giá ĐATN thực hiện theo Quy định tổ chức thực hiện ĐATN ban hành theo quyết định 924/QĐ-HV ngày 15/11/2011 [H5.05.01.10]. Trong đó điểm đánh giá ĐATN là trung bình cộng điểm đánh giá của người phản biện và các thành viên hội đồng. Để có đủ điều kiện làm đồ án tốt nghiệp, SV cần đạt điểm trung bình chung tích lũy từ khá trở lên, trường hợp SV không đủ điều kiện làm ĐATN sẽ học và thi các học phần thay thế ĐATN do Bộ môn Marketing đề xuất và được giám đốc Học viện phê duyệt theo Quy định thi các học phần thay thế tốt nghiệp theo Quyết định số 1037/QĐ-HV ngày 12/11/2021 [H5.05.01.06].

Giai đoạn 2017-2022, Học viện đã ban hành tài liệu hướng dẫn, thiết kế các phương pháp kiểm tra đánh giá và đo lường trong giáo dục với những nội dung như: đánh giá,

phân loại đánh giá, quy trình đánh giá, các phương pháp đánh giá, một số kỹ thuật để xây dựng công cụ đánh giá dựa trên CĐR của từng học phần.

Trong bản mô tả CTĐT ngành Marketing năm 2022, tại Mục 3. Chuẩn đầu ra ban hành kèm theo Quyết định số 1456/QĐ-HV ngày 27/10/2022 [H2.02.01.02] có xây dựng ma trận liên kết giữa học phần và chuẩn đầu ra của CTĐT. Các phương pháp đánh giá của CTĐT phong phú, đa dạng (chuyên cần, bài tập, thuyết trình, hoạt động, viết, làm việc nhóm, thí nghiệm, thực hành trắc nghiệm tự luận, vấn đáp, báo cáo), phù hợp với CĐR của CTĐT ngành Marketing.

Phương pháp đánh giá của từng học phần cụ thể đã được tổ chức hội thảo và thông qua ở cấp bộ môn và cấp khoa trước khi trình Giám đốc Học viện phê duyệt theo đề cương chi tiết học phần. Tuy nhiên, phương pháp kiểm tra đánh giá cuối kỳ chưa đa dạng, hình thức thi chủ yếu là tự luận chiếm 87,5% các hình thức còn lại chiếm 12,5%. Cụ thể: 63 HP thi tự luận (chiếm 87,5%); 04 HP thi vấn đáp (chiếm 5,55%); 02 học phần thi trắc nghiệm khách quan (chiếm 2,78%), 02 HP thi thực hành (chiếm 2,78%) và 01 học phần thi báo cáo (chiếm 1,39%).

Học viện thực hiện nhiều phương pháp kiểm tra, đánh giá phù hợp để đạt được CĐR đã được công bố. Việc tổ chức thi kết thúc học phần gồm nhiều phương pháp: tự luận, trắc nghiệm, bán trắc nghiệm, vấn đáp, thực hành, phù hợp với từng môn học, giúp đánh giá khách quan quá trình học tập của người học. Người học phải thể hiện được năng lực tư duy, vận dụng kiến thức để giải quyết vấn đề với yêu cầu nhất định như:

- Đối với các môn học trên lớp, việc đánh giá quá trình được thực hiện bởi giảng viên (theo dõi chuyên cần và các bài kiểm tra định kỳ); việc đánh giá kết thúc môn học/học phần do Trung tâm Khảo thí và ĐBCLGD là đầu mối chịu trách nhiệm tổ chức thi;

- Đối với các môn học thực hành, Bộ môn Marketing chủ trì việc tổ chức đánh giá thông qua các sản phẩm, báo cáo của sinh viên (ví dụ các môn kiến tập, thực tập, thực hành nghề nghiệp);

- Việc thiết kế nội dung kiểm tra, đánh giá từng học phần bám sát ma trận CĐR đã được công bố về kiến thức, kỹ năng, năng lực tự chủ và trách nhiệm.

Kết thúc mỗi kỳ học, sinh viên được tham gia đánh giá hoạt động giảng dạy của giảng viên, trong đó có nội dung liên quan đến lấy ý kiến sinh viên về hình thức đánh giá môn học [H3.03.02.06]. Kết quả khảo sát cho thấy các loại hình, tiêu chí, nội dung đánh

giá đối với từng môn học/học phần trong chương trình dạy học được xây dựng đã phản ánh xác thực về mức độ phù hợp của các loại hình kiểm tra đánh giá kết quả học tập của người học. Cụ thể:

- Kết quả khảo sát học kỳ II năm học 2020-2021 số phiếu phát ra là 29,563 phiếu, số phiếu có giá trị là 29,563 phiếu (trong đó Bộ môn Marketing có 11,082 phiếu; Khoa Tài chính kế toán có 2,202 phiếu; Khoa Quản trị kinh doanh có 1,786 phiếu; khoa Kỹ thuật Điện, điện tử có 3,293 phiếu; và khoa Khoa Cơ bản là 7,657 phiếu) về sự hài lòng đối với các hình thức thi/kiểm tra đánh giá kết quả học tập cho tỷ lệ hài lòng khá cao: Bộ môn Marketing là 97,43%; Khoa Tài chính kế toán là 98,5%, Khoa Quản trị kinh doanh là 98,5%; khoa Kỹ thuật Điện, điện tử là 98%, Khoa Cơ bản là 97,5%.

- Các phương pháp kiểm tra đánh giá kết quả học tập đã đo lường được mức độ đạt CĐR của SV. Điều này được thể hiện ở kết quả khảo sát SV năm học 2020-2021, khảo sát về tính “công bằng và khách quan trong đánh giá người học” cho thấy có trên 95% người học hài lòng về kết quả đánh giá.

Thông qua nội dung nêu trên, các hoạt động và phương pháp kiểm tra đánh giá kết quả học tập của NH được thiết kế phù hợp để đo lường được mức độ đạt CĐR qua việc đánh giá học phần với đề thi có đáp án, thang điểm đánh giá và các mức độ đạt được của từng SV từ không đạt đến khá, giỏi để đo mức độ đạt được của CĐR từng học phần; khóa luận tốt nghiệp (KLTN) được giao cho SV khá giỏi thực hiện và do hội đồng đánh giá để đo CĐR theo thang điểm cụ thể.

2. Điểm mạnh

Học viện có hệ thống quy định, quy trình, tài liệu hướng dẫn đầy đủ và tạo sự đồng bộ, thống nhất giữa các đơn vị, GV, SV trong quá trình thực hiện việc đánh giá kết quả học tập của NH.

3. Điểm tồn tại

Học viện chưa tham khảo ý kiến các bên liên quan để đánh giá sự phù hợp của các văn bản đã ban hành trong lĩnh vực khảo thí.

4. Kế hoạch hành động

Năm học 2023-2024, Trung tâm KT&ĐBCLGD tổ chức hội thảo xin ý kiến nhận xét, góp ý của các bên liên quan đánh giá sự phù hợp của các văn bản đã ban hành.

5. Tự đánh giá: Mức đạt được của tiêu chí: 5/7.

Tiêu chí 5.2: Các quy định về đánh giá kết quả học tập của người học (bao gồm thời gian, phương pháp, tiêu chí, trọng số, cơ chế phản hồi và các nội dung liên quan) rõ ràng và được thông báo công khai tới người học.

1. Mô tả hiện trạng

Thời gian, hình thức, phương pháp, tiêu chí, trọng số, cơ chế phản hồi và các nội dung liên quan đến đánh giá kết quả học tập của người học CTĐT ngành Marketing được xác định rõ ràng tại Quy chế đào tạo theo học chế tín chỉ năm 2012 [H5.05.01.01], năm 2018 [H5.05.01.02] và năm 2021 [H5.05.01.03]. Tại Quy chế đào tạo năm 2021, quy định cụ thể như sau:

- Thời gian: Mỗi học kỳ chỉ tổ chức một kỳ thi kết thúc học phần (gọi là kỳ thi chính) và một kỳ thi phụ dành cho SV chưa dự thi kỳ thi chính có lý do chính đáng và đã được chấp nhận (nếu có). Trường hợp đặc biệt do Giám đốc Học viện quyết định.

- Hình thức thi kết thúc học phần: bài thi kết thúc học phần được thực hiện bằng một trong các hình thức như thi viết (tự luận, trắc nghiệm khách quan trên giấy hoặc trên máy tính), vấn đáp, thực hành hoặc kết hợp các hình thức trên. Hình thức thi của từng học phần được quy định cụ thể trong Đề cương chi tiết học phần và được Giám đốc Học viện phê duyệt.

- Hình thức đánh giá trực tuyến: Hình thức đánh giá trực tuyến được áp dụng khi cần đảm bảo sự trung thực, công bằng và khách quan; Trọng số của điểm đánh giá bằng hình thức trực tuyến không được vượt quá 50%.

- Cách tính điểm thành phần và điểm học phần: Điểm thành phần được đánh giá theo thang điểm 10 (từ 0 đến 10), làm tròn đến một chữ số thập phân; điểm học phần là tổng điểm của tất cả các điểm đánh giá bộ phận (điểm thành phần) nhân với trọng số tương ứng, được làm tròn đến một chữ số thập phân; điểm liệt quy định cho các thành phần của học phần là 0 điểm.

- Đánh giá lớp học phần

(1) Đánh giá lớp học phần là một trong những biện pháp quan trọng trong công tác đảm bảo chất lượng giáo dục. Việc đánh giá lớp học phần được tiến hành thông qua thu thập thông tin từ nhiều nguồn khác nhau về nội dung học phần, tổ chức lớp học phần, các hoạt động dạy và học của mỗi lớp học. Từ đó đưa ra đánh giá kết luận để có những điều chỉnh phù hợp nhằm nâng cao chất lượng đào tạo. Các nguồn thông tin có thể bao gồm:

- + Ý kiến phản hồi từ cán bộ phụ trách lớp học phần và các cán bộ khác;

- + Ý kiến phản hồi từ phía SV của lớp học phần;
- + Thông tin kiểm tra giảng dạy từ Tổ công tác dự giờ;
- + Thống kê điểm đánh giá học phần của lớp học phần.

(2) Trung tâm Khảo thí & Đảm bảo chất lượng giáo dục (KT&ĐBCLGD) phối hợp với các đơn vị tổ chức việc đánh giá lớp học phần thường xuyên cuối mỗi học kỳ, năm học. Các kết quả đánh giá lớp học phần được báo cáo trực tiếp với Giám đốc Học viện. Giám đốc Học viện quyết định hình thức sử dụng các kết quả đánh giá lớp học phần và chỉ đạo thực hiện biện pháp điều chỉnh cần thiết.

Toàn bộ 49 đề cương chi tiết học phần trong CTĐT ngành Marketing năm 2022 [H1.01.01.03] và các ĐCCT được Học viện ban hành năm 2022 [H2.02.02.09] đều nêu rõ hình thức, thời gian, tiêu chí, trọng số điểm kiểm tra đánh giá (thi viết, thi vấn đáp, thực hành...), đặc biệt chú trọng việc xây dựng thang đánh giá gồm: tiêu chí đánh giá về nhận thức, kỹ năng, thái độ; mức độ thành tích đạt được theo yêu cầu của chuẩn đầu ra học phần.

Tại quy định về tổ chức thi kết thúc học phần hệ đại học, cao đẳng chính qui theo học chế tín chỉ đã quy định cụ thể thời gian, hình thức thi và phúc khảo kết quả thi [H5.05.01.04], [H5.05.01.05]. Nội dung và phương pháp đánh giá được các GV thay đổi cho phù hợp với nội dung của học phần theo đề cương chi tiết của các học phần.

Việc đánh giá kết quả học tập của người học thường xuyên suốt trong quá trình học tập thông qua các hình thức như: thi viết tự luận, thi trắc nghiệm khách quan, thi trắc nghiệm khách quan bằng máy tính, thi kết hợp viết và trắc nghiệm khách quan, thi kết hợp viết và trắc nghiệm khách quan bằng máy tính, thi vấn đáp, thi thực hành, viết tiểu luận, bài tập lớn, đồ án, bảo vệ chuyên đề... tùy theo tính chất từng học phần. Đánh giá định kỳ (bài kiểm tra) là đánh giá kết quả học tập của SV sau khi hoàn thành một phần chương trình của học phần. Điểm học phần là trung bình cộng theo trọng số của điểm đánh giá quá trình và điểm thi kết thúc học phần, làm tròn đến một chữ số thập phân (đối với những học phần có thi kết thúc học phần). Đánh giá kết quả học tập một học phần trong Quy định tổ chức thi kết thúc học phần theo Quyết định số 1037/QĐ-HV ngày 12/11/2021 [H5.05.01.06]. Cụ thể, Điều 8 trình bày kết cấu điểm thành phần, thi kết thúc học phần, điểm tổng kết học phần đối với học phần. Các thông tin về cơ chế phản hồi, khiếu nại phúc tra được trình bày rõ tại Điều 10. Khiếu nại điểm, phúc khảo điểm bài thi kết thúc học phần. Thời gian, phương pháp, tiêu chí, trọng số, cơ chế phản hồi các nội

dung liên quan đến kỳ thi cuối kỳ được thực hiện theo đúng Quy chế đào tạo và Quy định về tổ chức thi kết thúc học phần ĐH, CĐ theo học chế tín chỉ.

Việc đánh giá kết quả thực tập tốt nghiệp thực hiện theo Quy định về tổ chức thực tập tốt nghiệp hướng dẫn đánh giá và chấm điểm TTTN [H5.05.01.09]. Thời gian thực tập cuối khóa Hàng năm, Học viện xét cho SV đủ điều kiện đăng ký thực tập và viết chuyên đề thực tập cuối khóa theo 02 đợt: Tháng 01 và tháng 07; thời gian thực tập cuối khóa tại cơ sở là từ 05 đến 06 tuần; việc đánh giá học phần TTTN diễn ra vào tuần cuối của đợt thực tập, SV nộp quyền có xác nhận của cơ sở thực tập cho GV hướng dẫn để chấm điểm TTTN; điểm TTTN do Bộ môn Marketing tổ chức đánh giá, chấm điểm, có tham khảo điểm của cơ sở thực tập, của người hướng dẫn và tổ chức cho SV/ Nhóm SV báo cáo kết quả TTTN dưới hình thức phù hợp (vấn đáp hoặc chấm điểm báo cáo...).

Việc đánh giá KLTN thực hiện theo quy trình tổ chức thực hiện ĐAKLTN ban hành theo quyết định 924/QĐ-HV ngày 15/11/2011 [H5.05.01.10]. Trong đó quy định cụ thể về thời gian giao ĐA/KLTN; hình thức đánh giá thông qua hội đồng chấm ĐA/KLTN; ĐA/KLTN được đánh giá bởi ba loại điểm: Điểm đánh giá của Người hướng dẫn; điểm đánh giá của Người phản biện và điểm do các thành viên Hội đồng chấm; Điểm đánh giá ĐA/KLTN là trung bình cộng các điểm của từng thành viên hội đồng, người phản biện và người hướng dẫn, được làm tròn đến phần nguyên.

Đầu mỗi năm học, Học viện ban hành văn bản “*Kế hoạch đào tạo năm học*” trong đó quy định thời gian thi kết thúc các học phần (thường được tổ chức vào tuần thứ 18 của học kỳ), thực hiện và đánh giá ĐA/KLTN hoặc thi tốt nghiệp. Kế hoạch đào tạo năm học được gửi đến các đơn vị quản lý và Khoa/ Bộ môn để thông báo cho SV, GV [H5.05.02.01].

Học viện ban hành kế hoạch thi cụ thể cho từng học phần và bản kế hoạch này đều được thông tin công khai tại Phòng Giáo vụ, Trung tâm Khảo thí và Đảm bảo chất lượng giáo dục và đăng tải trên trang thông tin điện tử của Phòng Giáo vụ, Trung tâm Khảo thí và Đảm bảo chất lượng giáo dục tại website Học viện để các đối tượng liên quan được biết.

Trong tuần sinh hoạt công dân đầu khóa học, Trung tâm KT&ĐBCLGD phổ biến cho SV quy chế đào tạo có nội dung kiểm tra đánh giá và quy định thi, kiểm tra trong quá trình học tập tại Học viện [H5.05.02.02]. Kế hoạch đào tạo toàn khóa học được in trong Sổ tay SV và được phát cho SV trong “Tuần sinh hoạt công dân đầu năm học”, các mốc

thời gian học, nghỉ lễ tết, học bù, ôn và thi cuối kỳ được trình bày cụ thể trong cuốn hướng dẫn này, mục kế hoạch đào tạo toàn Học viện theo từng năm học [H5.05.02.03].

Trước mỗi học kỳ, Phòng Giáo vụ thông báo thời khóa biểu của từng học phần trên website Học viện và SV đăng ký học online trên hệ thống QLĐT: <http://qldt.ptit.edu.vn> [H5.05.02.04].

Trong tiết học đầu tiên của học phần, GV giảng dạy học phần có trách nhiệm thông báo tới SV nội dung về tiêu chí đánh giá về nhận thức, kỹ năng, thái độ; mức độ thành tích đạt được theo yêu cầu của chuẩn học phần, đảm bảo 100% SV hiểu và nắm rõ các quy định về kiểm tra đánh giá KQHT của học phần qua Đề cương chi tiết học phần được Học viện phê duyệt [H2.02.01.02].

Các hình thức kiểm tra đánh giá KQHT của người học được phổ biến rộng rãi và công khai tại Kế hoạch thi kết thúc học phần, thi lại, thi cải thiện điểm trong từng học kỳ [H5.05.02.05]; Kế hoạch thi và bảo vệ đồ án, khóa luận tốt nghiệp cuối khóa [H5.05.02.06]. Đồng thời SV có thể tra cứu thông tin về các quy định, hướng dẫn liên quan đến việc đánh giá kết quả học tập trên website Học viện hoặc Fanpage của Trung tâm Khảo thí và Đảm bảo chất lượng giáo dục có đăng tải các thông tin liên quan về đánh giá kết quả học tập của người học [H5.05.02.07]. Mặc dù Học viện có hệ thống văn bản về đánh giá KQHT của người học tương đối đầy đủ, nhưng các tài liệu phổ biến cho SV còn nằm ở nhiều văn bản, cần tích hợp đưa thông tin lên website Học viện để Trung tâm KT&ĐBCLGD hướng dẫn SV thống nhất thực hiện.

Thực hiện chương trình chuyển đổi số, mỗi SV Học viện được cấp mã định danh để truy cập phần mềm PTTT-Slink khai thác các thông tin liên quan đến SV trong quá trình học tại Học viện chỉ thông qua điện thoại di động ở mọi lúc, mọi nơi [H5.05.02.08].

Các quy định về kiểm tra, đánh giá kết quả học tập được nêu rõ trong Quy định tổ chức thi kết thúc học phần và thi các học phần thay thế ĐA/KLTN trình độ đại học, trong quyển Sổ tay SV, được phổ biến và phát cho SV trong đầu năm học, khóa học thông qua Tuần sinh hoạt công dân. Bên cạnh đó, các quy định, quy chế thi, quy định về đăng ký thi lại, nâng điểm cũng được công khai cho SV trên website của Học viện. Ngoài ra, trong lịch thi cá nhân của từng SV trên hệ thống đăng ký học, SV cũng được thông báo các quy định về kiểm tra, đánh giá kết quả học tập. Các quy định liên quan đến đánh giá kết quả học tập được thông báo công khai tới người học qua nhiều kênh khác nhau.

2. Điểm mạnh

Phần mềm PTIT-Slink giúp SV có thể truy cập khai thác thông tin đầy đủ, mọi lúc, mọi nơi trong thời gian học tập tại Học viện.

3. Điểm tồn tại

Các tài liệu phổ biến cho SV còn nằm ở nhiều văn bản và trong các năm ban hành khác nhau, cần tích hợp để đưa thông tin lên website.

4. Kế hoạch hành động

Học kỳ II, năm học 2023-2024, Trung tâm KT&ĐBCLGD tổng hợp các nội dung có liên quan đến công tác kiểm tra, đánh giá KQHT của SV đăng tải trên website Học viện.

5. Tự đánh giá: Mức đạt được của tiêu chí: 5/7.

Tiêu chí 5.3: Phương pháp đánh giá kết quả học tập đa dạng, đảm bảo độ giá trị, độ tin cậy và sự công bằng.

1. Mô tả hiện trạng

Công tác đánh giá kết quả học tập được nêu tại Quy định đào tạo đại học theo hệ thống tín chỉ của Học viện năm 2021 [H5.05.01.03] và Quy định thi kết thúc học phần [H5.05.01.04], [H5.05.01.06]: Bài thi kết thúc học phần được thực hiện bằng một trong các hình thức như thi viết (tự luận, trắc nghiệm khách quan trên giấy hoặc trên máy tính), vấn đáp, thực hành hoặc kết hợp các hình thức trên, được quy định tại Bản mô tả chương trình đào tạo đại học ngành Marketing năm 2020 [H2.02.01.01] và đề cương chi tiết học phần trong CTĐT ngành Marketing được giám đốc học viện phê duyệt [H2.02.02.08] trên cơ sở Bộ môn Marketing đề xuất hình thức và phương pháp đánh giá phù hợp đối với CDR của CTĐT và CDR của từng học phần.

Quy định hình thức thi kết thúc học phần [H5.05.01.06] nêu rõ hình thức kiểm tra phong phú, đa dạng gồm: tự luận, trắc nghiệm, viết tiểu luận, thực hành, thực tập hoặc kết hợp các hình thức nêu trên tùy theo đặc điểm của từng học phần, đồng thời được quy định trong Đề cương chi tiết học phần và được giám đốc học viện phê duyệt tất cả đề cương chi tiết các học phần trong CTĐT đều nêu rõ hình thức, thời gian, tiêu chí, trọng số điểm kiểm tra đánh giá (thi viết, thi vấn đáp, thực hành...), đặc biệt chú trọng việc xây dựng thang đánh giá gồm: tiêu chí đánh giá về nhận thức, kỹ năng, thái độ; mức độ thành tích đạt được theo yêu cầu của chuẩn học phần.

Các phương pháp kiểm tra đánh giá đã được Bộ môn Marketing sử dụng có các tiêu chí đánh giá rõ ràng nhằm đảm bảo tính công bằng. Đề cương chi tiết học phần cũng chỉ

rõ nội dung phương thức đánh giá SV với CĐR học phần. Bộ môn Marketing tiến hành đánh giá kết quả các học phần được thực hiện ở cả hai loại hình là đánh giá quá trình và thi kết thúc học phần, bao gồm: điểm chuyên cần, điểm kiểm tra giữa kỳ, điểm thi kết thúc học phần. Phương pháp đánh giá đánh giá kết quả học tập của NH cũng từng bước được đa dạng hóa gồm: tự luận, thực hành, trắc nghiệm khách quan và thực hành, tiểu luận, báo cáo thực tập; tất cả các phương thức kiểm tra đánh giá này đều có kèm theo mẫu biểu đánh giá với các tiêu chí phù hợp cho từng hình thức thi.

Cụ thể, trong CTĐT ngành marketing chuyên ngành Phân tích dữ liệu Marketing số năm 2022 thể hiện trong Bản mô tả CTĐT ngành Marketing năm 2022 [H2.02.01.02] có 49 học phần trong mỗi chuyên ngành. Trong đó, có 41 học phần áp dụng hình thức thi tự luận; 4 học phần áp dụng hình thức thi trắc nghiệm + vấn đáp gồm Tiếng Anh Course 1, Tiếng Anh Course 2, Tiếng Anh Course 3 và Tiếng Anh Course 3 Plus; 2 học phần áp dụng thi thực hành + vấn đáp gồm Tin học cơ sở 1 và Tin học cơ sở 3; 2 học phần áp dụng hình thức thi vấn đáp là Khai phá dữ liệu trong Marketing và Trí tuệ Marketing; học phần áp dụng hình thức thi báo cáo gồm Thực tập tốt nghiệp và Khóa luận tốt nghiệp. Trong đó, mỗi học phần đều đảm bảo có đủ các điểm bộ phận và có quy định về trọng số điểm, điểm thi kết thúc học phần có trọng số từ 50-70%.

Trước mỗi kỳ thi, Bộ môn Marketing muốn điều chỉnh phương pháp đánh giá kết quả học tập phải có văn bản gửi Phòng Giáo vụ để đưa vào kế hoạch thi trong từng học kỳ [H5.05.03.01]. Phương pháp đánh giá kết quả học tập là một trong những phần quan trọng trong quy trình đánh giá KQHT của người học. Vì vậy, đội ngũ GV của Bộ môn Marketing luôn chú trọng đến phương pháp đánh giá, nhằm đảm bảo sự đa dạng, có độ tin cậy, giá trị công bằng cao. Bộ môn Marketing cũng đưa ra phương pháp đánh giá phù hợp đối với CĐR của CTĐT và đối với CĐR mỗi học phần. Hình thức kiểm tra phong phú, đa dạng gồm: tự luận, trắc nghiệm, viết tiểu luận, thực hành, thực tập hoặc kết hợp các hình thức nêu trên tùy theo đặc điểm của từng học phần. Các phương pháp kiểm tra đánh giá đã được Bộ môn Marketing sử dụng có các tiêu chí đánh giá rõ ràng nhằm đảm bảo tính công bằng. Đề cương chi tiết học phần cũng chỉ rõ nội dung phương thức đánh giá SV với CĐR học phần.

Các phương pháp đánh giá kết quả học tập đảm bảo độ giá trị, tin cậy và công bằng, cụ thể:

- Về độ giá trị, Học viện đã ban hành Quy định về xây dựng, quản lý, sử dụng ngân hàng câu hỏi thi kết thúc học phần theo Quyết định số 685/QĐ-HV ngày 18/9/2018 [H5.05.01.12]. Bộ môn Marketing đã xây dựng và đảm bảo mỗi học phần đều có ngân hàng câu hỏi thi [H5.05.03.02], hoặc bộ câu hỏi ôn tập được bộ môn thông qua sau khi họp điều chỉnh, đảm bảo từng câu hỏi đo lường được đúng yêu cầu về kiến thức, kỹ năng, thái độ được phản ánh trong Bản mô tả CTĐT và Đề cương chi tiết học phần ban hành năm 2022. Bên cạnh xây dựng quy trình thiết kế NHCHT, Học viện còn phân tích kết quả khảo sát các khoa, trung tâm, bộ môn để có điều chỉnh các hình thức, phương pháp thi, kiểm tra đánh giá bảo đảm độ tin cậy và độ giá trị của các đề thi.

- Về độ tin cậy, mỗi đề thi đều có đáp án tương ứng với số điểm chi tiết, hướng dẫn chấm thi cụ thể. Đề thi và đáp án thi cuối kỳ được bộ môn phê duyệt để đảm bảo hiệu lực đánh giá trước khi nộp về Trung tâm KT&ĐBCLGD [H5.05.03.03]. Bài thi của SV được chấm chi tiết theo đáp án/ hướng dẫn chấm thi với quy trình chấm được chuẩn hóa (đánh số phách, rọc phách, hai GV cùng chấm, lập bảng điểm thi theo số phách...) để đảm bảo độ tin cậy và sự công bằng đối với người học. Bắt đầu từ năm học 2020-2021, Học viện có sử dụng phần mềm edusoft để GV nhập điểm thành phần [H5.05.02.04] và điểm thành phần các học phần sẽ được đăng tải công khai trên portal SV [H5.05.03.04]. Việc kiểm tra đánh giá được tách khỏi quá trình giảng dạy và bài thi tự luận được tổ chức thi riêng đề chẵn, lẻ, rọc phách và chấm chéo đối với chấm phức khả; bài thi thực hành và báo cáo: chấm chung, chấm chéo giữa các GV cùng tham gia giảng dạy một học phần [H5.05.03.05].

Các học phần thuộc khối kiến thức cơ sở, khối kiến thức chuyên ngành chủ yếu thi với hình thức tự luận, trắc nghiệm, tiểu luận, bài tập lớn, nhằm hướng tới mục tiêu trang bị kiến thức cho người học và sự vận dụng kiến thức của người học. Đối với nhóm học phần lý thuyết, tập trung cho SV đạt những chuẩn kiến thức chung, kiến thức chuyên môn được thực hiện một trong những hình thức thi: tự luận, vấn đáp, trắc nghiệm, tiểu luận, bài tập lớn. Đối với nhóm những học phần: thực tập kỹ năng tại các doanh nghiệp và nghiên cứu, thực tập tốt nghiệp thì thường đánh giá qua kết quả thu được trong thực tế thông qua sản phẩm học tập được báo cáo bằng hình thức thuyết trình, seminar. Tổ hợp các phương pháp kiểm tra đánh giá KQHT của SV như tự luận, vấn đáp, trắc nghiệm, tiểu luận, bài tập dự án, thực hành thí nghiệm, báo cáo... được thiết kế phù hợp để có khả năng đo lường mức độ đạt được CDR.

Với Khóa luận tốt nghiệp, căn cứ vào Quy định về thực hiện ĐAKL tốt nghiệp trong đào tạo trình độ ĐH hệ chính quy theo hệ thống tín chỉ của Học viện [H5.05.01.10]. Tại buổi bảo vệ khóa luận tốt nghiệp, sau khi SV bảo vệ, trả lời câu hỏi; các thành viên hội đồng thảo luận và cho điểm vào phiếu kín theo thang điểm 10, được làm tròn đến 1 chữ số thập phân. Kết quả được công bố sau khi có ý kiến phê duyệt của chủ tịch hội đồng chấm khóa luận tốt nghiệp [H5.05.03.06].

Nội dung rà soát tập trung vào các phương pháp kiểm tra đánh giá và tổ hợp phương pháp kiểm tra đánh giá đã được áp dụng cho từng học phần, tuân thủ các quy định, quy chế về đào tạo và đánh giá người học, từ đó đưa ra những kiến nghị để giải quyết. Căn cứ kết quả rà soát một số khoa/bộ môn đã có những đề xuất thay đổi hình thức thi; ví dụ Khoa Cơ bản: học phần Giải tích 1, Đại số, Triết học, Kinh tế chính trị Mác - Lênin, Bộ môn Marketing đề nghị chuyển đổi hình thức thi 2 học phần, điều này được thể hiện qua bảng thống kê phương pháp dạy và học, phương pháp kiểm tra, đánh giá chương trình dạy học ngành Marketing năm 2018 [H3.03.01.04], năm 2020 [H3.03.01.05] và năm 2022 [H3.03.01.06].

Học viện ban hành Kế hoạch số 247/KH-HV ngày 05/4/2022 rà soát, đánh giá và cải tiến CTĐT trình độ đại học chính quy năm 2022 [H5.05.03.07], Qua đó thành lập các tổ soạn thảo rà soát lại các loại hình, phương pháp kiểm tra đánh giá, nhằm kiểm soát các hoạt động không phù hợp của các phương pháp kiểm tra đánh giá; kịp thời điều chỉnh để đạt được độ tin cậy của các quy trình như Quy trình tổ chức thi học kỳ, Quy trình xét tốt nghiệp, Quy trình đánh giá kết quả học tập. Bộ môn Marketing đã tổ chức các buổi họp đánh giá hình thức thi, đã bổ sung, áp dụng các loại hình, phương pháp kiểm tra đánh giá kết quả học tập của người học như: thi vấn đáp, tiểu luận, trắc nghiệm, làm đồ án, sự kiện. v.v. đối với các học phần và các kỳ thi.

Tuy nhiên, trong quá trình đánh giá kết quả học tập, Bộ môn Marketing và Trung tâm KT&ĐBCLGD chưa thực hiện thường xuyên việc thống kê tỷ lệ SV thi đạt, không đạt của từng học phần để có phương án điều chỉnh NHCHT các học phần trong các kỳ thi đối với các khóa học sau.

2. Điểm mạnh

Phương pháp đánh giá kết quả học tập được đa dạng hóa, đảm bảo độ tin cậy, khách quan, công bằng và đáp ứng được mục tiêu đánh giá kết quả học tập của người học theo CDR ngành Marketing. Nhiều học phần trong CTĐT ngành Marketing áp dụng hình thức

thi trắc nghiệm đảm bảo độ tin cậy được sử dụng cho một số học phần chuyên ngành của bộ môn.

3. Điểm tồn tại

Trong quá trình đánh giá kết quả học tập, Học viện chưa xác định được độ tin cậy, giá trị qua việc thống kê tỷ lệ SV thi đạt, không đạt của từng học phần để có phương án điều chỉnh NHCHT các học phần.

4. Kế hoạch hành động

Năm học 2023-2024, Trung tâm KT&ĐBCLGD phối hợp với Bộ môn Marketing tổ chức việc thống kê tỷ lệ % SV thi đạt, không đạt của từng học phần và mời chuyên gia đến tập huấn cho GV về phương pháp kiểm tra đánh giá để điều chỉnh NHCHT các học phần.

5. Tự đánh giá: Mức đạt được của tiêu chí 4/7.

Tiêu chí 5.4: Kết quả đánh giá được phản hồi kịp thời để người học cải thiện việc học tập.

1. Mô tả hiện trạng

Quy định đào tạo đại học theo tín chỉ ban hành năm 2021 [H5.05.01.03]: Tại khoản 2, Điều 29 quy định vào buổi học cuối cùng của mỗi học phần, GV giảng dạy học phần công bố điểm thành phần môn học và điều kiện dự thi kết thúc học phần cho sinh viên, lập danh sách SV dự thi gửi Trung tâm KT&ĐBCLGD chậm nhất 3 ngày trước ca thi; tại Điều 33 quy định cảnh báo kết quả học tập là hình thức cảnh báo cho sinh viên về kết quả học tập yếu kém của bản thân, đồng thời là cơ sở để xem xét điều kiện buộc thôi học và thời điểm cảnh báo học tập vào cuối mỗi học kỳ là cơ sở để sinh viên xem xét, lập kế hoạch cải thiện kết quả học tập sau từng học kỳ.

Quy định tổ chức thi kết thúc học phần hệ đại học chính quy theo học chế tín chỉ [H5.05.01.06], tại khoản 2, Điều 16 quy định việc tổng hợp và công bố điểm học phần “Điểm học phần được công bố sau ca thi học phần đó chậm nhất 10 ngày trên website Học viện”

Đầu mỗi năm học, trong tuần sinh hoạt công dân [H5.05.02.02], sinh viên nhập học được phổ biến về quy định đào tạo có đề cập đến nội dung phản hồi kết quả học tập của NH. Ngoài ra, các quy định này được công khai trên website của Học viện tại địa chỉ <https://portal.ptit.edu.vn/> và trong quyển Sổ tay sinh viên được phát cho SV khi nhập học [H5.05.02.03]; được Phòng Giáo vụ đăng tải trên website Học viện tại địa chỉ

<https://portal.ptit.edu.vn/giaovuv/> và Trung tâm KT&ĐBCLGD thông báo, hướng dẫn SV trong từng kỳ thi trên website Học viện tại địa chỉ <https://portal.ptit.edu.vn/ttktk/>.

Năm 2021, thực hiện chương trình chuyển đổi số trong giáo dục, đào tạo, Học viện đã triển khai phần mềm ứng dụng quản lý hệ thống PTIT S-link, phần mềm này giúp Học viện quản lý kết quả học tập của người học chặt chẽ, chính xác, độ tin cậy cao và hỗ trợ người học tra cứu kết quả học tập của mình dễ dàng, nhanh chóng và thuận tiện trên mọi thiết bị di động [H5.05.02.08]. Hồ sơ, kết quả học tập của người học được lưu giữ đầy đủ theo đúng tiến trình học tập của người học, rõ ràng, có thể tiếp cận, tra cứu khi được yêu cầu trên phần mềm QLĐT EduSoft [H5.05.02.04].

Một tuần trước thời gian thi của học phần theo kế hoạch thi, GV nhập điểm thành phần trên hệ thống quản lý đào tạo và hoàn thiện danh sách SV đủ điều kiện dự thi gửi cho Trung tâm KT&ĐBCLGD và lưu bản photocopy tại Bộ môn [H5.05.04.01] và trong buổi học cuối của học phần, SV được GV công bố điều kiện dự thi kết thúc học phần theo quy định. Khi kiểm tra giữa kỳ để xác định điểm thành phần của môn học, GV có chữa bài kiểm tra, phân tích kết quả để định hướng SV, chỉ rõ điểm mạnh và điểm yếu của SV theo từng môn học, giúp SV có phương pháp và ý thức học tập tốt hơn. Tuy nhiên, việc thông báo các điểm thường xuyên đặc biệt là điểm giữa kỳ vào thời điểm sau khi thi kết thúc học phần là chưa hợp lý.

Mười ngày sau khi thi kết thúc học phần đối với hình thức thi tự luận, SV được Trung tâm KT&ĐBCLGD công bố kết quả thi và điểm học phần trên website Học viện [H5.05.04.02] để SV có thể biết được KQHT của từng học phần. Đồng thời, Bảng điểm học phần được gửi Phòng Giáo vụ để xét cảnh báo học vụ và lưu tại Trung tâm KT&ĐBCLGD [H5.05.04.03].

Bên cạnh việc phản hồi đánh giá kết quả học tập của người học trong đánh giá quá trình và sau các kỳ thi kết thúc học phần, việc phản hồi về kết quả đánh giá người học còn được thể hiện qua việc thông báo kết quả học tập của SV thông qua việc cảnh báo học vụ của phòng Giáo vụ khi tổng hợp kết quả học tập của người học vào mỗi học kỳ [H5.05.04.04].

Việc đánh giá điểm rèn luyện được thực hiện theo Quyết định số 1236/QĐ-HV ngày 31/12/2015 [H5.05.04.05], trong đó Phòng CT&CTSV chịu trách nhiệm xây dựng hệ thống các quy trình, lập kế hoạch và lựa chọn loại hình đánh giá điểm rèn luyện của SV theo Quy chế công tác SV.

Sau khi có kết quả học tập và rèn luyện, vào cuối mỗi học kỳ và cuối năm học, Phòng công tác sinh viên liên hệ với gia đình để thông báo kết quả học tập và rèn luyện đối với những trường hợp tạm dừng học do nghỉ học không có lý do và trường hợp buộc thôi học do học kém để gia đình nắm bắt được tình hình học tập và rèn luyện của SV, từ đó giúp SV có những điều chỉnh phù hợp nhằm cải thiện kết quả học tập của NH.

Học viện ban hành Quy định về công tác Cố vấn học tập theo Quyết định số 1235/QĐ-HV ngày 31/12/2015 với mục tiêu nhằm hỗ trợ NH trong suốt thời gian học tập tại Học viện [H5.05.04.06]. Căn cứ quy định, Bộ môn Marketing phối hợp với Phòng CT&CTSV đề nghị các CVHT giải đáp đầy đủ các thắc mắc cũng như hỗ trợ NH đăng ký học đúng tiến độ, rà soát điểm tổng kết, lập danh sách NH thuộc diện cảnh báo để có sự tư vấn, hỗ trợ kịp thời. Các cuộc họp giữa CVHT và NH được thực hiện thường xuyên trong mỗi học kỳ và có biên bản họp nộp về Phòng công tác sinh viên để theo dõi, tổng hợp và báo cáo Ban giám đốc Học viện [H5.05.04.07]. Biên bản họp lớp của SV ngành Marketing cho thấy không có sự phàn nàn về vấn đề công bố, phản hồi kết quả học tập.

Nhờ việc thông tin kịp thời và nhanh chóng, NH có thể lập kế hoạch đăng ký học, học lại, học cải thiện điểm phù hợp với tiến độ học tập. SV có thể dựa vào KQHT và điểm rèn luyện của từng kỳ, căn cứ vào quyết định cảnh báo học vụ theo học kỳ để lập kế hoạch học tập phù hợp, tránh được tình trạng bị buộc thôi học khi bị cảnh báo 3 kỳ liên tiếp.

Trong giai đoạn 2017-2022, Học viện công bố kết quả đánh giá kịp thời trên cổng thông tin điện tử, phần mềm ứng dụng PTIT Slink và qua bản in cứng gửi Phòng Giáo vụ. Tuy nhiên vẫn có một vài trường hợp công bố kết quả chậm do GV bận công việc riêng, không trả điểm thi đúng thời hạn.

Qua Báo cáo kết quả khảo sát ý kiến phản hồi sinh viên về hoạt động giảng dạy của giảng viên sau từng học kỳ trong giai đoạn 2017-2022 [H3.03.02.06] và Kết quả khảo sát, đánh giá học phần và đánh giá chất lượng khóa học của Học viện đối với SV năm cuối [H5.05.04.08] cho thấy trên 90% SV hài lòng với việc thông báo điểm thi kịp thời và cách thức GV cung cấp thông tin phản hồi về bài làm của SV giúp họ điều chỉnh kịp thời các hoạt động học tập để cải thiện chất lượng.

Toàn bộ hồ sơ đánh giá kết quả học tập của người học trong toàn khóa học được lưu giữ đầy đủ bản cứng tại Trung tâm KT&ĐBCLGD và file dữ liệu trên Phần mềm

quản lý đào tạo Edusoft theo đúng tiến trình học tập của người học, rõ ràng, có thể tiếp cận, tra cứu khi được yêu cầu [H5.05.02.04].

2. Điểm mạnh

Việc ứng dụng công nghệ thông tin trong tổ chức đào tạo đã giúp NH được phản hồi kết quả đánh giá kịp thời và chính xác.

3. Điểm tồn tại

Việc thông báo các điểm thường xuyên đặc biệt là điểm giữa kỳ vào thời điểm sau khi thi kết thúc học phần là chưa hợp lý và còn một vài trường hợp công bố kết quả chậm do GV bận việc riêng.

4. Kế hoạch hành động

Học kỳ II, năm học 2023-2024, Trung tâm KT&ĐBCLGD phối hợp với Bộ môn Marketing bổ sung quy định GV phải thông báo điểm kiểm tra/thi giữa kỳ sớm hơn (ngay vào tuần tiếp theo sau khi thi/kiểm tra giữa kỳ) để SV có thể điều chỉnh lại phương pháp học tập nhằm nâng cao kết quả học tập của bản thân. Đồng thời, phối hợp với Phòng TCCB-LĐ để nhắc nhở kịp thời những trường hợp GV công bố kết quả chậm.

5. Tự đánh giá: Mức đạt được của tiêu chí 5/7.

Tiêu chí 5.5: Người học tiếp cận dễ dàng với quy trình khiếu nại về kết quả học tập

1. Mô tả hiện trạng

Toàn bộ quy trình khiếu nại về kết quả học tập của NH được chi tiết và cụ thể trong Quy định tổ chức thi kết thúc học phần, thi các học phần thay thế tốt nghiệp theo Quyết định số 1037/QĐ-HV ngày 12/11/2021 [H5.05.01.06]. Quy định đào tạo hệ đại học chính quy theo hệ thống tín chỉ theo Quyết định số 474/QĐ-HV ngày 19/6/2018 và Quyết định số 838/QĐ-HV ngày 11/10/2021 [H5.05.01.02], [H5.05.01.03].

Quy chế đào tạo theo học chế tín chỉ năm 2021 [H5.05.01.03], tại Điều 30. Khiếu nại điểm và sửa điểm (1) Đối với điểm đánh giá quá trình, SV có thể khiếu nại trực tiếp với GV giảng dạy học phần khi công bố điểm. (2) Đối với điểm thi kết thúc học phần, khi khiếu nại điểm SV phải làm đơn xin phúc tra, đóng lệ phí theo quy định và nộp cho Trung tâm KT&ĐBCLGD. (3) Thời hạn khiếu nại điểm là chậm nhất 10 ngày kể từ ngày công bố điểm. Sau thời hạn này, mọi yêu cầu khiếu nại điểm đều không được chấp nhận. (4) Trong phạm vi 07 ngày làm việc kể từ khi nhận đơn phúc tra điểm của SV, Trung tâm KT&ĐBCLGD phải tổ chức chấm phúc tra và công bố kết quả phúc tra cho SV. Đồng

thời, quy chế có quy định về học lại, thi lại, thi nâng điểm để NH đạt kết quả học tập tốt nhất, đây là cơ sở để NH đăng ký học cải thiện điểm để đạt kết quả tốt nghiệp loại khá, giỏi.

Quy định tổ chức thi kết thúc học phần hệ đại học chính quy theo học chế tín chỉ [H5.05.01.06]: Tại Điều 17, Giải quyết thắc mắc, khiếu nại về điểm thi.

- Nguyên tắc: Chi tiếp nhận và giải quyết những khiếu nại về điểm thi đối với các học phần áp dụng hình thức thi viết. Không giải quyết các khiếu nại về điểm thành phần, điểm thi vấn đáp, thi trắc nghiệm trên máy, thực hành ...

- Khi phát hiện có sự khác biệt giữa điểm thi đã công bố và điểm được nhập, lưu trữ trong hệ thống quản lý, SV có trách nhiệm thông báo cho Trung tâm KT&ĐBCLGD để được xem xét, giải quyết.

- Tiếp nhận đơn của SV: Trong thời hạn không quá năm (5) ngày sau khi công bố điểm học phần, SV có khiếu nại về điểm thi làm đơn đề nghị xem xét điểm thi kết thúc học phần; Ban cán sự lớp tập hợp đơn của toàn bộ SV trong lớp, lập danh sách SV đề nghị xem xét điểm thi kết thúc học phần và nộp về Trung tâm KT&ĐBCLGD. Không tiếp nhận đơn của SV nộp sau thời hạn nêu trên; Hết thời hạn nhận đơn, Trung tâm KT&ĐBCLGD lập bảng tổng hợp các khiếu nại của SV và những thông tin cần thiết cho giải quyết khiếu nại.

- Giải quyết khiếu nại: Trung tâm KT&ĐBCLGD tra cứu bài thi và kiểm tra tình trạng bài thi để phát hiện các trường hợp sai sót trong công tác thu ký chấm thi; Nếu phát hiện có sai sót, Trung tâm lập bảng điểm phúc khảo và ghi rõ lý do sai sót. Nếu không có sai sót, Trung tâm KT&ĐBCLGD sẽ thông báo cho Bộ môn quản lý học phần để chấm phúc khảo.

- Điều chỉnh và công bố điểm phúc khảo: Trung tâm KT&ĐBCLGD đối chiếu điểm đã công bố với điểm chấm phúc khảo: Nếu điểm chấm phúc khảo bằng điểm đã công bố thì giữ nguyên điểm đã công bố; Nếu điểm chấm phúc khảo và điểm đã công bố chênh lệch nhau 1 điểm thì lấy điểm chấm phúc khảo làm điểm chính thức; Nếu điểm chấm phúc khảo và điểm đã công bố chênh lệch nhau lớn hơn 1 điểm, Trung tâm KT&ĐBCLGD có văn bản đề nghị Bộ môn tổ chức đối thoại trực tiếp giữa GV chấm thi lần đầu và GV chấm phúc khảo (có ghi biên bản) để thống nhất điểm. Trường hợp không thống nhất được thì báo cáo Giám đốc Học viện giải quyết.

- Mỗi điểm thi sau khi sửa chữa phải lập biên bản, kèm hồ sơ có liên quan, có chữ ký xác nhận của trưởng bộ môn quản lý học phần và đồng thời phải lưu lại tên người sửa, thời gian sửa. Sau mười lăm (15) ngày kể từ ngày hết hạn nhận đơn, Trung tâm KT&ĐBCLGD công bố kết quả phúc khảo điểm cho SV và tiến hành điều chỉnh điểm (nếu có).

Tất cả các văn bản trên đều được Trung tâm KT&ĐBCLGD phổ biến cho SV trong tuần sinh hoạt công dân đầu năm học, khóa học [H5.05.05.02]. Đồng thời, sinh viên còn được phổ biến quy trình khiếu nại về kết quả học tập trước khóa học tại Sổ tay Sinh viên được phát cho SV khi nhập học [H5.05.02.03].

Quy trình khiếu nại về kết quả học tập được đăng tải trên trang thông tin điện tử của Học viện tại địa chỉ <https://portal.ptit.edu.vn/giaovu> và trước mỗi học kỳ, cố vấn học tập có phổ biến quy định, quy trình về khiếu nại kết quả học tập tại các cuộc họp với lớp SV [H5.05.04.07]. Hiện tại, phần mềm quản lý đào tạo chưa có chức năng cho phép phúc khảo bài thi để tạo điều kiện thuận lợi cho sinh viên khi muốn đăng ký phúc khảo bài thi.

Trong từng học kỳ, sau khi có điểm thi của tất cả các môn thi trong kỳ thi, toàn bộ điểm sẽ được đồng bộ vào tài khoản cá nhân của SV tại phần mềm quản lý đào tạo Edusoft và phần mềm ứng dụng PTIT-Slink; đồng thời thông báo trên website của Học viện về thời gian nhận đơn phúc tra [H5.05.05.01]. Sau khi kết thúc thời gian nhận đơn phúc tra, Trung tâm Khảo thí và Đảm bảo Chất lượng Giáo dục tập hợp đơn, lập danh sách và rút bài phúc khảo của SV và bàn giao cho các Khoa/bộ môn có SV để nghị phúc khảo bài thi. Bộ môn sẽ nhận bài và phân công 02 GV chấm thi thực hiện. Trong 02 GV chấm phúc khảo, phải có ít nhất 01 GV không chấm thi học phần đó lần đầu. Điểm chấm phúc khảo được ghi vào Phiếu chấm điểm phúc khảo bài thi (theo mẫu). Nếu thấy có biểu hiện tiêu cực sẽ xử lý theo quy định. Địa điểm chấm phúc khảo tại phòng chấm thi tập trung. Sau 08 ngày kể từ ngày kết thúc nhận đơn phúc khảo, Trung tâm KT&ĐBCLGD thông báo kết quả tới SV có đơn phúc khảo và thông báo công khai trên website của Học viện (Điều 10 của Quy định tổ chức thi kết thúc học phần).

Báo cáo kết quả chấm thi phúc tra trong 5 năm gần đây (từ năm học 2017-2021) [H5.05.05.02] cho thấy tỷ lệ khiếu nại về kết quả học tập của NH toàn Học viện nhỏ hơn 1,5% tính trên quy mô đào tạo của các ngành học. Cụ thể, năm học 2016-2017 có 26 bài phúc khảo; năm học 2018-2019 có 22 bài phúc khảo, trong đó có 01 bài thay đổi điểm do khi chấm điểm (bài thi trắc nghiệm trên giấy), cán bộ chấm thi nhầm mã đề của sinh viên;

năm học 2020-2021 có 61 bài phúc khảo, trong đó có 01 bài thay đổi 0,5 điểm do giáo viên chấm lần thứ nhất chấm sót ý. Các năm khác không có trường hợp nào phúc khảo. Tất cả các bài thay đổi điểm do lỗi kỹ thuật như chấm sót, cộng nhầm điểm thành phần, hoặc chấm sai mã đề thi trắc nghiệm. Hồ sơ theo dõi việc khiếu nại/kết quả trả lời khiếu nại về kết quả học tập của người học các năm học (Đơn đăng ký phúc khảo điểm, hóa đơn nộp tiền, bảng điểm phúc khảo, biên bản đối thoại,...) được lưu tại Trung tâm KT&ĐBCLGD để thuận lợi trong việc tra cứu [H5.05.05.03].

Các trường hợp khiếu nại, phúc khảo của sinh viên đều được giải quyết kịp thời. Học viện thực hiện tổ chức khảo sát và lấy ý kiến phản hồi của người học về các nội dung liên quan đến đánh giá người học do Trung tâm KT&ĐBCLGD phối hợp với các Khoa/Bộ môn thực hiện. Kết quả lấy ý kiến được phân tích và tổng hợp trong các báo cáo về kết quả khảo sát ý kiến của sinh viên trước khi tốt nghiệp. Kết quả cho thấy tỷ lệ người học hài lòng với tiêu chí về phương pháp và nội dung kiểm tra đánh giá, sự phù hợp, tính chính xác, công bằng minh bạch, tỷ lệ người học hài lòng về kết quả kiểm tra, đánh giá đạt trên 90% và không có trường hợp phản nản về việc thiếu công bằng, minh bạch trong kiểm tra, đánh giá kết quả học tập của SV [H3.03.02.06]. Đồng thời, thống kê số sinh viên phúc tra, phúc khảo điểm thi trong chu kỳ kiểm định cũng cho thấy tỉ lệ người học thắc mắc, khiếu nại về kết quả thi các năm học rất nhỏ, dưới 1,0% (năm học 2017-2018: 0,02%; năm học 2018-2019: 0,11%; năm học 2019-2020: 0,09%; năm học 2020-2021: 0,42%; năm học 2021-2022: 0,47%).

2. Điểm mạnh

Trong giai đoạn 2017-2022, Học viện không có đơn từ khiếu nại về công tác chấm thi sau các kỳ thi.

3. Điểm tồn tại

Phần mềm quản lý đào tạo Edusoft chưa có chức năng cho phép SV phúc khảo bài thi.

4. Kế hoạch hành động

Học kỳ II, năm học 2023-2024, Phòng Giáo vụ phối hợp với đơn vị cung cấp phần mềm nâng cấp các tính năng của phần mềm quản lý đào tạo, bổ sung thêm một số tác vụ như chức năng cho phép phúc khảo bài thi để tạo điều kiện thuận lợi cho sinh viên khi muốn đăng ký phúc khảo bài thi.

5. Tự đánh giá: Mức đạt được của tiêu chí: 4/7.

Kết luận về tiêu chuẩn 5

Học viện đã ban hành Quy định đào tạo hệ đại học chính quy theo hệ thống tín chỉ; ban hành Quy định tổ chức thi kết thúc học phần (trong đó quy định về việc ra đề thi, hình thức thi, chấm thi và số lần được dự thi kết thúc học phần) áp dụng cho thi kết thúc học phần với các hình thức trắc nghiệm, tự luận, vấn đáp, viết tiểu luận, làm bài tập lớn, bảo vệ chuyên đề, hoặc kết hợp giữa các hình thức trên. Dựa vào các quy định này, Trung tâm Khảo thí và Đảm bảo chất lượng giáo dục tổ chức đánh giá và quản lý kết quả học tập của SV. Quy trình này nêu rõ về việc cho điểm quá trình, xếp lịch thi, ra đề, tổ chức thi, chấm thi, nhập điểm, phúc tra, lưu trữ bài thi và công bố điểm.

Bộ môn Marketing cũng đưa ra phương pháp đánh giá phù hợp đối với CĐR của CTĐT và đối với CĐR mỗi học phần. Hình thức kiểm tra phong phú, đa dạng gồm: tự luận, trắc nghiệm, viết tiểu luận, thực hành, thực tập hoặc kết hợp các hình thức nêu trên tùy theo đặc điểm của từng học phần. Các phương pháp kiểm tra đánh giá đã được Bộ môn Marketing sử dụng có các tiêu chí đánh giá rõ ràng nhằm đảm bảo tính công bằng. Đề cương chi tiết học phần cũng chi rõ nội dung phương thức đánh giá SV với CĐR học phần.

Các quy định về đánh giá kết quả học tập của người học (bao gồm thời gian, phương pháp, tiêu chí, trọng số, cơ chế phản hồi và các nội dung liên quan) rõ ràng và được thông báo công khai tới SV một cách công khai trên các trang website Học viện, khoa, bộ môn. Đầu mỗi năm học, trong tuần sinh hoạt công dân, GV và NH được phổ biến về quy định đào tạo có đề cập đến nội dung phản hồi kết quả học tập. Ngoài ra, các quy định này được công khai trên website của Học viện và trong Sổ tay sinh viên.

Các phương pháp đánh giá kết quả học tập đa dạng, đảm bảo độ giá trị, độ tin cậy và sự công bằng. Kết quả đánh giá được phản hồi kịp thời đến SV nhằm giúp SV cải thiện việc học tập của mình. Đặc biệt khi SV không thỏa mãn với kết quả học tập của mình sẽ được tiếp cận dễ dàng với quy trình khiếu nại về kết quả học tập và có thể phúc khảo bài thi thông qua một quy trình phúc khảo bài thi quy định chặt chẽ và khoa học.

Bộ môn Marketing chưa tổ chức đánh giá một cách khoa học về mức độ đáp ứng yêu cầu, sự phù hợp của từng hoạt động/phương pháp kiểm tra đánh giá kết quả học tập của SV đã được thiết kế đối với việc đo lường được mức độ đạt CĐR và chưa phân tích phổ điểm, đánh giá độ giá trị, độ tin cậy và mức độ khó/dễ của các câu hỏi thi/đề thi để điều chỉnh các đề thi phù hợp với yêu cầu đánh giá được CĐR của học phần. Việc thông

báo các điểm thường xuyên đặc biệt là điểm giữa kỳ vào thời điểm sau khi thi kết thúc học phần là chưa hợp lý. Phần mềm quản lý đào tạo của Học viện chưa tích hợp chức năng xin/cho phép phúc khảo bài thi của sinh viên vào phần mềm.

Mặc dù còn một số tồn tại, nhưng nhìn chung việc đánh giá kết quả học tập của người học của CTĐT ngành Marketing được thực hiện một cách chuyên nghiệp, bám sát các hướng dẫn của CTĐT để đảm bảo tính rõ ràng, công khai của quy trình.

Tiêu chuẩn 5 có 5 tiêu chí: 4,60/7.

Tiêu chuẩn 6: Đội ngũ giảng viên, nghiên cứu viên

Mở đầu

Để thực hiện được sứ mạng và mục tiêu đã đề ra thì một trong những yếu tố quan trọng hàng đầu quyết định việc thực hiện thành công mục tiêu chính là phát triển đội ngũ GV, nghiên cứu viên cũng như thường xuyên quan tâm để việc xây dựng, phát triển nguồn nhân lực của Học viện đạt chuẩn chất lượng cả về giảng dạy và nghiên cứu khoa học.

Học viện và Bộ môn Marketing luôn quan tâm và có kế hoạch xây dựng đội ngũ GV, nghiên cứu viên có trình độ chuyên môn cao, đủ năng lực tham gia công tác giảng dạy, NCKH và đóng góp có hiệu quả cho các hoạt động phục vụ cộng đồng.

Tiêu chí 6.1: Việc quy hoạch đội ngũ giảng viên, nghiên cứu viên (bao gồm việc thu hút, tiếp nhận, bổ nhiệm, bố trí, chấm dứt hợp đồng và cho nghỉ hưu) được thực hiện đáp ứng nhu cầu về đào tạo, nghiên cứu khoa học và các hoạt động phục vụ cộng đồng.

1. Mô tả hiện trạng

Học viện thực hiện chiến lược, chính sách về thu hút, tuyển dụng, bổ nhiệm, phát triển đội ngũ GV nhằm đạt được chiến lược phát triển Học viện. Năm 2020, Học viện đã ban hành Chiến lược phát triển Học viện giai đoạn 2020-2025 và tầm nhìn đến năm 2030 [H1.01.01.09] và nội dung bản chiến lược đã được chỉnh sửa, ban hành vào năm 2021, sau khi Học viện thành lập Hội đồng Học viện [H1.01.01.10]. Nội dung Chiến lược phát triển Học viện giai đoạn 2021-2025, tầm nhìn 2030, xác định: “*Triển khai các hoạt động thu hút, tuyển dụng, đào tạo nhằm mục tiêu đến năm 2025 số lượng lao động của Học viện đáp ứng được các yêu cầu về đào tạo và nghiên cứu khoa học đề ra, cụ thể đạt 850 cán bộ, với cơ cấu 75% là lao động trực tiếp (nghiên cứu, giảng dạy, kinh doanh trực tiếp); trong đó 100% giảng viên đạt chuẩn, tỷ lệ tiến sĩ đạt trên 50%*” phù hợp với Kế hoạch đào tạo và phát triển nguồn nhân lực an toàn thông tin giai đoạn 2021-2025 của Bộ

Thông tin và Truyền thông theo Quyết định số 212/QĐ-BTTTT ngày 19/02/2021 là “Tăng cường xây dựng, đào tạo, bồi dưỡng phát triển đội ngũ nhân lực an toàn thông tin mạng nhằm góp phần triển khai thành công chương trình chuyển đổi số quốc gia, phát triển Chính phủ số, kinh tế số xã hội số và nâng cao uy tín, vị thế của Việt Nam trong lĩnh vực an toàn thông tin trên trường quốc tế”.

Công tác quy hoạch phát triển đội ngũ cán bộ, giảng viên học viện được nêu cụ thể tại Nghị quyết Đại hội Đảng bộ học viện nhiệm kỳ 2015-2020 [H6.06.01.01] và nhiệm kỳ 2020-2025 [H6.06.01.02]. Nghị quyết nêu rõ tổng số lao động Học viện đến năm 2025 là 750 người; phát triển đội ngũ cán bộ đủ về số lượng, đảm bảo về chất lượng và đồng bộ về cơ cấu.

Giai đoạn 2017-2022, Học viện thực hiện công tác quy hoạch đội ngũ cán bộ theo các văn bản hướng dẫn của Bộ Thông tin và Truyền thông (TT&TT) [H6.06.01.03], cụ thể:

- Quyết định số 275-QĐ/BCSĐ ngày 20/03/2017 của Ban cán sự Đảng Bộ TT&TT về việc Phê duyệt bổ sung quy hoạch các chức danh lãnh đạo, quản lý giai đoạn 2017-2020 và quy hoạch các chức danh lãnh đạo, quản lý nhiệm kỳ 2020-2025 của Học viện; Kế hoạch số 797/KH/BCSĐ ngày 23/10/2018 của Ban cán sự Đảng Bộ Thông tin Truyền thông về việc rà soát, bổ sung quy hoạch các chức danh lãnh đạo cấp Vụ, cấp Phòng và tương đương giai đoạn 2018 - 2020 và nhiệm kỳ 2020 - 2025; Quyết định số 1331/QĐ-BTTTT ngày 03/8/2020 của Bộ TT&TT về việc Phê duyệt rà soát, bổ sung quy hoạch các chức danh lãnh đạo, quản lý nhiệm kỳ 2020-2025 của Học viện và Hướng dẫn về công tác quy hoạch cán bộ lãnh đạo quản lý của Bộ Thông tin Truyền thông theo Quy định số 128-QĐ/BCS ngày 31/08/2022.

- Căn cứ văn bản nêu trên, Đảng ủy và Ban giám đốc Học viện ban hành các kế hoạch và quyết định thực hiện công tác quy hoạch các vị trí lãnh đạo các khoa, bộ môn, phòng ban chức năng Học viện, cụ thể: Kế hoạch số 830/KH-HV ngày 02/11/2018 về việc rà soát, bổ sung quy hoạch các chức danh lãnh đạo cấp Học viện, cấp Phòng và tương đương giai đoạn 2018-2020 và nhiệm kỳ 2020-2025; Quyết định số 580/QĐ-HV, Ngày 12/8/2020 về việc phê duyệt rà soát bổ sung quy hoạch các chức danh lãnh đạo, quản lý cấp phòng và tương đương nhiệm kỳ 2020-2025; Quyết định số 207/QĐ-HV ngày 29/03/2021 về việc phê duyệt rà soát bổ sung quy hoạch các chức danh lãnh đạo, quản lý cấp phòng và tương đương giai đoạn 2021-2025 của Học viện Công nghệ Bưu

chính Viễn thông; Quyết định số 208/QĐ-HV ngày 29/03/2021 về việc phê duyệt rà soát bổ sung quy hoạch các chức danh lãnh đạo, quản lý cấp phòng và tương đương giai đoạn 2021-2025 của Cơ sở Học viện tại TPHCM; Quyết định số 392/QĐ-HV ngày 10/5/2021 về việc Phê duyệt Quy hoạch các chức danh lãnh đạo, quản lý cấp bộ môn, cấp phòng các đơn vị trực thuộc giai đoạn 2021-2025 của Học viện; Kế hoạch số 122/KH-HV ngày 25/02/2021 về việc rà soát, bổ sung quy hoạch các chức danh lãnh đạo giai đoạn 2021-2025 của Học viện; Kế hoạch số 905/KH-HV ngày 23/9/2022 về việc triển khai công tác quy hoạch cán bộ lãnh đạo, quản lý giai đoạn 2026-2031.

Trước năm 2021, công tác bổ nhiệm cán bộ thực hiện theo Quy chế bổ nhiệm cán bộ Học viện ban hành theo Quyết định số 20/QĐ-TCCB ngày 23/01/2009 [H6.06.01.04] và quy định của Bộ Thông tin Truyền thông. Năm 2021, căn cứ Nghị định số 115/2020/NĐ-CP ngày 25/09/2020 của Chính phủ quy định về tuyển dụng, sử dụng và quản lý viên chức; Quy định phân cấp quản lý cán bộ, công chức, viên chức, người quản lý doanh nghiệp, người lao động thuộc Bộ Thông tin và Truyền thông ban hành theo Quyết định số 1929/QĐ-BTTTT ngày 11/11/2020, Học viện đã ban hành Quy chế bổ nhiệm, bổ nhiệm lại, thôi giữ chức vụ, từ chức, miễn nhiệm, điều động, biệt phái viên chức quản lý của các đơn vị thuộc và trực thuộc Học viện theo Quyết định số 445/QĐ-HV ngày 01/6/2021 [H6.06.01.05]. Quy định là cơ sở để Học viện chỉ đạo Bộ môn Marketing thực hiện việc quy hoạch, bổ nhiệm, bổ nhiệm lại đội ngũ cán bộ lãnh đạo của khoa và các bộ môn trực thuộc tuân thủ các quy định hiện hành của Nhà nước và của Bộ Thông tin và Truyền thông. Trong giai đoạn 2017-2022, Giám đốc Học viện đã ký các quyết định bổ nhiệm 02 trưởng bộ môn Marketing [H6.06.01.06]. Các cán bộ được bổ nhiệm theo đúng quy định của Bộ GD&ĐT và các trưởng bộ môn đều có trình độ tiến sĩ.

Học viện đã ban hành Quy chế tuyển dụng viên chức và người lao động theo Quyết định số 1166/QĐ-HV, ngày 24/12/2018 và sau khi thành lập, Hội đồng Học viện đã ban hành Nghị quyết số 54/NQ-HĐHV ngày 18/01/2022 về Quy chế tuyển dụng viên chức và người lao động của Học viện [H6.06.01.07], trong đó quy định cụ thể về quy trình, tiêu chuẩn, tiêu chí tuyển dụng và lựa chọn viên chức và người lao động tại Học viện.

Công tác quy hoạch nguồn nhân lực của Học viện được thực hiện dựa trên đánh giá nhu cầu nguồn nhân lực phục vụ cho các mục tiêu đào tạo, NCKH và PVCD. Hằng năm, căn cứ các nhiệm vụ được giao, các đơn vị trong Học viện thực hiện rà soát tình hình thực tế, các nhiệm vụ mới thực hiện để đánh giá nhu cầu về nguồn nhân lực của đơn vị

gửi Phòng TCCB-LĐ tổng hợp, báo cáo Lãnh đạo Học viện phê duyệt, trên cơ sở đó Học viện xây dựng kế hoạch lao động [H6.06.01.08]. Nội dung kế hoạch lao động xác định cụ thể quy trình tuyển dụng, số lượng cần tuyển, mô tả vị trí việc làm, tiêu chuẩn của các vị trí tuyển dụng phù hợp và đáp ứng yêu cầu theo Đề án vị trí việc làm và các quy định tiêu chuẩn chức danh nghề nghiệp.

Dựa trên các mục tiêu chiến lược phát triển nguồn nhân lực trong chiến lược phát triển, đề án vị trí việc làm và căn cứ vào kết quả rà soát, đánh giá nhu cầu nguồn nhân lực, kế hoạch công tác của từng đơn vị, hàng năm Học viện xây dựng Kế hoạch tuyển dụng lao động, trong đó có việc tuyển dụng giảng viên cho Bộ môn Marketing. Ngoài các tiêu chí tuyển dụng nói chung, các đơn vị có thể đưa ra các tiêu chí cao hơn tiêu chí theo quy định nhằm đạt được mục đích thực hiện chiến lược phát triển nguồn nhân lực của Học viện.

Tính đến 31/12/2022, tổng số cán bộ, GV của Bộ môn Marketing là 45 người (trong đó phía Bắc có 26 người và phía Nam có 19 người). Tổng số giảng viên cơ hữu của CTĐT Ngành Marketing là 43 người, trong đó có 10 TS (chiếm 23,26%), 29 Ths (chiếm 67,44%) và 04 đại học (chiếm 9,3%) làm trợ giảng ở Cơ sở Học viện tại Thành phố Hồ Chí Minh; số GV thỉnh giảng và kiêm giảng là 05 người (GV kiêm giảng là các cán bộ từ các đơn vị khác trong Học viện tham gia giảng dạy tại Khoa); độ tuổi trung bình của GV cơ hữu là 36,8 tuổi [H6.06.01.09].

Nhu cầu của xã hội đối với nguồn nhân lực ngành Marketing theo hướng hội nhập quốc tế rất cao, thời gian qua có rất nhiều đơn vị trong lĩnh vực tài chính - kế toán được thành lập và nhiều công ty nước ngoài đầu tư vào Việt Nam, nên Học viện khó thu hút được GV có trình độ tiến sỹ giảng dạy ngành Marketing.

Kể từ năm 2014, công tác phát triển năng lực giảng viên của các khoa, viện và cán bộ quản lý Học viện được định hướng theo Kết luận số 322/TB-HV ngày 25/4/2014 của Giám đốc Học viện [H6.06.01.10], đây là cơ sở để Học viện triển khai công tác đào tạo bồi dưỡng NCV, GV trong những năm tiếp theo.

Học viện đã ban hành Quy chế về đào tạo và bồi dưỡng đối với viên chức và người lao động theo Quyết định số 647/QĐ-HV ngày 27/7/2017 [H6.06.01.11]. Trong đó quy định đối tượng, mục đích, nguyên tắc cử đi đào tạo, bồi dưỡng, các chính sách, đặc biệt là chính sách khuyến khích, hỗ trợ học phí cho viên chức và người lao động đi bồi dưỡng (học tập tại Việt Nam được hỗ trợ học phí, chi phí đi lại và được thanh toán đầy đủ lương

và phúc lợi; học ở nước ngoài được hỗ trợ bảo hiểm xã hội và 40% tiền lương cơ bản và được đảm bảo các chế độ Bảo hiểm, nâng lương thường xuyên theo quy định của Học viện và Nhà nước); quyền lợi và nghĩa vụ của viên chức cũng như trình tự thủ tục để viên chức đi đào tạo, bồi dưỡng và đi thực tế căn cứ để thực hiện; quy trình xác định nhu cầu về đào tạo, bồi dưỡng của cán bộ, GV và nhân viên ở các đơn vị (trong đó nêu rõ các bước xác định nhu cầu đào tạo bồi dưỡng: từ nguyện vọng cá nhân đến ra quyết định cử đi đào tạo bồi dưỡng và tiếp nhận trở lại làm việc).

Hàng năm, Học viện ban hành Kế hoạch đào tạo bồi dưỡng CBVCNLD Học viện [H6.06.01.12] và căn cứ kế hoạch, Học viện đã tổ chức và cử cán bộ, viên chức và người lao động đi tham gia nhiều khoá bồi dưỡng như: Bồi dưỡng về nghiệp vụ sư phạm, về trung cấp lý luận chính trị, về quản lý hành chính nhà nước chương trình chuyên viên - chuyên viên chính, tin học, về chuyển đổi số, về đổi mới sáng tạo, bồi dưỡng chức danh nghề nghiệp giảng viên hạng I, II, III, bồi dưỡng nâng cao trình độ tiếng Anh văn phòng, bồi dưỡng kỹ năng giao tiếp và làm việc nhóm, bồi dưỡng an ninh quốc phòng đối tượng 4, bồi dưỡng nghiệp vụ đấu thầu cơ bản và đấu thầu qua mạng, kỹ năng nắm bắt tâm lý học đường dành cho cố vấn học tập, bồi dưỡng cấp ủy cơ sở. Kết quả, trong chu kỳ KĐCL (2017-2022), Học viện đã đào tạo, bồi dưỡng nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp vụ cho 2522 lượt cán bộ công chức, viên chức và người lao động, bình quân đạt 3,2 lượt người, trong đó có, đã có 35 lượt viên chức được cử đi đào tạo thạc sỹ và tiến sỹ ở trong nước và nước ngoài, 01 người nghiên cứu sau tiến sĩ. Đối với Bộ môn Marketing, Học viện đã cử 152 lượt GV đào tạo, bồi dưỡng nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp, bình quân đạt 3,8 lượt người với tỷ lệ 542,86%, trong đó có 5 GV được cử đi đào tạo thạc sỹ và tiến sỹ ở trong nước và nước ngoài.

Để giám sát, quản lý công tác quy hoạch đội ngũ giảng viên, nghiên cứu viên Học viện, Hội đồng Học viện đã ban hành Quy chế giám sát của Hội đồng Học viện nhiệm kỳ 2020-2025 theo Nghị quyết số 35/NQ-HĐHV ngày 26/10/2021 [H6.06.01.13]. Năm 2021 và 2022, Hội đồng Học viện đã ban hành Kế hoạch thực hiện công tác giám sát đối với các lĩnh vực của Học viện, thành lập Đoàn kiểm tra giám sát về công tác cán bộ, lao động của Học viện và ban hành kết luận giám sát trong lĩnh vực này. Năm 2014, khi chuyển về trực thuộc Bộ TT&TT, năm 2020, Học viện đã triển khai khắc phục trong công tác tuyển dụng theo kết luận 71-KL/TW ngày 24/3/2020 của Ban bí thư theo chỉ đạo của Bộ TT&TT tại Hồ sơ triển khai công văn số 4983/BTTTT-TCCB ngày 16/12/2020 của

Bộ TTTT về việc khắc phục trong công tác tuyển dụng theo kết luận 71-KL/TW ngày 24/3/2020 của Ban bí thư [H6.06.01.14].

Công tác tuyển dụng, bố trí công việc, chấm dứt hợp đồng, nghỉ chế độ và nghỉ hưu của GV, NCV được thực hiện nghiêm túc theo đúng các quy định hiện hành của Luật lao động và Luật Viên chức, cụ thể tại hồ sơ lưu trữ tại Phòng Tổ chức Cán bộ - Lao động (các Hợp đồng lao động được; các quyết định chấm dứt hợp đồng lao động, hợp đồng làm việc của viên chức, người lao động Học viện;...) và các chế độ và phúc lợi xã hội được thực hiện theo đúng các chính sách hiện hành của Nhà nước [H6.06.01.15].

Từ kết quả tuyển dụng, bố trí công việc, cũng như công tác giải quyết chế độ nghỉ hưu, chấm dứt hợp đồng lao động, có thể khẳng định số lượng đội ngũ GV, nghiên cứu viên ngành Marketing đáp ứng được nhu cầu đào tạo, NCKH và phục vụ cộng đồng.

2. Điểm mạnh

Giai đoạn 2017-2022, Bộ môn Marketing đã cử 5 GV đi đào tạo trình độ tiến sỹ và tuổi trung bình GV bộ môn thấp, đây là điều kiện để bộ môn tiếp tục cử GV đi đào tạo tiến sỹ thời gian tới.

3. Điểm tồn tại

Học viện còn khó khăn trong việc thu hút được GV có trình độ cao về làm việc.

4. Kế hoạch hành động

Năm 2024, Phòng TCCB-LĐ xây dựng trình giám đốc học viện ban hành cơ chế chính sách thiết thực nhằm thu hút GV có trình độ cao về làm việc tại Học viện.

5. Tự đánh giá: Mức đạt được của tiêu chí: 5/7.

Tiêu chí 6.2: Tỷ lệ giảng viên/người học và khối lượng công việc của đội ngũ giảng viên, nghiên cứu viên được đo lường, giám sát làm căn cứ cải tiến chất lượng hoạt động đào tạo, nghiên cứu khoa học và các hoạt động phục vụ cộng đồng.

1. Mô tả hiện trạng

Đội ngũ cán bộ tham gia hoạt động giảng dạy tại Bộ môn Marketing bao gồm GV cơ hữu của khoa, các cán bộ quản lý và nghiên cứu viên của Viện Kinh tế Bưu điện, đơn vị có con dấu trực thuộc Học viện.

Tính đến 31/12/2022, tổng số cán bộ, GV của Bộ môn Marketing là 45 người (trong đó phía Bắc có 26 người và phía Nam có 19 người). Tổng số giảng viên cơ hữu của CTĐT Ngành Marketing là 43 người, trong đó có 10 TS (chiếm 23,26%), 29 Ths (chiếm 67,44%) và 04 đại học (chiếm 9,3%) làm trợ giảng ở Cơ sở Học viện tại Thành phố Hồ

Chí Minh; số GV thỉnh giảng và kiêm giảng là 05 người (GV kiêm giảng là các cán bộ từ các đơn vị khác trong Học viện tham gia giảng dạy tại Khoa); độ tuổi trung bình của GV cơ hữu là 36,8 tuổi.

Tỷ lệ SV/GV: Tỷ lệ SV/GV của ngành Marketing trong 5 năm của chu kỳ kiểm định cụ thể: Năm 2018: 24.51; 2019: 20.34; 2020: 22.65; 2021: 22.10; 2022: 21.69. Tỷ lệ này đáp ứng yêu cầu về xác định chỉ tiêu tuyển sinh trình độ đại học theo quy định tại Thông tư số 06/2018/TT-BGDĐT ngày 28/02/2018 của Bộ Giáo dục và Đào tạo và Thông tư số 01/2019/TT-BGDĐT ngày 25/02/2019 sửa đổi Thông tư số 06/2018/TT-BGDĐT ngày 28/02/2018.

Ngoài đội ngũ GV cơ hữu, để phục vụ công tác giảng dạy, Học viện tiến hành mời các GV thỉnh giảng cho ngành Marketing, đồng thời, Bộ môn Marketing cũng mời nhiều doanh nghiệp cùng hợp tác giảng dạy nhằm tạo nhiều cơ hội nhất có thể để SV tiếp cận sớm nhất với các công nghệ hiện hành từ các doanh nghiệp cũng như tiếp cận, định hướng nghề nghiệp khi tốt nghiệp tại Học viện.

Căn cứ Thông tư số 47/2014/TT-BGDĐT của Bộ GD&ĐT quy định số giờ chuẩn giảng dạy của GV [H6.06.02.01], năm 2015, Học viện ban hành Quy định chế độ làm việc đối với GV và GV thỉnh giảng tại Học viện theo Quyết định số 914/QĐ-HV ngày 04/12/2015 [H6.06.02.02], theo đó khối lượng công việc của đội ngũ GV được quy đổi theo giờ chuẩn và được cụ thể hóa cho từng đối tượng GV (GV và GV giữ chức vụ quản lý) với định mức chế độ làm việc của nhà giáo trong Học viện là 270 giờ/năm. Đồng thời, Học viện ban hành Quy định về nhiệm vụ trong hoạt động đào tạo và NCKH của cán bộ tại các đơn vị thuộc Học viện để làm cơ sở tính khối lượng giảng dạy và NCKH cho nghiên cứu viên, cán bộ quản lý [H6.06.02.03].

Năm 2020, Bộ Giáo dục và Đào tạo ban hành quy định chế độ làm việc của GV trong các cơ sở giáo dục đại học [H6.06.02.04]. Căn cứ quy định của Bộ GD&ĐT, Học viện ban hành quyết định sửa đổi, bổ sung phương án tính khối lượng thực hiện nhiệm vụ giảng dạy của GV tại Học viện theo Quyết định số 650A/QĐ-HV ngày 10/9/2020 [H6.06.02.05]. Tổng hợp giờ giảng của GV cụ thể giảng dạy 270 giờ chuẩn và NCKH 590 giờ thường. Tuy nhiên, Học viện chưa có quy định cụ thể về số giờ giảng, loại hình và số lượng hoạt động NCKH (đề tài, bài báo quốc tế) cho từng hạng GV, cũng như cho các GV có học hàm GS, PGS.

Học viện ban hành Danh mục vị trí công việc đối với cán bộ, giảng viên Khối QLĐT phía Bắc theo Quyết định số 1191/QĐ-HV ngày 28/12/2018 và phê duyệt Hệ thống bản MTCV chuẩn đối với các vị trí công việc tại Khối QLĐTTPB Học viện theo Tờ trình số 503/TTr-TCCB-LĐ ngày 20/12/2018 [H6.06.02.06], trong đó có nội dung ban hành bản Mô tả công việc đối với chức danh Giảng viên để làm cơ sở đo lường, đánh giá khối lượng công việc của đội ngũ giảng viên, nghiên cứu viên Học viện.

Trong từng học kỳ, căn cứ bản mô tả công việc của GV, Bộ môn Marketing thực hiện phân công chuyên môn cho GV theo từng bộ môn [H6.06.02.07]. Sau khi GV thực hiện theo bảng phân công chuyên môn, Học viện thống kê khối lượng công việc của GV và thực hiện qui đổi giờ giảng dạy theo giờ chuẩn [H6.06.02.08]; đối với giờ NCKH, Học viện tiến hành rà soát thống kê giờ NCKH và giảng dạy để có căn cứ thực hiện theo quy định về NCKH đối với GV [H6.06.02.09], trường hợp GV thiếu giờ NCKH sẽ được quy đổi từ giờ giảng theo quy định. Đối với nghiên cứu viên của Viện Kinh tế Bưu điện và các đơn vị chức năng Học viện phải thực hiện giờ giảng theo quy chế kiêm giảng của Học viện và chủ yếu tập trung vào công tác NCKH, hướng dẫn SV thực tập, làm đồ án tốt nghiệp [H6.06.02.10].

Học viện có quy định, tiêu chí rõ ràng để đánh giá hiệu quả công việc của cán bộ, giảng viên, nhân viên. Thể hiện tại các văn bản, quy định như: Quy định Đánh giá kết quả công việc cá nhân của Khối Quản lý đào tạo phía Bắc ban hành theo Quyết định số 207/QĐ-HV ngày 26 tháng 3 năm 2018 [H6.06.02.11]; Quy định tạm thời về các tiêu chí khuyến khích đối với cán bộ giảng dạy của Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông ban hành theo Quyết định số 370/QĐ-TCCB ngày 27 tháng 6 năm 2012 [H6.06.02.12], trong đó xác định cụ thể các tiêu chí phân loại GV theo mức A, B, C với mục tiêu khuyến khích GV chủ động đăng ký học tập để đạt trình độ tiến sỹ và tiếng Anh đạt chuẩn B2 theo khung tham chiếu châu Âu, việc này góp phần quan trọng để giám sát để cải tiến chất lượng hoạt động đào tạo, NCKH của GV Học viện.

Phòng Giáo vụ tổ chức việc giám sát thời gian lên lớp của GV thông qua việc ghi Sổ nhật ký giảng dạy của GV trong từng kíp học, đảm bảo GV lên lớp đúng giờ và Sổ được lưu trữ tại phòng giáo vụ [H6.06.02.13]; Tổ Thanh tra thuộc Văn phòng Học viện có nhiệm vụ thanh tra định kỳ việc chấp hành nội quy, thời gian lên lớp đối với GV trên giảng đường [H6.06.02.14].

Học viện ban hành Quy định lấy ý kiến phản hồi từ người học về hoạt động giảng dạy của giảng viên theo Quyết định số 861/QĐ-HV ngày 23/11/2015); lập kế hoạch và triển khai đánh giá các hoạt động giảng dạy của giảng viên trong từng học kỳ. Phiếu khảo sát người học hệ đào tạo chính quy với nội dung khảo sát gồm 10 tiêu chí và kết quả khảo sát được báo cáo Ban Giám đốc để chỉ đạo, điều hành hoạt động của Học viện và công bố công khai để lãnh đạo Bộ môn nắm rõ tình hình giảng dạy chung của Bộ môn và GV có phương hướng điều chỉnh hoạt động giảng dạy [H3.03.02.06].

Đề định hướng cho các hoạt động phục vụ cộng đồng (PVCĐ) của cán bộ, GV, Học viện đã ban hành Quy định các hoạt động kết nối và PVCĐ tại Học viện theo Quyết định số 334/QĐ-HV ngày 29/4/2021; Quyết định thành lập Ban chỉ đạo các hoạt động kết nối và phục vụ cộng đồng năm 2021 và 2022; Kế hoạch các hoạt động kết nối và phục vụ cộng đồng năm học 2021-2022 [H6.06.02.15]. Căn cứ hướng dẫn của Học viện, Bộ môn Marketing chủ động tham gia các hoạt động phục vụ cộng đồng như: Tham gia bồi dưỡng các đội tuyển SV tham gia các kỳ thi; quyên góp tiền ủng hộ đồng bào khó khăn do thiên tai, dịch bệnh; ... thông qua báo cáo công tác kết nối và phục vụ cộng đồng năm 2021. Tuy nhiên, Hoạt động phục vụ cộng đồng của giảng viên chưa được lượng hóa cụ thể nên công tác đánh giá hoạt động phục vụ cộng đồng chưa được thuận lợi.

Căn cứ khối lượng công việc thực tế thực hiện được Học viện giao về giảng dạy, NCKH và phục vụ cộng đồng trong từng năm học, GV tự đánh giá kết quả thực hiện công việc; sau đó bộ môn đánh giá; cuối cùng, Học viện đánh giá căn cứ vào kết quả đánh giá của bộ môn để có kết quả đánh giá, xếp loại CBGV của Bộ môn Marketing cuối năm của Học viện [H6.06.02.16]. Kết quả đánh giá, xếp loại thi đua khen thưởng hàng năm cho thấy đội ngũ GV của Bộ môn Marketing đáp ứng được các yêu cầu về đào tạo, nghiên cứu khoa học và phục vụ cộng đồng, 100% GV khoa đều hoàn thành khối lượng công việc theo quy định. Tỷ lệ đánh giá mức độ hoàn thành nhiệm vụ viên chức của Bộ môn Marketing trong 5 năm giai đoạn 2017-2021: 15% hoàn thành xuất sắc nhiệm vụ, 50% hoàn thành tốt nhiệm vụ và 35% hoàn thành nhiệm vụ. 100% GV Bộ môn Marketing đều đạt mức từ hoàn thành nhiệm vụ trở lên.

Kết quả đánh giá mức khuyến khích giảng viên giai đoạn 2017-2021 cho thấy tỷ lệ trung bình GV của Học viện đạt mức A là 46,22%; mức B là 33,78% và mức C là 20%, trong đó riêng GV của Bộ môn Marketing được đánh giá loại A dao động từ 90% - 96% [H6.06.02.17].

Thông qua hội nghị cán bộ viên chức và các báo cáo tổng kết hàng năm của Học viện và Bộ môn Marketing, GV không có phản nản, khiếu nại về khối lượng, chất lượng công việc được giao cũng như kết quả đánh giá của Bộ môn Marketing và Học viện về các công việc GV đã thực hiện [H4.04.01.06], [H4.04.01.07].

2. Điểm mạnh

Hàng năm, 100% đội ngũ GV của Bộ môn Marketing đều đảm bảo số giờ chuẩn giảng dạy, giờ nghiên cứu khoa học, 100% GV hoàn thành nhiệm vụ, có 15% GV hoàn thành xuất sắc nhiệm vụ.

3. Điểm tồn tại

Hoạt động phục vụ cộng đồng của giảng viên chưa được lượng hóa cụ thể nên công tác đánh giá hoạt động phục vụ cộng đồng không thuận lợi.

4. Kế hoạch hành động

Năm 2024, Phòng TCCB-LĐ phối hợp với Bộ môn Marketing nghiên cứu xây dựng các tiêu chí định lượng các hoạt động phục vụ cộng đồng của GV để thuận lợi cho việc đo lường và đánh giá mức độ hoàn thành của từng giảng viên.

5. Tự đánh giá: Mức đạt được của tiêu chí: 5/7.

Tiêu chí 6.3: Các tiêu chí tuyển dụng và lựa chọn giảng viên, nghiên cứu viên (bao gồm cả đạo đức và năng lực học thuật) để bổ nhiệm, điều chuyển được xác định và phổ biến công khai.

1. Mô tả hiện trạng

Học viện đã ban hành Quy chế tuyển dụng viên chức và người lao động theo Quyết định số 1166/QĐ-HV, ngày 24 tháng 12 năm 2018 và Nghị quyết số 51/NQ-HĐHV, ngày 18 tháng 01 năm 2022 của Hội đồng Học viện [H6.06.01.07], trong đó quy định cụ thể về quy trình, tiêu chuẩn, tiêu chí tuyển dụng và lựa chọn viên chức và người lao động tại Học viện. Ngoài các tiêu chí tuyển dụng nói chung, các đơn vị có thể đưa ra các tiêu chí cao hơn tiêu chí theo quy định nhằm đạt được mục đích thực hiện chiến lược nhân sự của Học viện.

Đồng thời, các tiêu chí tuyển dụng còn được quy định cụ thể tại Danh mục vị trí công việc tại các phòng/ban, trung tâm chức năng ban hành theo Quyết định số 1191/QĐ-HV ngày 04/12/2015 [H6.06.02.06]; khung năng lực, bản mô tả công việc theo Đề án vị trí việc làm ban hành năm 2014, được hiệu chỉnh, ban hành theo Quyết định số 449/QĐ-

HV ngày 29/6/2020 [H6.06.03.01] và được triển khai tại Bộ môn Marketing từ năm 2016.

Dựa trên các mục tiêu chiến lược phát triển nguồn nhân lực trong chiến lược phát triển Học viện và đề án vị trí việc làm; căn cứ vào kết quả rà soát, đánh giá nhu cầu nguồn nhân lực, kế hoạch công tác của từng đơn vị, hàng năm Học viện xây dựng Kế hoạch tuyển dụng lao động, trong đó xác định rõ quy trình tuyển dụng, số lượng cần tuyển, mô tả vị trí việc làm, tiêu chuẩn của các vị trí tuyển dụng phù hợp và đáp ứng yêu cầu theo đề án vị trí việc làm và các quy định tiêu chuẩn chức danh nghề nghiệp [H6.06.01.09].

Thông báo tuyển dụng GV các năm từ 2017 đến 2022 [H6.06.03.02] đều nêu rõ các tiêu chí tuyển dụng GV ngành Marketing với các tiêu chí cơ bản: có trình độ chuyên môn giỏi, có năng lực sáng tạo, tư duy đổi mới; có đạo đức tốt, sức khỏe tốt; có ý thức tự chủ, tự chịu trách nhiệm trước công việc; yêu nghề, gắn bó với Học viện. Trong đó, các điều kiện ưu tiên chung đối với các ứng viên vào vị trí GV: Có trình độ tiến sĩ; được đào tạo ở nước ngoài; có chứng chỉ tiếng Anh IELTS 5.5 hoặc tương đương trở lên; đang là GV hoặc có kinh nghiệm giảng dạy, quản lý giáo dục, nghiên cứu khoa học; có kết quả biên soạn tài liệu, bài giảng, công trình nghiên cứu khoa học đã công bố; tuổi dưới 40 (đối với tiến sĩ tuổi dưới 45); chế độ đãi ngộ: Môi trường làm việc năng động, chuyên nghiệp, gắn kết giữa đào tạo, nghiên cứu và chuyển giao công nghệ, có cơ hội thăng tiến; được tạo điều kiện ra nước ngoài hợp tác giảng dạy, nghiên cứu, trao đổi học thuật, học tập bồi dưỡng nâng cao trình độ chuyên môn, nghiệp vụ, phát huy tối đa năng lực của bản thân và phát triển nghề nghiệp; được hưởng thu nhập theo vị trí việc làm, tương xứng với năng lực và kết quả công tác; được hưởng đầy đủ các chế độ về BHXH, BHYT theo quy định của Nhà nước. Sau khi có kết quả trúng tuyển, các GV được bố trí sinh hoạt chuyên môn tại bộ môn và sẽ được một GV hướng dẫn trực tiếp, hỗ trợ cho GV mới được tuyển dụng.

Học viện thành lập Hội đồng tuyển dụng GV cho từng khoa/bộ môn để xét tuyển hồ sơ trên cơ sở trình độ, kết quả/thành tích học tập/nghiên cứu, kinh nghiệm tích lũy ứng viên và sự phù hợp với ngành học, ngành đào tạo. Các ứng viên có hồ sơ đủ điều kiện sẽ được mời tham dự vòng kiểm tra, sát hạch gồm: phỏng vấn trao đổi, đánh giá năng lực chuyên môn, ngoại ngữ, khả năng sư phạm, giảng thử [H6.06.03.03].

Thông báo tuyển dụng được đăng tải trên website Học viện tại địa chỉ: Portal.ptit.edu.vn/hoc-vien-cong-nghe-buu-chinh-vien-thong-thong-bao-tuyen-dung/ và trên các báo việc làm và các trang mạng xã hội về tuyển dụng [H6.06.03.04].

Trong chu kỳ KĐCL (2017-2022), căn cứ vào nhu cầu tuyển dụng, Học viện đã tuyển dụng được 166 nhân sự, trong đó tuyển dụng được 12 GV ngành Marketing, đều có trình độ thạc sỹ [H6.06.03.05]. Số GV được tuyển dụng chỉ đáp ứng được 76% so với chỉ tiêu cần tuyển, điều này thể hiện Học viện chưa có chính sách và cơ chế đặc thù để thu hút GV có trình độ học vị và học hàm cao cao (PGS, GS) về làm GV cơ hữu của Học viện.

Tiêu chí đề bạt và bổ nhiệm các vị trí cán bộ của Học viện đã được thể hiện trong Quy chế bổ nhiệm, bổ nhiệm lại, thôi giữ chức vụ, từ chức, miễn nhiệm, điều động, biệt phái viên chức quản lý của các đơn vị thuộc và trực thuộc Học viện ban hành theo Quyết định số 445/QĐ-HV ngày 01/6/2021 [H6.06.01.05]. Quy định nêu rõ nguyên tắc; điều kiện, tiêu chuẩn bổ nhiệm, quy trình bổ nhiệm; bổ nhiệm lại và kéo dài thời gian giữ chức vụ; quy định về thôi giữ chức vụ, từ chức, miễn nhiệm, điều động viên chức quản lý; quy định về biệt phái cán bộ của Học viện. Tùy từng vị trí được bổ nhiệm, Quy chế quy định rõ ràng về các tiêu chí về đạo đức, về trình độ chuyên môn, bằng cấp, các yêu cầu về kinh nghiệm làm việc, quy trình bổ nhiệm. Đối với vị trí lãnh đạo, quản lý yêu cầu về năng lực và kỹ năng gồm: phẩm chất đạo đức, trình độ, kinh nghiệm, uy tín, tư duy, khả năng đoàn kết, tập hợp, quy tụ viên chức trong đơn vị; yêu cầu về kỹ năng gồm có kỹ năng giao việc, ngoại giao, xử lý tình huống, giải quyết vấn đề, ra quyết định, kỹ năng tổng hợp, phân tích, nhận định và đánh giá trong quản lý, điều hành công việc. Tùy từng vị trí quản lý là các khoa, bộ môn hay các phòng ban chức năng, các tiêu chuẩn năng lực được xác định cụ thể; theo yêu cầu của công tác quản lý.

Trong giai đoạn 2017-2022, trên cơ sở quy hoạch và kết quả đánh giá năng lực đội ngũ cán bộ quản lý, Học viện đã bổ nhiệm mới, bổ nhiệm lại, luân chuyển 129 lượt CBQL các cấp (trong đó, Ban Giám đốc: bổ nhiệm mới 01 nhân sự, bổ nhiệm lại 04 nhân sự; luân chuyển 06 nhân sự; bổ nhiệm mới 76 Trưởng, Phó khoa/phòng/bộ phận; bổ nhiệm lại 48 nhân sự). Trong đó Bộ môn Marketing bổ nhiệm 2 trưởng bộ môn và các nhân sự đều được bổ nhiệm theo đúng quy hoạch và tất cả các nhân sự được bổ nhiệm đều theo đúng quy hoạch.

Kết quả tuyển dụng, bổ nhiệm và bố trí sắp xếp nhân sự của Học viện được thông báo công khai trên các phương tiện thông tin đại chúng: trên website của Học viện

<http://ptit.edu.vn>, báo in và gửi qua hệ thống văn bản nội bộ của Học viện, treo tại bảng tin của Phòng TCCB-LĐ và gửi qua email tới các ứng viên.

2. Điểm mạnh

Học viện và Bộ môn Marketing có kế hoạch, quy trình, tiêu chí tuyển dụng và lựa chọn GV để bổ nhiệm được xác định rõ ràng và được phổ biến công khai.

3. Điểm tồn tại

Hàng năm, Học viện thường không tuyển đủ chỉ tiêu so với kế hoạch, đặc biệt là khó khăn trong việc tuyển được GV có trình độ tiến sỹ.

4. Kế hoạch hành động

Năm 2024, Phòng TCCB-LĐ nghiên cứu, xây dựng chính sách và cơ chế đặc thù với những chế độ đãi ngộ có mức hấp dẫn cao hơn để có thể cạnh tranh thu hút được nhiều hơn nữa các GV có học vị tiến sỹ và học hàm PGS, GS về làm GV cơ hữu của Học viện, đặc biệt là GV ngành Marketing.

5. Tự đánh giá: Mức đạt được của tiêu chí: 5/7.

Tiêu chí 6.4: Năng lực của đội ngũ giảng viên, nghiên cứu viên được xác định và được đánh giá.

1. Mô tả hiện trạng

Tiêu chuẩn, năng lực của đội ngũ CB, GV, NV của Học viện được quy định tại Khung năng lực và bản Mô tả công việc của từng vị trí việc làm trong Đề án vị trí việc làm của Học viện ban hành theo Quyết định số 449/QĐ-HV ngày 29/6/2020 [H6.06.03.01]. Nội dung đề án vị trí việc làm trình bày tóm tắt công việc, nội dung, yêu cầu về năng lực, trách nhiệm cụ thể từng chức danh, vị trí làm việc, khối lượng, tần suất thực hiện, và xác định các tiêu chí về năng lực đội ngũ GV về trình độ chuyên môn từ Thạc sỹ trở lên và tiếng Anh trình độ B1, năng lực NCKH, năng lực xây dựng, thiết kế và thực hiện CTDH, năng lực lựa chọn và áp dụng các phương pháp giảng dạy, năng lực ứng dụng và sử dụng công nghệ thông tin trong dạy học, năng lực nghiên cứu; có yêu cầu về năng lực đối với Lãnh đạo khoa, bộ môn, đối với Trưởng bộ môn, bên cạnh học vị tiến sỹ trở lên cần phải có kỹ năng về quản lý thông qua lớp bồi dưỡng có chứng chỉ chuyên viên chính trở lên. Tuy nhiên, chức danh GV chỉ quy định năng lực chung của GV, chưa mô tả cụ thể vị trí việc làm của GV có học hàm GS, PGS và trình độ tiến sỹ.

Căn cứ Đề án việc làm, Học viện xây dựng Bản mô tả công việc của các vị trí công việc trong Khoa (Trưởng, phó khoa; trưởng/phó BM; GV) [H6.06.04.01]. Tuy nhiên

trong quá trình thực hiện, Bản mô tả vị trí việc làm chưa có yêu cầu về năng lực chuyên sâu về thiết kế chương trình và chưa phân biệt rõ các hạng GV I, II, III trong bản mô tả công việc.

Học viện đã giao phòng TCCB-LĐ phụ trách việc tham mưu, theo dõi, tổng hợp về đánh giá hiệu quả công việc của cán bộ, giảng viên, nhân viên, đánh giá xếp loại chất lượng cán bộ, công chức, viên chức, và phụ trách công tác thi đua khen thưởng. Kết quả đánh giá hiệu quả công việc của CB, GV, NV được sử dụng để xem xét, đánh giá xếp loại viên chức và được lấy làm căn cứ xem xét danh hiệu thi đua, khen thưởng và để làm căn cứ xem xét cử CB, GV, NV đi đào tạo, bồi dưỡng để nâng cao nghiệp vụ, kiến thức chuyên môn.

Việc đánh giá năng lực của GV được thực hiện định kỳ theo từng thời điểm trong năm và dựa trên các tiêu chí đánh giá cụ thể, có 6 hình thức đánh giá:

- Đánh giá hàng tháng:

+ Để đánh giá GV hàng tháng, Học viện ban hành Quy chế trả lương của Khối Quản lý và Đào tạo phía Bắc theo Quyết định số 468/QĐ-TCCB ngày 26/7/2012 [H6.06.04.02]; Quy định Đánh giá kết quả công việc cá nhân của Khối QLĐT phía Bắc ban hành theo Quyết định số 207/QĐ-HV ngày 26/3/2018 [H6.06.02.11]; Quyết định sửa đổi bổ sung phương án tính khối lượng thực hiện nhiệm vụ giảng dạy của giảng viên tại Học viện ban hành theo Quyết định số 650A/QĐ-HV ngày 10 tháng 9 năm 2020 [H6.06.02.05].

+ Cuối mỗi tháng, Bộ môn Marketing họp xét chất lượng công tác để đánh giá năng lực giám sát và tự đánh giá chất lượng công việc của từng GV và gửi kết quả đánh giá về Phòng TCCB-LĐ để tổng hợp, họp Hội đồng lương xác định mức lương chi trả hàng tháng cho từng cán bộ, GV [H6.06.04.03]. Đồng thời, Hồ sơ đánh giá kết quả thực hiện công việc của cá nhân VC-NLĐ hàng tháng được lưu tại Phòng TCCB-LĐ Học viện.

- Đánh giá theo quý:

+ Căn cứ quy định và hướng dẫn của Bộ TT&TT tại Quy định đánh giá, xếp loại chất lượng đối với công chức, viên chức ban hành theo Quyết định số 2276/QĐ-BTTTT ngày 23/12/2020 và Hướng dẫn đánh giá, xếp loại chất lượng cán bộ công chức, viên chức năm 2021 theo công văn số 643/TCCB ngày 10/11/2021 của Bộ Thông tin và Truyền thông [H6.06.04.04], Học viện ban hành Công văn hướng dẫn về việc đánh giá và phân loại cán bộ, công chức, viên chức, người lao động (887/HV-TCCB ngày

20/11/2020) và văn bản hướng dẫn về việc đánh giá, xếp loại VC, NLĐ theo quý [H6.06.04.05].

+ Thực hiện hướng dẫn của Học viện, Bộ môn Marketing triển khai đánh giá GV theo các tiêu chí đánh giá viên chức của Bộ TT&TT và kết quả đánh giá được gửi về Phòng TCCB-LĐ để tổng hợp theo quý Báo cáo Bộ TT&TT. Quy trình đánh giá được cụ thể như sau: GV tự đánh giá theo mức điểm của từng tiêu chí với tổng điểm 100, sau đó Bộ môn tổ chức cuộc họp cán bộ chủ chốt đánh giá từng GV, xác nhận kết quả đánh giá gửi Phòng TCCB-LĐ. Các Phiếu đánh giá từng cá nhân có xác nhận của Trưởng Bộ môn Marketing/ Khoa QTKD2 được lưu tại Phòng TCCB-LĐ.

- Đánh giá theo học kỳ: Công tác đánh giá hoạt động giảng dạy của GV được thực hiện thông qua việc Trung tâm KT&ĐBCLGD triển khai lấy ý kiến phản hồi của SV về hoạt động giảng dạy của GV đối với mỗi học phần thông qua Phiếu khảo sát SV về hoạt động giảng dạy của GV tại Quy định lấy ý kiến phản hồi của người học về hoạt động giảng dạy của giảng viên ban hành theo Quyết định số 816/QĐ-HV ngày 23/11/2015 [H6.06.04.06]. Qua báo cáo kết quả khảo sát của Trung tâm KT&ĐBCLGD [H3.03.02.06] cho thấy đa số các hoạt động giảng dạy đã đáp ứng được nhu cầu học tập của người học, trên 90% SV đánh giá tốt về hoạt động giảng dạy của GV Bộ môn Marketing.

- Đánh giá cuối năm:

+ Xác nhận khối lượng giảng dạy: Phòng Giáo vụ tổng hợp khối lượng giảng dạy của từng GV, gửi Bộ môn Marketing để đối chiếu, xác nhận việc hoàn thành giờ giảng của GV [H6.06.04.07].

+ Xác nhận giờ NCKH: Phòng QL KHCN-HTQT xác nhận giờ NCKH của từng GV căn cứ kết quả thực hiện hoạt động NCKH từng GV trong năm [H6.06.04.08].

- Đánh giá theo đăng ký của GV trong từng năm học:

+ Với mục tiêu từng bước nâng cao trình độ năng lực chuyên môn, ngoại ngữ của đội ngũ GV Học viện, Học viện ban hành Quy định tạm thời về các tiêu chí khuyến khích đối với cán bộ giảng dạy của Học viện theo Quyết định số 370/QĐ-TCCB ngày 27/6/2012 [H6.06.04.09].

+ Vào đầu mỗi năm học, Học viện tổ chức cho GV đăng ký mức chất lượng A, B, C với Học viện, trong đó tập trung vào các tiêu chí như hoàn thành khối lượng giảng dạy, tham gia NCKH và đạt chuẩn trình độ tiếng Anh; cuối năm, căn cứ kết quả công việc,

Học viện xem xét đánh giá mức độ hoàn thành của từng GV để xếp loại mức khuyến khích GV làm cơ sở thi đua khen thưởng hàng năm [H6.06.04.10]. Kết quả đánh giá giai đoạn 2017-2022, tỷ lệ trung bình GV của Học viện đạt mức A là 46,22%; mức B là 33,78% và mức C là 20%, trong đó riêng GV của Bộ môn Marketing được đánh giá mức A dao động từ 90% - 96%.

- Đánh giá viên chức xét thi đua khen thưởng:

+ Hằng năm, Học viện công bố công khai trên hệ thống thông tin quản lý và gửi đến các đơn vị kế hoạch đánh giá viên chức và mẫu phiếu đánh giá công chức, viên chức và người lao động. Theo đó, các bước thực hiện việc đánh giá, phân loại từ cấp độ cá nhân, bộ môn đến cấp khoa, viện.... Các tiêu chí đánh giá việc hoàn thành nhiệm vụ năm học được xếp loại theo 4 mức độ: hoàn thành xuất sắc nhiệm vụ; hoàn thành tốt nhiệm vụ; hoàn thành nhiệm vụ và không hoàn thành nhiệm vụ. được phổ biến rộng rãi tới toàn thể công chức, viên chức và người lao động trong toàn Học viện.

+ Vào cuối mỗi năm học, các GV đều thực hiện việc tự đánh giá kết quả thực hiện nhiệm vụ năm học và xây dựng kế hoạch trong năm học tới, việc tự đánh giá căn cứ theo hướng dẫn của Học viện và thể hiện trên Bản kiểm điểm viên chức hàng năm của CBGV Bộ môn Marketing [H6.06.04.11]. Sau đó, Lãnh đạo khoa đánh giá, cuối cùng Hội đồng Thi đua - Khen thưởng cấp Học viện đánh giá, bình xét xếp loại thi đua.

- Đánh giá theo KPI: Để đánh giá thành tích chung của Khoa trên cơ sở thành tích đạt được của GV, Học viện ban hành hệ thống đánh giá kết quả thực hiện công việc theo KPIs của Học viện năm 2018, 2019 và 2020 [H6.06.04.12]. Đây là cơ sở Học viện xác định kết quả các chỉ tiêu chính trong hoạt động ĐT, NCKH và PVCĐ của Học viện hàng năm.

Kết quả trong 5 năm của chu kỳ KĐCLGD cho thấy: Đa số các GV của Bộ môn Marketing có kết quả đánh giá giảng dạy ở mức tương đối cao với điểm đạt từ 90 đến 96%, 100% các GV Bộ môn Marketing được Học viện đánh giá hoàn thành tốt nhiệm vụ xếp loại A. Giảng viên Bộ môn Marketing đạt thành tích được tặng thưởng 17 Giấy khen của Giám đốc Học viện, 03 Giấy khen của Bộ Thông tin và Truyền thông, 26 GV đạt danh hiệu Chiến sĩ thi đua cấp cơ sở; 01 GV đạt danh hiệu Chiến sĩ thi đua cấp bộ; về đánh giá thi đua của Bộ môn Marketing, có 116 lượt giảng viên đạt LĐTT; 31 lượt GV đạt CSTĐ cấp cơ sở [H6.06.04.13].

2. Điểm mạnh

Các tiêu chí khuyến khích đối với cán bộ giảng dạy của Học viện là cơ sở và động lực để khuyến khích GV nâng cao năng lực NCKH và trình độ ngoại ngữ.

3. Điểm tồn tại

Bản mô tả vị trí việc làm chưa có yêu cầu về năng lực chuyên sâu về thiết kế chương trình và chưa phân biệt rõ các hạng GV I, II, III trong bản mô tả công việc.

4. Kế hoạch hành động

Năm 2024, Phòng tổ chức cán bộ - Lao động xây dựng bản mô tả công việc bổ sung yêu cầu về năng lực chuyên sâu về thiết kế chương trình và phân biệt rõ các hạng GV I, II, III trong bản mô tả công việc.

5. Tự đánh giá: Mức đạt được của tiêu chí: 5/7.

Tiêu chí 6.5: Nhu cầu về đào tạo và phát triển chuyên môn của đội ngũ giảng viên, nghiên cứu viên được xác định và có các hoạt động triển khai để đáp ứng nhu cầu đó.

1. Mô tả hiện trạng

Năm 2014, Học viện đã tổ chức khảo sát, đánh giá sự phù hợp về trình độ năng lực của đội ngũ cán bộ quản lý, giảng viên với yêu cầu phát triển của Học viện để xác định định hướng công tác đào tạo chuyên môn cho việc phát triển năng lực giảng viên của các khoa, viện và cán bộ quản lý Học viện theo Kết luận số 322/TB-HV ngày 25/4/2014 của Giám đốc Học viện [H6.06.01.10].

Học viện đã ban hành Quy định về đào tạo và bồi dưỡng đối với viên chức và người lao động theo Quyết định số 647/QĐ-HV ngày 27/7/2017 [H6.06.01.11]. Nội dung quy định cụ thể đối tượng, mục đích, nguyên tắc cử đi đào tạo, bồi dưỡng, các chính sách, đặc biệt là chính sách khuyến khích, hỗ trợ học phí cho viên chức và người lao động đi bồi dưỡng; quyền lợi và nghĩa vụ của viên chức cũng như trình tự thủ tục để viên chức đi đào tạo, bồi dưỡng và đi thực tế căn cứ để thực hiện; quy trình xác định nhu cầu về đào tạo, bồi dưỡng của cán bộ, GV và nhân viên ở các đơn vị (trong đó nêu rõ các bước xác định nhu cầu đào tạo bồi dưỡng: từ nguyện vọng cá nhân đến ra quyết định cử đi đào tạo bồi dưỡng và tiếp nhận trở lại làm việc).

Năm 2021, Học viện ban hành Quy định chính sách hỗ trợ kinh phí cho viên chức, NLĐ được cử đi đào tạo Tiến sỹ trong nước giai đoạn 2021-2025 theo Quyết định số 513/QĐ-HV ngày 18/6/2021 [H6.06.05.01]. Theo quy định này, giảng viên khi đi học Tiến sỹ trong nước sẽ được hỗ trợ kinh phí một lần sau khi có kết quả công nhận đã hoàn

thành CTĐT TS với mức hỗ trợ 90 triệu khi hoàn thành chương trình đào tạo Tiến sỹ ở các trường ngoài Học viện và 50 triệu đồng khi học tại Học viện.

Vào Quý I hàng năm, Phòng TCCB-LĐ trình Giám đốc Học viện ban hành Kế hoạch đăng ký nhu cầu đào tạo tập huấn, bồi dưỡng gửi các các đơn vị, trong đó có Bộ môn Marketing, Khoa QTKD2 và Viện Kinh tế Bru điện, đây là các đơn vị trực tiếp tham gia giảng dạy cho CTĐT ngành Marketing (sau đây gọi tắt là đơn vị). Kế hoạch được gửi đến các đơn vị trong toàn Học viện về đăng ký nhu cầu đào tạo, bồi dưỡng cán bộ, giảng viên, công nhân viên, trong đó, yêu cầu các đơn vị tập hợp nhu cầu của CB, GV, NV về đào tạo bồi dưỡng, tập huấn chuyên môn nghiệp vụ của năm [H6.06.05.02].

Trên cơ sở đăng ký của CBVCNLD, các đơn vị tổng hợp nhu cầu đào tạo, bồi dưỡng gửi về phòng TCCB-LĐ trong đó có danh mục các khoá đào tạo theo tiêu chuẩn vị trí chức danh nghề nghiệp, các khoá bồi dưỡng nâng cao trình độ chuyên môn, bồi dưỡng nghiệp vụ sư phạm, bồi dưỡng kỹ năng giảng dạy, NCKH, an ninh quốc phòng, tin học văn phòng, ngoại ngữ, ... phục vụ công tác đang đảm nhiệm. Phòng TCCB-LĐ tổng hợp đăng ký của các đơn vị, đối chiếu với chiến lược phát triển nguồn nhân lực của Học viện nhằm đáp ứng mục tiêu "*Học viện có nguồn nhân lực chất lượng cao với quy mô và cơ cấu phù hợp; có hệ thống quản trị hiện đại, hoàn thành chuyển đổi số hầu hết các hoạt động của nhà trường*" và Đề án vị trí việc làm để duyệt sơ bộ nhu cầu của các đơn vị; sau đó tổng hợp thành kế hoạch đào tạo bồi dưỡng của năm tiếp theo cho toàn Học viện và trình lãnh đạo Học viện phê duyệt [H6.06.01.12].

Căn cứ kế hoạch đào tạo và bồi dưỡng hàng năm, Học viện đã tổ chức và cử cán bộ, viên chức và người lao động tham gia nhiều khoá bồi dưỡng như: Bồi dưỡng về nghiệp vụ sư phạm, về trung cấp lý luận chính trị, về quản lý hành chính nhà nước chương trình chuyên viên - chuyên viên chính, tin học, về chuyển đổi số, về đổi mới sáng tạo, bồi dưỡng chức danh nghề nghiệp giảng viên hạng I, II, III, bồi dưỡng nâng cao trình độ tiếng anh Văn phòng, bồi dưỡng kỹ năng giao tiếp và làm việc nhóm, bồi dưỡng an ninh quốc phòng đối tượng 4, bồi dưỡng nghiệp vụ đấu thầu cơ bản và đấu thầu qua mạng, kỹ năng nắm bắt tâm lý học đường dành cho cố vấn học tập, bồi dưỡng cấp ủy cơ sở, ... [H6.06.05.03].

Học viện đã có chính sách đào tạo bồi dưỡng GV cho ngành Marketing từ nguồn lực nội bộ và khuyến khích GV đi học nghiên cứu sinh sau khi được tuyển dụng. Tổng số chi cho đào tạo dài hạn và ngắn hạn 5 năm toàn Học viện là 6,228 tỷ đồng (chiếm 0,5%

tổng nguồn chi). Trong chu kỳ kiểm định 5 năm, Bộ môn Marketing đã cử 05 GV đi NCS, 152 lượt GV đi đào tạo, bồi dưỡng ngắn hạn [H6.06.05.04]. Các GV đi học ở nước ngoài hàng năm đều nộp báo cáo kết quả học tập theo quy định tại Quy chế đào tạo, bồi dưỡng đối với cán bộ, viên chức, người lao động thuộc Học viện ban hành năm 2017 (trong đó quy định về việc báo cáo kết quả học tập hàng năm đối với NCS tại nước ngoài để làm cơ sở trả lương, đóng BHXH cho các đối tượng này trong thời gian học tập) [H6.06.05.05].

Với những cán bộ được bổ nhiệm hoặc quy hoạch chức danh lãnh đạo đơn vị, Học viện đã chi trả toàn bộ kinh phí để cử 02 cán bộ của Bộ môn Marketing tham gia bồi dưỡng Lý luận chính trị trung cấp, cao cấp. Các cán bộ này sau khi hoàn thành khóa học đã được cấp bằng và nộp về Phòng TCCB-LĐ đảm bảo tiêu chuẩn cán bộ theo quy định [H6.06.05.06].

Trong giai đoạn 2017-2022, Học viện thực hiện trao đổi, hợp tác với các cơ sở, các tổ chức giáo dục uy tín trong và ngoài nước đến đào tạo, bồi dưỡng và xây dựng kết nối thực tập, hỗ trợ chia sẻ kinh nghiệm, phương pháp giảng dạy ĐH, tổ chức hội thảo, tập huấn (ký biên bản ghi nhớ đào tạo tiếng Nhật với Học viện Công nghệ Shibaura Nhật Bản cử SV sang học tập, nghiên cứu ngắn hạn theo thỏa thuận ngày 28/11/2017; ký kết với Viện Khoa học và Công nghệ tiến tiến JAIST Nhật Bản về hỗ trợ học bổng cho học viên cao học của Học viện sang học tập theo thỏa thuận ngày 28/04/2017; ký kết với ĐH Lille 1 - Khoa học và Công nghệ Pháp hợp tác trong nghiên cứu và đào tạo theo thỏa thuận ngày 07/06/2017; ký kết với Hiệp hội Kế toán Công chứng Anh quốc trao đổi về các hoạt động hợp tác trong đào tạo ngành Tài chính - Kế toán theo thỏa thuận ngày 05/03/2018; ký kết với ĐH Padova Italia trao đổi về hoạt động hợp tác trong đào tạo, nghiên cứu và trao đổi CB, GV, SV theo thỏa thuận ngày 10/04/2018; ...) [H6.06.05.07]. Căn cứ thỏa thuận, Học viện đã cử cán bộ, giảng viên tham dự các hội nghị, hội thảo, học tập kinh nghiệm chuyên môn do đối tác tổ chức ... [H6.06.05.08]. Việc quản lý CBGV, NV của Học viện đi công tác, học tập trong nước và ngoài nước được thực hiện theo Quy chế quản lý hoạt động hợp tác quốc tế của Học viện ban hành theo Quyết định số 316/QĐ-HV ngày 18/5/2020 ... [H6.06.05.09]. Nhằm nâng cao hiệu quả quản lý các đoàn cán bộ, giảng viên Học viện đi công tác nước ngoài, Học viện đã thông báo và yêu cầu trả lời các câu hỏi đặt hàng và có xác nhận nghiệm thu báo cáo với các đoàn công tác nước ngoài của Học viện.

Học viện phân bổ kinh phí cử CBGV đi đào tạo bồi dưỡng thể hiện trong Quy chế chi tiêu nội bộ Học viện ban hành theo Quyết định số 1233/QĐ-HV ngày 31/12/2019 [H6.06.05.10]. Trong đó đặc biệt khuyến khích đội ngũ GV, nghiên cứu viên tham gia các hoạt động đào tạo, bồi dưỡng nâng cao trình độ chuyên môn: GV học tập tại Việt Nam được hỗ trợ học phí, chi phí đi lại và được thanh toán đầy đủ lương và phúc lợi. GV học ở nước ngoài được hỗ trợ bảo hiểm xã hội và 40% tiền lương cơ bản được đảm bảo các chế độ Bảo hiểm, nâng lương thường xuyên theo quy định của Học viện và pháp luật. Học viện hỗ trợ toàn bộ kinh phí cho GV tham gia các khóa đào tạo, bồi dưỡng thăng hạng chức danh nghề nghiệp. Tổng kinh phí chi cho đào tạo dài hạn và ngắn hạn trong 5 giai đoạn 2017-2022 trong toàn Học viện là 6,228 tỷ đồng (chiếm 0,5% tổng nguồn chi). Định mức chi cho đào tạo dài hạn của Học viện còn ở mức thấp (770 triệu đồng/5 năm), chiếm 0,05%/ tổng thu. Tỷ lệ giảng viên của Học viện được cử đi đào tạo tiến sĩ tại nước ngoài còn ít.

Kết quả, trong chu kỳ KĐCL (2017-2022), Học viện đã đào tạo, bồi dưỡng nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp vụ cho 2522 lượt cán bộ công chức, viên chức và người lao động, bình quân đạt 3,2 lượt người, trong đó có, đã có 35 lượt viên chức được cử đi đào tạo thạc sĩ và tiến sĩ ở trong nước và nước ngoài, 01 người nghiên cứu sau tiến sĩ. Học viện đã cử 152 lượt giảng viên của Ngành Marketing đi đào tạo, bồi dưỡng, tham gia các hội nghị, hội thảo, học tập kinh nghiệm trong và ngoài nước (đạt tỷ lệ 353,49%); Trong đó có 02 lượt đào tạo trình độ lý luận chính trị, 07 lượt đi đào tạo nghiên cứu sinh, 136 lượt đi bồi dưỡng, tập huấn và 07 lượt đi học tập kinh nghiệm, tham gia các hội nghị, hội thảo. Qua quá trình đào tạo bồi dưỡng CBGV Học viện giai đoạn 2017-2022, có thể khẳng định, đến thời điểm hiện tại, 100% GV của Bộ môn Marketing có chứng chỉ nghiệp vụ sư phạm và đạt chuẩn chức danh GV theo quy định thông qua việc bố trí chức danh nghề nghiệp Giảng viên (hạng I, II và III) của Học viện.

Đối với GV được cử tham gia các khóa bồi dưỡng ngắn hạn trong nước, Học viện giao Trung tâm Đào tạo Bưu chính Viễn thông I&II tổ chức quản lý các khóa học theo quy trình tổ chức do giám đốc trung tâm ban hành [H6.06.05.11]. Kết thúc khóa học, Trung tâm tổ chức đánh giá, cấp chứng chỉ, chứng nhận cho học viên hoàn thành khóa học và gửi báo cáo tổng kết khóa học về Phòng Tổ chức cán bộ - Lao động làm cơ sở đánh giá kết quả thực hiện kế hoạch đào tạo, bồi dưỡng và phát triển chuyên môn, nghiệp vụ của GV, NCV hằng năm [H6.06.05.12].

Định kỳ, Phòng Tổ chức cán bộ - Lao động có báo cáo gửi Văn phòng để tổng hợp báo cáo Bộ TT&TT, trong đó có nội dung báo cáo về công tác đào tạo, bồi dưỡng CBVC Học viện tại Báo cáo tổng kết hàng năm của Phòng TCCB-LĐ.

2. Điểm mạnh

Trong giai đoạn 2017-2022, Học viện đã cử 152 lượt giảng viên của Ngành Marketing đi đào tạo, bồi dưỡng, tham gia các hội nghị, hội thảo, học tập kinh nghiệm trong và ngoài nước (đạt tỷ lệ 353,49%) và quy trình giám sát tổ chức đào tạo bồi dưỡng tại Học viện được chuẩn hóa.

3. Điểm tồn tại

Học viện chưa cử được nhiều GV đi đào tạo tiến sĩ tại nước ngoài do nguyên nhân chưa tìm được nguồn kinh phí để cấp học bổng cho GV có nhu cầu.

4. Kế hoạch hành động

Kể từ năm 2023, Bộ môn Marketing làm việc với các doanh nghiệp trong ngành TT&TT để hợp tác tìm kiếm nguồn tài trợ của các doanh nghiệp hỗ trợ kinh phí cho GV tham gia đào tạo NCS nước ngoài.

5. Tự đánh giá: Mức đạt được của tiêu chí 5/7.

Tiêu chí 6.6: Việc quản trị theo kết quả công việc của giảng viên, nghiên cứu viên (gồm cả khen thưởng và công nhận) được triển khai để tạo động lực và hỗ trợ cho đào tạo, nghiên cứu khoa học và các hoạt động phục vụ cộng đồng.

1. Mô tả hiện trạng

Vào đầu mỗi năm học, Phòng Giáo vụ xây dựng và trình Lãnh đạo Học viện ban hành Kế hoạch đào tạo năm học, từng học kỳ và thời khóa biểu của các khóa đào tạo đối với tất cả các hình thức và trình độ đào tạo tại Học viện [H3.03.03.01]. Đồng thời, căn cứ kế hoạch Học viện, Cơ sở Học viện tại Thành phố Hồ Chí Minh ban hành Kế hoạch đào tạo năm học và giao nhiệm vụ trọng tâm hàng năm cho giảng viên các khoa 2 về giảng dạy và NCKH.

Học viện có quy định, tiêu chí cụ thể để đánh giá hiệu quả công việc và quản trị theo kết quả công việc của giảng viên, nghiên cứu viên, thể hiện tại các văn bản, quy định như:

- Quy định chế độ làm việc đối với GV và GV thỉnh giảng tại Học viện ban hành năm 2009, được hiệu chỉnh năm 2015 và ban hành theo Quyết định số 914/QĐ-HV ngày 04/12/2015 [H6.06.02.02].

- Danh mục vị trí công việc tại các phòng/ban, trung tâm chức năng ban hành theo Quyết định số 1191/QĐ-HV ngày 04/12/2015 [H6.06.02.06].

- Đề án vị trí việc làm của Học viện ban hành theo Quyết định số 449/QĐ-HV ngày 29/6/2020 [H6.06.03.01].

- Căn cứ Quy định chế độ làm việc của giảng viên cơ sở giáo dục đại học ban hành theo Quyết định số 20/2020/TT-BGDĐT ngày 27/7/2020 của Bộ GD&ĐT [H6.06.02.04], Học viện ban hành Quyết định sửa đổi, bổ sung phương án tính khối lượng thực hiện nhiệm vụ giảng dạy của GV tại Học viện ban hành theo Quyết định số 650A/QĐ-HV ngày 10/9/2020 [H6.06.02.05].

- Quy định Đánh giá kết quả công việc cá nhân của Khối Quản lý đào tạo phía Bắc ban hành theo Quyết định số 207/QĐ-HV ngày 26 tháng 3 năm 2018 [H6.06.02.11].

- Quy định công tác cố vấn học tập ban hành theo Quyết định số 1235/QĐ-HV ngày 31/12/2015 [H6.06.06.01] và được bổ sung, chỉnh sửa ban hành mới năm 2022 theo Quyết định số 47/QĐ-HV ngày 14/01/2022 [H6.06.06.02].

- Học viện đã xây dựng và ban hành Hệ thống đánh giá kết quả thực hiện công việc theo KPIs từ năm 2018 đến năm 2020. Hệ thống đánh giá kết quả thực hiện công việc theo KPIs cấp Học viện và 26 đơn vị trực thuộc là cơ sở đo lường kết quả công việc của các đơn vị [H6.06.04.12].

Căn cứ các quy định trên và kế hoạch đào tạo của CTĐT Ngành Marketing, Phòng Giáo vụ xây dựng thời khóa biểu cho mỗi học phần trong học kỳ kế tiếp theo và gửi cho các viện/khoa/bộ môn chuyên môn để phân công giảng dạy. Căn cứ vào khối lượng giảng dạy giữa các GV giảng dạy trong bộ môn và giảng viên thỉnh giảng, Bộ môn Marketing có trách nhiệm phân công GV giảng dạy theo đúng chuyên môn theo quy định của Học viện, đảm bảo đủ khối lượng và tiếp thu được các đánh giá, phản hồi của SV. Hàng năm, Bộ môn Marketing xây dựng kế hoạch phân công nhiệm vụ cho GV tham gia công tác giảng dạy tại khoa với nội dung về giảng dạy, NCKH và các hoạt động PVCĐ (CVHT, GVCN, phụ trách phong trào SV, ...) [H6.06.02.07]. Kế hoạch phân công cụ thể nhiệm vụ cho GV được Bộ môn Marketing gửi Phòng Giáo vụ để phân công giảng dạy; Phòng QLKH - HTQT để giao nhiệm vụ NCKH và thực hiện việc quy đổi ra giờ NCKH

và việc bù trừ giữa giờ NCKH và giờ giảng được thực hiện theo quy định về quy đổi giờ NCKH của Học viện.

Vào đầu năm học, Bộ môn Marketing tổ chức cho GV đăng ký mức khuyến khích GV theo Quy định về các tiêu chí khuyến khích đối với cán bộ giảng dạy của Học viện (với các mức khuyến khích A, B, C) và tổng hợp báo cáo Học viện để theo dõi, đánh giá mức độ hoàn thành nhiệm vụ GV hàng năm [H6.06.02.12]. Đồng thời, Bộ môn Marketing tổ chức cho GV đăng ký các danh hiệu thi đua năm học theo hướng dẫn của Học viện [H6.06.06.03], [H6.06.04.05].

Học viện phân công các đơn vị theo chức năng, nhiệm vụ của mình tham gia vào công tác quản trị theo kết quả công việc của giảng viên trong từng giai đoạn của năm học:

- Phòng TCCB-LĐ phụ trách tham mưu, theo dõi, tổng hợp về đánh giá hiệu quả công việc của cán bộ, giảng viên, nhân viên, đánh giá xếp loại chất lượng cán bộ, công chức, viên chức, và phụ trách công tác thi đua khen thưởng. Kết quả đánh giá hiệu quả công việc của CB, GV, NV được sử dụng để xem xét, đánh giá xếp loại viên chức và được lấy làm căn cứ xem xét danh hiệu thi đua, khen thưởng và để làm căn cứ xem xét cử CB, GV, NV đi đào tạo, bồi dưỡng để nâng cao nghiệp vụ, kiến thức chuyên môn [H6.06.06.04];

- Phòng Giáo vụ được Học viện giao giám sát hoạt động dạy học với việc theo dõi việc thực hiện kế hoạch, lịch trình giảng dạy thông qua các hình thức như: Sổ theo dõi hàng ngày, sổ lên lớp, báo cáo hàng tháng, hàng năm, biên bản kiểm tra dự giờ, lịch giảng dạy hàng tuần, từng học kỳ [H6.06.06.05];

- Phòng Quản lý KHCN-HTQT được Học viện giao nhiệm vụ tổ chức đăng ký, xét duyệt, nghiệm thu đề tài NCKH các cấp và tính, quy đổi khối lượng giờ NCKH cho GV trong từng năm học [H6.06.06.06];

- Phòng CT&CTSV theo dõi đánh giá kết quả công việc của hệ thống cố vấn học tập/giáo viên chủ nhiệm giúp SV học tập đúng kế hoạch [H6.06.06.07];

- Trung tâm KT&ĐBCLGD tổ chức lấy ý kiến phản hồi SV về hoạt động giảng dạy của GV trong từng học kỳ của năm học [H6.06.06.08];

- Tổ Thanh tra giáo dục thuộc Văn phòng, Ban Thanh tra các kỳ thi để giám sát hoạt động dạy học, kiểm tra việc thực hiện quy chế làm việc của giảng viên, kịp thời nhắc nhở và xử lý các trường hợp vi phạm (nếu có) theo đúng quy chế của Học viện [H6.06.06.09];

- Bộ môn Marketing quản lý, xác nhận kết quả công việc của giảng viên và theo dõi đánh giá GV qua công tác dự giờ [H6.06.06.10].

Trên cơ sở kế hoạch giảng dạy từng học kỳ của các đơn vị, Học viện quản trị theo các bước sau:

- Đánh giá việc hoàn thành nhiệm vụ giảng dạy:

+ GV lên lớp hàng ngày đều kê khai thông tin trên sổ theo dõi nhật ký giảng dạy/ Sổ lên lớp do Phòng Giáo vụ quản lý [H6.06.06.11]. Cuối học kỳ, Phòng Giáo vụ thống kê khối lượng giảng dạy của từng GV gửi Bộ môn Marketing xác nhận để làm thủ tục thanh toán.

+ Trong học kỳ, Bộ môn Marketing tổ chức dự giờ đối với GV theo Quy định dự giờ của Học viện và Kế hoạch do Bộ môn Marketing ban hành theo từng học kỳ, năm học [H4.04.02.01].

+ Cuối học kỳ: Trung tâm KT&ĐBCLGD lập kế hoạch và triển khai đánh giá các hoạt động giảng dạy của giảng viên và tổng hợp thành Báo cáo kết quả lấy ý kiến phản hồi sinh viên về hoạt động giảng dạy của giảng viên sau từng học kỳ trong giai đoạn 2017-2022 [H3.03.02.06]. Kết quả khảo sát được báo cáo Ban Giám đốc để chỉ đạo, điều hành hoạt động của Học viện và công bố công khai để lãnh đạo Bộ môn Marketing nắm rõ tình hình giảng dạy chung của Bộ môn Marketing và GV có phương hướng điều chỉnh hoạt động giảng dạy.

- Đánh giá hoàn thành nhiệm vụ NCKH: Phòng Quản lý KHCN-HTQT quản trị tiến độ thực hiện đề tài theo Quy định về nhiệm vụ trong hoạt động đào tạo và nghiên cứu khoa học của các cán bộ tại các đơn vị thuộc Học viện ban hành theo Quyết định số 179/QĐ-HV ngày 21/04/2015 và Quy định về quản lý đề tài khoa học công nghệ cấp Học viện ban hành theo Quyết định số 338/QĐ-HV ngày 21/5/2020 [H6.06.06.12] với quy trình: Đầu năm học, Phòng tổ chức cho GV đăng ký, xét duyệt và trình Lãnh đạo Học viện phê duyệt giao đề tài KHCN cho GV; GV thực hiện và báo cáo tiến độ thực hiện giữa kỳ; khi hoàn thành Phòng tổ chức nghiệm thu, đánh giá mức độ đạt của đề tài. Cuối năm, từng GV kê khai giờ NCKH, gửi Phòng Quản lý KHCN-HTQT để xác định giờ NCKH.

- Ngoài ra để quản trị tổng thể, hàng quý GV được đánh giá theo các tiêu chí đánh giá viên chức của Bộ TT&TT và kết quả đánh giá được Phòng TCCB-LĐ tổng hợp theo quý để Báo cáo về Bộ TT&TT [H6.06.04.05].

- Công tác phục vụ cộng đồng và các hoạt động khác: Công tác phục vụ cộng đồng của GV và nghiên cứu viên cũng được Học viện và Bộ môn Marketing quan tâm và được coi là một trong những tiêu chí đánh giá xếp loại lao động của cán bộ viên chức. Cán bộ GV Bộ môn Marketing thường xuyên tham gia các hoạt động tình nghĩa, ủng hộ người nghèo, đồng bào lũ lụt, và nhiều hoạt động tuyên truyền, vận động cộng đồng về bảo vệ môi trường, ... thông qua báo cáo công tác kết nối và phục vụ cộng đồng năm 2021 của Phòng CT&CTSV [H6.06.02.15].

- Tổng kết thi đua khen thưởng qua đánh giá viên chức; bình xét các danh hiệu thi đua khen thưởng hàng năm: Học viện có chính sách công nhận và khen thưởng bao gồm các danh hiệu thi đua (lao động tiên tiến, chiến sĩ thi đua cấp các cấp) và các hình thức khen thưởng (giấy khen, bằng khen) thông qua hướng dẫn công tác đánh giá kết quả thực hiện công việc và bình xét danh hiệu thi đua khen thưởng của Học viện [H6.06.06.13]. Quy trình cụ thể như sau:

- Vào cuối năm học, GV sẽ tự đánh giá thành tích cá nhân, sau đó đồng nghiệp tham gia góp ý. Riêng đối với các danh hiệu Chiến sĩ thi đua các cấp, khoa tiến hành bỏ phiếu GV; sau khi có kết quả, hồ sơ được tổng hợp và gửi phòng TCCB-LĐ để Hội đồng thi đua khen thưởng họp xét thi đua và công nhận các danh hiệu.

+ GV được đánh giá trên các tiêu chí chính là khối lượng giảng dạy, NCKH và các nhiệm vụ khác được Bộ môn Marketing và Học viện phân công.

+ Dự thảo đánh giá mức độ hoàn thành nhiệm vụ của CBGV và quyết định phê duyệt công nhận mức khuyến khích GV của năm được gửi đến từng đơn vị, cá nhân để có phản hồi trước khi ban hành quyết định công nhận đánh giá, xếp loại [H6.06.02.17]. Trong giai đoạn 2017-2022, kết quả đánh giá GV của bộ môn Marketing có: 33 lượt GV xếp hạng A, 116 lượt hạng B và 10 lượt hạng C.

Thành tích thi đua và khen thưởng của GV Bộ môn Marketing cụ thể theo bảng 6.1 (Phụ lục 02). Trong chu kỳ KĐCLGD, kết quả đánh giá GV của Bộ môn Marketing có: 33 lượt GV được xếp hạng A, 116 lượt hạng B và 10 lượt hạng C. Đồng thời tất cả các viên chức được đánh giá theo quy định đối với viên chức; cuối năm học, GV được đánh giá trên các tiêu chí chính như khối lượng giảng dạy, NCKH và các nhiệm vụ khác; kết quả đánh giá được xem xét khen thưởng. Trong chu kỳ KĐCLGD, Bộ môn có 85-90% GV đạt LĐTT; 26 lượt đạt CSTĐ cấp cơ sở, 01 CSTĐ cấp Bộ, 17 Giấy khen Học viện, 03 Bằng khen của Bộ Thông tin và Truyền thông.

Định kỳ hàng năm, Học viện tổ chức khảo sát về mức độ hài lòng của GV về điều kiện, môi trường làm việc và các dịch vụ hỗ trợ đào tạo [H6.06.06.14]. Kết quả khảo sát hàng năm cho thấy 93,75% CBGV hài lòng về việc quản trị theo kết quả công việc được triển khai để tạo động lực và hỗ trợ cho đào tạo, NCKH và các hoạt động phục vụ cộng đồng; cũng như chế độ phụ cấp, tiền lương, khen thưởng, phúc lợi, bảo hiểm xã hội, bảo hiểm y tế, khám sức khỏe định kỳ và an sinh của Học viện được triển khai thực hiện theo đúng quy định. Tuy nhiên, vẫn còn 4,9% GV cơ sở phía Bắc chưa hài lòng với chế độ phụ cấp, tiền lương, khen thưởng, phúc lợi, bảo hiểm xã hội, bảo hiểm y tế, khám sức khỏe định kỳ và an sinh của Học viện và 2,7 % GV cơ sở Học viện chưa hài lòng với chế độ phụ cấp, khen thưởng, phúc lợi phù hợp với năng lực và sự đóng góp trong hoàn thành công việc.

Báo cáo tổng kết hàng năm của Bộ môn Marketing đều không nhận được thông tin về việc khiếu kiện của cán bộ, GV [H4.04.01.07]. Đồng thời, việc ghi nhận đúng thành tích cho cán bộ đã tạo động lực cho cán bộ phát huy hết khả năng trong giảng dạy và không có đơn phản ánh hoặc khiếu nại về công tác thi đua, khen thưởng.

2. Điểm mạnh

Tỷ lệ giảng viên đạt danh hiệu Chiến sĩ thi đua cấp bộ, cấp cơ sở, khen thưởng của Giám đốc Học viện và có xu hướng tăng lên từng năm.

Hệ thống quản trị của Học viện được quản trị dưới nhiều góc độ khác nhau, với nhiều hình thức quản trị kết quả công việc và sự tham gia của các bên liên quan trong Học viện.

3. Điểm tồn tại

Vẫn còn 4,9% GV cơ sở phía Bắc chưa hài lòng với chế độ phụ cấp, tiền lương, khen thưởng, phúc lợi, bảo hiểm xã hội, bảo hiểm y tế, khám sức khỏe định kỳ và an sinh của Học viện và 2,7 % GV cơ sở Học viện chưa hài lòng với chế độ phụ cấp, khen thưởng, phúc lợi phù hợp với năng lực và sự đóng góp trong hoàn thành công việc.

4. Kế hoạch hành động

Trong năm học 2024-2025, Phòng TCCB-LĐ phối hợp với các khoa tiến hành khảo sát tìm hiểu nguyên nhân của sự không hài lòng để có kế hoạch điều chỉnh phù hợp.

5. Tự đánh giá: Mức đạt được của tiêu chí: 5/7.

Tiêu chí 6.7: Các loại hình và số lượng các hoạt động nghiên cứu của giảng viên, nghiên cứu viên được xác lập, giám sát và đối sánh để cải tiến chất lượng.

1. Mô tả hiện trạng

Các loại hình và số lượng sản phẩm NCKH mà GV, NCV của Học viện phải thực hiện được quy định tại các văn bản quy định về công tác KHCN của Học viện ban hành, bao gồm:

- Quy định về hoạt động KHCN Học viện ban hành theo Quyết định số 1630/QĐ-TCCB-QLNCKH&TTTL ngày 18/12/1999 [H6.06.07.01];
- Quy định về nhiệm vụ trong hoạt động đào tạo và nghiên cứu khoa học của các cán bộ tại các đơn vị thuộc Học viện ban hành theo Quyết định số 179/QĐ-HV ngày 21/04/2015 [H6.06.07.02];
- Quy định về hoạt động NCKH của SV Học viện ban hành theo Quyết định số 521/QĐ-HV ngày 25/06/2020 [H6.06.07.03];
- Quy định quản lý thực hiện báo cáo chuyên đề khoa học cấp Học viện ban hành theo Quyết định số 503/QĐ-HV ngày 30/6/2014 [H6.06.07.04], quy định việc viết bài, báo cáo khoa học tại các hội nghị, hội thảo khoa học trong và ngoài nước; Hướng dẫn SV NCKH, học viên cao học viết luận văn Thạc sĩ, nghiên cứu sinh viết Luận án tiến sĩ; Tham gia Hội đồng đánh giá, nghiệm thu các công trình, đề tài NCKH các cấp; thực hiện báo cáo chuyên đề cấp Học viện và thực hiện các nhiệm vụ NCKH khác được Giám đốc Học viện giao.
- Quy chế Quản lý đề tài KHCN cấp Học viện năm 2020 ban hành theo Quyết định số 338/QĐ-HV ngày 21/5/2020 [H6.06.07.05] quy định NCKH và công nghệ để phục vụ xây dựng chương trình đào tạo mới, bồi dưỡng ngắn hạn, biên soạn giáo trình, sách chuyên khảo, sách tham khảo, đổi mới phương pháp giảng dạy và kiểm tra, đánh giá môn học;
- Quy định chế độ làm việc đối với GV và GV thỉnh giảng tại Học viện năm 2009 và được sửa đổi, bổ sung một số điều năm 2015 ban hành theo Quyết định số 914/QĐ-HV ngày 04/12/2015 [H6.06.02.03];
- Quy định hỗ trợ kinh phí cho các bài báo khoa học đã được công bố trên tạp chí quốc tế thuộc danh mục ISI/Scopus ban hành theo Quyết định số 951/QĐ-HV ngày 23/10/2019 [H6.06.07.06], quy định việc công bố kết quả nghiên cứu trên các tạp chí khoa học trong và ngoài nước theo quy định của pháp luật và chính sách khuyến khích và thưởng viên chức thực hiện đề tài NCKH đúng thời hạn, đăng các bài viết quốc tế

thuộc danh mục ISI/Scopus, hỗ trợ 30 triệu/bài thuộc danh mục ISI/Scopus thuộc nhóm Q1; 25 triệu/bài thuộc nhóm Q2...).

Mặc dù Học viện ban hành nhiều quy định về hoạt động KHCN của GV, NCV và NH, tuy nhiên, các nội dung được quy định ở nhiều văn bản khác nhau, chưa tổng hợp trong một văn bản cụ thể để thuận tiện trong công tác tổ chức thực hiện

Học viện quy định số lượng sản phẩm NCKH thông qua định mức giờ NCKH hằng năm, đối với NCV thì gộp chung nhiệm vụ đào tạo và NCKH là 1.454 giờ, đối với GV là 590 giờ NCKH [H6.06.07.03], [H6.06.07.04]. Để đạt được định mức giờ NCKH theo quy định, GV, NCV Học viện chủ động xác định số lượng sản phẩm NCKH cần thực hiện hằng năm.

Đề định hướng cho các hoạt động KHCN của GV, NCV, năm 2017, Học viện ban hành Chiến lược phát triển KHCN giai đoạn 2017-2022 ban hành theo Quyết định số 691/QĐ-HV ngày 11/8/2017 [H6.06.07.07], với mục tiêu xác định các loại hình KHCN đến năm 2022: Hoạt động KHCN đóng vai trò nòng cốt trong sự phát triển của Học viện và hỗ trợ cho việc đổi mới chương trình đào tạo để đáp ứng các yêu cầu của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0; Phát triển các bài báo khoa học trong nước và quốc tế cả số lượng và chất lượng, đặc biệt là các bài báo thuộc danh mục ISI và Scopus; Hình thành một số sản phẩm, dịch vụ KHCN thương mại hóa, chiếm lĩnh được thị trường, tạo sự phát triển bền vững. Hằng năm, có trên 70% GV cơ hữu, nghiên cứu viên tham gia nghiên cứu khoa học có bài báo, công trình được công bố trên các tạp chí và kỷ yếu khoa học công nghệ chuyên ngành có uy tín cao ở trong nước và quốc tế.

Đề định hướng cho sự phát triển của Học viện, Giám đốc Học viện ký Quyết định số 156/QĐ-HV ngày 05/03/2020 [H1.01.01.09] và Hội đồng Học viện ban hành Nghị quyết số 42/NQ-HV ngày 25/11/2021 về Chiến lược phát triển của Học viện giai đoạn 2021-2025, tầm nhìn đến năm 2030 [H1.01.01.10]. Nội dung chiến lược xác định cụ thể các hoạt động KHCN với loại hình và số lượng sản phẩm NCKH mà GV, NCV Học viện cần thực hiện: Học viện có các nhóm nghiên cứu và các Viện nghiên cứu mạnh với nhiều đề tài, nhiệm vụ các cấp; có số lượng công bố, bài báo quốc tế (ISI, Scopus) và số lượt trích dẫn thuộc nhóm trường đại học dẫn đầu ở Việt Nam; sở hữu các phát minh, bằng sáng chế có giá trị và có các sản phẩm khoa học công nghệ có tính ứng dụng cao, được chuyển giao cho doanh nghiệp và thương mại hóa.

Hàng năm, để đảm bảo môi trường hoạt động KHCN cho GV, NCV và NH tại Học viện, Giám đốc Học viện ban hành Kế hoạch khoa học và công nghệ các năm từ 2017-2022 và được triển khai trên mọi lĩnh vực hoạt động của Học viện về quản lý, đào tạo, nghiên cứu khoa học và chuyển giao công nghệ, ... [H6.06.07.08].

Căn cứ kế hoạch kinh phí do Học viện phân bổ cho hoạt động NCKH, Phòng Quản lý KHCN&HTQT tổ chức cho GV, NCV đăng ký đề tài, nhiệm vụ NCKH và tổng hợp báo cáo Lãnh đạo Học viện phê duyệt kế hoạch giao nhiệm vụ đề tài, kinh phí NCKH cho CB, GV hàng năm [H6.06.07.09]. Theo kế hoạch được giao, đề tài cấp Học viện được chia thành 04 nhóm, bao gồm: Đề tài nhóm A là đề tài hỗ trợ NCKH với mục đích tạo môi trường nghiên cứu, hỗ trợ hoạt động NCKH cho GV Học viện nâng cao trình độ nghiên cứu khoa học, kỹ năng trình bày báo cáo khoa học và xây dựng báo cáo tổng luận khoa học về sản phẩm nghiên cứu của đề tài KHCN. Kết quả đề tài nhóm A phải có áp dụng hiệu quả phục vụ công tác giảng dạy và nghiên cứu khoa học cho các Khoa, Bộ môn đào tạo của Học viện; Đề tài nhóm B là đề tài hỗ trợ học thuật có nội dung nghiên cứu mang tính học thuật cao, kết quả của đề tài có tối thiểu là một bài báo đăng tải công bố trên tạp chí khoa học hoặc kỷ yếu hội nghị khoa học được tính điểm công trình khoa học theo quy định của Hội đồng Giáo sư nhà nước; Đề tài nhóm C là đề tài có mục đích tạo ra hoặc hình thành các sản phẩm ứng dụng, dịch vụ KHCN có công nghệ tiên tiến và mang thương hiệu Học viện. Đề tài nhóm C phải có kết quả được ứng dụng trong Học viện hay phát triển thành sản phẩm thương mại hóa; Đề tài nhóm D là đề tài có mục đích nghiên cứu hình thành các sản phẩm KHCN áp dụng cho công tác quản lý điều hành của Học viện, các nghiên cứu đổi mới công tác quản lý, xác định luận điểm khoa học cho xây dựng phương hướng, chiến lược, cơ chế chính sách, nâng cao hiệu quả quản lý của Học viện.

Để tạo môi trường NCKH và tạo diễn đàn chia sẻ kinh nghiệm về các vấn đề KHCN trong lĩnh vực thông tin và truyền thông, Học viện đã được Bộ TT&TT cấp phép xuất bản Tạp chí KHCN Thông tin và Truyền thông với kỳ hạn một năm xuất bản 4 số, đã tạo điều kiện thuận lợi cho giảng viên, NCV Học viện công bố kết quả NCKH và đăng tải bài báo [H6.06.07.10].

Học viện đã có sự phân công, ủy quyền cho các đơn vị thực hiện giám sát, đánh giá kết quả thực hiện đề tài cấp Học viện theo từng loại như sau:

- Đối với các đề tài nhóm A và nhóm B: Học viện ủy quyền cho các Trường khoa/Bộ môn và các trường đơn vị đào tạo tương đương (Viện trường viện nghiên cứu và các Trường các đơn vị đào tạo tương đương khác) có trách nhiệm tổ chức, quản lý thực hiện kế hoạch đề tài, phê duyệt và ký đề cương KHCN, ký kết hợp đồng KHCN với chủ trì đề tài KHCN, nghiệm thu kết quả đề tài KHCN và ký duyệt các thủ tục thực hiện đề tài KHCN đã được giao. Các đơn vị được ủy quyền có trách nhiệm quản lý thực hiện đề tài theo đúng nội dung Học viện đã phê duyệt, đảm bảo tiến độ, chất lượng nghiên cứu và tuân thủ các quy định liên quan.

- Đối với các đề tài nhóm C, nhóm D: Học viện quản lý thực hiện đề tài, phê duyệt và ký đề cương KHCN, ký kết hợp đồng KHCN, nghiệm thu kết quả và các thủ tục khác trong quá trình thực hiện đề tài KHCN thông qua đầu mối phòng Quản lý KHCN&HTQT. Đơn vị chủ trì đề tài có trách nhiệm triển khai và báo cáo thực hiện nghiên cứu, hội thảo khoa học và hội nghị đánh giá kết quả thực hiện đề tài.

- Đối với các đề tài KHCN do Cơ sở Học viện tại Thành phố Hồ Chí Minh thực hiện: Giám đốc Học viện giao Phó Giám đốc Học viện phụ trách Cơ sở Học viện tại Thành phố Hồ Chí Minh tổ chức quản lý, ký duyệt đề cương, ký kết hợp đồng KHCN, quyết định thành lập hội đồng nghiệm thu, ký kết các văn bản liên quan đến thực hiện và thanh quyết toán các đề tài. Cơ sở Học viện tại Thành phố Hồ Chí Minh có trách nhiệm quản lý thực hiện đề tài theo đúng nội dung Quyết định giao đề tài KHCN của Học viện, đảm bảo tiến độ, chất lượng nghiên cứu và tuân thủ các quy định liên quan.

Trong quá trình thực hiện, phòng QL KHCN&HTQT có chức năng giám sát việc thực hiện đề tài, yêu cầu chủ trì đề tài báo cáo tiến độ định kỳ và tổ chức nghiệm thu các đề tài theo tiến độ [H6.06.06.06]. Bên cạnh đó, Học viện thực hiện đánh giá số lượng và chất lượng các hoạt động NCKH của GV, NCV thông qua việc đánh giá hoàn thành định mức giờ NCKH hằng năm của GV, NCV [H6.06.07.11].

Để cải tiến, đẩy mạnh hoạt động NCKH đối với GV, NCV, Học viện đã ban hành Quy định tạm thời về các tiêu chí khuyến khích đối với cán bộ giảng dạy của Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông, trong đó quy định GV được xác định hoàn thành nhiệm vụ khi có đủ giờ NCKH [H6.06.02.12] và Quy định hỗ trợ kinh phí cho các bài báo khoa học đã được công bố trên tạp chí quốc tế thuộc danh mục ISI/Scopus để thúc đẩy cả số lượng và chất lượng các bài báo khoa học công bố quốc tế [H6.06.07.06].

Học viện giao nhiệm vụ cụ thể cho các đơn vị trong việc tổ chức quản lý và đánh giá các hoạt động NCKH của GV, NCV: Bộ môn Marketing được giao nhiệm vụ tổ chức cho GV đăng ký các hoạt động KHCN hàng năm, báo cáo Học viện phê duyệt, tổ chức thực hiện theo Quy định chức năng nhiệm vụ của Bộ môn Marketing [H6.06.06.10]. Phòng Quản lý KHCN&HTQT căn cứ chức năng, nhiệm vụ xây dựng các văn bản quản lý, hướng dẫn tổ chức thực hiện các hoạt động KHCN đối với GV, NCV trong toàn Học viện [H6.06.06.06]. Trong quá trình thực hiện, Phòng QL KHCN-HTQT có chức năng giám sát việc thực hiện đề tài, yêu cầu chủ trì đề tài báo cáo tiến độ định kỳ và tổ chức nghiệm thu các đề tài theo tiến độ [H6.06.07.12].

Trong chu kỳ KĐCLGD, Bộ môn đã thực hiện 06 đề tài NCKH cấp Bộ; 114 đề tài NCKH cấp Học viện; công bố 114 bài báo khoa học trên tạp chí khoa học cấp ngành trong nước và 25 bài đăng trên tạp chí khoa học nước ngoài, (trong đó có 2 bài báo được đăng trên các tạp chí thuộc nhóm ISI/Scopus); xuất bản được 04 cuốn sách. Kết quả thực hiện đề tài NCKH của GV Bộ môn Marketing giai đoạn 2017-2022 cụ thể theo các bảng Thống kê đề tài NCKH của GV Bộ môn Marketing (Bảng 6.2-*Phụ lục 02*); Bảng thống kê số lượng bài báo được công bố giai đoạn 2017 - 2022 do giảng viên Bộ môn Marketing thực hiện (Bảng 6.3-*Phụ lục 02*) và Bảng thống kê số lượng bài báo được công bố trên các tạp chí khoa học quốc tế thuộc danh mục ISI/Scopus 2017 - 2022 do GV Bộ môn Marketing thực hiện (Bảng 6.4-*Phụ lục 02*). Đồng thời, Học viện cũng thực hiện đối sánh kết quả hoạt động NCKH của GV Bộ môn Marketing với GV các ngành đào tạo khác trong Học viện

Hàng năm, tính trung bình Bộ môn Marketing có trên 80% GV cơ hữu, nghiên cứu viên tham gia nghiên cứu khoa học, có bài báo, công trình được công bố trên các tạp chí và kỷ yếu khoa học công nghệ chuyên ngành có uy tín cao ở trong nước và quốc tế. Đồng thời, các GV, NCV đều chấp hành nghiêm túc Quy định về tiêu chuẩn và ứng xử đạo đức trong hoạt động KHCN của Học viện ban hành theo quyết định số 1023/QĐ-HV ngày 22/11/2018 [H6.06.07.13] và không có hiện tượng vi Quy định về quản lý tài sản trí tuệ tại Học viện ban hành theo quyết định số 1452/QĐ-HV ngày 31/12/2021 [H6.06.07.14].

Định mức chi cho hoạt động NCKH của giảng viên trong Quy chế chi tiêu nội bộ của Học viện chưa đạt đến mức hấp dẫn cao, do đó Bộ môn Marketing xem xét có thể liên hệ với các doanh nghiệp trong ngành TT&TT để hỗ trợ tăng mức chi cho hoạt động

NCKH của giảng viên nhằm đạt được mức hấp dẫn cao đối với giảng viên, để các GV ngày càng đam mê nghiên cứu và sáng tạo.

2. Điểm mạnh

Giai đoạn 2017-2022, GV Bộ môn Marketing đã chủ trì thực hiện 6 đề tài KHCN cấp Bộ, các đề tài đều được nghiệm thu đúng tiến độ và đạt yêu cầu; công bố 25 bài đăng trên tạp chí khoa học quốc tế, trong đó có 2 bài xếp loại Q2.

3. Điểm tồn tại

Các quy định về hoạt động KHCN của GV, NCV được quy định ở nhiều văn bản khác nhau, chưa tổng hợp trong một văn bản cụ thể để thuận tiện trong công tác tổ chức thực hiện.

4. Kế hoạch hành động

Năm học 2023-2024, Phòng Quản lý KHCN-HTQT nghiên cứu, đề xuất ban hành Quy định hoạt động KHCN để tổng hợp các nội dung NCKH của GV, NCV tại các văn bản khác nhau.

5. Tự đánh giá: Mức đạt được của tiêu chí: 5/7.

Kết luận về tiêu chuẩn 6

Qua phân tích, đánh giá có thể nhận thấy Bộ môn Marketing nói riêng và Học viện nói chung trong những năm qua đã nỗ lực hoàn thành tốt nhiệm vụ quy hoạch đội ngũ GV, nghiên cứu viên (bao gồm việc thu hút, tiếp nhận, bổ nhiệm, bố trí, chấm dứt hợp đồng và cho nghỉ hưu), nhờ đó mà đội ngũ GV và nghiên cứu viên cơ bản đáp ứng yêu cầu đào tạo, NCKH và các hoạt động phục vụ cộng đồng.

Tỷ lệ GV/người học và khối lượng công việc của đội ngũ GV luôn được đo lường, giám sát thường xuyên với mục đích làm căn cứ cải tiến chất lượng hoạt động đào tạo, NCKH và phục vụ cộng đồng.

Học viện đã ban hành, phổ biến rộng rãi và công khai các tiêu chí tuyển dụng và lựa chọn GV, nghiên cứu viên (bao gồm cả đạo đức và năng lực chuyên môn) để bổ nhiệm, điều chuyển cán bộ. Năng lực của đội ngũ GV, nghiên cứu viên được đánh giá một cách chính xác và khách quan dựa trên những quy định, quy chế đã xây dựng với sự thống nhất cao trong đội ngũ GV trong Học viện. Bên cạnh đó, nhu cầu về đào tạo và phát triển chuyên môn của đội ngũ GV, nghiên cứu viên được Học viện xác định rất rõ thông qua các chiến lược, văn bản và có nhiều hoạt động triển khai sâu rộng để đáp ứng nhu cầu đó.

Việc quản trị theo kết quả công việc của GV, nghiên cứu viên (gồm cả khen thưởng và công nhận) được triển khai sâu rộng và nghiêm túc để tạo động lực và hỗ trợ cho đào tạo, NCKH và các hoạt động phục vụ cộng đồng. Các loại hình và số lượng các hoạt động nghiên cứu của GV và nghiên cứu viên đã được Học viện, Bộ môn Marketing xác định, giám sát và đối sánh để cải tiến chất lượng.

Hoạt động phục vụ cộng đồng của giảng viên chưa được lượng hóa cụ thể nên công tác đánh giá hoạt động phục vụ cộng đồng không thuận lợi. Chính sách và cơ chế đặc thù để thu hút GV có trình độ TS và học hàm cao PGS, GS chưa đạt được mức hấp dẫn và cạnh tranh cao để thu hút được nhiều hơn nữa các GV có học vị tiến sĩ và học hàm PGS và GS về làm GV cơ hữu của Học viện.

Tiêu chuẩn 6 có 7 tiêu chí: 5,00/7.

Tiêu chuẩn 7: Đội ngũ nhân viên

Mở đầu

Học viện luôn chú trọng việc phát triển đội ngũ nhân viên để đáp ứng các yêu cầu về đào tạo, NCKH và các hoạt động phục vụ cộng đồng, đồng thời thực hiện các giải pháp nâng cao chất lượng đội ngũ nhân viên hỗ trợ qua việc tổ chức các khóa đào tạo, bồi dưỡng và phát triển chuyên môn, nghiệp vụ, có hệ thống quản trị và cơ chế đánh giá năng lực, khen thưởng, kỷ luật đối với đội ngũ nhân viên nhằm đáp ứng mục tiêu phát triển của Học viện trong từng giai đoạn.

Đội ngũ nhân viên Học viện bao gồm nhân viên làm việc tại thư viện, phòng thí nghiệm, thực hành, phòng máy tính, các bộ phận hỗ trợ SV khác và được bố trí tại các đơn vị chức năng Học viện gồm Phòng Tổ chức cán bộ-lao động, Phòng Đào tạo, Phòng Giáo vụ, Phòng Tài chính Kế toán, Phòng Quản lý KHCN và HTQT, Văn phòng, Trung tâm Dịch vụ, Trung tâm Thí nghiệm thực hành, Phòng Chính trị và Công tác SV, Trung tâm Khảo thí và Đảm bảo CLGD và Trợ lý Bộ môn Marketing. Đồng thời, đội ngũ nhân viên còn được bố trí tại các Viện nghiên cứu (Viện Khoa học Kỹ thuật Bưu điện, Viện Kinh tế Bưu điện, Viện CNTT và Truyền thông - CDIT), các Trung tâm đào tạo bồi dưỡng (Trung tâm Đào tạo BCVT I & II) trực thuộc Học viện và các đơn vị quản lý của Cơ sở Học viện tại Thành phố Hồ Chí Minh.

Tiêu chí 7.1: Việc quy hoạch đội ngũ nhân viên (làm việc tại thư viện, phòng thí nghiệm, hệ thống công nghệ thông tin và các dịch vụ hỗ trợ khác) được thực hiện đáp ứng nhu cầu về đào tạo, NCKH và các hoạt động phục vụ cộng đồng

1. Mô tả hiện trạng

Năm 2014, khi chuyển từ Tập đoàn Bưu chính viễn thông Việt Nam về trực thuộc Bộ TT&TT, căn cứ yêu cầu phát triển của Ngành TT&TT giai đoạn 2015-2020, yêu cầu của cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ 4 và để phục vụ việc quy hoạch đội ngũ nhân viên đáp ứng nhu cầu về đào tạo, NCKH và các hoạt động phục vụ cộng đồng (PVCĐ), Học viện xây dựng Đề án vị trí việc làm vào tháng 9/2014; Năm 2020, căn cứ yêu cầu phát triển của Học viện và định hướng chuyển đổi số trong ngành giáo dục, Học viện thực hiện điều chỉnh Đề án vị trí việc làm năm 2014 và ban hành Đề án vị trí việc làm theo Quyết định số 449/QĐ-HV ngày 29/6/2020. Nội dung Đề án đã xác định rõ số lượng đội ngũ nhân viên quản lý, hỗ trợ của các đơn vị chức năng, các khoa, viện, trung tâm trực thuộc Học viện; đồng thời xác định cụ thể các vị trí lao động gồm vị trí kỹ thuật viên, nhân viên làm việc tại Trung tâm thí nghiệm - thực hành, hệ thống Data center, Tổ ứng dụng CNTT thuộc Văn phòng, Thư viện viên, Trung tâm giao dịch một cửa và đội ngũ cán bộ, nhân viên quản lý tại các đơn vị chức năng Học viện để hỗ trợ SV, GV, NCV trong công tác đào tạo, NCKH và PVCĐ [H6.06.03.01].

Để xác định định biên lao động hỗ trợ công tác đào tạo, NCKH, PVCĐ của GV, NCV và NH, Học viện đã xác định danh mục vị trí công việc tại các phòng, ban, trung tâm chức năng thuộc Khối Quản lý và đào tạo phía Bắc, xây dựng bản mô tả công việc và ban hành Hệ thống bản Mô tả công việc chuẩn đối với các vị trí công việc tại Khối Quản lý và Đào tạo Học viện theo Quyết định số 1191/QĐ-HV ngày 28/12/2018 [H6.06.02.06].

Việc phân tích, dự báo, xác định nhu cầu của đội ngũ nhân viên được nêu cụ thể trong Chiến lược phát triển của Học viện ban hành năm 2020 [H1.01.01.09] và được điều chỉnh, bổ sung hoàn chỉnh năm 2021 sau khi thành lập Hội đồng Học viện [H1.01.01.10]. Nội dung Chiến lược phát triển Học viện giai đoạn 2021-2025, tầm nhìn 2030 dựa trên sự phân tích bối cảnh trong nước, khu vực, quốc tế; thực trạng Học viện trong các lĩnh vực hoạt động và xác định: “*Triển khai các hoạt động thu hút, tuyển dụng, đào tạo nhằm mục tiêu đến năm 2025 số lượng lao động của Học viện đáp ứng được các yêu cầu về đào tạo và nghiên cứu khoa học để ra, cụ thể đạt 850 cán bộ, với cơ cấu 75% là lao động trực tiếp (nghiên cứu, giảng dạy, kinh doanh trực tiếp); trong đó 100% giảng viên đạt chuẩn, tỷ lệ tiến sĩ đạt trên 50%*”; “*Cơ cấu lao động của Học viện cần tiếp tục điều chỉnh, tỷ lệ lao động gián tiếp còn cao...*”; đồng thời xác định mục tiêu về nguồn nhân lực và quản trị đại học “*Học viện có bộ máy tinh gọn, hiệu quả; có nguồn nhân lực chất lượng cao với*

quy mô và cơ cấu phù hợp". Nội dung này là phù hợp với Kế hoạch đào tạo và phát triển nguồn nhân lực giai đoạn 2021-2025 của Bộ Thông tin và Truyền thông theo Quyết định số 212/QĐ-BTTTT ngày 19/02/2021 là *"Tăng cường xây dựng, đào tạo, bồi dưỡng phát triển đội ngũ nhân lực an toàn thông tin mạng nhằm góp phần triển khai thành công chương trình chuyển đổi số quốc gia, phát triển Chính phủ số, kinh tế số xã hội số và nâng cao uy tín, vị thế của Việt Nam trong lĩnh vực an toàn thông tin trên trường quốc tế"*.

Công tác quy hoạch phát triển đội ngũ cán bộ quản lý, nhân viên hỗ trợ còn được đề cập tại Nghị quyết Đại hội Đảng bộ Học viện nhiệm kỳ 2015-2020 [H6.06.01.01] và nhiệm kỳ 2020-2025 [H6.06.01.02], trong đó nêu rõ tổng số lao động Học viện đến năm 2025 là 750 người và phát triển đội ngũ cán bộ đủ về số lượng, đảm bảo về chất lượng và đồng bộ về cơ cấu.

Thực hiện hướng dẫn công tác quy hoạch đội ngũ cán bộ quản lý của Bộ Thông tin và Truyền thông (TT&TT), trong giai đoạn 2017-2021, Đảng ủy và Ban giám đốc Học viện ban hành các kế hoạch và quyết định phê duyệt quy hoạch các vị trí lãnh đạo các khoa, bộ môn, phòng ban chức năng Học viện [H6.06.01.03],

Học viện ban hành Quy chế bổ nhiệm, bổ nhiệm lại, thôi giữ chức vụ, từ chức, miễn nhiệm, điều động, biệt phái viên chức quản lý của các đơn vị thuộc và trực thuộc Học viện theo Quyết định số 445/QĐ-HV ngày 01/6/2021 [H6.06.01.05]. Quy định này là cơ sở để Học viện chỉ đạo các đơn vị thực hiện việc điều động, luân chuyển, biệt phái viên chức quản lý, nhân viên (làm việc tại thư viện, phòng thí nghiệm, hệ thống công nghệ thông tin và các dịch vụ hỗ trợ khác) đáp ứng mục tiêu phát triển của Học viện trong từng giai đoạn đảm bảo tuân thủ các quy định hiện hành của Nhà nước và của Bộ TT&TT.

Học viện ban hành Quy chế tuyển dụng viên chức và người lao động theo Quyết định số 1166/QĐ-HV, ngày 24/12/2018 và sau khi thành lập, Hội đồng Học viện đã ban hành Nghị quyết số 54/NQ-HĐHV ngày 18/01/2022 về Quy chế tuyển dụng viên chức và người lao động của Học viện [H6.06.01.07], trong đó quy định cụ thể về quy trình, tiêu chuẩn, tiêu chí tuyển dụng và lựa chọn viên chức và người lao động tại Học viện.

Công tác quy hoạch nguồn nhân lực của Học viện được thực hiện dựa trên đánh giá nhu cầu nguồn nhân lực phục vụ cho các mục tiêu đào tạo, NCKH và PVCĐ. Hằng năm, căn cứ các nhiệm vụ được giao, các đơn vị trong Học viện thực hiện rà soát tình hình thực tế, các nhiệm vụ mới thực hiện để đánh giá nhu cầu về nguồn nhân lực của đơn vị

gửi Phòng TCCB-LĐ tổng hợp, báo cáo-Lãnh đạo Học viện phê duyệt, trên cơ sở đó Học viện xây dựng kế hoạch lao động [H6.06.01.08]. Nội dung kế hoạch lao động xác định cụ thể quy trình tuyển dụng, số lượng cần tuyển, mô tả vị trí việc làm, tiêu chuẩn của các vị trí tuyển dụng phù hợp và đáp ứng yêu cầu theo Đề án vị trí việc làm và các quy định tiêu chuẩn chức danh nghề nghiệp được quy định cụ thể cho từng vị trí công việc. Căn cứ vào kết quả rà soát, đánh giá nhu cầu nguồn nhân lực, kế hoạch công tác của từng đơn vị, Học viện xây dựng Kế hoạch tuyển dụng lao động hàng năm, trong đó có kế hoạch phát triển nguồn nhân lực cho các đơn vị [H6.06.01.09]. Nội dung kế hoạch lao động xác định cụ thể số lượng, trình độ chuyên môn của đội ngũ nhân viên hỗ trợ cần tuyển dụng cho các đơn vị trong năm.

Học viện có 3 viện nghiên cứu và 2 trung tâm đào tạo bồi dưỡng, nên chủ động trong việc điều động đội ngũ nhân viên hỗ trợ giữa các đơn vị khi có yêu cầu, do đó Học viện chưa quan tâm nhiều đến việc xây dựng chính sách thu hút, tuyển dụng, phát triển đội ngũ nhân viên, thời gian tới, để đáp ứng yêu cầu công tác chuyển đổi số, Học viện cần xây dựng kế hoạch tuyển dụng, bồi dưỡng nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp vụ đối với đội ngũ nhân viên hỗ trợ, đặc biệt là đội ngũ nhân viên làm việc tại thư viện, phòng thí nghiệm, hệ thống công nghệ thông tin.

Tính đến 31/12/2022, tổng số cán bộ quản lý (chức danh chuyên viên), kỹ thuật viên và nhân viên của Học viện CNBCVT là 289 người, trong đó có 06 nhân sự làm việc tại thư viện; 05 nhân sự làm việc tại trung tâm thí nghiệm thực hành, 02 trợ lý của Viện Kinh tế Bưu điện - Bộ môn Marketing; tổ ứng dụng CNTT (với 04 nhân sự) thuộc Văn phòng có nhiệm vụ quản lý hệ thống ứng dụng CNTT toàn Học viện; Văn phòng giao dịch một cửa hỗ trợ SV giải quyết các thủ tục hành chính trong quá trình học tập có 05 nhân sự được bố trí làm việc thường xuyên tại Văn phòng giao dịch một cửa.

Danh sách trích ngang đội ngũ nhân viên của từng bộ tại Phụ lục kèm theo báo cáo [H7.07.01.01] và Danh sách nhân viên làm việc tại thư viện, phòng thí nghiệm, hệ thống CNTT và các dịch vụ hỗ trợ đào tạo khác có 75 người [H7.07.01.02] và được bố trí tại các bộ phận chi tiết theo Bảng 7.1, *Phụ lục 02*.

Để đánh giá khả năng đáp ứng nhu cầu của đội ngũ cán bộ hỗ trợ, Học viện đã tiến hành khảo sát ý kiến phản hồi của SV và CBGV về công tác phục vụ của đội ngũ nhân viên, chất lượng các dịch vụ, tiện ích hỗ trợ người học theo Quy định khảo sát CSVC phục vụ công tác quản lý, giảng dạy và NCKH tại Học viện ban hành theo Quyết định

1059/QĐ-HV ngày 30/11/2019 [H7.07.01.03]. Nội dung báo cáo kết quả khảo sát sinh viên về mức độ hài lòng đối với các bộ phận hỗ trợ trong chu kỳ KĐCL [H7.07.01.04] cho thấy tỷ lệ sinh viên cơ bản đồng ý (hài lòng) và hoàn toàn đồng ý (hoàn toàn hài lòng) chiếm tỷ lệ 86,7%. Đây chính là cơ sở để Khoa, Học viện có giải pháp điều chỉnh kế hoạch phát triển nhân sự, nội dung Đề án vị trí việc làm và từng bước xây dựng đội ngũ nhân viên chuyên nghiệp, giàu kinh nghiệm đáp ứng nhu cầu về đào tạo, nghiên cứu khoa học và các hoạt động phục vụ cộng đồng được tốt hơn. Tuy nhiên, việc quy hoạch đội ngũ nhân viên làm việc tại thư viện, phòng thí nghiệm, hệ thống công nghệ thông tin và các dịch vụ hỗ trợ khác chưa thực sự chú ý đến tính đặc thù của từng chuyên ngành đào tạo, trong đó có ngành Marketing. Kết quả khảo sát cho thấy vẫn còn tỷ lệ 5.36% sinh viên chưa hài lòng về việc thay thế, sửa chữa kịp thời các trang thiết bị, máy móc của Trung tâm thực hành thí nghiệm.

Đến thời điểm hiện tại, số lượng nhân viên làm việc tại thư viện, phòng thí nghiệm, hệ thống CNTT và các dịch vụ hỗ trợ khác là đủ để hoàn thành công việc, đáp ứng nhu cầu Đề án VTVL Học viện đã ban hành và thông qua Báo cáo tổng kết hàng năm của Học viện và Bộ môn Marketing, không có nội dung đánh giá sự phàn nàn của đội ngũ này về những vướng mắc, khó khăn trong quá trình làm việc. [H4.04.01.06], [H4.04.01.07].

2. Điểm mạnh

Kết quả khảo sát cho thấy SV và CBGV rất hài lòng về công tác phục vụ của đội ngũ nhân viên, chất lượng các dịch vụ, tiện ích hỗ trợ đào tạo và NCKH.

3. Điểm tồn tại

Học viện chưa quan tâm nhiều đến việc xây dựng chính sách thu hút, tuyển dụng, phát triển đội ngũ nhân viên.

4. Kế hoạch hành động

Năm 2024, Phòng TCCB-LĐ phối hợp với các phòng, ban chức năng, trung tâm TNTH nghiên cứu, đề xuất chính sách thu hút và xây dựng các khóa bồi dưỡng đặc thù để nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp vụ đối với đội ngũ nhân viên hỗ trợ, đặc biệt là đội ngũ nhân viên làm việc tại thư viện, phòng thí nghiệm, hệ thống công nghệ thông tin của Học viện. 5. *Tự đánh giá*: Mức đạt được của tiêu chí: 5/7.

Tiêu chí 7.2: Các tiêu chí tuyển dụng và lựa chọn nhân viên để bổ nhiệm, điều chuyển được xác định và phổ biến công khai.

1. Mô tả hiện trạng

Học viện đã ban hành Quy chế tuyển dụng viên chức và người lao động theo Quyết định số 1166/QĐ-HV, ngày 24 tháng 12 năm 2018 và Nghị quyết số 51/NQ-HĐHV, ngày 18 tháng 01 năm 2022 của Hội đồng Học viện [H6.06.01.07], trong đó quy định cụ thể về quy trình, tiêu chuẩn, tiêu chí tuyển dụng và lựa chọn viên chức và người lao động tại Học viện. Ngoài các tiêu chí tuyển dụng nói chung như tốt nghiệp đại học trở lên, tiếng Anh: 450 điểm TOEIC; sử dụng thành thạo tin học cơ bản văn phòng, nắm vững các văn bản, quy định và có kinh nghiệm trong công tác thuộc lĩnh vực tuyển dụng, có khả năng tư duy sáng tạo, có kỹ năng giao tiếp, soạn thảo văn bản, lập kế hoạch và quản lý công việc, làm việc nhóm ... , các đơn vị có thể đưa ra các tiêu chí cao hơn tiêu chí theo quy định nhằm đạt được mục đích thực hiện chiến lược nhân sự của Học viện. Đồng thời, các tiêu chí tuyển dụng còn được quy định cụ thể tại Danh mục vị trí công việc tại các phòng/ban, trung tâm chức năng ban hành theo Quyết định số 1191/QĐ-HV ngày 04/12/2015 [H6.06.02.06]; khung năng lực, bản mô tả công việc theo Đề án vị trí việc làm ban hành năm 2014, được hiệu chỉnh, ban hành theo Quyết định số 449/QĐ-HV ngày 29/6/2020 [H6.06.03.01] và được triển khai từ năm 2016.

Học viện thực hiện quy trình tuyển dụng đội ngũ nhân viên hỗ trợ trong giai đoạn 2017-2022 cụ thể như sau:

- Hàng năm, trên cơ sở chiến lược phát triển và Quy chế tuyển dụng của Học viện, các đơn vị căn cứ kế hoạch phát triển của đơn vị và năng lực đội ngũ nhân viên hiện có để cân đối, đề xuất nhu cầu và các tiêu chí tuyển dụng phù hợp với thực tiễn triển khai công việc gửi về phòng TCCB-LĐ [H7.07.02.01].

- Phòng TCCB-LĐ căn cứ định hướng phát triển chung của toàn Học viện, nhu cầu cán bộ của các đơn vị, kế hoạch lao động, khả năng tài chính của Học viện để thống nhất chỉ tiêu cần tuyển và trình Giám đốc Học viện ban hành Kế hoạch tuyển dụng lao động, trong đó xác định rõ quy trình tuyển dụng, số lượng cần tuyển, mô tả vị trí việc làm, tiêu chuẩn của các vị trí tuyển dụng phù hợp và đáp ứng yêu cầu theo Đề án vị trí việc làm và các quy định tiêu chuẩn chức danh nghề nghiệp [H6.06.01.09].

- Học viện phát hành thông báo tuyển dụng lao động các năm từ 2017 đến 2022 bao gồm các thông tin về vị trí tuyển dụng; số lượng cần tuyển; tiêu chuẩn tuyển dụng và cơ hội việc làm, thăng tiến, ... Trong thông báo nêu rõ các tiêu chí tuyển dụng như: có phẩm chất đạo đức tốt; lý lịch rõ ràng; ngoại hình cân đối, không có dị tật; có năng lực sáng tạo,

tư duy đổi mới; có ý thức tự chủ, tự chịu trách nhiệm trước công việc; yêu nghề, gắn bó với Học viện; có đủ sức khỏe để đảm nhận công việc theo quy định, có bằng tốt nghiệp phù hợp với vị trí việc làm và chuyên ngành đăng ký dự tuyển; đáp ứng yêu cầu theo chức danh nghề nghiệp và vị trí việc làm do Học viện và cơ quan cấp trên quy định [H6.06.03.02]. Thông báo tuyển dụng nhân viên được đăng tải trên website Học viện tại địa chỉ: Portal.ptit.edu.vn/hoc-vien-cong-nghe-buu-chinh-vien-thong-thong-bao-tuyen-dung/ và trên các báo việc làm và các trang mạng xã hội về tuyển dụng [H6.06.03.04].

- Trên cơ sở hồ sơ của các ứng viên dự tuyển, Học viện thành lập Hội đồng tuyển dụng để xét tuyển hồ sơ trên cơ sở trình độ, kết quả/thành tích học tập/nghiên cứu, kinh nghiệm tích lũy của ứng viên và sự phù hợp với vị trí công việc cần tuyển dụng [H6.06.03.03]. Các ứng viên có hồ sơ đủ điều kiện sẽ được mời tham dự vòng kiểm tra, sát hạch gồm: phỏng vấn trao đổi, đánh giá năng lực chuyên môn, ngoại ngữ, tin học, ... Sau khi có kết quả trúng tuyển, các nhân viên được bố trí làm việc tại các đơn vị chức năng theo vị trí tuyển dụng [H7.07.02.02].

Tiêu chí lựa chọn nhân viên để bổ nhiệm, điều chuyển được cụ thể tại Quy chế bổ nhiệm, bổ nhiệm lại, thôi giữ chức vụ, từ chức, miễn nhiệm, điều động, biệt phái viên chức quản lý của các đơn vị thuộc và trực thuộc Học viện ban hành theo Quyết định số 445/QĐ-HV ngày 01/6/2021 [H6.06.01.05]. Quy định nêu rõ nguyên tắc; điều kiện, tiêu chuẩn bổ nhiệm, quy trình bổ nhiệm; bổ nhiệm lại và kéo dài thời gian giữ chức vụ; quy định về thôi giữ chức vụ, từ chức, miễn nhiệm, điều động viên chức quản lý; quy định về biệt phái cán bộ của Học viện. Tùy từng vị trí được bổ nhiệm, Quy chế quy định rõ ràng về các tiêu chí về đạo đức, về trình độ chuyên môn, bằng cấp, các yêu cầu về kinh nghiệm làm việc, quy trình bổ nhiệm. Đối với vị trí lãnh đạo, quản lý yêu cầu về năng lực và kỹ năng gồm: phẩm chất đạo đức, trình độ, kinh nghiệm, uy tín, tư duy, khả năng đoàn kết, tập hợp, quy tụ viên chức trong đơn vị; yêu cầu về kỹ năng gồm có kỹ năng giao việc, ngoại giao, xử lý tình huống, giải quyết vấn đề, ra quyết định, kỹ năng tổng hợp, phân tích, nhận định và đánh giá trong quản lý, điều hành công việc. Tùy từng vị trí quản lý là các khoa, trung tâm chuyên môn hay các phòng ban chức năng, các tiêu chuẩn năng lực được xác định cụ thể; theo yêu cầu của công tác quản lý. Tuy nhiên, trong công tác tuyển dụng, Học viện chưa tổ chức khảo sát nhu cầu và ý kiến góp ý của các cựu sinh viên tốt nghiệp từ Học viện để nâng cao chất lượng phục vụ của đội ngũ nhân viên hỗ trợ.

Công tác bổ nhiệm, điều chuyển cán bộ của Học viện được thực hiện theo các văn bản hướng dẫn của Bộ TT&TT và Kế hoạch rà soát, bổ sung quy hoạch các chức danh lãnh đạo cấp Học viện, cấp Phòng và tương đương giai đoạn 2018-2020 và nhiệm kỳ 2020-2025 [H6.06.01.03]. Đồng thời, căn cứ yêu cầu thực tiễn đối với từng chức vụ quản lý trong giáo dục, các đơn vị có thể giới thiệu bổ sung vào quy hoạch hoặc đưa ra khỏi quy hoạch đối với một số cán bộ nhằm đảm bảo sự ổn định, kế thừa và phát triển đội ngũ cán bộ lãnh đạo quản lý Học viện.

Trong giai đoạn 2017-2022, Học viện tuyển dụng được 29 nhân viên, trong đó có 2 tiến sĩ và được bố trí làm việc tại các đơn vị quản lý để hỗ trợ công tác đào tạo, NCKH và PVCĐ. Trên cơ sở quy hoạch và kết quả đánh giá năng lực đội ngũ cán bộ quản lý, Học viện đã bổ nhiệm mới, bổ nhiệm lại, luân chuyển 129 lượt CBQL các cấp (trong đó, Ban Giám đốc: bổ nhiệm mới 01 nhân sự, bổ nhiệm lại 04 nhân sự; luân chuyển 06 nhân sự; bổ nhiệm mới 76 Trưởng, Phó khoa/phòng/bộ phận; bổ nhiệm lại 48 nhân sự). Tất cả các nhân sự được bổ nhiệm đều theo đúng quy hoạch [H7.07.02.03].

Kết quả bổ nhiệm giai đoạn 2017-2022 được thể hiện trên hồ sơ của đội ngũ nhân viên gồm các hợp đồng lao động, quyết định tuyển dụng, bổ nhiệm, điều chuyển nhân viên và được lưu trữ tại Phòng TCCB-LĐ Học viện [H7.07.02.04].

Kết quả tuyển dụng, bổ nhiệm và bố trí sắp xếp nhân sự của Học viện được thông báo công khai trên các phương tiện thông tin đại chúng: trên website của Học viện <http://ptit.edu.vn>, báo in và gửi qua hệ thống văn bản nội bộ của Học viện và gửi qua email tới ứng viên.

2. Điểm mạnh

Học viện có kế hoạch, quy trình, tiêu chí tuyển dụng, lựa chọn nhân viên để bổ nhiệm được xác định rõ ràng và được phổ biến công khai.

3. Điểm tồn tại

Học viện chưa tổ chức khảo sát nhu cầu và ý kiến góp ý của các cựu sinh viên tốt nghiệp từ Học viện để nâng cao chất lượng phục vụ của đội ngũ nhân viên hỗ trợ.

4. Kế hoạch hành động

Năm 2024, Phòng CT&CTSV phối hợp với các khoa, bộ môn tổ chức khảo sát nhu cầu và ý kiến góp ý của cựu sinh viên tốt nghiệp từ Học viện về chất lượng phục vụ của đội ngũ nhân viên hỗ trợ để xây dựng phương án tuyển dụng, điều chuyển phù hợp

5. Tự đánh giá: Mức đạt được của tiêu chí: 5/7.

Tiêu chí 7.3: Năng lực của đội ngũ nhân viên được xác định và được đánh giá

1. Mô tả hiện trạng

Tiêu chuẩn, năng lực của đội ngũ cán bộ quản lý, nhân viên hỗ trợ của Học viện được quy định tại Khung năng lực và bản Mô tả công việc của từng vị trí việc làm trong Đề án vị trí việc làm của Học viện ban hành theo Quyết định số 449/QĐ-HV ngày 29/6/2020 [H6.06.03.01]. Đề án vị trí việc làm trình bày tóm tắt công việc, nội dung, yêu cầu về năng lực, trách nhiệm cụ thể từng chức danh, vị trí làm việc, khối lượng, tần suất thực hiện, ... và xác định các tiêu chí về năng lực đội ngũ nhân viên về trình độ chuyên môn, Tiếng Anh, kỹ năng nghề nghiệp, năng lực ứng dụng và sử dụng công nghệ thông tin trong công việc, đạo đức, trách nhiệm, kết quả thực hiện nhiệm vụ,; có yêu cầu về năng lực đối với Lãnh phòng, ban, bên cạnh học vị thạc sĩ trở lên cần phải có kỹ năng về quản lý thông qua lớp bồi dưỡng có chứng chỉ chuyên viên chính trở lên.

Căn cứ Đề án vị trí việc làm, Học viện xác định các vị trí công việc đối với nhân viên làm việc tại các đơn vị hỗ trợ đào tạo và NCKH (các đơn vị chức năng, viện nghiên cứu và Trung tâm đào tạo bồi dưỡng trực thuộc Học viện) [H6.06.02.06] triển khai xây dựng Bản mô tả công việc của các vị trí công việc cán bộ quản lý và nhân viên hỗ trợ tại các đơn vị (Trưởng phòng, Phó trưởng phòng, chuyên viên, nhân viên, kỹ thuật viên quản lý ứng dụng CNTT và trang thiết bị, thư viện viên, ...) [H7.07.03.01]. Tuy nhiên trong quá trình thực hiện, Bản mô tả vị trí việc làm chưa có yêu cầu về năng lực chuyên sâu đối với nhân viên làm việc tại Trung tâm TNTH và triển khai các ứng dụng về CNTT tại Học viện.

Học viện giao Phòng TCCB-LĐ phụ trách tham mưu, theo dõi, tổng hợp về đánh giá hiệu quả công việc của cán bộ, giảng viên, nhân viên, đánh giá xếp loại chất lượng cán bộ, công chức, viên chức [H6.06.06.04]. Kết quả đánh giá hiệu quả công việc của nhân viên được sử dụng để xem xét, đánh giá xếp loại viên chức và được lấy làm căn cứ xem xét danh hiệu thi đua, khen thưởng.

Học viện ban hành các Quy định về tiêu chí, quy trình đánh giá và tổ chức đánh giá năng lực của đội ngũ nhân viên được thực hiện định kỳ theo từng thời điểm trong năm và dựa trên các tiêu chí đánh giá cụ thể với các nội dung và hình thức đánh giá. Cụ thể:

- Đánh giá hàng tháng:

+ Để đánh giá nhân viên hàng tháng, Học viện ban hành Quy chế trả lương của Khối Quản lý và Đào tạo phía Bắc theo Quyết định số 468/QĐ-TCCB ngày 26/7/2012

[H6.06.04.02]; Quy định Đánh giá kết quả công việc cá nhân của Khối QLĐT phía Bắc ban hành theo Quyết định số 207/QĐ-HV ngày 26/3/2018 và Quy định đánh giá hệ số chất lượng công tác hàng tháng tại CSHV ban hành theo Quyết định số 321/QĐ-CSHV ngày 01/9/2020 [H6.06.02.11].

+ Cuối mỗi tháng, các đơn vị họp xét chất lượng công tác để đánh giá năng lực giám sát và tự đánh giá chất lượng công việc của từng nhân viên, gửi kết quả đánh giá về Phòng TCCB-LĐ để tổng hợp, họp Hội đồng lương xác định mức lương chi trả hàng tháng cho từng cán bộ, nhân viên [H6.06.04.03]. Hồ sơ đánh giá kết quả thực hiện công việc của cá nhân VC-NLĐ hàng tháng được lưu tại Phòng TCCB-LĐ Học viện.

- Đánh giá theo quý:

+ Căn cứ quy định và hướng dẫn của Bộ TT&TT tại Quy định đánh giá, xếp loại chất lượng đối với công chức, viên chức ban hành theo Quyết định số 2276/QĐ-BTTTT ngày 23/12/2020 và Hướng dẫn đánh giá, xếp loại chất lượng cán bộ công chức, viên chức năm 2021 theo công văn số 643/TCCB ngày 10/11/2021 của Bộ Thông tin và Truyền thông [H6.06.04.04], Học viện ban hành Công văn hướng dẫn về việc đánh giá và phân loại cán bộ, công chức, viên chức, người lao động (887/HV-TCCB ngày 20/11/2020) và văn bản hướng dẫn về việc đánh giá, xếp loại VC, NLĐ theo quý [H6.06.04.05].

+ Thực hiện hướng dẫn của Học viện, các đơn vị triển khai đánh giá CBVC theo các tiêu chí đánh giá viên chức của Bộ TT&TT và kết quả đánh giá được gửi về Phòng TCCB-LĐ để tổng hợp theo quý Báo cáo Bộ TT&TT. Quy trình đánh giá được cụ thể như sau: Cá nhân tự đánh giá theo mức điểm của từng tiêu chí với tổng điểm 100, sau đó đơn vị tổ chức cuộc họp cán bộ chủ chốt đánh giá từng NV, xác nhận kết quả đánh giá gửi Phòng TCCB-LĐ. Các Phiếu đánh giá từng cá nhân có xác nhận của Trưởng khoa được lưu tại Phòng TCCB-LĐ [H7.07.03.02].

- Đánh giá viên chức xét thi đua khen thưởng:

+ Hằng năm, Học viện công bố công khai trên hệ thống thông tin quản lý và gửi đến các đơn vị kế hoạch đánh giá viên chức và mẫu phiếu đánh giá công chức, viên chức và người lao động. Theo đó, các bước thực hiện việc đánh giá, phân loại từ cấp độ cá nhân, đơn vị quản lý, Học viện.... Các tiêu chí đánh giá việc hoàn thành nhiệm vụ cuối năm được xếp loại theo 4 mức độ: hoàn thành xuất sắc nhiệm vụ; hoàn thành tốt nhiệm vụ;

hoàn thành nhiệm vụ và không hoàn thành nhiệm vụ. được phổ biến rộng rãi tới toàn thể viên chức và người lao động trong toàn Học viện. [H7.07.03.03].

+ Vào tháng 12 hàng năm, các CBVCNLD đều thực hiện việc tự đánh giá kết quả thực hiện nhiệm vụ năm học, việc tự đánh giá căn cứ theo hướng dẫn của Học viện và thể hiện trên Bản kiểm điểm viên chức hàng năm của nhân viên các đơn vị [H6.06.04.11]. Sau đó, Lãnh đạo các đơn vị đánh giá, cuối cùng Hội đồng Thi đua - Khen thưởng cấp Học viện đánh giá, bình xét xếp loại thi đua.

- Đánh giá theo KPI: Để đánh giá thành tích chung của từng đơn vị trên cơ sở thành tích đạt được của CBVCNLD, Học viện ban hành hệ thống đánh giá kết quả thực hiện công việc theo KPIs của Học viện năm 2018, 2019 và 2020 [H6.06.04.12]. Đây là cơ sở Học viện xác định kết quả các chỉ tiêu chính trong hoạt động ĐT, NCKH và PVCD của Học viện hàng năm.

Kết quả đánh giá 5 năm thuộc chu kỳ KĐCLGD (2018-2022) cho thấy: đa số các nhân viên của Học viện CNBCVT có kết quả đánh giá ở mức tương đối cao, dao động trong khoảng 90%-96% xếp loại A; 100% các nhân viên được Học viện đánh giá hoàn thành nhiệm vụ [H6.06.04.13]. Đội ngũ nhân viên đạt thành tích được tặng thưởng 22 bằng khen của Bộ TT&TT, 01 bằng khen của Thủ tướng Chính phủ, 93 người đạt danh hiệu Chiến sĩ thi đua cấp cơ sở, trong đó có 26 Chiến sĩ thi đua là GV, NV, CV, KTV của Viện Kinh tế Bưu điện - Bộ môn Marketing; 04 người đạt danh hiệu Chiến sĩ thi đua cấp Bộ Thông tin và Truyền thông, 31 lượt Chiến sĩ thi đua cấp Học viện; Viện Kinh tế Bưu điện - Bộ môn Marketing có 230 lượt người đạt danh hiệu Lao động tiên tiến. 100% các CV, KTV và nhân viên của Học viện được đánh giá hoàn thành nhiệm vụ, trong đó có Viện Kinh tế Bưu điện - Bộ môn Marketing.

Ngoài việc thực hiện đánh giá năng lực của đội ngũ nhân viên thông qua tự đánh giá, cấp trên đánh giá. Học viện còn tiến hành khảo sát ý kiến phản hồi của SV và GV về tính chuyên nghiệp, thái độ phục vụ của nhân viên các phòng, khoa, trung tâm căn cứ theo Quy định khảo sát sinh viên về CSVC phục vụ công tác quản lý, giảng dạy và NCKH tại Học viện [H7.07.01.04] và Quy định khảo sát ý kiến phản hồi của cán bộ, giảng viên về điều kiện cơ sở vật chất phục vụ công tác quản lý, giảng dạy, NCKH về Tiêu chuẩn Y tế, Môi trường theo Quyết định số 519/QĐ-HV ngày 22/6/2021 [H7.07.03.04]. Kết quả đánh giá ở mức hài lòng và rất hài lòng chiếm tỷ lệ cao trên 90% Việc đánh giá hàng năm của Học viện và các đợt khảo sát từ các GV và SV cho thấy rằng

các nhân viên hỗ trợ cung cấp một mức độ thỏa đáng của dịch vụ cho cả SV và GV [H6.06.06.15]. Tuy nhiên, hoạt động lấy ý kiến về sự hài lòng của người học, GV đối với đội ngũ nhân viên hỗ trợ còn chưa thường xuyên do tình hình dịch bệnh trong năm 2019 và 2020.

2. Điểm mạnh

Việc đánh giá năng lực của đội ngũ nhân viên của Học viện được thực hiện qua 2 bộ tiêu chí đánh giá và qua khảo sát CBGV, SV. Tỷ lệ khảo sát hài lòng cao chiếm hơn 90%.

3. Điểm tồn tại

Hoạt động lấy ý kiến về sự hài lòng của người học, GV đối với đội ngũ nhân viên hỗ trợ còn chưa thường xuyên do tình hình dịch bệnh trong năm 2019 và 2020.

4. Kế hoạch hành động

Từ năm 2024, Văn phòng Học viện và Trung tâm KT&ĐBCLGD tổ chức khảo sát lấy ý kiến GV và SV định kỳ (1 năm/1 lần) để kịp thời có phân tích, đánh giá cụ thể nhằm cải tiến các hoạt động hỗ trợ của đội ngũ nhân viên. Đồng thời, Học viện và các đơn vị phục vụ CTĐT cần lập kế hoạch kiểm tra, giám sát chất lượng phục vụ của đội ngũ NV do đơn vị quản lý hàng tháng, học kỳ và năm học để kịp thời có những điều chỉnh về nhân sự hoặc kế hoạch làm việc để đáp ứng được nhu cầu của sinh viên.

5. Tự đánh giá: Mức đạt được của tiêu chí: 5/7.

Tiêu chí 7.4: Nhu cầu về đào tạo và phát triển chuyên môn, nghiệp vụ của nhân viên được xác định và có các hoạt động triển khai để đáp ứng nhu cầu đó.

1. Mô tả hiện trạng

Học viện đã ban hành Quy định về đào tạo và bồi dưỡng đối với viên chức và người lao động theo Quyết định số 647/QĐ-HV ngày 27/7/2017 [H6.06.01.11]. Trong đó quy định đối tượng, mục đích, nguyên tắc cử đi đào tạo, bồi dưỡng, đặc biệt có chính sách khuyến khích, hỗ trợ học phí cho viên chức và người lao động đi bồi dưỡng; quyền lợi và nghĩa vụ của viên chức cũng như trình tự thủ tục để viên chức đi đào tạo, bồi dưỡng và đi thực tế căn cứ để thực hiện; quy trình xác định nhu cầu về đào tạo, bồi dưỡng của cán bộ và nhân viên ở các đơn vị (trong đó nêu rõ các bước xác định nhu cầu đào tạo bồi dưỡng: từ nguyện vọng cá nhân đến ra quyết định cử đi đào tạo bồi dưỡng và tiếp nhận trở lại làm việc).

Năm 2021, Học viện ban hành Quy định chính sách hỗ trợ kinh phí cho CBVCNLD được cử đi đào tạo Tiến sỹ trong nước giai đoạn 2021-2025 theo Quyết định số 513/QĐ-HV ngày 18/6/2021 [H6.06.05.01]. Theo quy định này, CBVCNLD Học viện khi đi học Tiến sỹ trong nước sẽ được hỗ trợ kinh phí một lần sau khi có kết quả công nhận đã hoàn thành CTĐT TS với mức hỗ trợ 90 triệu khi hoàn thành chương trình đào tạo Tiến sỹ ở các trường ngoài Học viện và 50 triệu đồng khi học tại Học viện, ...

Vào Quý I hàng năm, Phòng TCCB-LĐ trình Giám đốc Học viện ban hành Kế hoạch đăng ký nhu cầu đào tạo tập huấn, bồi dưỡng của và gửi đến các đơn vị trong toàn Học viện để đăng ký nhu cầu đào tạo, bồi dưỡng, trong đó đề nghị các đơn vị tập hợp nhu cầu của CBVCNLD về đào tạo bồi dưỡng, tập huấn chuyên môn nghiệp vụ của năm năm (nhân viên thí nghiệm thực hành, Thư viện, tổ công nghệ thông tin, ...) [H6.06.05.02].

Trên cơ sở đăng ký của CBVCNLD, các đơn vị tổng hợp nhu cầu đào tạo, bồi dưỡng gửi về phòng TCCB trong đó có danh mục các khoá đào tạo dự kiến tổ chức. Phòng TCCB-LĐ tổng hợp đăng ký của các đơn vị, đối chiếu với chiến lược phát triển nguồn nhân lực của Học viện nhằm đáp ứng mục tiêu "*Học viện có nguồn nhân lực chất lượng cao với quy mô và cơ cấu phù hợp; có hệ thống quản trị hiện đại, hoàn thành chuyển đổi số hầu hết các hoạt động của nhà trường*" và Đề án vị trí việc làm để duyệt sơ bộ nhu cầu của các đơn vị; sau đó tổng hợp thành Kế hoạch đào tạo bồi dưỡng của năm tiếp theo cho toàn Học viện và trình Lãnh đạo Học viện phê duyệt [H6.06.01.12]. Theo kế hoạch, loại hình đào tạo, bồi dưỡng đối ngũ nhân viên gồm đào tạo dài hạn và ngắn hạn, các chương trình đào tạo bồi dưỡng đối với cán bộ, nhân viên chủ yếu tập trung vào việc nâng cao trình độ chuyên môn, nghiệp vụ; chuẩn chức danh nghề nghiệp, lý luận chính trị, tiếng Anh và các kỹ năng phục vụ công việc, tăng cường ứng dụng CNTT hỗ trợ cho công tác đào tạo, NCKH, ... dựa trên yêu cầu của từng vị trí công việc.

Căn cứ Quy chế chi tiêu nội bộ của Học viện ban hành theo Quyết định số 1233/QĐ-HV ngày 31/12/2019, Học viện phân bổ kinh phí chi cho công tác đào tạo bồi dưỡng, trong đó đặc biệt khuyến khích đối ngũ nhân viên tham gia các hoạt động đào tạo, bồi dưỡng nâng cao trình độ chuyên môn để chuyển sang chức danh GV. Nhân viên học ở nước ngoài được hỗ trợ bảo hiểm xã hội và 40% tiền lương cơ bản được đảm bảo các chế độ bảo hiểm, nâng lương thường xuyên theo quy định của Học viện và pháp luật [H6.06.05.09].

Trên cơ sở các kế hoạch được phê duyệt, các đơn vị lựa chọn và cử cán bộ tham gia các khóa đào tạo bồi dưỡng phù hợp trình độ chuyên môn, vị trí công việc và thời gian làm việc, lập danh sách gửi phòng TCCB-LĐ Học viện để trình giám đốc ký quyết định cử cán bộ tham gia các khóa đào tạo, bồi dưỡng [H7.07.04.01].

Hầu hết, các nhân viên đều có cơ hội tham gia các khóa đào tạo bồi dưỡng chuyên môn, nghiệp vụ, điều này được cụ thể qua danh sách các khóa đào tạo, bồi dưỡng có sự tham gia của nhân viên các bộ phận TNTH, Thư viện, Tổ Ứng dụng CNTT giai đoạn 2017 - 2022 [H7.07.04.02]. Một số nhân viên có thể theo học trình độ tiến sĩ trong và ngoài nước với sự hỗ trợ kinh phí của Học viện, của Bộ Thông tin và Truyền thông, cũng như từ các nguồn học bổng khác [H7.07.04.03].

Với những cán bộ được bổ nhiệm hoặc quy hoạch chức danh lãnh đạo đơn vị, Học viện đã chi trả toàn bộ kinh phí để cử 76 cán bộ này tham gia khóa bồi dưỡng Lý luận chính trị trung cấp, cao cấp. Các cán bộ này sau khi hoàn thành khóa học đã được cấp bằng và nộp về Phòng TCCB-LĐ đảm bảo tiêu chuẩn cán bộ theo quy định [H6.06.05.06].

Căn cứ thỏa thuận với các đối tác, Học viện đã cử CBVC tham dự các hội nghị, hội thảo, học tập kinh nghiệm chuyên môn do đối tác trong và ngoài nước tổ chức tổ chức ...[H6.06.05.08].

Trong giai đoạn 2018-2022, tất cả 100% cán bộ, chuyên viên, nhân viên hỗ trợ được đáp ứng nhu cầu đào tạo bồi dưỡng so với nhu cầu đăng ký; Học viện đã tổ chức 63 khóa đào tạo bồi dưỡng chuyên môn nghiệp vụ cho đội ngũ nhân viên, với khoảng 1396 lượt người tham gia, trong đó có đội ngũ cán bộ chuyên viên và nhân viên của đơn vị Thí nghiệm thực hành, Thư viện, Tổ công nghệ thông tin. Tổng kinh phí chi cho đào tạo dài hạn và ngắn hạn trong 5 năm toàn Học viện là 6,228 tỷ đồng (chiếm 0,5% tổng nguồn chi), trong đó có đội ngũ NV, CV, KTV Viện Kinh tế Bưu điện - Bộ môn Marketing với 152 lượt người. Thông qua các báo cáo tổng kết khóa học của Trung tâm Đào tạo Bưu chính Viễn thông I giai đoạn 2018-2022, có 100% cán bộ hỗ trợ được đáp ứng nhu cầu đào tạo bồi dưỡng so với nhu cầu đăng ký. Tuy nhiên, các khóa bồi dưỡng, tập huấn và hội thảo nâng cao trình độ chuyên môn, nghiệp vụ giai đoạn 2017-2022 chủ yếu dành cho cán bộ lãnh đạo và một số cán bộ, nhân viên thuộc các phòng chuyên môn nghiệp vụ, chưa có nhiều các hoạt động bồi dưỡng chuyên môn cho các chuyên viên giáo vụ và công tác giáo viên chủ nhiệm, cố vấn học tập.

Đối với CBVCNLD được cử tham gia các khóa bồi dưỡng ngắn hạn trong nước, Học viện giao Trung tâm Đào tạo Bưu chính Viễn thông I&II tổ chức quản lý các khóa học theo quy trình tổ chức do Giám đốc Trung tâm ban hành [H6.06.05.10]. Kết thúc khóa học, Trung tâm tổ chức cấp chứng chỉ, chứng nhận cho học viên hoàn thành khóa học và gửi Báo cáo tổng kết khóa học về Phòng Tổ chức cán bộ - Lao động [H6.06.05.11]. Tuy nhiên, vẫn còn khoảng 4,47% nhân viên chưa hài lòng về tiêu chí công tác đào tạo, bồi dưỡng đáp ứng yêu cầu về chuyên môn, hỗ trợ nhân viên trong thực hiện nhiệm vụ được giao.

2. Điểm mạnh

Học viện luôn quan tâm đến nhu cầu về đào tạo và phát triển chuyên môn, nghiệp vụ của đội ngũ nhân viên và trong giai đoạn 2017-2022 với 1396 lượt nhân viên được cử đi đào tạo bồi dưỡng.

(đạt tỷ lệ 360,38%).

3. Điểm tồn tại

Các khóa học, tập huấn và hội thảo nâng cao trình độ chuyên môn, nghiệp vụ giai đoạn 2017-2022 chủ yếu dành cho cán bộ lãnh đạo và một số cán bộ, nhân viên thuộc các phòng chuyên môn nghiệp vụ, chưa có nhiều các hoạt động bồi dưỡng chuyên môn cho các chuyên viên giáo vụ và công tác giáo viên chủ nhiệm, cố vấn học tập.

4. Kế hoạch hành động

Kể từ năm 2024, Phòng TCCB-LĐ nghiên cứu, đề xuất tổ chức các khóa bồi dưỡng chuyên môn cho các chuyên viên giáo vụ và công tác giáo viên chủ nhiệm, cố vấn học tập theo từng năm học.

5. Tự đánh giá: Mức đạt được của tiêu chí: 5/7

Tiêu chí 7.5: Việc quản trị theo kết quả công việc của nhân viên (gồm cả khen thưởng và công nhận) được triển khai để tạo động lực và hỗ trợ cho đào tạo, nghiên cứu khoa học và các hoạt động phục vụ cộng đồng.

1. Mô tả hiện trạng

Học viện có quy định cụ thể để quản trị theo kết quả công việc của nhân viên được thể hiện tại các văn bản, quy định như:

Đề án vị trí việc làm của Học viện ban hành theo Quyết định số 449/QĐ-HV ngày 29/6/2020 và được chỉnh sửa, bổ sung trên cơ sở Đề án vị trí việc làm ban hành năm 2014 [H6.06.03.01]. Nội dung đề án được bổ sung các tiêu chí về năng lực đội ngũ nhân

viên về chuyên môn, ngoại ngữ, tin học; có yêu cầu về năng lực đối với Lãnh đạo các đơn vị về trình độ chuyên môn Thạc sỹ trở lên và có trình độ tiếng Anh B1.

Sau khi Danh mục vị trí công việc tại các phòng/ban, trung tâm chức năng được ban hành theo Quyết định số 1191/QĐ-HV ngày 04/12/2015 [H6.06.02.06], Học viện phê duyệt Bản mô tả công việc cho từng vị trí theo Hệ thống bản mô tả công việc chuẩn đối với các vị trí công việc tại Khối QLĐTTPB Học viện theo Tờ trình số 503/TTr-TCCB-LĐ ngày 20/12/2018 của Phòng TCCB-LĐ, đây là cơ sở để xác định khối lượng và tần suất thực hiện công việc cụ thể của từng nhân viên, đồng thời, là cơ sở để các đơn vị xây dựng kế hoạch công tác của đơn vị, trong đó có phân công cụ thể cho từng cá nhân về khối lượng công việc cần làm trong năm.

Học viện ban hành quy định chức năng, nhiệm vụ của các Phòng, Khoa, Bộ môn, Trung tâm, các đơn vị trực thuộc Học viện để phân định rõ chức năng, nhiệm vụ của các đơn vị, cá nhân và làm căn cứ theo dõi, giám sát quá trình thực thi công việc [H6.06.06.04-10].

Học viện cũng ban hành các văn bản quy định việc chấp hành nội quy lao động và thời gian làm việc của CBVCNLĐ là một trong những tiêu chí quan trọng để xem xét, đánh giá chất lượng lao động của nhân viên như: Nội quy lao động ban hành theo Quyết định số 550/QĐ-TCCB ngày 12/8/2009, trong đó quy định thực hiện giờ làm việc đối với cán bộ, viên chức khối hành chính, cụ thể thời gian làm việc từ 08h00-17h00 các ngày từ thứ hai đến thứ sáu hàng tuần và gửi tới toàn thể CBVC tại các đơn vị được biết và thực hiện [H7.07.05.01]; Quy chế làm việc Học viện ban hành theo Quyết định số 1248/QĐ-HV ngày 31/12/2015 [H7.07.05.02].

Học viện triển khai việc theo dõi, giám sát và đánh giá hiệu quả công việc của đội ngũ nhân viên theo từng tháng, quý và tổng kết năm, cụ thể: Đánh giá hàng tháng để chi trả lương theo vị trí công việc; đánh giá viên chức hàng quý theo Phiếu đánh giá của Bộ TT&TT; đánh giá phân loại viên chức, bình xét TĐKT cuối năm.

- Việc quản trị theo kết quả công việc được thực hiện theo Quy định Đánh giá kết quả công việc cá nhân của Khối Quản lý đào tạo phía Bắc ban hành theo Quyết định số 207/QĐ-HV ngày 26 tháng 3 năm 2018 [H6.06.02.11]. Trong đó quy định Phòng TCCB - LĐ trực tiếp theo dõi và đề nghị đơn vị, cá nhân có đánh giá hàng tháng; sau đó họp Hội đồng lương đánh giá hàng tháng và có đề nghị khen thưởng cá nhân hoàn thành tốt công việc [H6.06.04.03].

Vào tháng cuối hàng quý và tháng 12 hàng năm, Học viện tổ chức đánh giá, phân loại viên chức theo quy định của Bộ TT&TT và bình xét danh hiệu TĐKT theo Quy định đánh giá, xếp loại chất lượng đối với công chức, viên chức của Bộ T&TT ban hành theo Quyết định số 2276/QĐ-BTTTT ngày 23/12/2020 [H6.06.04.04].

Học viện quy định công nhận và khen thưởng bao gồm các danh hiệu thi đua (lao động tiên tiến, chiến sĩ thi đua cấp các cấp) và các hình thức khen thưởng (giấy khen, bằng khen) thông qua văn bản hướng dẫn công tác đánh giá kết quả thực hiện công việc và bình xét danh hiệu thi đua khen thưởng của Học viện hàng năm [H6.06.06.14]. Ngoài ra, Học viện còn tiến hành khen thưởng theo chuyên đề, đột xuất đối với thành tích của tập thể và cá nhân trong từng thời điểm.

Trên cơ sở bản mô tả công việc đối với từng vị trí làm việc, mỗi nhân viên hỗ trợ đều được giao nhiệm vụ theo từng chức danh cụ thể, trong đó thể hiện rõ khối lượng công việc, thời gian hoàn thành, các nguồn lực cần thiết để thuận tiện cho việc theo dõi, giám sát tạo động lực hỗ trợ đào tạo, NCKH, đây là một trong những cơ sở để đánh giá tiến độ hoàn thành nhiệm vụ của mỗi nhân viên [H7.07.05.03].

Trong giai đoạn 2017-2022, đội ngũ nhân viên hỗ trợ có 22 lượt người được nhận Bằng khen Bộ Giáo dục & Đào tạo; 93 người đạt danh hiệu Chiến sĩ thi đua cấp cơ sở; 04 người đạt danh hiệu Chiến sĩ thi đua Bộ Giáo dục & Đào tạo; 01 người được nhận Bằng khen của Thủ tướng Chính phủ. Đánh giá thi đua nhân viên toàn Học viện giai đoạn 2017-2021 có 1106 lượt LĐTT và 88 lượt CSTĐ cấp Học viện trong đó có Bộ môn Marketing.

Hàng năm, Học viện căn cứ vào khả năng hoàn thành nhiệm vụ làm cơ sở cho việc khen thưởng, nâng lương trước thời hạn cho những nhân viên có thành tích xuất sắc. Theo báo cáo tổng kết công tác thi đua khen thưởng hằng năm của Học viện, đa số các nhân viên của Học viện có kết quả đánh giá ở mức tương đối cao; 100% các nhân viên được Học viện đánh giá hoàn thành nhiệm vụ. và đây là động lực góp phần khuyến khích đội ngũ nhân viên tiếp tục nỗ lực phấn đấu trong công tác phục vụ Học viện [H7.07.05.04].

Học viện ban hành Quy chế thực hiện dân chủ trong hoạt động của Học viện theo Nghị quyết số 30/NQ-HĐHV ngày 4/8/2021 của Hội đồng Học viện [H7.07.05.05], trong đó quy định cụ thể các văn bản cần phải xin ý kiến CBVCNLĐ trước khi ban hành. Quy định yêu cầu khi soạn thảo và ban hành quy định đánh giá hiệu quả công việc đối

với cán bộ, viên chức (Quy chế trả lương, quy chế TĐKT, quy chế chỉ tiêu nội bộ, tiêu chí đánh giá chất lượng lao động hàng tháng, tiêu chí đánh giá phân loại và bình xét thi đua năm học...) đều có sự tham gia ý kiến đóng góp của CBVC. Quy trình ban hành văn bản gồm các bước: (1) Học viện giao cho Phòng TCCB-LĐ chủ trì, dự thảo văn bản, hoặc đề xuất thành lập các tổ/ nhóm soạn thảo, xây dựng quy định bao gồm đại diện cán bộ một số phòng, khoa, bộ môn, trung tâm để thực hiện nhiệm vụ xây dựng bản dự thảo quy định gửi tới các đơn vị trong toàn Học viện xin ý kiến; (2) Trên cơ sở đó, các đơn vị tổ chức cho CBVC tham gia góp ý và gửi báo cáo về thường trực hội đồng để tổng hợp, hoàn thiện quy định và báo cáo lãnh đạo Học viện xem xét, phê duyệt ban hành. Qua đó, giúp đội ngũ cán bộ, nhân viên cải thiện hiệu quả công việc, đồng thời khi được tham gia góp ý xây dựng các quy định sẽ giúp họ hài lòng hơn về việc đánh giá hiệu quả công việc và công tác thi đua khen thưởng của Học viện. Các văn bản xin ý kiến và ý kiến đóng góp của các đơn vị được phòng TCCB-LĐ lưu tại hồ sơ tổng hợp ý kiến trình giám đốc Học viện ban hành.

Thông qua các Hội nghị CBVC và Hội nghị tổng kết công tác hàng năm của Bộ môn Marketing và Học viện đều không nhận được khiếu nại, phản nàn về công việc, đặc biệt là công tác thi đua khen thưởng của Khoa và Học viện [H4.04.01.06], [H4.04.01.07].

Hàng năm, Văn phòng tổ chức khảo sát ý kiến phản hồi của CBVCNLD về điều kiện, môi trường làm việc [H7.07.01.04], tại Báo cáo kết quả khảo sát ý kiến phản hồi của cán bộ, giảng viên về điều kiện cơ sở vật chất phục vụ công tác quản lý, giảng dạy, NCKH giai đoạn 2017-2022, có các nội dung về sự hài lòng của người đánh giá về vị trí việc làm, đào tạo, bồi dưỡng và chế độ, chính sách [H6.06.06.15]. Kết quả khảo sát có tỷ lệ 94,56% nhân viên hài lòng về chế độ phụ cấp, tiền lương, khen thưởng, phúc lợi, bảo hiểm xã hội, bảo hiểm y tế, khám sức khỏe định kỳ và an sinh của Học viện và chế độ tiền lương, thu nhập tăng thêm phù hợp với năng lực và mức đóng góp vào việc hoàn thành nhiệm vụ được giao của cá nhân, trong đó có đội ngũ CV, KTV và NV của Viện Kinh tế Bưu điện - Bộ môn Marketing. Tuy nhiên, vẫn còn khoảng 16,2% nhân viên còn phân vân về việc quản trị theo kết quả công việc được triển khai để tạo động lực và hỗ trợ cho đào tạo, NCKH và các hoạt động phục vụ cộng đồng.

2. Điểm mạnh

Hiệu quả công việc của từng nhân viên được định lượng, đánh giá hàng tháng bằng các tiêu chí cụ thể.

3. Điểm tồn tại

Vẫn còn 16,2% nhân viên phân vân về việc quản trị theo kết quả công việc được triển khai để tạo động lực và hỗ trợ cho đào tạo, NCKH và các hoạt động phục vụ cộng đồng.

4. Kế hoạch hành động

Năm 2024, Phòng TCCB-LĐ nghiên cứu, đề xuất phương án, giải pháp quản trị theo kết quả công việc để tạo động lực cho nhân viên trong công tác hỗ trợ cho đào tạo, NCKH và các hoạt động phục vụ cộng đồng của Học viện.

5. Tự đánh giá: Mức đạt được của tiêu chí: 5/7

Kết luận về Tiêu chuẩn 7

Quy hoạch phát triển đội ngũ nhân viên của Học viện được xây dựng dựa trên quan điểm chỉ đạo từ Nghị quyết của Đảng ủy và Đề án vị trí việc làm đã được Giám đốc Học viện phê duyệt. Đội ngũ nhân viên của Học viện và của Bộ môn Marketing đảm bảo về chất và lượng, được tuyển dụng đúng quy trình của Học viện, có năng lực chuyên môn, có kinh nghiệm về lĩnh vực công tác của mình đảm nhận. Chất lượng đội ngũ cán bộ hỗ trợ hiện nay đảm bảo thực hiện tốt nhiệm vụ hỗ trợ, phục vụ công tác đào tạo và NCKH của Bộ môn Marketing và Học viện.

Việc tuyển dụng, điều chuyển nhân viên đáp ứng các tiêu chuẩn về chuyên môn nghiệp vụ. Các ứng viên sau khi được điều chuyển hay tuyển dụng đều đảm bảo được các yêu cầu của vị trí việc làm. Nhân viên được đánh giá theo qui trình và được thông báo công khai. Học viện có văn bản hướng dẫn cụ thể để đội ngũ nhân viên hỗ trợ CTĐT, xác định mức độ hoàn thành nhiệm vụ để tự đánh giá và được đánh giá qua các cấp, từ đó biết được năng lực, trình độ và thái độ phục vụ của nhân viên. Học viện đã kịp thời ban hành những quyết định cử cán bộ, viên chức, người lao động tham gia các khóa đào tạo, bồi dưỡng để đảm bảo quyền lợi về học tập và chế độ tài chính theo Quy chế chi tiêu nội bộ. Công tác thi đua khen thưởng đối với đội ngũ nhân viên được quy định rõ ràng và công khai,

Việc đánh giá hiệu quả công việc của đội ngũ cán bộ hỗ trợ được thực hiện một cách công bằng thông qua quy chế thi đua khen thưởng phù hợp đã khuyến khích, động viên kịp thời tinh thần làm việc của đội ngũ nhân viên.

Học viện chưa tổng kết đánh giá hiệu quả của các khóa đào tạo một cách bài bản để đúc rút ra những bài học từ thực tế đào tạo bồi dưỡng cán bộ nhân viên của Học viện.

Ngoài ra, trong những năm tiếp theo, Học viện cần sẽ hoàn thiện bộ tiêu chí đánh giá công việc theo từng vị trí việc làm để có cơ sở theo dõi, giám sát và đánh giá hiệu quả công việc của đội ngũ nhân viên khoa học và hiệu quả hơn.

Tiêu chuẩn 7 có 5 tiêu chí: 5,00/7.

Tiêu chuẩn 8: Người học và hoạt động hỗ trợ người học

Mở đầu

Người học là trung tâm của hoạt động đào tạo và chất lượng người học sẽ quyết định sự phát triển, tạo uy tín cho Học viện và ngành Marketing.

Trong giai đoạn 2017-2022, Học viện và Bộ môn Marketing đã xây dựng chính sách tuyển sinh rõ ràng, cụ thể; chính sách tuyển sinh được công khai và cập nhật thường xuyên tạo điều kiện thuận lợi cho thí sinh có đầy đủ thông tin hữu ích để lựa chọn ngành học. Tiêu chí tuyển sinh và phương pháp tuyển chọn người học được xác định rõ ràng, đảm bảo tính khách quan, công bằng và minh bạch.

Người học CTĐT ngành Marketing của Học viện được học tập và rèn luyện trong một môi trường năng động, sáng tạo và thân thiện và được tham gia vào tất cả các khâu trong tiến trình đào tạo, từ việc cơ cấu các học phần dựa trên hệ thống phần mềm quản lý đào tạo, đến việc quy hoạch lộ trình thực hiện tiến trình đào tạo tùy theo điều kiện và năng lực về tài chính về quỹ thời gian. Người học được giám sát sự tiến bộ trong học tập và rèn luyện chặt chẽ bởi một hệ thống kiểm soát phù hợp từ phần mềm đến hệ thống GV, giáo viên chủ nhiệm, cố vấn học tập, trợ lý khoa, các tổ chức đoàn thể, các đơn vị chức năng quản lý trực tiếp như Phòng Chính trị & CTSV, Phòng Giáo vụ và các hoạt động hỗ trợ người học được hầu hết các đơn vị chức năng như Trung tâm Khảo thí & Đảm bảo Chất lượng giáo dục, Trung tâm Dịch vụ, Trung tâm giao dịch một cửa đều phối hợp hỗ trợ hiệu quả cho người học.

Ngoài ra, Học viện còn tạo môi trường tâm lý xã hội tích cực, cảnh quan xanh - sạch - đẹp, các phương tiện hỗ trợ tiện ích, từ đó nâng cao ý thức người học và chất lượng đào tạo ngành Marketing.

Tiêu chí 8.1: Chính sách tuyển sinh được xác định rõ ràng, được công bố công khai và được cập nhật.

1. Mô tả hiện trạng

Hằng năm, căn cứ vào năng lực đào tạo, phân tích nhu cầu và dựa trên tổng kết công tác tuyển sinh trong năm trước và các văn bản hướng dẫn của Bộ GD&ĐT

[H8.08.01.01], Học viện xác định chỉ tiêu tuyển sinh của từng ngành học, bậc học, của toàn Học viện [H8.08.01.02] và xây dựng Đề án tuyển sinh với nội dung cập nhật các thông tin về chính sách, quy định tuyển sinh, trong đó có các thông tin tuyển sinh của CTĐT ngành Marketing. Những thông tin dự báo về nhu cầu nhân lực của ngành Marketing luôn được theo dõi và phân tích nhằm đưa ra những chính sách tuyển sinh phù hợp với thực tế tại các cuộc họp thống nhất xác định chỉ tiêu tuyển sinh hàng năm. Bên cạnh đó, Học viện và Bộ môn Marketing cũng tham khảo ý kiến một số bên liên quan, đặc biệt là các nhà tuyển dụng để làm căn cứ xây dựng chính sách tuyển sinh. Tuy nhiên, việc tham khảo góp ý của các bên liên quan để xây dựng chính sách tuyển sinh chỉ dừng lại ở các đơn vị trong ngành, mà chưa có sự tham gia của các doanh nghiệp ngoài ngành và quốc tế.

Trong chu kỳ kiểm định 2017-2022, Học viện ban hành 6 Đề án tuyển sinh và các phương án điều chỉnh Đề án tuyển sinh (Đề án tuyển sinh năm 2017, ngày 09/2/2017; Đề án tuyển sinh năm 2018, ngày 05/7/2018; Đề án tuyển sinh năm 2019, ngày 22/3/2019; Đề án tuyển sinh năm 2020, ngày 04/9/2020; Đề án tuyển sinh năm 2021, ngày 27/8/2021; Đề án tuyển sinh năm 2022, ngày 22/6/2022) [H8.08.01.03], với các chính sách và quy định về tuyển sinh được mô tả rõ và đảm bảo đúng theo quy định Bộ GD&ĐT. Nội dung các Đề án đầy đủ thông tin chi tiết cho từng ngành tuyển sinh, đối tượng tuyển sinh và được điều chỉnh qua các năm cho phù hợp với tình hình thực tế theo quy định của Bộ GD&ĐT và theo quy mô đào tạo của Học viện. Đồng thời, các Đề án tuyển sinh đều được báo cáo Bộ GD&ĐT.

- Học viện thực hiện tuyển thẳng và ưu tiên xét tuyển theo Quy chế tuyển sinh của Bộ GD&ĐT và không giới hạn số lượng chỉ tiêu, được quy định tại Thông báo của Học viện [H8.08.01.04].

Hàng năm, Học viện xây dựng kế hoạch, thông báo tuyển sinh cho các hệ chính quy, VLVH, đại học từ xa, chất lượng cao [H8.08.01.05] và công bố công khai chính sách và quy định tuyển sinh (đối tượng, quy trình thi/xét tuyển, đánh giá đầu vào; đối tượng thi tuyển, xét tuyển; đối tượng ưu tiên) trên website Học viện (<https://ptit.edu.vn>), cổng thông tin tuyển sinh của Học viện (<https://tuyensinh.ptit.edu.vn>), của Bộ GD&ĐT (<https://thituyensinh.vn>), các trang thông tin điện tử fanpage, facebook của Học viện [H8.08.01.06], trên các cẩm nang, Brochure tuyển sinh giới thiệu các CTĐT của Học

viện tham gia các chương trình tư vấn tuyển sinh do Bộ GD&ĐT, các Sở Giáo dục và các đơn vị báo chí tổ chức [H8.08.01.07].

Mỗi kỳ tuyển sinh, Học viện thành lập Hội đồng tuyển sinh và các ban giúp đỡ thực thi và tự giám sát công việc được phân công. Hội đồng tuyển sinh và các ban giúp việc thực hiện công việc theo quy chế tuyển sinh Bộ GD&ĐT ban hành và quy định của Học viện [H8.08.01.08]. Học viện phân công cho các đơn vị chức năng thực hiện các chính sách, các công việc tuyển sinh. Phòng Đào tạo là đơn vị thường trực xây dựng đề án tuyển sinh, các thông báo xét tuyển, trúng tuyển, hướng dẫn nhập học; các đơn vị phối hợp là Trung tâm Khảo thí và Đảm bảo chất lượng giáo dục, Phòng CT&CTSV.

Ngoài phương thức tuyển thẳng theo quy định của Bộ GD&ĐT, Học viện áp dụng các phương thức tuyển sinh khác nhau và được nêu cụ thể tại Đề án tuyển sinh:

- Năm 2017, năm 2018 và năm 2019 xét tuyển dựa vào kết quả kỳ thi THPT.

- Năm 2020, Học viện sử dụng 3 phương thức tuyển sinh: (1) tuyển thẳng theo quy chế tuyển sinh của Bộ GD&ĐT; (2) dựa vào kết quả thi THPT; (3) xét tuyển kết hợp giữa kết quả thi THPT và chứng chỉ SAT/IELTS/TOEFL IPT/đạt giải khuyến khích kỳ thi chọn học sinh giỏi quốc gia/giải nhất, nhì, ba trong kỳ thi học sinh giỏi cấp tỉnh.

- Năm 2021 ngoài phương thức tuyển sinh giống năm 2020, đối với xét tuyển kết hợp có thêm một tổ hợp: kết hợp giữa kết quả thi THPT và học sinh chuyên Toán, Lý, Hóa, Tin học hoặc học sinh thuộc lớp chuyên Toán, Lý, Hóa, Tin học của các trường THPT trong điểm quốc gia và có điểm trung bình chung 3 năm cuối cấp đạt 8 điểm trở lên.

- Năm 2022 có thêm phương thức dựa vào kết quả kỳ thi đánh giá năng lực, đánh giá tư duy. Tuyển sinh các hình thức, các bậc học khác, chính sách tuyển sinh được ghi trong Thông báo tuyển sinh. Xét tuyển dựa vào bài thi đánh giá năng lực hoặc đánh giá tư duy thì ngoài các yêu cầu theo quy định chung thí sinh cần có thêm một trong các điều kiện sau đây: Thí sinh có điểm thi đánh giá năng lực của Đại học Quốc gia Hà Nội năm 2022 từ 80 điểm trở lên; thí sinh có điểm thi đánh giá năng lực của Đại học Quốc gia Tp. Hồ Chí Minh năm 2022 từ 700 điểm trở lên; thí sinh có điểm thi đánh giá tư duy của Đại học Bách khoa Hà Nội năm 2022 từ 25 điểm trở lên.

Tại Mục III của Đề án tuyển sinh năm 2021 của Học viện đã nêu rõ các thông tin như: đối tượng tuyển sinh là Người đã được công nhận tốt nghiệp trung học phổ thông (THPT) của Việt Nam hoặc có bằng tốt nghiệp của nước ngoài được công nhận trình độ

trung ương; Người đã có bằng tốt nghiệp trung cấp ngành nghề thuộc cùng nhóm ngành dự tuyển và đã hoàn thành đủ yêu cầu khối lượng kiến thức văn hóa cấp THPT theo quy định của pháp luật; Có đủ sức khỏe để học tập theo quy định hiện hành; phạm vi tuyển sinh trong cả nước và thí sinh đăng ký xét tuyển ở cơ sở nào thì sẽ học tại cơ sở đó (Hà Nội hoặc Thành phố Hồ Chí Minh); phương thức tuyển sinh (sử dụng 03 phương thức); chỉ tiêu tuyển sinh (theo từng cơ sở); ngưỡng đảm bảo chất lượng đầu vào; tổ chức tuyển sinh; các thông tin cần thiết khác để thí sinh đăng ký xét tuyển; tổ chức tuyển sinh; chính sách ưu tiên; học phí dự kiến với SV và lộ trình tăng học phí; các nội dung khác.

CTĐT ngành Marketing (mã ngành 7340115) tuyển sinh theo các phương thức: (i) Tuyển thẳng theo quy chế tuyển sinh của Bộ GD&ĐT; (ii) Xét tuyển dựa vào kết quả kỳ thi tốt nghiệp THPT; (iii) Xét kết quả học tập THPT; (iii) Xét tuyển kết hợp giữa kết quả thi THPT và chứng chỉ SAT/IELTS/TOEFL ITP/đạt giải khuyến khích kỳ thi chọn học sinh giỏi quốc gia/giải Nhất, Nhì, Ba trong kỳ thi học sinh giỏi cấp tỉnh; (iv) Xét tuyển dựa vào kết quả kỳ thi đánh giá năng lực, đánh giá tư duy. Đề án tuyển sinh xác định các tổ hợp xét tuyển vào học ngành Marketing là: A00 (Toán, Vật lý, Hóa học); A01 (Toán, Vật lý, tiếng Anh) và D01 (Toán, Ngữ văn, Tiếng Anh).

Từ năm 2017, bên cạnh các thông tin chi tiết của năm tuyển sinh, thông tin ĐBCL của Học viện về đội ngũ giảng viên và CSVN, Đề án tuyển sinh còn cung cấp cho người học thông tin tham khảo của 02 năm tuyển sinh trước đó của CTĐT ngành Marketing (Phương thức tuyển sinh, điểm trúng tuyển); điều kiện đảm bảo chất lượng. Từ năm 2019, Đề án tuyển sinh của Học viện còn cung cấp thông tin về tình hình việc làm của hai khóa tốt nghiệp gần nhất và công khai nguồn thu tài chính và mức chi phí đào tạo trung bình hằng năm cho mỗi sinh viên.

Ngoài các chính sách ưu tiên trong tuyển sinh như của Bộ GD&ĐT, Học viện có thêm chính sách ưu tiên trong tuyển sinh thông qua việc cấp các suất học bổng toàn phần (miễn 100% học phí trong năm học thứ nhất) và học bổng bán phần (miễn 50% học phí trong năm học thứ nhất) cho các thí sinh có kết quả thi THPT hoặc có thành tích cá nhân, thành tích học tập cao. Từ năm 2017 đến năm 2022, Học viện cấp 411 suất học bổng toàn phần và 1.395 suất học bổng bán phần cho các thí sinh đáp ứng yêu cầu nhận học bổng đầu vào các ngành đào tạo của Học viện, ngành Marketing có 11 sinh viên được nhận học bổng toàn phần và 15 sinh viên được nhận học bổng bán phần.

Từ năm 2022, Học viện bổ sung chính sách học bổng đặc biệt với số lượng dự kiến tối đa là 30 suất học bổng có tổng trị giá học bổng khoảng 3 tỷ đồng. Đối tượng để được xét cấp học bổng đặc biệt này là các thí sinh tham dự kỳ thi chọn đội tuyển quốc gia dự thi Olympic quốc tế, thí sinh đạt giải Nhất, Nhì, Ba trong kỳ thi chọn học sinh giỏi quốc gia các môn Toán, Lý, Hóa và Tin học. Với học bổng đặc biệt này, thí sinh sẽ được miễn học phí trong toàn bộ thời gian học tập với điều kiện phải đảm bảo điểm trung bình chung tích lũy năm học liên tục đạt từ loại Giỏi trở lên. Học viện tiếp tục duy trì chính sách học bổng cho các thí sinh đạt thành tích cao; Học bổng miễn 100% học phí trong năm học thứ nhất với tối đa 100 suất cho các thí sinh đạt giải trong kỳ thi học sinh giỏi quốc tế, quốc gia hoặc thí sinh đạt giải Nhất, Nhì, Ba trong kỳ thi Học sinh Giỏi cấp tỉnh, Thành phố trực thuộc Trung ương các môn Toán, Lý, Hóa và Tin học hoặc đạt kết quả cao trong kỳ thi tốt nghiệp THPT; Học bổng miễn 50% học phí trong năm học thứ nhất với tối đa 300 suất cho thí sinh đạt kết quả cao trong kỳ thi tốt nghiệp THPT (các thí sinh chưa đạt điều kiện để được xét cấp học bổng 100%). Thí sinh chỉ được xét và cấp một loại học bổng trong chính sách học bổng nêu trên. Ngoài ra, sinh viên còn có nhiều cơ hội để được nhận các suất học bổng của các doanh nghiệp hàng đầu như: Samsung, VNPT, Mobifone, Viettel, FPT, AGR... cụ thể tại Thông báo xét tuyển thẳng và ưu tiên xét tuyển vào đại học chính quy năm 2022 [H8.08.01.04].

Để cung cấp thông tin tuyển sinh đến gần hơn với thí sinh cả nước, hàng năm Học viện chú trọng công tác truyền thông về công tác tuyển sinh trên tất cả các kênh thông tin như cổng thông tin của Học viện, trên Facebook, Youtube, Zalo, các báo điện tử... [H8.08.01.09] và tạo lập đường dây Hotline giải đáp thắc mắc liên quan tuyển sinh để các thí sinh, phụ huynh theo dõi và liên hệ.

Hàng năm, Học viện xây dựng và triển khai kế hoạch tổng thể và chi tiết cho công tác tư vấn tuyển sinh, bao gồm: cẩm nang, ấn phẩm truyền thông tin tuyển sinh, ngày hội tư vấn, tư vấn mùa thi và tuyên truyền trực tiếp thông qua các hình thức như đến các trường THPT tư vấn hướng nghiệp, trao học bổng và tham gia Ngày hội tư vấn tuyển sinh tại ĐH Bách khoa Hà Nội và tại một số trường THPT trên các địa phương như Hải Phòng, Hải Dương, Vinh, ... [H8.08.01.10].

Bộ môn Marketing phối hợp với Phòng Chính trị và Công tác SV luôn tổ chức các hoạt động tư vấn trực tuyến và xây dựng video giới thiệu về CTĐT ngành Marketing [H8.08.01.11] nhằm giới thiệu, quảng bá cũng như giải đáp tất cả các thắc mắc của thí

sinh về thông tin tuyển sinh, hoạt động này thu hút được sự quan tâm của đông đảo học sinh và phụ huynh. Bên cạnh đó, thông qua các đợt tập huấn với giáo viên phổ thông, Bộ môn Marketing cũng được giới thiệu, đó cũng là hình thức đưa hình ảnh của Bộ môn, Học viện đến với xã hội. Với chính sách tuyển sinh của Học viện đối với ngành Marketing, chương trình đào tạo ngành Marketing được xã hội biết đến, chất lượng đào tạo được công nhận, là sự lựa chọn của những học sinh có đam mê với lĩnh vực Marketing trên toàn quốc.

Kết thúc kỳ tuyển sinh hằng năm, Học viện đều tổng kết công tác tuyển sinh và triển khai nhiệm vụ năm tiếp theo. Học viện đã đánh giá về: (1) định hướng về công tác tuyển sinh trong năm; (2) tổ chức công tác tuyển sinh; (3) công tác truyền thông; (4) công tác phân tích, dự báo; (5) điểm chuẩn và lấy đến nguyện vọng bao nhiêu của từng ngành. 5 nội dung trên là cơ sở để Học viện đề ra chủ trương cho kỳ tuyển sinh sau. Nội dung được phân tích cụ thể tại Báo cáo công tác tuyển sinh hàng năm [H8.08.01.12].

Công tác giám sát tuyển sinh và nhập học được giao cho Hội đồng tuyển sinh và Ban thanh tra tuyển sinh. Học viện thực hiện các biện pháp khác nhau để giám sát công tác tuyển sinh và nhập học như thực hiện giám sát từng khâu của quá trình từ xây dựng đề án tuyển sinh, xác định chỉ tiêu tuyển sinh, giám sát quá trình thực hiện đăng ký nguyện vọng, giám sát xét tuyển, xác định điểm chuẩn theo từng mã ngành, giám sát thu nhận hồ, đối chiếu hồ sơ đăng ký và hồ sơ gốc... Học viện sử dụng phần mềm PMS-TM, camera an ninh để nâng cao chất lượng xét tuyển.

Học viện giao cho Phòng Giáo vụ kiểm dò toàn bộ hồ sơ theo từng phương thức tuyển sinh: phiếu đăng ký xét tuyển, học bạ, giấy chứng nhận tốt nghiệp, ngành học, mã đăng ký, tổ hợp xét tuyển... trước khi phân lớp học và có báo cáo công tác kiểm dò tuyển sinh [H8.08.01.13]

Ban thanh tra tuyển sinh thực hiện nhiệm vụ theo quy định hiện hành của thanh tra thi của Bộ GD&ĐT, Học viện và có báo cáo công tác thanh tra tuyển sinh hàng năm [H8.08.01.14].

Kết thúc kỳ tuyển sinh, Học viện lập báo cáo kết quả công tác tuyển sinh hàng năm và gửi báo cáo Bộ GD&ĐT [H8.08.01.15].

2. Điểm mạnh

Chính sách tuyển sinh của Học viện được xác định rõ ràng, được công bố công khai qua các phương tiện truyền thông và cập nhật theo các quy định mới hàng năm của Bộ GD&ĐT.

3. Điểm tồn tại

Việc tham khảo góp ý của các bên liên quan để xây dựng chính sách tuyển sinh chỉ dừng lại ở các đơn vị trong ngành, mà chưa có sự tham gia của các doanh nghiệp ngoài ngành và quốc tế.

4. Kế hoạch hành động

Quý IV hàng năm, Phòng Đào tạo phối hợp với Bộ môn Marketing thực hiện việc khảo sát xin ý kiến các bên liên quan, trong đó chú trọng đến các doanh nghiệp ngoài ngành TT&TT, cũng như các doanh nghiệp nước ngoài để xây dựng chính sách tuyển sinh của ngành Marketing.

5. Tự đánh giá: Mức đạt được của tiêu chí: 5/7.

Tiêu chí 8.2: Tiêu chí và phương pháp tuyển chọn người học được xác định rõ ràng và được đánh giá

1. Mô tả hiện trạng

Phương thức và tiêu chí tuyển chọn người học của ngành Marketing được quy định trong các Đề án tuyển sinh hằng năm với những nội dung cụ thể, rõ ràng về đối tượng tuyển sinh, các ngành tuyển sinh, chỉ tiêu, thời gian và phương thức tuyển sinh [H8.08.01.03].

Trong các năm từ 2016 đến 2019, Học viện chỉ sử dụng duy nhất kết quả kỳ thi tốt nghiệp THPT quốc gia để thực hiện xét tuyển thí sinh vào đại học. Từ năm 2020, Học viện mở rộng phương án tuyển sinh với 3 phương thức: (1) Xét tuyển thẳng và ưu tiên xét tuyển theo Quy chế tuyển sinh đại học của Bộ Giáo dục và Đào tạo và xét tuyển thẳng đối với thí sinh đạt 27,0 điểm trong kỳ thi tốt nghiệp THPT năm 2021; (2) Xét tuyển dựa vào kết quả kỳ thi THPT Quốc gia với khoảng 85% chỉ tiêu theo ngưỡng đảm bảo chất lượng Học viện công bố, xét trúng tuyển theo ngành và không có điểm chênh lệch giữa các tổ hợp bài thi/môn thi trong cùng một ngành; (3) Xét tuyển kết hợp giữa kết quả học tập ở bậc THPT với Chứng chỉ quốc tế hoặc thành tích cá nhân trong kỳ thi tuyển chọn học sinh giỏi hoặc thành tích học tập tại các trường THPT chuyên của các tỉnh, thành phố, cụ thể như sau:

Phương thức 1 - Xét tuyển thẳng và ưu tiên xét tuyển: Học viện thực hiện xét tuyển thẳng và ưu tiên xét tuyển theo Quy chế tuyển sinh đại học của Bộ Giáo dục và Đào tạo và xét tuyển thẳng đối với thí sinh đạt 27,0 điểm trong kỳ thi tốt nghiệp THPT năm 2021.

Phương thức 2 - Xét tuyển dựa vào kết quả thi THPT năm 2021: Học viện dành khoảng 85% chỉ tiêu cho xét tuyển dựa vào kết quả thi THPT năm 2021; ngưỡng đảm bảo chất lượng được Học viện công bố sau khi có kết quả thi THPT; xét trúng tuyển theo ngành và không có điểm chênh lệch giữa các tổ hợp bài thi/môn thi trong cùng một ngành.

Phương thức 3 - Xét tuyển kết hợp: Năm 2021, Học viện xét tuyển theo phương thức kết hợp giữa kết quả học tập ở bậc THPT với Chứng chỉ quốc tế hoặc Thành tích cá nhân trong kỳ thi tuyển chọn học sinh giỏi hoặc Thành tích học tập tại các trường THPT chuyên. Cụ thể:

a. *Đối tượng 1:* Thí sinh có Chứng chỉ quốc tế SAT từ 1130/1600 trở lên hoặc ACT từ 25/36 trở lên và có kết quả điểm trung bình chung học tập lớp 10, 11, 12 (hoặc học kỳ 1 lớp 12) đạt từ 7,5 trở lên và có hạnh kiểm Khá trở lên.

b. *Đối tượng 2:* Thí sinh có Chứng chỉ tiếng Anh quốc tế trong thời hạn (tính đến ngày xét tuyển) đạt IELTS 5.5 trở lên hoặc TOEFL iBT 65 trở lên hoặc TOEFL ITP 513 trở lên và có kết quả điểm trung bình chung học tập lớp 10, 11, 12 (hoặc học kỳ 1 lớp 12) đạt từ 7,5 trở lên và có hạnh kiểm Khá trở lên.

c. *Đối tượng 3:* Thí sinh đạt giải Khuyến khích trong kỳ thi chọn học sinh giỏi quốc gia hoặc đã tham gia kỳ thi chọn học sinh giỏi quốc gia hoặc đạt giải Nhất, Nhì, Ba trong kỳ thi chọn học sinh giỏi cấp Tỉnh, Thành phố trực thuộc TW các môn Toán, Lý, Hóa, Tin học và có kết quả điểm trung bình chung học tập lớp 10, 11, 12 (hoặc học kỳ 1 lớp 12) đạt từ 7,5 trở lên và có hạnh kiểm Khá trở lên.

d. *Đối tượng 4:* Là học sinh chuyên các môn Toán, Lý, Hoá, Tin học của trường THPT chuyên trên phạm vi toàn quốc (các trường THPT chuyên thuộc Tỉnh, Thành phố trực thuộc và các trường THPT chuyên thuộc Cơ sở giáo dục đại học) hoặc hệ/lớp chuyên các môn Toán, Lý, Hoá, Tin học của các trường THPT trọng điểm quốc; và có kết quả điểm trung bình chung học tập lớp 10, 11, 12 (hoặc học kỳ 1 lớp 12) đạt từ 8,0 trở lên và có hạnh kiểm Khá trở lên.

Năm 2022, Học viện có 4 phương thức tuyển sinh và bổ sung thêm (4) Xét tuyển dựa vào bài thi đánh giá năng lực hoặc đánh giá tư duy thi ngoài các yêu cầu theo quy

định chung thì thí sinh cần có thêm một trong các điều kiện sau đây: Thí sinh có điểm thi đánh giá năng lực của Đại học Quốc gia Hà Nội năm 2022 từ 80 điểm trở lên; thí sinh có điểm thi đánh giá năng lực của Đại học Quốc gia Tp. Hồ Chí Minh năm 2022 từ 700 điểm trở lên; thí sinh có điểm thi đánh giá tư duy của Đại học Bách khoa Hà Nội năm 2022 từ 25 điểm trở lên.

Đối với đại học từ xa và đại học VLVH: Học viện sử dụng kết quả kỳ thi THPT hai năm liên tiếp hoặc kết quả 03 năm học THPT với các môn tương ứng với tổ hợp môn xét tuyển để thực hiện xét tuyển.

Đối tượng tuyển sinh Nhóm ngành Kinh tế:

- Thí sinh trúng tuyển vào đại học hệ chính quy trong năm của Học viện ở các ngành thuộc Nhóm ngành Kinh tế, gồm ngành: Kế toán, Quản trị kinh doanh, Marketing, Thương mại điện tử, Truyền thông đa phương tiện, Công nghệ đa phương tiện, Công nghệ tài chính.

- Có trình độ tiếng Anh tối thiểu từ TOEFL iBT 30 điểm hoặc TOEFL ITP 360 điểm hoặc IELTS 4,0 điểm trở lên (tương đương với trình độ Bậc 2 khung năng lực ngoại ngữ 6 bậc của Việt Nam) hoặc tương đương. Các thí sinh chưa đạt yêu cầu trình độ tiếng Anh sẽ phải học khóa học tiếng Anh tăng cường trong học kỳ đầu tiên.

- Tự nguyện tham gia học và cam kết đóng học phí theo quy định của Học viện đối với chương trình chất lượng cao.

Trong đề án tuyển sinh trình độ đại học hàng năm, Học viện tuyên bố rõ tổ hợp các môn xét tuyển, theo từng phương thức xét tuyển với thông tin về ngành, mã ngành, tổ hợp xét tuyển từng CTĐT:

TT	Ngành đào tạo	Mã ngành	Tổ hợp xét tuyển
1	Kỹ thuật Điện tử viễn thông	7520207	A00, A01
2	Công nghệ kỹ thuật Điện, điện tử	7510301	A00, A01
3	Kỹ thuật Điều khiển và tự động hóa	7520216	A00, A01
4	Công nghệ thông tin	7480201	A00, A01
5	An toàn thông tin	7480202	A00, A01
6	Công nghệ đa phương tiện	7329001	A00, A01, D01
7	Truyền thông đa phương tiện	7320104	A00, A01, D01
8	Quản trị kinh doanh	7340101	A00, A01, D01
9	Thương mại điện tử	7340122	A00, A01, D01

TT	Ngành đào tạo	Mã ngành	Tổ hợp xét tuyển
10	Marketing	7340115	A00, A01, D01
11	Kê toán	7340301	A00, A01, D01
12	Công nghệ tài chính (Fintech)	7340208	A00, A01, D01

Ghi chú:

- Tổ hợp A00: Toán, Vật lý, Hóa;
- Tổ hợp A01: Toán, Vật lý, Tiếng Anh;
- Tổ hợp D01: Toán, Văn, Tiếng Anh.

Các phương thức xét tuyển của Học viện đều phù hợp với quy định của Bộ GD&ĐT quy định. Trong chu kỳ đánh giá, cho đến hết năm 2019, Học viện áp dụng: (1) xét tuyển thẳng theo quy định của Bộ GD&ĐT; (2) Xét tuyển dựa vào kết quả kỳ thi THPT. Năm 2020 bổ sung thêm phương thức xét tuyển kết hợp kết quả thi THPT và các chứng chỉ quốc tế; năm 2021 mở rộng thêm phương thức xét tuyển kết hợp. Năm 2022, thêm một phương thức tuyển sinh mới: dựa vào kết quả kỳ thi đánh giá năng lực, đánh giá tư duy. Tổ hợp các môn xét tuyển được xác lập phù hợp cho từng nhóm ngành học: khối kinh tế sử dụng các tổ hợp A0, A1, D1; các ngành công nghệ, kỹ thuật sử dụng các tổ hợp A0 và A1

Các tiêu chí tuyển sinh và phương pháp tuyển chọn người học được rà soát, đánh giá theo đúng quy trình, quy định và quyết định bởi Hội đồng tuyển sinh hàng năm nhằm mục đích tuyển chọn được các thí sinh có chất lượng cao và phù hợp với ngành đào tạo. Căn cứ vào ý kiến phân tích, đánh giá của các chuyên gia, Hội đồng tuyển sinh đã đưa ra các phương hướng tuyển sinh đột tiếp theo. Các vấn đề bất cập khác trong quy trình, hình thức tuyển sinh cũng được thảo luận trong các cuộc họp Hội đồng tuyển sinh hàng năm [H8.08.02.01], đặc biệt là công tác giám sát, kiểm dò thông tin ưu tiên của các thí sinh trúng tuyển đại học được rà soát hệ thống [H8.08.01.13]. Trước khi Đề án tuyển sinh được công khai trên các kênh truyền thông của Học viện, nội dung đề án được các đơn vị trong Học viện góp ý, đặc biệt là ý kiến của các khoa, bộ môn đề xuất những chỉ tiêu phù hợp với tầm nhìn, sứ mạng của Học viện và chiến lược phát triển kinh tế xã hội của địa phương nơi Học viện đóng trụ sở tại Hà Nội và Thành phố Hồ Chí Minh.

Điểm trúng tuyển được công bố sau khi có kết quả thi tốt nghiệp THPT quốc gia theo quy định của Bộ GD&ĐT căn cứ vào số lượng người đăng ký, kết quả thi thực tế của từng năm [H8.08.02.02] và hàng năm Học viện đã đưa ra ngưỡng đảm bảo chất

lượng đầu vào dựa trên quy định của Bộ GD&ĐT [H8.08.02.03]. Chỉ tiêu tuyển sinh xác định cho từng ngành, từng phương thức xét tuyển. Ngoài ra hằng năm Học viện ban hành chính khuyến khích thí sinh vào Học viện: trước năm 2022, thí sinh có kết quả thi THPT đạt 27 điểm trở lên được miễn 100% học phí năm thứ nhất; 300 thí sinh có kết quả thi THPT cao nhất được miễn 50% học phí năm thứ nhất. Từ kỳ tuyển sinh năm 2022, thí sinh được tuyển thẳng theo quy chế của Bộ được miễn học phí trong toàn bộ quá trình học nếu kết quả từng năm học đạt loại giỏi.

Điểm trung bình trúng tuyển của thí sinh trúng tuyển vào CTĐT ngành Marketing theo phương thức xét tuyển kết quả thi tốt nghiệp THPT hằng năm ở Hà Nội (Thành phố Hồ Chí Minh) các năm 2017; 2018; 2019; 2020; 2021 và 2022 tương ứng là: 22,50 (21,25) điểm 20,30 (19,30) điểm; 22,35 (21,20) điểm; 25,50 (24,60) điểm, 26,45 (25,65) điểm; 26,10 (24,85) điểm.

Kết quả tuyển sinh ngành Marketing hàng năm của Học viện đều được công bố công khai trên website của Học viện. Các số liệu về số thí sinh đăng ký xét tuyển, trúng tuyển, số thí sinh trúng tuyển, tỷ lệ cạnh tranh, điểm tuyển đầu vào và số thí sinh nhập học thực tế được thống kê chi tiết tại Bảng 8.1, *Phụ lục 02*, nhằm phục vụ đánh giá công tác tuyển sinh và đưa ra những phương án cải tiến hoạt động này cho những năm tiếp theo [H8.08.02.03]. Qua kết quả thống kê cho thấy số thí sinh đăng ký vào CTĐT ngành Marketing tăng dần theo từng năm phù hợp với năng lực thí sinh khi lựa chọn ngành học. Số thí sinh trúng tuyển có chiều hướng ổn định theo chỉ tiêu tuyển sinh được phân bổ với điểm đầu vào luôn nằm trong top đầu các trường đại học có cùng ngành tuyển sinh.

Hình thức tư vấn tuyển sinh đa dạng, giúp thí sinh dễ dàng tiếp cận thông tin và đăng ký thi tuyển [H8.08.01.10]. Học viện và Bộ môn Marketing có nhiều cơ hội kết nối, thông tin đến các giáo viên phổ thông, vốn là cựu SV của Học viện về thông tin tuyển sinh, chính sách tuyển sinh đến các học sinh phổ thông. Học viện đã phân tích thí sinh tham gia ngày hội tư vấn tuyển sinh, nhưng chưa khảo sát và phân tích sâu đặc điểm của sinh viên nhập học, những SV trúng tuyển nhưng không nhập học để tìm hiểu sâu hơn các nhân tố ảnh hưởng đến kết quả tuyển sinh, từ đó tìm ra giải pháp cho công tác tuyển sinh có hiệu quả hơn trong một số năm tới. Bản tổng kết công tác tuyển sinh chưa đi sâu phân tích đầy đủ các công đoạn tuyển sinh, chưa có báo cáo công tác giám sát tuyển sinh.

Mặc dù Học viện có chính sách khuyến khích thí sinh có kết quả tuyển sinh cao nhập học, tuy nhiên chưa có thí sinh nhập học ngành Marketing theo phương thức tuyển

thắng và tính chung toàn Học viện mỗi năm có chưa tới 50 thí sinh được tuyển thẳng chủ yếu ở khối ngành CNTT và ATTT.

Học viện giao Phòng Đào tạo, Phòng CT&CTSV xây dựng kế hoạch nhập học: nội dung, thời gian địa điểm... Phân công nhiệm vụ đơn vị chủ trì, đơn vị phối hợp. Ban thanh tra giám sát việc thực hiện công việc. Học viện xây dựng quy trình nhập học bao gồm 7 bước công việc, có sơ đồ và SV tình nguyện chỉ dẫn. Phòng Đào tạo là đơn vị chủ trì công tác nhập học, có 9 đơn vị khác phối hợp. Học viện thực hiện các biện pháp khác nhau để giám sát công tác tuyển sinh và nhập học; dụng phần mềm PMS-TM, camera an ninh để nâng cao chất lượng xét tuyển và nhập học [H8.08.02.04].

Tháng 12 hàng năm, Học viện tổ chức hội nghị tổng kết công tác tuyển sinh có sự tham gia của các đơn vị trong Học viện để rà soát lại nhu cầu nhân lực và nghiên cứu nội dung điều chỉnh phương thức tuyển sinh năm tiếp theo [H8.08.01.12]. Trên cơ sở các ý kiến rà soát về công tác tuyển sinh, Học viện thường xuyên có sự điều chỉnh, thay đổi về tiêu chí tuyển sinh và phương pháp tuyển sinh, cụ thể tăng từ 01 phương thức xét tuyển năm 2016 - 2019 lên 03 phương thức xét tuyển vào năm 2020 và 2021 và tăng lên thành 04 phương thức từ năm 2022; Hình thức tư vấn tuyển sinh đa dạng hơn, giúp thí sinh dễ dàng tiếp cận thông tin và đăng ký thi tuyển; thông tin về tuyển sinh của Học viện còn được thông báo rộng rãi đến học sinh các trường THPT thông qua việc kết nối với các giáo viên phổ thông, vốn là cựu SV của Học viện.

Sau khi kết thúc kỳ tuyển sinh, Học viện lập báo cáo tổng kết công tác tuyển sinh, gửi Báo cáo Bộ GD&ĐT và đề nghị khen thưởng các đơn vị có thành tích trong công tác tuyển sinh [H8.08.01.15].

2. Điểm mạnh

Tiêu chí và phương pháp tuyển sinh được rà soát, đánh giá trong suốt quá trình tuyển sinh để kịp thời điều chỉnh phương thức tuyển sinh trong từng năm cho phù hợp với nhu cầu xã hội .

3. Điểm tồn tại

Mặc dù Học viện đã sử dụng phương thức tuyển thẳng, tuy nhiên trong giai đoạn 2017-2022, ngành Marketing không có thí sinh được tuyển thẳng.

4. Kế hoạch hành động

Từ khóa tuyển sinh năm 2024, Phòng CT&CTSV phối hợp với các khoa đề xuất các hình thức quảng bá truyền thông dạng hơn trong về phương thức tuyển thẳng với các ưu

đãi đặc biệt về học bổng để có thể thu hút nhiều hơn thí sinh đăng ký tuyển thẳng vào học CTĐT ngành Marketing của Học viện.

5. *Tự đánh giá:* Mức đạt được của tiêu chí: 5/7.

Tiêu chí 8.3: Có hệ thống giám sát phù hợp về sự tiến bộ trong học tập và rèn luyện, kết quả học tập, khối lượng học tập của người học.

1. *Mô tả hiện trạng*

Căn cứ theo chức năng, nhiệm vụ của các đơn vị, Học viện thiết lập hệ thống giám sát sự tiến bộ trong học tập, rèn luyện, kết quả học tập, khối lượng học tập, cảnh báo học vụ đối với người học, cụ thể:

- Bộ môn Marketing tổ chức giám sát giờ lên lớp của sinh viên, quá trình SV học tập và đánh giá điểm thành phần các môn học [H8.08.03.01]. Trong quá trình giảng dạy và khi kết thúc học phần, các giảng viên sẽ đánh giá mức độ tích lũy CĐR của SV theo lớp môn học.

- Phòng Giáo vụ có nhiệm vụ xây dựng khung kế hoạch đào tạo hằng năm; kế hoạch đào tạo cho các lớp, khoá, các hệ đào tạo theo chương trình, quy chế đào tạo; xử lý lên lớp, ngừng học, buộc thôi học, cảnh báo học vụ theo kết quả học tập; xét cấp học bổng khuyến khích học tập; xét điều kiện dự thi tốt nghiệp... [H8.08.03.02]. Phòng Giáo vụ phối hợp với Trung tâm Khảo thí và ĐBCLGD theo dõi, tổng hợp bảng điểm học tập của SV các học kỳ được thiết lập trên phần mềm để báo cáo đề xuất Ban giám hiệu xem xét, phê duyệt kết quả học tập.

- Phòng CT & CTSV có trách nhiệm tổ chức thực các hiện chế độ, chính sách có liên quan đối với SV, hỗ trợ và chăm sóc SV, phối hợp với các đơn vị, CVHT trong công tác Học sinh Sinh viên... [H8.08.03.03].

- Trung tâm Khảo thí & ĐBCLGD tổ chức thực hiện công tác khảo thí, xây dựng kế hoạch, tổ chức thi [H8.08.03.04].

- Phòng Đào tạo chịu trách nhiệm xét điều kiện tốt nghiệp và làm thủ tục cấp phát văn bằng tốt nghiệp cho SV [H8.08.03.05].

- Học viện ban hành Quy định tạm thời về công tác Cố vấn học tập tại Học viện theo Quyết định số 1235/QĐ-HV ngày 31/12/2015 [H8.08.03.06], trong đó quy định cụ thể nhiệm vụ của CVHT (có trách nhiệm hướng dẫn SV tìm hiểu Quy chế, Quy định đào tạo của Bộ GD&ĐT và của Học viện; tư vấn cho SV đăng ký môn học, lập kế hoạch học tập

trong từng học kỳ và toàn khoá học, chủ trì đánh giá kết quả rèn luyện của lớp SV theo đúng thời gian và đúng quy định của Học viện).

- Tổ Thanh tra pháp chế thuộc văn phòng giám sát việc thực hiện chấp hành giờ lên lớp và các hoạt động thi của sinh viên; tiến hành khảo sát, kiểm tra, giám sát, đầu mối cung cấp các tài liệu, minh chứng về các hoạt động giảng dạy, thi kết thúc học phần, kết quả các kỳ thi của SV trong toàn khóa học [H6.06.06.09].

Hàng năm, Bộ môn Marketing căn cứ trên năng lực, chuyên môn của GV thuộc khoa để đề xuất các GV đảm nhận công tác CVHT theo nguyên tắc đối với mỗi lớp SV, Học viện quy định cứ 01 cán bộ là CVHT và một CVHT có thể phụ trách một hoặc nhiều lớp học cùng một khóa học hoặc các khóa học khác nhau, Phòng CT & CTSV tổng hợp danh sách và trình Giám đốc ban hành Quyết định cử CVHT [H8.08.03.07]. (Các QĐ: số 497/QĐ-HV ngày 10/10/2017; số 705/QĐ-HV ngày 06/08/2017; số 794/QĐ-HV ngày 01/10/2019; số 1053/QĐ-HV ngày 30/11/2020.) và các Quyết định thay đổi CVHT (Các QĐ: số 265/QĐ-HV ngày 04/4/2017; số 752/QĐ-HV ngày 29/8/2017; số 716/QĐ-HV ngày 11/3/2018; số 230/QĐ-HV ngày 02/4/2018; số 168/QĐ-HV ngày 22/3/2019.). Ví dụ, theo QĐ số 705/QĐ-HV ngày 06/9/2018, Học viện cử 47 giảng viên đảm nhiệm chức danh CVHT, trong đó có 04 GV Khoa Viện Kinh tế Bưu điện và theo QĐ số 1053/QĐ-HV ngày 30/11/2020, Học viện cử 48 GV đảm nhiệm chức danh CVHT.

Để giám sát tiến trình học tập, rèn luyện của người học trong hệ thống đào tạo theo tín chỉ, Học viện đã ban hành các quy định:

- Quy định về đào tạo tín chỉ ban hành năm 2012, 2018 và 2021 [H5.05.01.01], [H5.05.01.02], [H5.05.01.03], trong đó, tại Điều 12, Quy chế đào tạo năm 2021 đã quy định rõ khối lượng học tập của người học phải đăng ký trong mỗi học kỳ căn cứ kết quả học tập: Đối với học kỳ chính, người học được đăng ký tối thiểu không thấp hơn 15 tín chỉ (CTĐT cử nhân) và 16 tín chỉ (CTĐT kỹ sư), tối đa không vượt quá 25 tín chỉ; Điều 14 Quy định về học lại và học cải thiện điểm; Điều 18. Đánh giá lớp học phần; Điều 23. Tiêu chí đánh giá kết quả học tập; Điều 24. Đánh giá kết quả học phần. Khối lượng tín chỉ của CTĐT được phân bổ hợp lý theo từng học kỳ để người học đăng ký học tập. Để đảm bảo người học hoàn thành được CTĐT đúng thời hạn, Học viện cho phép người học được đăng ký học lại, học cải thiện điểm vào các kỳ học chính, kỳ học phụ. Đồng thời, những SV có kết quả học tập yếu, kém sẽ bị cảnh báo học vụ theo các mức 1, 2, 3.

- Học viện ban hành Quy định đánh giá kết quả rèn luyện của SV theo Quyết định số 1213/QĐ-HV ngày 31/12/2015, kèm theo Phiếu đánh giá kết quả rèn luyện với các mức điểm chi tiết để đánh giá sự tiến bộ của người học về rèn luyện theo từng học kỳ của năm học [H8.08.03.08]; Quy định về công tác SV theo Quyết định số 1236/QĐ-HV ngày 31/12/2015 [H8.08.03.09]. Theo quy định tại các văn bản này, vào tuần đầu tiên của mỗi học kỳ Phòng Chính trị và Công tác SV triển khai đánh giá kết quả rèn luyện của SV và tổng hợp báo cáo lên Hội đồng đánh giá kết quả rèn luyện của SV cấp học viện họp xét, thống nhất trình giám đốc xem xét, công nhận kết quả [H8.08.03.10]. Việc đánh giá điểm rèn luyện do cá nhân người học tự đánh giá và sau đó được đánh giá lại với sự tham gia của CVHT, Ban cán sự lớp, Đoàn thanh niên Cộng sản Hồ Chí Minh thông qua việc họp, bình xét.

Kết quả học tập, rèn luyện của NH được tổng hợp và thống kê theo từng học kỳ, năm học. Kết quả phân loại rèn luyện của SV được sử dụng trong việc xét cấp học bổng, khen thưởng, kỷ luật, xét thôi học, ngừng học theo quy định. Học viện thành lập các Hội đồng khen thưởng sinh viên và ban hành các quyết định về công nhận thành tích khen thưởng hàng năm.

Việc giám sát học tập của SV được thực hiện thông qua phần mềm quản lý đào tạo tại Học viện, thông qua Sổ tay theo dõi, giám sát, tư vấn của Cố vấn học tập, lịch kiểm tra đầu giờ, sổ theo dõi lên lớp của Phòng Giáo vụ và qua kết quả đánh giá NH.

CTĐT ngành Marketing được xây dựng dựa trên sự đánh giá, khảo sát nhu cầu của thị trường lao động và luôn cập nhật những kiến thức mới để đảm bảo người học khi ra trường có năng lực, trình độ và kỹ năng đáp ứng được yêu cầu của thị trường lao động. Khối lượng học tập được phân bổ hợp lý nhằm đảm bảo người học có học lực trung bình hoàn thành được CTĐT đúng hạn. Khối lượng tín chỉ của chương trình đào tạo ngành Marketing được phân bổ theo từng học kỳ để người học đăng ký học tập theo tiến trình học tập chuẩn theo Quy trình đăng ký môn học theo tín chỉ [H8.08.03.11]. Để đảm bảo người học hoàn thành được CTĐT đúng thời hạn, Học viện cho phép người học được đăng ký học lại, học cải thiện vào các kỳ học chính, kỳ học phụ theo năm học [H5.05.01.12]. Kết quả trong 5 năm 2017-2022, Học viện đã tổ chức cho 297 lượt SV ngành Marketing học lại, học cải thiện điểm cùng các kỳ học chính, kỳ học phụ.

Đề cương chi tiết các học phần của ngành Marketing quy định rõ mục tiêu đạt được, phương thức kiểm tra, đánh giá cụ thể đối với từng học phần như mức độ chuyên cần,

thái độ học tập, hình thức và cách thức đánh giá giữa kỳ, cuối kỳ và được công khai cho người học vào tiết học đầu tiên của học phần [H8.08.03.13]. Bên cạnh đó, GV phụ trách học phần cũng tham gia giám sát quá trình học tập của người học thông qua điểm chuyên cần, điểm kiểm tra thường xuyên.

Học viện có hệ thống phần mềm Quản lý đào tạo theo tín chỉ, công thông tin quản lý đào tạo, các trang mạng xã hội: Để triển khai hoạt động đào tạo theo hệ thống tín chỉ, từ năm 2012, Học viện đã triển khai phần mềm quản lý đào tạo (có bản quyền) quản lý toàn bộ SV từ khi nhập học đến khi tốt nghiệp ra trường, gồm quản lý điểm học tập, rèn luyện, thôi học, nghỉ học tạm thời và bảo lưu kết quả học tập, buộc thôi học, quản lý thi đua, chế độ chính sách... Hệ thống này cho phép Học viện giám sát được kết quả học tập, tiến độ học tập của người học [H8.08.03.14]. Phòng Giáo vụ được phân quyền để giám sát, theo dõi và quản lý cơ sở dữ liệu sự tiến bộ của NH trong học tập và tỉ lệ chậm tiến độ, thôi học; Phòng CT&CTSV được phân quyền để giám sát, theo dõi và quản lý kết quả rèn luyện của người học. Cơ sở dữ liệu về đăng ký học phần của SV, kết quả học tập của SV được cập nhật theo từng học kỳ vào phần mềm quản lý đào tạo và được lưu giữ trên hệ thống phần mềm quản lý đào tạo. Sau quá trình triển khai, phần mềm quản lý đào tạo chưa tính năng cảnh báo học vụ tự động khi người học thuộc trường hợp bị cảnh báo học vụ, việc nhắc nhở vẫn do CVHT và Bộ môn Marketing tư vấn trực tiếp cho từng SV. Cơ sở dữ liệu về kết quả học tập và rèn luyện của SV từ khi nhập học đến khi tốt nghiệp được lưu trữ, quản lý trên hệ thống phần mềm quản lý đào tạo Edusoft và SV được cấp tài khoản đăng nhập để biết được kết quả học tập theo từng học kỳ, năm học. Phòng Giáo vụ theo dõi kết quả học tập của SV trong quá trình học tập tại Học viện, thông báo cảnh báo học vụ vào cuối mỗi học kỳ đối với những SV có kết quả học tập yếu, kém theo các mức 1, 2, 3 và theo dõi tỉ lệ chậm tiến độ, thôi học của SV.

Đầu mỗi học kỳ, nhằm giúp SV có kết quả học tập kém biết thông tin và lập phương án học tập thích hợp để có thể tốt nghiệp trong thời gian tối đa cho phép được theo học chương trình, các CVHT phê duyệt đăng ký học phần của SV trong học kỳ tiếp theo Danh sách các lớp môn học tổ chức đào tạo theo học kỳ từng học kỳ của năm học [H8.08.03.15]. Hệ thống phần mềm quản lý đào tạo cho phép từng CVHT có thể xem và cập nhật được kết quả học tập theo từng học kỳ của SV, giúp CVHT có những cảnh báo hoặc khuyến cáo, tư vấn đối với những SV không hoàn thành kế hoạch học tập đúng hạn [H8.08.03.16]. Đồng thời, Học viện ban hành quy định về việc cấp và sử dụng hộp thư

điện từ (email) của sinh viên theo Quyết định số 1103/QĐ-HV ngày 06/12/2019 [H8.08.03.17] để có thể gửi các thông báo cảnh báo kết quả học tập của SV kịp thời theo đúng Quy chế đào tạo.

Thực hiện nhiệm vụ của CVHT theo quy định của Học viện, hàng tháng, cố vấn học tập phải họp với các lớp SV để nắm bắt tình hình học tập, rèn luyện của SV và kịp thời giám sát, nhắc nhở. Kết quả các cuộc họp lớp đều được gửi về Phòng Chính trị & Công tác SV để phối hợp với Bộ môn Marketing giám sát sự tiến bộ trong học tập, rèn luyện của SV [H8.08.03.18]. Căn cứ kết quả học tập và rèn luyện của SV, phòng Chính trị & Công tác SV phối hợp với đội ngũ CVHT và Bộ môn Marketing liên hệ với SV và gia đình nhằm giúp SV tập trung học tập, cải thiện kết quả học tập.

Kết quả rèn luyện hàng năm được Học viện tổ chức đánh giá công khai tại các lớp, hầu hết các SV ngành Marketing đều có kết quả rèn luyện loại tốt, xuất sắc tuy nhiên vẫn còn một tỷ lệ nhỏ SV ngành Marketing có kết quả rèn luyện ở mức yếu kém, tập trung chủ yếu ở cơ sở Hà Nội (Năm học 2017-2018: 6,4%; năm học 2018-2019: 3,7%; năm học 2019-2020: 4,3%; năm học 2020-2021: 7,6%; năm học 2021-2022: 2,3%) [H8.08.03.19].

Kết thúc mỗi học kỳ, căn cứ cơ sở dữ liệu kết quả học tập trên phần mềm quản lý đào tạo, Học viện theo dõi và nắm bắt được tình hình học tập của SV. Đây là cơ sở dữ liệu quan trọng để phòng Giáo vụ, phòng Chính trị & Công tác SV và Bộ môn Marketing theo dõi, đánh giá sự tiến bộ trong học tập, rèn luyện và tỷ lệ chậm tiến độ, thôi học của SV ngành Marketing.

2. Điểm mạnh

Học viện có phần mềm quản lý đào tạo được phân quyền cho các đơn vị chức năng liên quan chủ động quản lý, giám sát và theo dõi sự tiến bộ của NH trong học tập và rèn luyện, cũng như theo dõi tỉ lệ chậm tiến độ và thôi học.

3. Điểm tồn tại

Sau quá trình triển khai, phần mềm quản lý đào tạo chưa tính năng cảnh báo học vụ tự động khi người học thuộc trường hợp bị cảnh báo học vụ, việc nhắc nhở vẫn do CVHT và Khoa TCKT tư vấn trực tiếp cho từng SV.

4. Kế hoạch hành động

Quý I năm 2024, Phòng Giáo vụ phối hợp với Phòng Tài chính - Kế toán làm việc với đơn vị cung cấp phần mềm để bổ sung tính năng tự động đưa ra cảnh báo cho các SV thuộc diện bị cảnh báo học vụ.

5. *Tự đánh giá:* Mức đạt được của tiêu chí: 5/7.

Tiêu chí 8.4: Có các hoạt động tư vấn học tập, hoạt động ngoại khóa, hoạt động thi đua và các dịch vụ hỗ trợ khác để giúp cải thiện việc học tập và khả năng có việc làm của người học.

1. *Mô tả hiện trạng*

Học viện giao nhiệm vụ cho các đơn vị chịu trách nhiệm tư vấn học tập, hoạt động ngoại khóa, hoạt động thi đua và các dịch vụ hỗ trợ khác đối với người học. Phòng CT&CTSV tại cơ sở đào tạo ở Hà Nội và phòng Công tác SV Cơ sở Học viện tại Thành phố HCM [H8.08.03.03] (sau đây được gọi chung là phòng CT&CTSV) được giao nhiệm vụ chủ trì và phối hợp với các đơn vị trong công tác tổ chức các hoạt động tư vấn học tập, hoạt động ngoại khóa, hoạt động thi đua và các dịch vụ hỗ trợ khác để giúp cải thiện việc học tập và khả năng có việc làm cho người học, Cụ thể:

- Thực hiện các chế độ, chính sách có liên quan đối với SV

+ Phòng CT&CTSV phối hợp với phòng Giáo vụ, phòng Tài chính - Kế toán để tổ chức thực hiện các chế độ, chính sách có liên quan đối với SV về học bổng hỗ trợ của các tổ chức, doanh nghiệp (nguồn kinh phí không phải Quỹ học bổng khuyến khích học tập được Học viện trích lập); học phí; khen thưởng, kỷ luật, trợ cấp xã hội; bảo hiểm; tin dụng đào tạo và các chế độ ưu tiên, hỗ trợ cho SV tàn tật, khuyết tật, SV diện chính sách, SV gặp hoàn cảnh khó khăn theo quy định và phân cấp của Học viện. Hằng năm, Phòng CT&CTSV đã phối hợp với Khoa xét cấp học bổng và trợ cấp miễn giảm học phí cho sinh viên. Giai đoạn 2018 – 2022, có 374 lượt SV ngành Marketing được miễn giảm 1482,006 triệu đồng học phí; có 775 lượt SV ngành Marketing được nhận 4456 triệu đồng học bổng... Đặc biệt, năm 2020 và 2021, Học viện trích khoảng 6 tỷ đồng từ Quỹ hỗ trợ SV để hỗ trợ đột xuất cho 12.000 SV của Học viện gặp khó khăn do Covid, lũ lụt, hỗ trợ cước dữ liệu Internet cho SV trong năm 2020, hỗ trợ khó khăn cho SV ở Ký túc xá và SV kẹt lại Hà Nội trong thời gian giãn cách dịch bệnh Covid-19 năm 2021.

+ Học viện có chính sách học bổng đãi ngộ cho SV ngoài học bổng khuyến khích học tập, Học bổng miễn giảm học phí cho các đối tượng chính sách xã hội của Nhà nước được Nhà nước cấp bù kinh phí. Tuy nhiên là trường đại học tự chủ tài chính, Học viện trích từ nguồn thu học phí cho Quỹ hỗ trợ SV để cấp bù thêm cho SV phần chênh lệch giữa học phí theo quy định của Nhà nước dành cho các trường đại học công lập chưa tự

chủ và mức học phí của các trường đại học tự chủ tài chính. Chi tiết tại Bảng 8.1, *Phụ lục 02* về mức kinh phí cấp bù hàng năm năm.

+ Học viện cũng kêu gọi từ các nguồn học bổng hỗ trợ từ các doanh nghiệp như Ngân hàng Nông nghiệp Việt Nam Agribank, Ngân hàng Đầu tư phát triển BIDV, công ty Nastech, ... dành cho SV có hoàn cảnh khó khăn và trích từ quỹ hỗ trợ SV để trợ cấp khó khăn cho SV các dịp khai giảng năm học mới hoặc Tết nguyên đán [H8.08.04.01]. Đặc biệt trong năm 2020 và 2021, Học viện trích 6 tỷ đồng từ Quỹ hỗ trợ SV để hỗ trợ khó khăn đột xuất cho 12.000 SV Học viện gặp khó khăn do Covid, lũ lụt, hỗ trợ cước dữ liệu Internet cho SV trong năm 2020, hỗ trợ khó khăn cho SV ở Ký túc xá trong thời gian giãn cách dịch bệnh Covid-19 năm 2021 [H8.08.04.02]. Thực hiện các quy định về công tác học sinh, sinh viên của Bộ GD&ĐT, Học viện cũng hỗ trợ các thủ tục hành chính cho các SV có nhu cầu đủ điều kiện, thuận lợi trong việc vay vốn ngân hàng phục vụ việc học tập.

+ Bên cạnh đó, Học viện cũng tiếp tục tăng cường huy động các học bổng từ doanh nghiệp dành cho các SV có kết quả học tập, nghiên cứu xuất sắc như học bổng Honda, học bổng Panasonic, ... [H8.08.04.03].

- Công tác cố vấn học tập:

+ Phòng CT&CTSV phối hợp với Bộ môn Marketing, đơn vị chức năng trong việc bố trí cố vấn học tập cho các lớp SV. Căn cứ Quy định về công tác Cố vấn học tập [H8.08.03.06], Bộ môn Marketing đề xuất danh sách CVHT trong từng năm học gửi Phòng CT&CTSV để tổng hợp, trình Giám đốc Học viện ký Quyết định phân công nhiệm vụ CVHT cho GV Bộ môn Marketing [H8.08.03.07]. Hàng năm Học viện cử khoảng 70-80 cán bộ, GV từ các đơn vị phòng ban chức năng và Bộ môn Marketing làm cố vấn học tập cho các lớp SV ngành Marketing từ năm thứ 1 đến năm thứ 5 (đội ngũ Cố vấn học tập sẽ có sự thay đổi ở thời điểm năm thứ 3 khi các lớp được tách theo chuyên ngành đào tạo).

+ Học viện tổ chức khóa bồi dưỡng kỹ năng nắm bắt tâm lý học đường dành cho CVHT của Học [H8.08.04.04].

- Các hoạt động ngoại khóa và tổ chức các phong trào thi đua trong SV:

Phòng CT&CTSV phối hợp với Đoàn thanh niên Học viện và các đơn vị có liên quan tổ chức các hoạt động phong trào: văn hóa văn nghệ, thể dục thể thao, hoạt động tình nguyện, PVCD, giao lưu và các hình thức khuyến khích học tập khác; theo dõi công

tác phát triển Đảng trong SV; quản lý các đội, nhóm, câu lạc bộ và Diễn đàn SV để tạo điều kiện cho người học có môi trường học tập, rèn luyện, phấn đấu. Hàng năm, căn cứ vào Kế hoạch tổng thể của Học viện, phòng CT&CTSV xây dựng kế hoạch các hoạt động liên quan đến chức năng nhiệm vụ của đơn vị, theo đó các hoạt động liên quan đến hoạt động ngoại khóa, hoạt động hỗ trợ học tập SV như các cuộc thi chuyên môn, nói chuyện chuyên đề, lấy ý kiến người học được lên kế hoạch khung từ đầu năm, có sự phân công trách nhiệm chủ trì/phối hợp và kèm dự toán kinh phí [H8.08.04.05].

Học viện đã tổ chức cho sinh viên học tập ngoại khóa, tạo lập môi trường phù hợp để rèn luyện tính năng động, tính thích nghi, tự tin...thông qua việc tổ chức các buổi tọa đàm, hội thảo về kỹ năng sống, thực hành xã hội, nâng cao thể chất, đời sống văn hóa tinh thần; chương trình đồng hành cùng thanh niên trong học tập, NCKH; ... được thể hiện thông qua báo cáo tổng kết công tác năm của Phòng CT&CTSV [H8.08.04.06].

- Hoạt động Đoàn TN Học viện

Đoàn TN Học viện luôn chú trọng tạo lập một môi trường rèn luyện và học tập cho SV nuôi dưỡng và phát triển tiềm năng, quan tâm phát triển các năng lực khác, thông qua hoạt động của các câu lạc bộ SV, các thể hệ SV Học viện luôn giữ được truyền thống năng động, sáng tạo, giỏi ngoại ngữ, có kỹ năng làm việc nhóm, kỹ năng tổ chức tốt như:

Hàng năm Học viện đã tổ chức các hoạt động tư vấn tuyển sinh và hướng nghiệp trực tiếp, trực tuyến cho các em học sinh cuối cấp tại các trường trung học phổ thông trên địa bàn các tỉnh, thành phố: Hà Nội, Thanh hóa, Nam định, Nghệ an, Hải Phòng..., với khoảng trên 25.000 lượt SV tham gia sự kiện mỗi năm.

Chương trình hiến máu nhân đạo được tổ chức định kỳ 02-03 lần/năm, thu hút hơn 3200 lượt tham gia của sinh viên. Học viện đã đóng góp hơn 2700 đơn vị máu (giai đoạn 2017-2021).

Cuộc thi Tiếng hát sinh viên Học viện (Kế hoạch số 16/KH-ĐTN ngày 18/10/2018; Kế hoạch số 26/KH-ĐTN ngày 19/11/2020); tổ chức Hội trại “Nhiệt Xanh PTIT 2018” kỷ niệm 65 năm ngày thành lập trường Bưu điện (1953-2018) (Kế hoạch số 07 KH/ĐTNHV ngày 15/03/2018); Giải bóng đá sinh viên (Kế hoạch số 06 KH/ĐTN ngày 13/03/2018).

Những hoạt động của Đoàn TN được thể hiện cụ thể tại Báo cáo tổng kết công tác năm của Đoàn Thanh niên Học viện [H8.08.04.07]. Trong giai đoạn 2017 - 2022, Học

Viện đã có nhiều thành tích về hoạt động kết nối và phục vụ cộng đồng, cụ thể: Năm 2019: Đoàn Thanh niên Học viện đã vinh dự được tuyên dương tập thể có thành tích xuất sắc trong công tác hiến máu tình nguyện năm 2019 của Đoàn Khối các cơ quan Trung ương, và 02 cá nhân được tuyên dương có thành tích xuất sắc trong công tác hiến máu tình nguyện năm 2019. Năm 2022 Đoàn Thanh niên Học viện đã được BCH Đoàn khối các cơ quan Trung ương tặng bằng khen vì đã có thành tích xuất sắc trong triển khai cuộc thi Olympic tiếng anh học sinh, sinh viên toàn quốc lần thứ IV năm 2022, Năm học 2018-2019 ĐTN Học viện cơ sở đã được BCH TW ĐTN CS HCM tặng Bằng khen đã có thành tích xuất sắc trong công tác đoàn và phong trào thanh niên trường học.

- Công tác NCKH sinh viên

Hàng năm, Phòng QLKH và HTQT đều có kế hoạch triển khai, tổ chức các hoạt động nghiên cứu khoa học cho CBGV, NV, SV của Học viện. Học viện tổ chức Hội nghị khoa học SV hàng năm và tổ chức cho SV đăng ký tham gia giải thưởng SV NCKH các cấp được cụ thể tại danh mục đề tài NCKH của SV từ 2017-2021; Kỳ yếu hội nghị NCKH hàng năm các giải thưởng SV NCKH hàng năm [H8.08.04.08].

Học Viện đã ký biên bản thỏa thuận hợp tác và ghi nhớ với các trường học khác trên thế giới. Cụ thể hợp tác với trường đại học Gunma Nhật Bản; đại học Latrobe Australia, đại học Huddersfield của Vương Quốc Anh... để tạo điều kiện cho SV có cơ hội thăm quan, giao lưu và trao đổi SV [H8.08.04.09].

Trong quá trình học tập, SV được khuyến khích tham gia các hội, nhóm, câu lạc bộ [H8.08.04.10] nghiên cứu khoa học, tham gia các cuộc thi chuyên môn, học thuật bổ ích thiết thực cho SV, đặc biệt khuyến khích SV tham gia các cuộc thi khởi nghiệp của sinh viên do Bộ GD&ĐT tổ chức [H8.08.04.11].

Tại cơ sở ở Hà Nội, Học viện đã thành lập Văn phòng Giao dịch một cửa do Phòng Chính trị và Công tác SV quản lý về hành chính và các phòng ban chức năng quản lý về chuyên môn, bố trí cán bộ làm việc tạo bộ phận một cửa để tiếp, tư vấn giải đáp thắc mắc, cũng như cung cấp các dịch vụ hành chính cho SV [H8.08.04.12].

Đoàn TN Học viện chủ động tổ chức Đội cờ đỏ Sinh viên Học viện hàng năm để quản lý giờ lên lớp của SV tại các giảng đường [H8.08.04.13].

Vào đầu học kỳ thứ 2 của mỗi khóa học, phòng Giáo vụ sẽ có buổi tập chung SV trên hội trường (khoảng 200-250 SV ngành Marketing cho mỗi khóa học) để hướng dẫn SV cách thức đăng ký học phần theo tín chỉ bằng hình thức online trên hệ thống của Học

viện. Đến thời điểm các lớp chuẩn bị tách chuyên ngành đào tạo, các SV lại được thông báo, hướng dẫn từ Bộ môn Marketing, phòng Giáo vụ để việc lựa chọn chuyên ngành đào tạo để phù hợp với bản thân mỗi SV. Năm thứ 4 của khóa học các SV sẽ được tư vấn và hỗ trợ liên hệ các công ty, đơn vị phù hợp để đi thực tập cuối khóa [H8.08.04.14].

- Cử sinh viên đi thực tế, thực tập tại doanh nghiệp: Giai đoạn 2017- 2021, Học viện ký kết 38 biên bản thỏa thuận, hợp tác với các đối tác trong nước như: Tập đoàn Vingroup, Tập đoàn Công nghệ Viễn thông quân đội Viettel, Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam, Công ty phần mềm F-Soft của Tập đoàn FPT, Tổng công ty Viễn thông Mobifone, Công ty Cổ phần phát triển công nghệ VINTECH, Công ty Cổ phần viễn thông FPT... [H8.08.04.15] để hợp tác NCKH, chuyển giao công nghệ, hỗ trợ sinh viên đến thực tập tham quan, kiến tập, trao học bổng và tuyển dụng sinh viên khi có điều kiện. Đồng thời, để tạo môi trường học tập đa dạng, gắn lý thuyết với thực hành Học viện đã liên kết với các công ty, doanh nghiệp tổ chức cho đi thực tập, thực tế, thể hiện tại báo cáo các hoạt động hợp tác, kết nối doanh nghiệp giai đoạn 2016-2020 [H8.08.04.16]. Bộ môn Marketing cũng tham gia vào quá trình hỗ trợ SV tìm kiếm việc làm bằng cách giới thiệu SV thực tập, tập sự tại các công ty, doanh nghiệp đối tác, ...

- Hoạt động tư vấn, hỗ trợ việc làm cho sinh viên:

Phòng CT&CTSV của 2 cơ sở đào tạo trong Học viện là các đơn vị chuyên trách, thực hiện nhiệm vụ tư vấn và hỗ trợ SV tìm kiếm việc làm. Phòng bố trí các cán bộ chuyên trách có kinh nghiệm và tâm huyết để giúp đỡ tư vấn việc làm cho SV và được quy định cụ thể tại Bản mô tả công việc của chuyên viên phụ trách công tác SV - mục số 4 “tư vấn hỗ trợ SV” [H8.08.04.17].

Học viện xây dựng Website kết nối các doanh nghiệp để hỗ trợ cho SV trong việc tìm kiếm việc làm phù hợp. Bên cạnh đó, Học viện thường xuyên phối hợp và hỗ trợ các doanh nghiệp khi được đề xuất để tổ chức các buổi kiến tập tại doanh nghiệp, các buổi tập huấn kỹ năng viết CV, kỹ năng phỏng vấn dành cho SV để trang bị hành trang cho SV khi bắt đầu tìm việc (các Website, đường link đăng thông tin tuyển dụng của Học viện cho doanh nghiệp: <https://portal.ptit.edu.vn/thong-tin-tuyen-dung/>, đường link kết nối doanh nghiệp với Học viện tại địa chỉ link <https://www.topcv.vn/jobfair/ptit,...>) [H8.08.04.18].

Từ năm 2015 - 2018, Học viện triển khai dự án “Tăng cường cơ hội tiếp cận thị trường lao động cho SV Việt Nam” (gọi tắt là dự án VOYAGE”). Theo đó, Dự án

Voyage cung cấp cho SV của 3 trường Đại học tại Việt Nam, trong đó có Học viện hệ thống khảo sát SV nhằm: (1) Tạo CV trực tuyến và giúp các doanh nghiệp lựa chọn ứng viên, đánh giá và tuyển dụng nhân sự chất lượng cao trong cơ sở dữ liệu SV và cựu SV của các trường Đại học tại Việt Nam; (2) Đánh giá chất lượng đào tạo của Học viện sau khi kết thúc khóa học (đây cũng là yêu cầu bắt buộc của Bộ Giáo dục và Đào tạo đối với các trường Đại học); (3) Tiếp cận các cơ hội việc làm được các doanh nghiệp đăng tải thông tin tuyển dụng trên hệ thống [H8.08.04.19].

Năm 2020, Học viện tổ chức Hội nghị bàn tròn với các doanh nghiệp tuyển dụng lao động [H8.08.04.20], thông qua hội nghị, có rất nhiều nội dung được đưa ra thảo luận để đưa tới một kết quả tốt nhất có lợi ích nhất cho SV. Phát huy kết quả này, trong những năm tới, Phòng CT&CTSV sẽ là đầu mối, phối hợp với các doanh nghiệp tổ chức nhiều buổi hội thảo tuyển dụng, buổi đào tạo trang bị kỹ năng mềm dành cho SV sắp tốt nghiệp.

Học viện luôn quan tâm đến các hoạt động tư vấn hướng nghiệp cho SV, nhằm hỗ trợ kỹ năng nghề nghiệp, các kỹ năng mềm để phục vụ cho việc đáp ứng nhu cầu tìm việc làm phù hợp sau khi ra trường. Học viện thường xuyên liên kết, phối hợp với các doanh nghiệp tuyển dụng lao động là SV của Học viện cung cấp thông tin tuyển dụng trên website và fanpage của Học viện và của Bộ môn Marketing. Một năm 02 lần (thường vào tháng 4 và tháng 11), Học viện có tổ chức Ngày hội tuyển dụng và cơ hội việc làm PTTT tại cơ sở đào tạo Hà Đông, trong những dịp này Học viện có mời nhiều công ty, doanh nghiệp (Công ty VNPT, Mobifone, Samsung Việt Nam, FPT, Viettel,...) có nhu cầu tuyển dụng lao động cùng tham gia giới thiệu với SV về nhu cầu tuyển dụng các vị trí lao động, các yêu cầu cần có khi làm việc tại doanh nghiệp, định hướng nghề nghiệp cho SV từ những năm còn ngồi trên ghế nhà trường [H8.08.04.21]. Ngoài 2 đợt tổ chức Ngày hội tuyển dụng hàng năm, còn có các buổi hội thảo của từng doanh nghiệp cụ thể như: Hội thảo tuyển dụng Samsung; Hội thảo tuyển dụng Luvina; Hội thảo tuyển dụng Sun Asterisk, ...; tổ chức các khóa học tăng cường kỹ năng thực hành, kiến thức thực tế, kỹ năng mềm và kỹ năng giao tiếp trong phỏng vấn xin việc; tổ chức mời một số đại diện cơ quan tuyển dụng lao động đến giao lưu giới thiệu nhu cầu tuyển dụng cũng như yêu cầu năng lực và kỹ năng nghề nghiệp của ứng viên ...

Bộ môn Marketing cũng có quan hệ chặt chẽ với nhiều doanh nghiệp để liên hệ cử SV thực tập, tổ chức các buổi tọa đàm về chuyên môn và nghề nghiệp cho SV năm thứ 3

và thứ 4; phối hợp với các doanh nghiệp trong công tác tuyển dụng nhân sự [H8.08.04.22].

Kết quả khen thưởng SV ngành Marketing giai đoạn 2017-2021: số SV khen thưởng trong các cuộc thi và khen thưởng học tập loại xuất sắc, giỏi là 263 lượt SV, cụ thể tại Bảng 8.3. *Phụ lục 02* về Kết quả khen thưởng SV ngành Marketing giai đoạn 2017-2022.

Với những hoạt động kể trên, tỷ lệ có việc làm sau 6-12 tháng của SV ngành Marketing qua khảo sát việc làm của SV đã tốt nghiệp những năm vừa qua cụ thể tại Bảng 8.4, *Phụ lục 02* về tỷ lệ có việc làm sau 6-12 tháng của SV ngành Marketing [H8.08.04.23].

Đánh giá chất lượng đào tạo của Học viện sau khi kết thúc khóa học (đây cũng là yêu cầu bắt buộc của Bộ Giáo dục và Đào tạo đối với các trường đại học); Nội dung đánh giá chất lượng đào tạo của Học viện cũng đã được nhóm nghiên cứu của Học viện tổng hợp. Cụ thể, 91% SV được hỏi đã đánh giá mức độ “hoàn toàn đồng ý” và sự hỗ trợ của Học viện trong quá trình thực tập của SV. Số liệu cụ thể theo biểu đồ tại Hình 8.1, *Phụ lục 02* về Đánh giá sự hài lòng của SV đối với hoạt động thực tập và Hình 8.2, *Phụ lục 02* về đánh giá mức độ hài lòng của SV về sự hỗ trợ của các đối tượng liên quan.

Trong các năm từ 2019-2022, Phòng CT&CTSV đã tổ chức khảo sát sinh viên về chất lượng, hiệu quả các hoạt động tư vấn, hỗ trợ tìm kiếm việc làm và tổng hợp Báo cáo kết quả khảo sát cho thấy mức độ hài lòng của NH được khảo sát các năm 2019, 2020, 2021 và 2022 có giá trị tương ứng là: 91,92%; 88,0%; 89,0%; 92,4%. Với nội dung “Những thông tin thu được từ các hoạt động hỗ trợ, hướng nghiệp, hội chợ, tư vấn việc làm có đáp ứng mong muốn của bạn” tỷ lệ “Hài lòng” và “Rất hài lòng” NH cuối khóa ngành Marketing được khảo sát các năm 2019, 2021, 2022 có các giá trị tương ứng: 75,55%, 75,28%; 75,00% [H8.08.04.24]. Tuy nhiên, kết quả khảo sát SV cho thấy vẫn còn tỷ lệ 5,3 % SV chưa thật sự hài lòng với hoạt động hỗ trợ của Học viện.

2. Điểm mạnh

Học viện đã có bộ phận chuyên trách (Phòng CT&CTSV) và các đơn vị phối hợp (Đoàn Thanh niên HV, các khoa đào tạo) đảm nhận nhiệm vụ tư vấn, hỗ trợ việc làm cho SV, tổ chức các hoạt động ngoại khóa, phát triển kỹ năng cho SV. Tỷ lệ SV hài lòng về công tác hỗ trợ thực tập, việc làm ở mức cao đạt trên 90%.

3. Điểm tồn tại

Kết quả khảo sát SV cho thấy vẫn còn tỷ lệ 5,3 % SV chưa thật sự hài lòng với hoạt động hỗ trợ của Học viện.

4. Kế hoạch hành động

Năm học 2023 - 2024, phòng CT&CTSV lập kế hoạch tổ chức khóa tập huấn kỹ năng tư vấn hỗ trợ SV trong môi trường chuyển đổi số cho cán bộ quản lý, phục vụ để nâng cao chất lượng công tác hỗ trợ SV.

5. Tự đánh giá: Mức đạt được của tiêu chí: 5/7.

Tiêu chí 8.5: Môi trường tâm lý, xã hội và cảnh quan tạo thuận lợi cho hoạt động đào tạo, nghiên cứu và sự thoải mái cho cá nhân người học.

1. Mô tả hiện trạng

Học viện ban hành Nội quy lao động để CBVCNLD thực hiện theo đúng quy định của Ngành giáo dục [H7.07.05.01] và Quy chế làm việc của Học viện Công nghệ Bưu chính viễn thông theo quyết định số 1248/QĐ-HV ngày 31/12/2015 [H7.07.05.02]. Các văn bản này quy định việc chấp hành nội quy lao động và thời gian làm việc của CBVCNLD, trong đó quy định thực hiện giờ làm việc đối với cán bộ, viên chức khối hành chính, cụ thể thời gian làm việc từ 08h00-17h00 các ngày từ thứ hai đến thứ sáu hàng tuần và gửi tới toàn thể CBVC tại các đơn vị được biết và thực hiện.

Hội đồng Học viện ban hành Quy chế thực hiện dân chủ trong hoạt động của Học viện theo Nghị quyết số 30/NQ-HĐHV ngày 4/8/2021 của Hội đồng Học viện [H7.07.05.05], với mục đích phát huy quyền dân chủ của VCNLD, NH và tăng cường nề nếp, kỷ cương, kỷ luật trong hoạt động của Học viện góp phần xây dựng môi trường giáo dục, thân thiện, lành mạnh, phòng chống các hành vi tiêu cực trong đào tạo; Nghị Quyết số 35/NQ-HĐHV ngày 26/10/2021 ban hành Quy chế giám sát của Hội đồng Học viện [H8.08.05.01], theo đó, HĐHV sẽ giám sát toàn diện các hoạt động của Học viện để đảm bảo tính khách quan, công khai, minh bạch và hỗ trợ các hoạt động của Học viện tuân thủ theo đúng quy định của Pháp luật.

Các giảng đường đều có treo Nội quy giảng đường để SV thực hiện giờ lên lớp và chấp hành nội quy học tập theo quy định [H8.08.05.02]. Ký túc xá của SV có nội quy Ký túc xá được treo tại các địa điểm thuận lợi để SV đều nhận biết thực hiện nội quy nhằm đảm bảo nếp sống văn minh, trật tự và an toàn trong ký túc xá. Các Ký túc xá của Học viện (KTX B5, B1, B2 và Quận 9, Tp. HCM có bản nội quy treo ở sảnh các tầng [H8.08.05.03]. Để đảm bảo an toàn, an ninh trật tự trong khu vực giảng đường, bên cạnh

việc treo các quy định, nội quy học đường tạo nên trật tự, kỷ cương trong môi trường học đường. Học viện đã bố trí SV thuộc đội cờ đỏ kiểm tra thẻ SV, kiểm soát ra vào khu vực giảng đường; lắp camera theo dõi ở các khu vực hành lang lớp học [H8.08.04.13].

Giai đoạn 2017-2022, Học viện tổ chức nhiều hoạt động tạo môi trường tâm lý, xã hội thoải mái cho sinh viên, cụ thể:

- Chi bộ Phòng CT&CTSV tổ chức các chuyên đề học tập và làm theo tấm gương đạo đức Hồ Chí Minh: Năm 2018 tổ chức cho các đảng viên đi thăm khu di tích lịch sử K9; Năm 2019 đi về Ninh Bình; năm 2020 viếng Lăng Hồ Chủ Tịch; năm 2021 do dịch Covid 19 nên không tổ chức được việc tham quan các di tích lịch sử, nhưng vẫn tổ chức được các buổi họp chuyên đề [H8.08.05.04].

Đoàn Thanh niên Cộng sản Hồ Chí Minh (Đoàn TN) Học viện định kỳ tổ chức ngày Chủ nhật xanh tại ký túc xá và khuôn viên Học viện để chỉnh trang và tạo lập môi trường sống lành mạnh cho SV; các hoạt động tình nguyện giữ gìn vệ sinh cảnh quan môi trường trong, dọn dẹp vệ sinh khuôn viên Học viện, quét vôi gốc cây. Năm 2019, Phòng Chính trị và Công tác SV đã phối hợp Đoàn thanh niên tổ chức cuộc thi “PTIT- Ký túc xá của tôi 2019” [H8.08.05.05] và tổ chức các chương trình tuyên truyền tư vấn về giới tính, sức khỏe sinh sản cho SV các trường Đại học, cao đẳng, tổ chức lớp tập huấn về kiến thức kỹ năng và mô hình thực hành lối sống xanh cho SV, tổ chức triển lãm Bảo vệ Động vật hoang dã, ...; các hoạt động giải trí lành mạnh khác để tạo tâm lý và không khí thoải mái cho SV: vào các ngày lễ kỷ niệm lớn trong năm như 20/11; 8/3... Phòng Chính trị và Công tác SV phối hợp với Đoàn thanh niên Học viện tổ chức các hoạt động vui chơi văn nghệ thể thao, thi ảnh trong SV Học viện [H8.08.05.06].

Tại Báo cáo tổng kết chương trình công tác hàng năm của Đoàn TN Học viện cho thấy trong giai đoạn 2017-2022 [H8.08.05.07], Đoàn TN Học viện tổ chức nhiều hoạt động PVCD như: tình nguyện “Tiếp sức mùa thi” với gần 380 sinh viên tham gia hướng dẫn thí sinh đến địa điểm thi, hỗ trợ giữ đồ cho thí sinh khi vào thi; chương trình hiến máu nhân đạo được tổ chức định kỳ 02-03 lần/năm, thu hút hơn 3200 lượt tham gia của sinh viên, CB, GV, và NV. Học viện đã đóng góp hơn 2700 đơn vị máu trong giai đoạn 2017-2021; Chương trình “Mùa hè xanh” hằng năm với các hoạt động như sửa đường, tổ chức dạy học, gây quỹ từ thiện, dọn vệ sinh môi trường, với hơn 625 lượt sinh viên tham gia giai đoạn 2017-2021; Chương trình “Thấp lều ngày đông” thu hút số lượng sinh viên

tham gia hằng năm, khoảng hơn gần 380 SV trong giai đoạn 2017-2021 và nhiều hoạt động khác tại môi trường tâm lý, xã hội, cảnh quan thoải mái cho SV Học viện.

Vào các ngày lễ lớn trong năm như 20/11; 8/3; 20/10 Công Đoàn Học viện thường tổ chức các hoạt động vui chơi như biểu diễn văn nghệ, thi kéo co, thi cắm hoa, ... giữa các đơn vị để tạo không khí và tâm lý thoải mái cho CB, GV và nhân viên [H8.08.05.08].

Khuôn viên Học viện được cải tạo và trồng nhiều cây xanh tạo bóng mát trong điều kiện cho phép cũng như bố trí nhiều ghế đá để SV, khách đến liên hệ công tác nghỉ ngơi. Bên cạnh đó, Học viện cũng đã có dự án đầu tư cải tạo sân bóng chuyên, xây dựng mới sân bóng đá mini, sửa chữa nhà ăn, đầu tư trang thiết bị phục vụ giảng dạy học tập để SV có thể tham gia các hoạt động thể dục thể thao sau những giờ học tập căng thẳng [H8.08.05.09].

Để có được cảnh quan sư phạm sạch sẽ, đảm bảo vệ sinh, an toàn, tạo sự thuận lợi cho tất cả các đối tượng làm việc và học tập tại Học viện, Học viện đã và đang thực tốt những nội dung cụ thể sau:

- Học viện giao cho văn phòng, Trung tâm Dịch vụ và Trung tâm cơ sở vật chất và dịch vụ CSHV tại Tp. HCM phối hợp quản lý và khai thác có hiệu quả cơ sở vật chất phục vụ công tác đào tạo, NCKH [H8.08.05.10].

- Học viện có sơ đồ bố trí mặt bằng tổng thể: bố trí phòng làm việc của Hội đồng, Ban giám đốc Học viện; bố trí khu hiệu bộ, giảng đường, các phòng/khoa, hội trường, thư viện, khu thực hành, thực tập, ký túc xá để hướng dẫn sinh viên liên hệ làm việc và học tập tại Học viện và khách đến liên hệ công tác [H8.08.05.11]. Học viện cũng dành riêng một khu vực ngay cạnh công ra bố trí Trung tâm giao dịch một cửa để tiếp nhận yêu cầu về hành chính, tư vấn giải đáp các thắc mắc của SV. Khu vực này được bố trí khoa học để SV dễ dàng tiếp cận thông tin cần tư vấn trong quá trình học tập tại Học viện [H8.08.04.12].

- Để đảm bảo cảnh quan sư phạm sạch sẽ, an ninh, an toàn, Học viện đã thuê công ty dịch vụ bảo vệ, vệ sinh đảm bảo điều kiện vệ sinh và an ninh trong khuôn viên Học viện [H8.08.05.12]. Bộ phận Bảo vệ có nhiệm vụ trực 24/24 bảo vệ an ninh trật tự, an toàn về tính mạng và tài sản của Học viện, của CB, GV, NV và của SV. Lực lượng bảo vệ của Học viện được đầu tư đầy đủ quần áo đồng phục, các phương tiện làm việc. Học viện đã lắp đặt hệ thống Camera giám sát tại cổng và các khu vực trọng yếu trong Học viện 24/24; phối hợp với chính quyền và lực lượng an ninh địa phương tăng cường công

tác an ninh trật tự, ngăn chặn các hành vi vi phạm pháp luật, phòng chống các tệ nạn xảy ra trong khu vực Học viện.

- Tại Cơ sở Hà Nội có bộ phận chăm sóc cây cỏ, vệ sinh môi trường trực thuộc Trung tâm Dịch vụ gồm 20 người có nhiệm vụ quản lý, vệ sinh hệ thống phòng học, giảng đường, khu vệ sinh và các tài sản trang thiết bị đi kèm, đảm bảo cảnh quan môi trường xanh, sạch, đẹp trong toàn bộ khuôn viên Học viện. Cơ sở Thành phố Hồ Chí Minh ký hợp đồng với đơn vị bên ngoài để thực hiện nhiệm vụ bảo vệ và làm vệ sinh các khu vực của Học viện [H8.08.05.13].

- Công tác phòng chống cháy nổ, an toàn học đường luôn được Học viện quan tâm. Để đảm bảo công tác phòng chống cháy nổ, hàng năm Học viện đã cử cán bộ đi tập huấn công tác này, hệ thống phòng chống cháy nổ được đặt đúng vị trí theo yêu cầu và Học viện thường xuyên phối hợp với các cơ quan chức năng sở tại, công an Phường, thành phố để bảo vệ không để xảy ra các hiện tượng cháy nổ trong giai đoạn 2017-2022 [H8.08.05.14].

- Học viện bố trí Trạm Y tế tại Ký túc xá SV B1, giúp cho việc chăm sóc sức khỏe cho SV và cán bộ của Học viện kịp thời, nhất là trong mùa dịch Covid-19 [H8.08.05.15]. Qua Báo cáo kiểm tra công tác Y tế Trường học hàng năm cho thấy công tác y tế học đường đảm bảo yêu cầu phòng chống dịch bệnh.

Để có thông tin phản hồi về thực trạng môi trường tâm lý, xã hội và cảnh quan của Học viện, hàng năm các đơn vị tổ chức khảo sát ý kiến NH và các bên liên quan về môi trường tâm lý, xã hội và cảnh quan trong học viện, cụ thể:

- Trung tâm KT&ĐBCLGD đã tổ chức khảo sát ý kiến phản hồi của người học về điều kiện cơ sở vật chất phục vụ người học hàng năm [H8.08.05.16]. Kết quả khảo sát tại 2 cơ sở đào tạo cho thấy SV khá hài lòng với nội dung về công tác vệ sinh môi trường, giáo dục thể chất, Ký túc xá, căng tin. Với nội dung “Công tác vệ sinh môi trường, giáo dục thể chất, nhà ăn, ký túc xá đáp ứng cơ bản yêu cầu của người học” mức độ hài lòng của SV được khảo sát các năm 2019, 2020, 2021 và 2022 có giá trị tương ứng là: 92,5%; 83,1%; 85,5%; 88,24%.

- Phòng CT&CTSV thực hiện khảo sát chất lượng dịch vụ tại văn phòng giao dịch một cửa qua hệ thống khảo sát trực tuyến để SV đánh giá về chất lượng dịch vụ tại văn phòng một cửa, tác phong, thái độ của từng cán bộ tiếp nhận hồ sơ và tư vấn cho SV [H8.08.05.17]. Báo cáo kết quả khảo sát Kết quả khảo sát cho thấy ý kiến đồng ý và hoàn toàn đồng ý với

tiêu chí như: thư viện đáp ứng nhu cầu về cơ sở vật chất, phòng đọc và các trang thiết bị phục vụ cho việc tra cứu tài liệu có tỷ lệ 96,7%; về điều kiện an ninh của ký túc xá đảm bảo an toàn có tỷ lệ 93% ; về số thuốc được cung cấp sau khi khám/sơ khám đáp ứng điều trị bệnh có tỷ lệ 76,6%; về điều kiện vệ sinh an toàn thực phẩm của nhà ăn sạch sẽ có tỷ lệ 93,3%.

Qua số liệu thống kê cho thấy, mức độ hài lòng trung bình về các bên liên quan đến cơ sở vật chất, chất lượng dịch vụ và môi trường tâm lý, xã hội và cảnh quan của Học viện cho thấy khoảng 90% các ý kiến được khảo sát hài lòng. Tuy nhiên vẫn còn 5,3% ý kiến của SV phản hồi chưa tích cực về công tác giao tiếp với SV tại Văn phòng một cửa.

Trong giai đoạn 2017-2022, Học viện đã đầu tư kinh phí chi cho công tác y tế là 2.959.900.000 đồng; chi cho công tác an ninh trật tự là 6.545.845.932 đồng; chi cho dịch vụ vệ sinh môi trường, sân vườn ngoại cảnh là 23.592.467.340 đồng. Môi trường, sức khỏe, sự an toàn được cải tiến: Lắp đặt các hệ thống rửa tay sát khuẩn; công tác vệ sinh dịch tễ được thực hiện thường xuyên; công tác khử khuẩn các khu vực như Ký túc xá, phòng học, giảng đường đều được thực hiện định kỳ; công tác PCCC được bổ sung cả về trang thiết bị về PCCC, bảo hiểm PCCC và phối hợp tổ chức các chương trình tập huấn nghiệp vụ, diễn tập PCCC định kỳ; lắp đặt hệ thống camera giám sát an ninh trật tự; ...

2. Điểm mạnh

Khuôn viên của Học viện an toàn, sạch sẽ và thân thiện tạo không khí thoải mái và điều kiện tốt cho việc thực hiện hoạt động giảng dạy, học tập và nghiên cứu.

3. Điểm tồn tại

Vẫn còn 5,3% ý kiến của SV phản hồi chưa tích cực về công tác giao tiếp với SV tại Văn phòng một cửa.

4. Kế hoạch hành động

Năm học 2023-2024, Phòng CT&CTSV ban hành quy tắc giao tiếp, ứng xử văn minh với sinh viên tại văn phòng giao dịch một cửa.

5. Tự đánh giá: Mức đạt được của tiêu chí: 4/7.

Kết luận về tiêu chuẩn 8

Chính sách, tiêu chí tuyển sinh, phương pháp tuyển chọn người học rõ ràng, đầy đủ, chi tiết trong Đề án tuyển sinh hằng năm của Học viện. Chính sách, tiêu chí tuyển sinh, phương pháp tuyển chọn được cập nhật trên cơ sở các quy định của Bộ GD&ĐT và thực tế của Học viện. Ngoài các chính sách ưu tiên trong tuyển sinh như của Bộ GD&ĐT, Học

viện có thêm chính sách ưu tiên trong tuyển sinh thông qua việc cấp các suất học bổng toàn phần (miễn 100% học phí trong năm học thứ nhất) và học bổng bán phần (miễn 50% học phí trong năm học thứ nhất) cho các thí sinh có kết quả thi THPT hoặc có thành tích cá nhân, thành tích học tập cao.

Học viện có hệ thống giám sát sự tiến bộ trong học tập, rèn luyện, kết quả học tập, khối lượng học tập, cảnh báo học vụ đối với người học, bao gồm: Phòng Giáo vụ, Phòng Đào tạo, Phòng Chính trị và Công tác Sinh viên (CT & CTSV)/Công tác Sinh viên, Trung tâm Khảo thí và ĐBCLGD và Cố vấn học tập (CVHT). Học viện sử dụng phần mềm Quản lý đào tạo Edusolf để hỗ trợ quá trình giám sát tiến trình học tập và rèn luyện của SV trong suốt khóa học.

Học viện đã chú trọng xây dựng môi trường sự phạm, tổ chức các hoạt động văn hoá, văn nghệ, thể dục thể thao và các hoạt động tình nguyện, tạo sân chơi lành mạnh, nhân văn trong Học viện; môi trường tâm lý, xã hội, làm việc thân thiện, tạo điều kiện thoải mái để thực hiện các hoạt động giảng dạy, học tập và nghiên cứu của CB, GV, NV và NH.

Số mẫu được khảo sát lấy ý kiến phản hồi về chất lượng, hiệu quả các hoạt động tư vấn, hỗ trợ việc làm chưa đủ lớn so với quy mô SV của CTĐT vì thế kết quả khảo sát mang tính đại diện chưa cao. Phiếu khảo sát ý kiến phản hồi của người học về công tác đảm bảo điều kiện cơ sở vật chất phục vụ người học chưa bao quát được trên phổ rộng các vấn đề thuộc môi trường tâm lý, xã hội và cảnh quan vì thế kết quả khảo sát chưa thu thập được nhiều thông tin sát thực để phục vụ cho việc cải tiến chất lượng. Một số câu hỏi khảo sát còn đa nghĩa nên khó thu được câu trả lời chính xác cho nội dung cần hỏi.

Tiêu chuẩn 8 có 05 tiêu chí: 4,80/7.

Tiêu chuẩn 9: Cơ sở vật chất và trang thiết bị

Mở đầu

Học viện đã ban hành Chiến lược phát triển Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông giai đoạn 2021 - 2025 tầm nhìn 2030, trong đó có đề cập đến những nội dung về xây dựng hệ thống quản lý thông tin ĐBCL bên trong như: Tăng cường đầu tư, hoàn thiện hạ tầng máy tính và hệ thống an toàn thông tin đáp ứng yêu cầu các hoạt động trong giai đoạn chuyển đổi số; Tăng cường phát triển hệ thống mạng Internet băng thông rộng đặc biệt là hệ thống Wifi phủ sóng toàn Học viện; Tập trung phát triển hạ tầng kết nối Internet vạn vật, xây dựng lộ trình và triển khai tích hợp cảm biến và ứng dụng công nghệ

số vào hạ tầng của Học viện; Xây dựng cơ sở dữ liệu tích hợp trên cơ sở liên thông và đồng bộ các hệ thống cơ sở dữ liệu hiện có từ các ứng dụng công nghệ thông tin trong Học viện; Đầu tư nền tảng và triển khai hệ thống ERP trong Học viện; Đầu tư nền tảng và triển khai xây dựng hệ thống kết nối sinh viên, giảng viên và các tổ chức trong Học viện theo mô hình mạng xã hội nội bộ.

Trong giai đoạn 2017-2022, Học viện luôn chú trọng đến việc nâng cấp, đầu tư mới trang thiết bị và cơ sở vật chất phục vụ nhu cầu học tập và NCKH của SV và GV của CTĐT ngành Marketing. Ngoài việc trang bị đầy đủ thiết bị các phòng học, phòng thực hành, phòng làm việc, phòng máy tính, thư viện... hệ thống mạng wifi phủ sóng toàn bộ khuôn viên Học viện. Đặc biệt được sự hỗ trợ của các doanh nghiệp, các phòng Lab được đầu tư trang bị hiện đại và đáp ứng được các xu hướng phát triển của ngành Marketing trên thế giới. Học viện cũng quan tâm đến môi trường, sức khỏe, an toàn vệ sinh học đường và công tác phòng cháy, chữa cháy trong khuôn viên Học viện.

Tiêu chí 9.1: Có hệ thống phòng làm việc, phòng học và các phòng chức năng với các trang thiết bị phù hợp để hỗ trợ các hoạt động đào tạo và nghiên cứu.

1. Mô tả hiện trạng

Học viện có trụ sở chính tại số 122 Hoàng Quốc Việt, Phường Nghĩa Tân, Quận Cầu Giấy, Thành phố Hà Nội, có Cơ sở đào tạo Hà Đông tại Phường Mộ Lao, Quận Hà Đông, Thành phố Hà Nội và Cơ sở Học viện tại Thành phố Hồ Chí Minh với tổng diện tích là 127.694,90m² phục vụ công tác đào tạo, nghiên cứu khoa học và PVCĐ (trong đó miền Bắc là 63.464,70 m², miền Nam là 64.230,20 m²). Tổng diện tích sàn phục vụ đào tạo, NCKH là 79.376 m², với quy mô sinh viên đại học chính quy tại thời điểm 31/12/2022 là 13.795 SV chính quy, diện tích sàn phục vụ đào tạo đạt bình quân 5,75 m²/sinh viên, đáp ứng Khoản 2 Điều 6 Thông tư 06/2018/TT-BGDĐT ngày 28 tháng 02 năm 2018 [H9.09.01.01].

Học viện có 118 phòng làm việc, trong đó có: 12 phòng dành cho Ban Giám đốc, 58 phòng ở khu vực miền Bắc và 48 phòng ở khu vực miền Nam. Trong số các phòng trên (Có 25 phòng làm việc cho GS, PGS, GV cơ hữu với diện tích 3199 m²), Phòng làm việc của Bộ môn Marketing, Viện Kinh tế Bưu điện tại tầng 9 nhà A2, Cơ sở Hà Đông với diện tích 164,7m², phòng làm việc Bộ môn Marketing Khoa Quản trị kinh doanh 2 tại phòng 2B17 khu nhà B với diện tích 90 m² [H9.09.01.02]. Các khu vực làm việc tại số 122 Hoàng Quốc Việt và Cơ sở Hà

Đông của Học viện có bố trí Phòng làm việc của Hội đồng Học viện, Ban giám đốc, các đơn vị chức năng Học viện, lãnh đạo khoa/bộ môn và các phòng sinh hoạt chung của CBGV từng khoa/bộ môn.

Học viện có 122 phòng học/hội trường, trong đó có miền Bắc là 65 phòng học và miền Nam là 57 phòng học/hội trường, trong số 122 phòng học có: 02 phòng với hơn 200 chỗ ngồi (Cơ sở Hà Nội: 1 và Cơ sở Tp Hồ Chí Minh : 1); 34 phòng học từ 100-200 chỗ ngồi (Cơ sở Hà Nội 18 và cơ sở Hồ Chí Minh: 16); 52 (Cơ sở Hà Nội 30 và cơ sở Hồ Chí Minh: 22) phòng học từ 50-100 chỗ ngồi và 34 phòng học dưới 50 chỗ ngồi (Cơ sở Hà Nội 16 và cơ sở Hồ Chí Minh: 18). Các phòng học lý thuyết là dùng chung cho tất cả các ngành đào tạo của Học viện trong đó có ngành Marketing [H9.09.01.03]. Học viện có 09 phòng hội trường, hội thảo phục vụ tổ chức các sự kiện, hội nghị, hội thảo với phòng hội trường A2 có diện tích 1200 m² đáp ứng tối đa 700 chỗ.

Toàn bộ phòng làm việc của Học viện đều được trang bị đầy đủ máy tính cho cán bộ, giảng viên; máy photocopy, máy scan phục vụ cho công tác quản lý đào tạo; bàn ghế làm việc và các tủ tài liệu được trang bị đầy đủ theo quy chuẩn làm việc; các phòng làm việc được lắp đặt điều hoà, quạt trần, quạt treo tường đảm bảo nhiệt độ, độ ẩm cho sức khoẻ cán bộ GV. Phòng làm việc của các khoa/bộ môn được trang bị các tủ để chứa tài liệu, hồ sơ hoạt động của khoa với tủ đựng tư liệu, máy tính, bàn làm việc, dây bàn dành cho hoạt động hội họp để phục vụ công tác quản lý hồ sơ, giải quyết vấn đề học vụ của khoa/bộ môn [H9.09.01.04].

Học viện có 40 phòng nghiên cứu, phòng thí nghiệm, phòng, thực tập, luyện tập với tổng diện tích 9859 m² được bố trí trong 65 tiểu phòng (Cơ sở Hà Nội có 33 tiểu phòng; Cơ sở Thành phố Hồ Chí Minh có 32 tiểu phòng). Học viện có 197/268 máy chiếu (chiếm 73,51%) đã hết thời hạn khấu hao sử dụng (ở cơ sở Hà Nội có 103/148 máy chiếu và ở cơ sở Thành phố Hồ chí Minh có 94/120 máy chiếu) [H9.09.01.05]. Tuy nhiên, một số phòng học ở Cơ sở Học viện tại TP. HCM chưa được trang bị điều hoà không khí.

Căn cứ vào Chiến lược phát triển của Học viện, căn cứ nhu cầu về trang bị CSVC, nhu cầu sửa chữa công cụ dụng cụ hằng năm; yêu cầu của CTĐT ngành Marketing; kết quả rà soát, đánh giá chất lượng các trang thiết bị phục vụ hoạt động đào tạo, NCKH, PVCĐ của Học viện, các đơn vị lập kế hoạch công việc, kinh phí, kế hoạch mua sắm công cụ dụng cụ, đầu tư trang thiết bị Hàng năm, đề xuất thay thế các trang thiết bị cũ

đáp ứng cho nhu cầu nghiên cứu và đào tạo gửi phòng Kế hoạch Đầu tư để tổng hợp, báo cáo Giám đốc học viên giao kế hoạch kinh phí đầu tư cải tạo cơ sở vật chất, mua sắm trang thiết bị, công cụ dụng cụ hàng năm [H9.09.01.06]. Trong giai đoạn 2017-2022, CSVN và hạ tầng các phương tiện dạy và học của Học viện đã được cải tiến như: cải tạo khu làm việc của Ban Giám đốc; trang bị hệ thống trang âm cho phòng họp Hội đồng KHCN và phòng hội thảo tại tầng 1, số 122, Hoàng Quốc Việt cơ sở Hà Nội; cải tạo nâng cấp khu làm việc của các khoa, bộ môn, phòng, trung tâm; đầu tư một số phòng LAB hiện đại (LAB 4G, LAB AI, LAB Viễn thông FPT); xây dựng công Học viện tại cơ sở Thành phố Hồ Chí Minh ở khu vực Quận 1; ngầm hoá hệ thống dây điện ở cơ sở Hà Nội; mở rộng sân thể thao bóng chuyền, bóng rổ; nhà để xe sinh viên; sửa chữa nhà ăn tại Cơ sở Hà Đông; ...

Học viện có 01 sân bóng chuyền, 01 sân bóng đá, có 01 sân bóng rổ. Ký túc xá SV của Học viện: tại cơ sở Hà Nội với 03 tòa nhà (B1, B2, B5) có tổng diện tích sàn xây dựng là 7.012m², có 156 phòng ở; tại cơ sở Thành phố Hồ Chí Minh có diện tích 3.516 m² với 102 phòng ở và khu 5C với diện tích 1.404 m² với 54 phòng ở chất lượng cao.

Nhằm tăng cường trang thiết bị phục vụ đào tạo và NCKH, Học viện làm việc với các tổ chức, cơ quan, doanh nghiệp để thu hút nguồn tài trợ từ phía các doanh nghiệp trong việc xây dựng các phòng Lab và tài trợ các phòng máy tính cho Học viện [H9.09.01.07]. Giai đoạn 2017-2022, Học viện đã nhận 775.000 USD từ nguồn tài trợ của các tập đoàn quốc tế (Motorola, Samsung, Asean-Ivo, Naver, Qualcomm; 17.859 triệu đồng từ nguồn tài trợ của các tập đoàn, doanh nghiệp trong nước (Tập đoàn Công nghiệp viễn thông Viettel, Công ty Cổ phần Viễn thông FPT-Telecom, Công ty Cổ phần Lumi Việt Nam, Công ty Cổ phần Công nghệ mạng LANCS Việt Nam).

2. Điểm mạnh

Học viện nhận được sự hỗ trợ từ các doanh nghiệp trong ngành TT&TT trong việc tăng cường các nguồn lực về trang thiết bị phục vụ đào tạo, NCKH.

3. Điểm tồn tại

Một số phòng học ở cơ sở phía Nam chưa được trang bị điều hoà không khí.

4. Kế hoạch hành động

Năm học 2023-2024, Phòng Kế hoạch đầu tư triển khai việc bổ sung đủ các trang thiết bị cho phòng học, đặc biệt là trang bị điều hoà không khí cho cơ sở phía Nam.

5. Tự đánh giá: Mức đạt được của tiêu chí: 5/7.

Tiêu chí 9.2: Thư viện và các nguồn học liệu phù hợp và được cập nhật để hỗ trợ các hoạt động đào tạo và nghiên cứu.

1. Mô tả hiện trạng

Học viện có hai thư viện tại Cơ sở đào tạo Hà Đông và Cơ sở đào tạo Thành phố HCM tại Quận 9 - Tp. Hồ Chí Minh (gọi tắt là Thư viện Học viện cơ sở) phục vụ cán bộ, GV, SV trong toàn Học viện

- Thư viện Học viện tại cơ sở Hà Đông, Thành phố Hà Nội đặt tại tầng 1 nhà A3 có tổng diện tích 825m² gồm 04 phòng, bao gồm: 01 phòng đọc, 01 phòng mượn sách, 01 kho sách và 01 phòng làm việc của cán bộ. Thư viện có 03 cán bộ, trong đó có 02 cán bộ có trình độ đại học chuyên ngành Thông tin - Thư viện và 01 cán bộ được đào tạo chuyên môn nghiệp vụ về thư viện và có chứng chỉ cơ sở về Thư viện viên [H9.09.02.01]. Các khu vực của Thư viện được bố trí liên hoàn nhau; phòng đọc, kho sách tổ chức theo chuẩn thư viện và có phòng đọc, phòng mượn dành cho GV, SV riêng biệt và được phân chia cụ thể:

+ Khu vực sảnh với diện tích 66,5 m² có chứa 02 máy tra cứu và khu vực chờ, có các tủ gửi đồ để bạn đọc đến gửi đồ trước khi vào phòng đọc, mượn; có khu vực quầy thủ thư dành cho 2 phòng đọc và mượn có diện tích 21 m².

+ Kho sách Mở diện tích 56 m², là nơi bạn đọc vào tự chọn sách tại các giá sách; kho mượn diện tích 56,5 m² được tổ chức kho đóng, bạn đọc mượn sách về nhà qua thủ thư.

+ Khu vực học nhóm của bạn đọc có diện tích 22 m² được bố trí riêng để thuận tiện cho việc học nhóm.

+ Khu vực đọc sách có diện tích 189,5 m² được bố trí các bàn, ghế ngồi và khu vực đa phương tiện với 24 máy tính để bàn dành cho bạn đọc tra cứu và sử dụng các tài liệu trên mạng. Tuy nhiên, so với qui mô đào tạo của Học viện thì diện tích Thư viện chưa được đầu tư đúng mức, phòng đọc chật, thiếu chỗ ngồi vào thời điểm trước các kỳ thi khi SV có nhu cầu mượn sách cao.

- Thư viện Học viện tại cơ sở Thành phố Hồ Chí Minh có diện tích 893 m², gồm 04 phòng: 01 phòng đọc, 01 phòng mượn, 01 phòng kho và 01 phòng làm việc của cán bộ. Thư viện Học viện tại cơ sở Thành phố Hồ Chí Minh hiện có 02 cán bộ đều có trình độ chuyên môn về Thông tin – Thư viện, trong đó có 01 cán bộ có trình độ Thạc sỹ và 01 có trình độ đại học [H9.09.02.02]. Thư viện được tổ chức đủ hai bộ phận riêng biệt là bộ

phần nghiệp vụ và bộ phận phục vụ. Bộ phận phục vụ với hai hệ thống phòng: phòng đọc mở và phòng mượn. phòng đọc mở có sức chứa khoảng 150 SV trong cùng một thời điểm, phòng mượn mỗi ngày có thể phục vụ khoảng 200 SV, ngày cao điểm khoảng 300 SV cùng lúc. Ngoài ra, Thư viện còn có kho lưu và phòng xử lý nghiệp vụ với tổng diện tích 50m² để cán bộ thu nhận tài liệu, xử lý và lưu kho.

Diện tích của hai thư viện là khá nhỏ, so với qui mô đào tạo của Học viện thì diện tích phòng đọc của thư viện nhỏ, thiếu chỗ ngồi cho SV vào thời điểm trước mỗi kỳ thi.

Hệ thống quản lý thư viện thực hiện bằng phần mềm, nguồn thông tin tư liệu được tổ chức phân loại theo chuẩn quốc tế, việc quản lý lưu hành (mượn, trả tài liệu), hồ sơ độc giả được cập nhật thường xuyên và quản lý bằng mã vạch. Thư viện Học viện tại cơ sở Hà Đông, Thành phố Hà Nội được đầu tư phần mềm quản trị thư viện tích hợp Libol 6.0 và Thư viện cơ sở Thành phố Hồ Chí Minh sử dụng phần mềm quản trị thư viện Hilib 6.0 để xử lý và quản lý tài liệu. Thư viện của cả 02 cơ sở dùng chung phần mềm mã nguồn mở Dspace và được kết nối với nhau qua phần mềm Thư viện điện tử Libol 6.0 và phần mềm Thư viện số Dspace [H9.09.02.03]. Hiện nay, các cơ sở dữ liệu của thư viện với 8.096 biểu ghi đã được đưa lên mạng Lan và mạng Internet để người học tra cứu và sử dụng tại địa chỉ <https://portal.ptit.edu.vn/tttv/>.

Học viện đã ban hành các văn bản, quy định hướng dẫn quản lý và sử dụng Thư viện trong đó có:

- Nội quy thư viện qui định giờ phục vụ thư viện được treo tại sảnh lối vào thư viện [H9.09.02.04]: Thư viện mở cửa buổi sáng từ 8h00 -12h00 và buổi chiều từ 13h00 đến 17h00 các ngày từ thứ Hai đến thứ Sáu; đóng cửa vào Thứ Bảy, Chủ nhật và các ngày nghỉ lễ, tết. Riêng vào mùa thi Thư viện mở cửa đến 21h00 và ngày thứ Bảy.

- Quy định về quản lý và cung cấp Học liệu có hướng dẫn về việc mượn và trả sách đối với SV [H9.09.02.05]

- Quy định về tổ chức kho tài liệu và qui định về qui trình xử lý tài liệu [H9.09.02.06].

Trang thiết bị phục vụ triển khai nghiệp vụ công tác thư viện (bàn ghế, máy tính, thiết bị, phần mềm tra cứu, thiết bị in ấn, pho tô copy, ...) được Học viện đầu tư đồng bộ và chi tiết tại Bảng kiểm kê tài sản Học viện về trang thiết bị thư viện tại thời điểm 31/12/2021 [H9.09.02.07].

Tổng số tài liệu về bản giấy là 11.970 nhan đề tài liệu với 69.292 bản, (Thư viện cơ sở Hà Đông, Thành phố Hà Nội có 6.416 nhan đề tài liệu, 36.911 bản sách; Thư viện Học viện cơ sở Thành phố Hồ Chí Minh có 4.554 nhan đề sách; 32.351 bản sách). Trong đó sách tiếng Việt chiếm tỷ lệ 70%; còn lại là sách tiếng nước ngoài (Tiếng Anh, Pháp, Nga).

Về tài liệu điện tử, hiện thư viện có 1.500 E-book, 2.640 tài liệu nội sinh được xây dựng trên phần mềm Thư viện số; mua quyền truy cập của 10 CSDL của Cục Thông tin khoa học và công nghệ quốc gia bao gồm: CSDL STD, CSDL Nhiệm vụ KH&CN, CSDL Nasati, IEEE, Science Direct, Springer, Proquest, ... thuộc các chủ đề KH&CN - kỹ thuật - tự nhiên và xã hội. Tính đến thời điểm 31/12/2022, nguồn tài liệu nội sinh của Học viện gồm có 120 luận án tiến sỹ, 2.776 luận văn thạc sỹ, 2.664 đồ án/khóa luận tốt nghiệp đại học đã được cập nhật, đồng thời tiếp nhận một số đề tài NCKH đã được tổ chức nghiệm thu [H9.09.02.08].

Tài liệu trong diện bổ sung của thư viện đều dựa trên danh mục các tài liệu được đề cập trong đề cương học phần trong các CTĐT Học viện đang tổ chức đào tạo, trong đó có ngành Marketing đã được ban hành và cập nhật thường xuyên. Nguồn học liệu phục vụ cho ngành Marketing trong Thư viện Trường hiện có 152 đầu sách, bao gồm 85 đầu giáo trình; 67 đầu tài liệu tham khảo [H9.09.02.09] và giáo trình, bài giảng do GV Học viện biên soạn đáp ứng các học phần trong chương trình đào tạo ngành Marketing. Toàn bộ bài giảng, giáo trình của Học viện sau khi nghiệm thu được xuất bản dưới dạng bản giấy và học liệu điện tử để đưa lên Thư viện số, đảm bảo phục vụ đầy đủ cho các chuyên ngành đào tạo của Học viện, trong đó có học liệu điện tử ngành Marketing [H9.09.02.10].

Học viện đặc biệt chú trọng đến việc phát triển tài liệu nội sinh bao gồm các giáo trình, bài giảng, đề tài NCKH, luận văn, luận án, ... của các GV, cán bộ, học viên thạc sỹ, tiến sỹ học tập tại Học viện [H9.09.02.11]. Tính đến thời điểm 30/6/2022, nguồn tài liệu không công bố của Học viện gồm có 5.560 luận án tiến sỹ, luận văn thạc sỹ, đồ án, khóa luận tốt nghiệp đại học đã được cập nhật, đồng thời tiếp nhận một số đề tài NCKH đã được tổ chức nghiệm thu năm 2022.

Việc biên soạn, phát hành và bổ sung giáo trình, tài liệu học tập được thực hiện theo Quy định về việc biên soạn, phát hành và bổ sung giáo trình, tài liệu học của Học viện ban hành theo Quyết định số 249/QĐ-HV ngày 30/3/2017 [H9.09.02.12].

Thư viện Học viện đã tham gia các tổ chức, liên hiệp trong và ngoài nước để thiết lập các chính sách trao đổi, nhận biếu tặng tài liệu [H9.09.02.13], cụ thể Học viện là thành viên chính thức của Quỹ Châu Á; thành viên CLB các trường đại học kỹ thuật; thư viện Học viện đã tham gia vào Consortium và được chia sẻ nguồn tài nguyên điện tử phục vụ cho đào tạo và NCKH. Hàng năm thư viện được nhận tài trợ là các sách ngoại văn phù hợp với các chuyên ngành đào tạo của Học viện. Hằng năm, Thư viện được nhận tài trợ là các sách ngoại văn phù hợp với các chuyên ngành đào tạo của Học viện và từ các cơ quan trong và ngoài nước, các tổ chức phi chính phủ [H9.09.02.14].

Kế hoạch đầu tư, bảo trì các nguồn lực học tập như nguồn học liệu của thư viện, thiết bị hỗ trợ giảng dạy, cơ sở dữ liệu trực tuyến được Học viện triển khai hằng năm. Vào đầu năm, Phòng QLKHCN & HTQT phối hợp với các khoa lập kế hoạch và dự trù kinh phí bổ sung tài liệu cho thư viện; bổ sung trang thiết bị thí nghiệm - thực hành để đáp ứng việc dạy - học các CTĐT và NCKH ngành Marketing. Phòng Kế hoạch - Đầu tư tập hợp đăng ký của các đơn vị để trình Lãnh đạo Học viện ban hành Quyết định giao chỉ tiêu công việc, kinh phí chung cho toàn Học viện trong đó có nội dung bổ sung nguồn học liệu cho thư viện. Trong chu kỳ KĐCLGD, Học viện đã đầu tư mới, bảo trì các nguồn lực học tập như nguồn học liệu của thư viện, thiết bị hỗ trợ giảng dạy, để đáp ứng các nhu cầu về đào tạo, NCKH và phục vụ cộng đồng với tổng số tiền là 1324 triệu đồng để mua bổ sung sách, cập nhật giáo trình, tài liệu tham khảo cho các CTĐT của Học viện (năm 2018: 125 triệu đồng; năm 2019: 214 triệu đồng; năm 2020: 164 triệu đồng; năm 2021: 456 triệu đồng; năm 2022: 452 triệu đồng) [H9.09.02.15]. Đồng thời, các phần mềm quản lý thư viện (phần mềm Thư viện điện tử Libol 6,0, phần mềm Quản lý tài nguyên số Dspace, ...) được bảo trì thường xuyên để đảm bảo hiệu quả khai thác nguồn tài nguyên thư viện của CBGV và NH [H9.09.02.16]. Thư viện đã được bổ sung 641 đầu giáo trình, tài liệu tham khảo với 3.647 bản (Các hợp đồng: số 52/HĐKT - 2018 - HVCNBCVT - CDIMEX - 1 ngày 15/8/2018; số 1161/HĐKT -2018 ngày 24/12/2018; số 51/HĐKT - 2019 - HVCNBCVT - CDIMEX - 1 ngày 24/9/2019; số 07/2019/HĐMBS ...), trong đó, ngành Marketing được bổ sung 58 đầu sách/421 bản. Thư viện có sổ theo dõi bạn đọc vào mượn, trả tài liệu [H9.09.02.17] và trong giai đoạn 2018-2022 có 145.711 lượt bạn đọc sử dụng sử dụng thư viện điện tử, trong đó có 1.845 lượt NH ngành Marketing [H9.09.02.18]

Hàng năm, Thư viện tổ chức ngày Sách và Văn hóa đọc để quảng bá Thư viện và nâng cao văn hóa đọc trong CB, GV, NH [H9.09.02.19].

Học viện quan tâm đến chất lượng phục vụ bạn đọc, định kỳ hàng năm, thư viện tổ chức lấy ý kiến của bạn đọc qua hộp thư góp ý, phiếu điều tra thăm dò ý kiến độc giả về nhu cầu đọc, mức độ đáp ứng về tài liệu, phong cách làm việc của cán bộ thư viện để từ đó nâng cao chất lượng phục vụ của của thư viện. Đồng thời hàng năm, Học viện đã tiến hành khảo sát ý kiến SV về mức độ đáp ứng nhu cầu bạn đọc của Thư viện [H9.09.02.20]. Học viện đã thực hiện khảo sát mức độ hài lòng về Thư viện của các bên liên quan. Chẳng hạn như, năm 2020 khi thực hiện khảo sát CB, GV về điều kiện môi trường làm việc tại Học viện đã có nội dung khảo sát về Thư viện, theo đó với câu hỏi “Thư viện và các nguồn tài liệu phù hợp và được cập nhật để hỗ trợ các hoạt động đào tạo và nghiên cứu” có 82 % CB, GV trả lời hài lòng và rất hài lòng; có 87,5 % SV trả lời hài lòng và rất hài lòng với câu hỏi “Thư viện có đủ tài liệu tham khảo cho các môn học” là kết quả khảo sát SV về công tác đảm bảo điều kiện cơ sở vật chất phục vụ người học năm 2020.

Số giáo trình, tài liệu tham khảo xuất bản từ 5 năm trở lên còn nhiều. Theo thống kê của Thư viện, CTĐT ngành Marketing có 52,1% (38/73) tổng số giáo trình, 75,5% (37/49) tổng số tài liệu tham khảo được xuất bản từ 5 năm trở lên.

Thư viện chưa có đủ tài liệu tham khảo qui định trong đề cương chi tiết học phần của Marketing. Theo số liệu của Học viện cung cấp, CTĐT ngành Marketing mới đáp ứng được 83,9% (73/87) tổng số giáo trình chính và 21,1% (49/232) tổng số tài liệu tham khảo theo quy định của các đề cương chi tiết học phần. Kinh phí chi cho mua bổ sung giáo trình, tài liệu của Thư viện trong giai đoạn KĐCLGD chỉ chiếm 0,1% tổng kinh phí chi của Học viện.

Có thể khẳng định, hệ thống thư viện của Học viện từng bước được đầu tư hiện đại, tiếp cận với các tiêu chuẩn nghiệp vụ tiên tiến, phù hợp với lộ trình phát triển chung của hệ thống thư viện đại học trong nước và khu vực, đồng thời đáp ứng đầy đủ những yêu cầu cơ bản cho các chuyên ngành đào tạo của Học viện, nhu cầu của GV và người học.

2. Điểm mạnh

Tài liệu nội sinh của Học viện đã được xây dựng khá đầy đủ, đáp ứng tốt những yêu cầu cơ bản cho các chuyên ngành đào tạo của Học viện, nhu cầu của GV và người học.

3. Điểm tồn tại

So với qui mô đào tạo của Học viện thì diện tích phòng đọc của thư viện nhỏ, thiếu chỗ ngồi cho SV vào thời điểm trước mỗi kỳ thi.

4. Kế hoạch hành động

Năm 2024, Phòng Kế hoạch đầu tư nghiên cứu, đề xuất phương án để mở rộng diện tích thư viện của cả hai cơ sở đào tạo.

5. Tự đánh giá: Mức đạt được của tiêu chí: 4/7.

Tiêu chí 9.3: Phòng thí nghiệm, thực hành và trang thiết bị phù hợp và được cập nhật để hỗ trợ các hoạt động đào tạo và nghiên cứu.

1. Mô tả hiện trạng

Trong giai đoạn 2017-2022, căn cứ chiến lược phát triển Học viện và yêu cầu công tác chuyển đổi số ngành TT&TT, Học viện xây dựng và thực hiện kế hoạch đầu tư CSVC và hạ tầng các phương tiện dạy và học, hệ thống phòng thí nghiệm, thực hành (TNTH) được đầu tư, trang bị đầy đủ các trang thiết bị với mục tiêu nâng cao chất lượng dạy và học, gắn liền giữa lý thuyết và thực hành:

- Học viện có 40 Phòng thí nghiệm/thực hành được bố trí trong 65 phòng, bao gồm 33 phòng ở Bắc (Phòng thực hành Naver; Phòng Thực hành Quay phim chụp ảnh; Phòng thực hành mạch điện tử số; Phòng thực hành thực hành xử lý tín hiệu; phòng thực hành mạch điện số; phòng thực hành mạch điện tử; phòng thực hành công nghệ điện tử phần mềm 2; phòng thử nghiệm thực hành an ninh mạng 1, 2; phòng thực hành hệ thống thông tin 1, 2; phòng thực hành đa phương tiện 1, 2; phòng thực hành công nghệ phần mềm 1, 2, 3; phòng thực hành an ninh mạng; phòng thực hành toán ứng dụng; phòng thực hành samsung; phòng thực hành vật lý 1-5; phòng thực hành thông tin di động; phòng thực hành truyền dẫn ghép kênh; phòng mô phỏng 1, 2, 3; phòng thực hành thông tin vô tuyến; phòng thực hành 4 G Viettel; phòng thực hành FPT) và 32 phòng ở miền Nam (Phòng thực hành vật lý 1-5; phòng thực hành an toàn thông tin; phòng thực hành đa phương tiện 2; phòng thực hành đồ họa; phòng studio; phòng thực hành máy vi tính 1, 2, 3; phòng thực hành mạng máy tính và truyền thông; phòng thực hành công nghệ phần mềm; phòng thực hành hệ thống thông tin; phòng thí nghiệm thực hành điện; phòng thí nghiệm thực hành điện tử tương tự; phòng thí nghiệm thực hành điện tử số; phòng thí nghiệm thông tin vô tuyến; phòng thí nghiệm thực hành mở...)[H9.09.03.01].

- Ngoài ra, với sự tài trợ của các doanh nghiệp, Học viện đã đầu tư các phòng Lab bao gồm: Phòng LAB học máy và ứng dụng, phòng LAB Toán ứng dụng và tính toán,

phòng LAB Hệ thống vô tuyến và ứng dụng, phòng LAB viễn thông, phòng LAB thông tin vô tuyến, phòng LAB Samung, phòng LAB Block Chain, phòng LAB 4G Viettel, phòng LAB Naver, phòng LAB Viễn thông FPT và hệ thống các phòng LAB An toàn thông tin (ATTT) [H9.09.03.02].

Ngoài việc sử dụng các phòng thí nghiệm thực hành để SV ngành Marketing học các học phần về CNTT trong CTĐT, GV Bộ môn Marketing còn sử dụng phòng LAB của Học Viện để phục vụ giảng dạy các môn học có liên quan đến ứng dụng phần mềm các chuyên ngành Marketing [H9.09.03.03].

Ngoài các phòng thực hành truyền thống, năm 2020, nền tảng thực hành thông minh PTIT-DLab được Học viện triển khai, áp dụng cho các môn học thực hành của CTĐT khối ngành kỹ thuật và hệ thống có thể đáp ứng lưu lượng cho 15.000 SV tham gia thực hành trong cùng thời điểm [H9.09.03.04].

Trong chu kỳ KĐCL, Học viện luôn quan tâm đến việc huy động các nguồn tài trợ từ các doanh nghiệp, tập đoàn lớn của Ngành TT&TT trong việc đầu tư các phòng Lab, các trang thiết bị phục vụ công tác TNTH. Các phòng thí nghiệm, thực hành được trang bị đầy đủ các trang thiết bị như máy tính, wifi, máy chiếu, máy in, màn chiếu, thiết bị điện tử, phần mềm mô phỏng, bàn ghế làm việc, ... phục vụ đào tạo và NCKH. Trang thiết bị của các phòng TNTH được mô tả chi tiết tại Báo cáo các điều kiện đảm bảo chất lượng của Học viện tại Đề án tuyển sinh hàng năm và được đăng tải trên website Học viện [H8.08.01.03], cụ thể:

- Phòng thí nghiệm vật lý được trang bị các thiết bị thí nghiệm vật lý về khảo sát điện trường biến thiên; hiện tượng giao thoa ánh sáng và máy tính; hiện tượng nhiễu xạ ánh sáng và máy tính; chuyển động của điện tử trong điện từ trường; hiện tượng phân cực ánh sáng và máy tính; ...

- Phòng thực hành An toàn thông tin được trang bị: Máy tính, wifi, Switch 24 port; Smart Tivi Samsung 55 inch UA55K5500; HT cáp mạng LAN, Thiết bị Web Application Firewall Fortinet FortiWeb 400C (USA); Thiết bị Firewall Fortinet Fortigate 500D; Phần mềm ảo hóa máy chủ VMware vSphere 6; Phần mềm InsightUBA (formerly UserInsight); Phần mềm NXEXPP256 - NEXPOSE EXPRESS PERPETUAL LICENSE (256 IPs); Phần mềm dò quét lỗ hổng bảo mật Website Acunetix Vulnerability Scanner phiên bản Enterprise Edition; McAfee Network Security IPS-VM100 Virtual Software; Phần mềm COSEINC Automated Malware Analysis Lab (CAMAL); Thiết bị máy chủ

quản trị hệ thống: Fujitsu RX2540 M2; Hệ thống phòng chống tấn công AntiDDoS: Fortinet FortiGate 600D; Hệ thống quản lý Log và phân tích sự kiện an ninh (SIEM) - McAfee Enterprise Security, Enterprise Log Manager and Event Receiver 5700 Combination (ETM-5700-ELM); Hệ thống Sandbox phân tích và phát hiện các tấn công ATP; Hệ thống giả lập tấn công hệ thống mạng: Ixia PerfectStorm ONE.

- Phòng thực hành công nghệ phần mềm, hệ thống thông tin, trí tuệ nhân tạo được trang bị máy tính, các thiết bị nhúng, các phần mềm để giảng viên xây dựng các bài thí nghiệm thực hành đào tạo công nghệ, an toàn thông tin.

Ngoài các trang thiết bị CNTT, các phòng LAB được trang bị đồng bộ về các hệ thống nguồn, PCCC, chiếu sáng, điều hoà, bàn ghế, ... để phục vụ các quy mô từ 20 đến 50 người sử dụng trong cùng thời điểm [H9.09.03.05]:

- Phòng LAB rà quét lỗ hổng ATBM - LAB An toàn thông tin: Máy tính, server, Phần mềm dò quét lỗ hổng bảo mật Website Acunetix Vulnerability Scanner phiên bản Enterprise Edition; Phần mềm InsightUBA (formerly UserInsight); Phần mềm NXEXPP256 - NEXPOSE EXPRESS PERPETUAL LICENSE (256 IPs); McAfee Network Security IPS-VM100 Virtual Software; Phần mềm COSEINC Automated Malware Analysis Lab (CAMAL).

- Phòng LAB giả lập tấn công ATBM - LAB An toàn thông tin: Máy tính, server, Thiết bị máy chủ quản trị hệ thống: Fujitsu RX2540 M2, Hệ thống phòng chống tấn công AntiDDoS: Fortinet FortiGate 600D, Hệ thống giả lập tấn công hệ thống mạng: Ixia PerfectStorm ONE,

- Phòng LAB phân tích mã độc - LAB An toàn thông tin: Máy tính, server, Hệ thống quản lý Log và phân tích sự kiện an ninh (SIEM) - McAfee Enterprise Security; Enterprise Log Manager and Event Receiver 5700 Combination (ETM-5700-ELM; Hệ thống Sandbox phân tích và phát hiện các tấn công ATP; ...

Để nâng cao chất lượng hướng dẫn TNTH, năm 2018 Học viện đã bổ sung các phòng LAB An toàn thông tin; năm 2020, dự án tài trợ của Tập đoàn Công nghiệp và Viễn thông Quân đội Viettel trang bị phòng LAB 4G với giá trị trên 5 tỷ; năm 2021, dự án tài trợ LAB AI của Tập đoàn NAVER trị giá 3 tỷ [H9.09.03.06].

Với hệ thống phòng thí nghiệm, thực hành chuyên ngành và các phòng Lab được trang bị đủ các trang thiết bị, phần mềm đảm bảo đáp ứng yêu cầu đào tạo, NCKH của GV, người học các CTĐT tại Học viện, trong đó có ngành Marketing.

Căn cứ vào Chiến lược phát triển của Học viện, căn cứ nhu cầu về trang bị CSVC, sửa chữa công cụ dụng cụ hằng năm; yêu cầu của CTĐT; kết quả rà soát, đánh giá chất lượng các trang thiết bị phục vụ hoạt động đào tạo, NCKH, PVCD của Học viện, Trung tâm TNTH phối hợp với các khoa lập kế hoạch đầu tư mua sắm trang thiết bị phục vụ TNTH gửi Phòng Kế hoạch - Đầu tư để tổng hợp trình Giám đốc ban hành Quyết định giao Kế hoạch và kinh phí thực hiện việc bảo trì, nâng cấp, duy tu, bảo dưỡng các máy móc, trang thiết bị hàng năm [H9.09.03.07]. Kinh phí dành cho các hoạt động duy tu, bảo dưỡng máy móc, thiết bị, sửa chữa nhỏ của các phòng TNTH được trích từ nguồn kinh phí thường xuyên do Học viện phân bổ hàng năm và tổng kinh phí đầu tư cho các trang thiết bị của các phòng TNTH trong chu kỳ KĐCL là hơn 1,89 tỷ VNĐ và chi sửa chữa Phòng TNTH là 1,29 tỷ VNĐ.

Tình trạng của các trang thiết bị phục vụ TNTH như: đang hoạt động/ đang sử dụng, đang hư hỏng hoặc không có nhu cầu sử dụng, ... được ghi nhận, đánh dấu vào biên bản kiểm kê tài sản hàng năm, làm cơ sở cho việc đề nghị thanh lý tài sản, hay lập kế hoạch mua sắm máy móc thiết bị, bổ sung dụng cụ, sửa chữa nhà cửa vật kiến trúc/hệ thống kỹ thuật, trong biên bản xác định cụ thể nguyên giá, giá trị còn lại của từng trang thiết bị tại Phòng TNTH [H9.09.03.08].

Tuy các trang thiết bị trong phòng thí nghiệm, phòng thực hành được duy tu, bảo dưỡng và nâng cấp hàng năm, nhưng vẫn còn 267 máy tính tại các phòng thí nghiệm, thực hành được trang bị từ trước năm 2015, nên cấu hình không đáp ứng được việc sử dụng các chương trình phần mềm có dung lượng lớn.

Với mục tiêu nâng cao hiệu quả quản lý, sử dụng và khai thác các trang thiết bị TNTH, Học viện thành lập Trung tâm TNTH tại Cơ sở Hà Đông [H9.09.03.09] và ban hành Quy định quản lý và hướng dẫn TNTH theo Quyết định số 233/QĐ-HV ngày 04/02/2018 của Giám đốc Học viện [H9.09.03.10], Quy định tạm thời về hoạt động của phòng thí nghiệm chuyên sâu (phòng Lab) [H9.09.03.11]. Trung tâm TNTH được bố trí 7 cán bộ, có 02 cán bộ là GV giảng dạy thực hành và 5 kỹ thuật viên có chuyên môn được đào tạo phù hợp để quản lý các máy móc, trang thiết bị của Trung tâm TNTH [H9.09.03.12]. Đối với các phòng TNTH tại Cơ sở Thành phố HCM, Học viện vẫn giao cho các Khoa 2 quản lý, nhưng vẫn phải tuân thủ theo Quy định quản lý và hướng dẫn TNTH Học viện ban hành.

Tại các Phòng TNTH, các máy móc, thiết bị đều được dán mã quản lý; có bảng hướng dẫn sử dụng và các nguyên tắc an toàn, xử lý sự cố trong thực hành, thí nghiệm; có sổ sách mượn - trả, theo dõi, ghi nhận hiện trạng cũng như tần suất sử dụng; nhật ký ra vào phòng TNTH [H9.09.03.13]. GV và SV phải tuân thủ các quy định của Trung tâm TNTH khi vào học tập hay NCKH, đồng thời phải ghi nhật ký sử dụng trước và sau khi sử dụng. Để đánh giá hiệu quả sử dụng, hằng năm Học viện có báo cáo công tác rà soát thực trạng CSVC của Học viện và qua nhật ký sử dụng phòng TNTH cho thấy các phòng TNTH được khai thác và sử dụng có hiệu quả.

Hàng năm, Học viện và các đơn vị tổ chức lấy ý kiến khảo sát SV về hoạt động TNTH như: Trung tâm KT&ĐBCLGD tổ chức khảo sát sinh viên về CSVC phục vụ hoạt động dạy và học, qua báo cáo kết quả khảo sát lấy ý kiến phản hồi của NH trong giai đoạn 2017-2022 cho thấy có 86.73% ý kiến SV đánh giá hài lòng về các trang thiết bị, máy móc, nội quy, quy định và trang thiết bị bảo hộ an toàn lao động của phòng thí nghiệm, thực hành được trang bị đầy đủ và được cập nhật; Trung tâm TNTH tổ chức lấy ý kiến phản hồi của CBGV về CSVC với 78,6% ý kiến hài lòng về CSCV của Trung tâm TNTH; Cơ sở Học viện tại TP. HCM lấy ý kiến khảo sát SV mức độ hài lòng của về cơ sở vật chất năm 2020 và 2021 với 79,54% SV hài lòng [H9.09.03.14].

2. Điểm mạnh

Các Phòng TNTH với các trang thiết bị phù hợp, được cập nhật thường xuyên để đáp ứng tốt hoạt động đào tạo và NCKH. Hệ thống phòng Lab chuyên sâu được đầu tư với các trang thiết bị hiện đại (phòng Lab ATTT, phòng Lab Samsung, Lab NAVER...)

3. Điểm tồn tại

Một số máy tính trong phòng thí nghiệm thực hành được trang bị từ trước năm 2015, nên cấu hình không đáp ứng được việc sử dụng các chương trình phần mềm có dung lượng lớn.

4. Kế hoạch hành động

Năm 2023, Trung tâm TNTH đề xuất để Học viện đầu tư, nâng cấp máy tính đã cũ trong các phòng thí nghiệm, thực hành.

5. Tự đánh giá: Mức đạt được của tiêu chí: 5/7.

Tiêu chí 9.4: Hệ thống công nghệ thông tin (bao gồm cả hạ tầng cho học tập trực tuyến) phù hợp và được cập nhật để hỗ trợ các hoạt động đào tạo và nghiên cứu

1. Mô tả hiện trạng

Học viện đã ban hành Chiến lược phát triển Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông giai đoạn 2021 - 2025 tầm nhìn 2030 [H1.01.01.10], trong đó có đề cập đến những nội dung về xây dựng hệ thống CNTT như: Tăng cường đầu tư, hoàn thiện hạ tầng máy tính và hệ thống an toàn thông tin đáp ứng yêu cầu các hoạt động trong giai đoạn chuyển đổi số; tăng cường phát triển hệ thống mạng Internet băng thông rộng đặc biệt là hệ thống Wifi phủ sóng toàn Học viện; Tập trung phát triển hạ tầng kết nối Internet vạn vật, xây dựng lộ trình và triển khai tích hợp cảm biến và ứng dụng công nghệ số vào hạ tầng của Học viện; xây dựng cơ sở dữ liệu tích hợp trên cơ sở liên thông và đồng bộ các hệ thống cơ sở dữ liệu hiện có từ các ứng dụng công nghệ thông tin trong Học viện; đầu tư nền tảng và triển khai hệ thống ERP trong Học viện; đầu tư nền tảng và triển khai xây dựng hệ thống kết nối sinh viên, giảng viên và các tổ chức trong Học viện theo mô hình mạng xã hội nội bộ.

Học viện xây dựng phương án ứng dụng CNTT để phát triển và hoàn thiện hệ thống thông tin phục vụ cho việc nâng cao chất lượng các hoạt động đào tạo, NCKH, PVCĐ. Trong đó:

(1) Về cơ sở hạ tầng: giải pháp đầu tư máy chủ để nâng cao khả năng quản lý nhiều dịch vụ khác nhau và lưu trữ CSDL; các thiết bị mạng, hệ thống máy tính, mạng Wifi, nâng cấp hệ thống sao lưu dữ liệu, đầu tư mới để nâng cao tính bảo mật của hệ thống và giúp phục hồi dữ liệu nhanh chóng;

(2) Về giải pháp phần mềm: xây dựng được hệ thống thông tin tích hợp với mô hình dữ liệu quản lý tập trung, hướng đến mô hình đại học số hóa; trang bị phần mềm quản lý đào tạo; phần mềm kế toán; phần mềm quản lý thư viện...; thống Email để quản lý và chia sẻ các thông tin đến các bên liên quan; sử dụng Google Drive làm kho lưu trữ, quản lý, chia sẻ thông tin, minh chứng trong các hoạt động của Học viện;

(3) Về giải pháp con người: Văn phòng và các đơn vị khác phối hợp để thực hiện các nghiệp vụ liên quan đến công việc theo chức năng, nhiệm vụ của đơn vị.

Học viện có bộ phận quản trị Hệ thống và thiết bị công nghệ thông tin và cơ sở hạ tầng hỗ trợ các hoạt động đào tạo và nghiên cứu, cụ thể:

(1) Văn phòng Học viện có chức năng phụ trách việc lập kế hoạch, bảo trì, nâng cấp các thiết bị CNTT và cơ sở hạ tầng của các phòng ban, trung tâm chức năng và các khoa đào tạo tại Cơ sở Phía Bắc; quản trị mạng, quản lý Data Center, hệ thống email nội bộ; đảm bảo hệ thống hạ tầng mạng nội bộ và internet cho toàn Học viện

theo quy định chức năng, nhiệm vụ của văn phòng ban hành theo Quyết định số 833/QĐ-HV ngày 18/11/2015 [H9.09.04.01];

(2) Trung tâm Thí nghiệm - Thực hành có chức năng tham mưu và giúp Giám đốc Học viện tổ chức quản lý, điều hành trong phạm vi toàn Học viện; trực tiếp triển khai công tác thực hành thí nghiệm tại cơ sở Đào tạo Hà Nội của Học viện; quản lý, vận hành và tổ chức khai thác có hiệu quả hệ thống trang thiết bị phòng thực hành thí nghiệm ban hành theo Quyết định số 693/QĐ-HV ngày 01/8/2016 [H9.09.03.09];

(3) Viện Công nghệ thông tin và Truyền thông (CDIT) quản lý vận hành, duy trì, phát triển cổng thông tin portal.ptit.edu.vn theo Quy chế tổ chức và hoạt động của Viện Công nghệ thông tin và Truyền thông và văn bản giao nhiệm vụ hằng năm [H9.09.04.02];

(4) Các Khoa (Công nghệ thông tin, Khoa Viễn thông, Khoa Kỹ thuật điện tử, Cơ bản quản lý các phòng LAB chuyên sâu, phòng thực hành thông minh PTIT D-Lab).

(5) Cơ sở Học viện tại Thành phố Hồ Chí Minh phụ trách việc quản trị mạng, đảm bảo hệ thống hạ tầng mạng nội bộ và internet cho toàn bộ Cơ sở Học viện; quản lý các phòng LAB, thí nghiệm thực hành và thực hiện sửa chữa, bảo trì, nâng cấp các thiết bị CNTT và cơ sở hạ tầng tại Cơ sở Thành phố Hồ Chí Minh.

(6) Năm 2011, Học viện thành lập Trung tâm tích hợp dữ liệu Data Center theo Quyết định số 90/QĐ-TTTV ngày 24/02/2011 [H9.09.04.03] để thống nhất quản lý toàn bộ cơ sở dữ liệu về các lĩnh vực hoạt động của Học viện. Trung tâm thực hiện sao lưu dữ liệu tại server. Đồng thời, Học viện thành lập Tổ Ứng dụng CNTT thuộc Văn phòng Học viện nhằm thống nhất quản lý một có hiệu quả hệ thống công nghệ thông tin hỗ trợ các hoạt động đào tạo và nghiên cứu khoa học, quản lý và bảo trì các thiết bị máy chủ, thiết bị mạng và đường truyền kết nối liên thông mạng nội bộ đảm bảo hệ thống mạng của Học viện hoạt động thông suốt [H9.09.04.04].

Để quản lý hệ thống ứng dụng CNTT và đảm bảo an toàn thông tin người dùng trên hệ thống mạng, Học viện đã ban hành các văn bản, quy định như:

(1) Quy định về Nội quy diễn đàn Sinh viên ban hành theo Quyết định số 264/QĐ-GV&CTSV ngày 29/4/2010 [H9.09.04.05].

(2) Quy định về hoạt động quản lý, vận hành và cung cấp thông tin trên trang thông tin điện tử của Học viện ban hành theo Quyết định số 700/QĐ-HV, ngày 16/09/2013 [H9.09.04.06];

(3) Quy định quản lý và sử dụng mạng máy tính và truy cập Internet của Học viện công nghệ Bru chính Viễn thông ban hành theo Quyết định số 720/QĐ-HV, ngày 19/09/2013 [H9.09.04.07];

(4) Quy định khai thác và sử dụng thư điện tử của cán bộ và sinh viên trong Học viện ban hành theo Quyết định số 231/QĐ ngày 12/4/2013 [H9.09.04.08];

(5) Quy định quản lý, vận hành và khai thác sử dụng Hệ thống Quản lý thông tin cán bộ Học viện ban hành theo Quyết định số 652/QĐ-TH ngày 30/9/2014 cùng với việc triển khai chuyển đổi hệ thống thư điện tử toàn Học viện [H9.09.04.09];

(6) Quy trình vận hành hệ thống máy chủ ảo ban hành theo Quyết định số 188/QĐ-HV ngày 24/3/2017 [H9.09.04.10];

(7) Quy định về cấp và sử dụng hộp thư điện tử (email) sinh viên ban hành theo Quyết định số 1103/QĐ-HV ngày 06/12/2019 [H9.09.04.11];

(8) Quy định về quản lý và hướng dẫn thực hành trực tuyến các môn công nghệ thông tin ban hành theo Quyết định số 752/QĐ-HV ngày 21/9/2021 [H9.09.04.12];

(9) Quy định sử dụng chương trình quản lý văn bản và hồ sơ công việc tại Học viện ban hành theo Quyết định số 410/QĐ-VPHV, ngày 11/06/2010 [H9.09.04.13].

Căn cứ văn bản nêu trên, Học viện tổ chức cung cấp các ứng dụng CNTT trên website của Học viện tại địa chỉ <https://portal.ptit.edu.vn/> được cập nhật thông tin thường xuyên, là kênh thông tin để SV, CBGV Học viện cùng các bên liên quan tương tác với nhau, nhận, xử lý, ra quyết định liên quan đến công việc, cùng với hệ thống email nội bộ và các kênh online (Facebook và Zalo). Cổng thông tin điện tử của Học viện đã được nâng cấp 02 lần, phiên bản mới nhất đã được đưa vào sử dụng vào năm 2019

Trong giai đoạn 2017-2022, Học viện đã đầu tư mới, bảo trì thiết bị công nghệ thông tin và cơ sở hạ tầng như máy tính, hệ thống mạng, hệ thống dự phòng, bảo mật và quyền truy cập... Cụ thể:

- Học viện có hệ thống CNTT hoạt động hiệu quả để cung cấp và chia sẻ các dữ liệu, thông tin gồm: 1865 máy tính phục vụ giảng dạy học tập (Cơ sở miền Bắc 1317; Cơ sở miền Nam 548); Hệ thống máy chủ Vmware Cluster bao gồm 12 máy chủ (Fujitsu Primergy RX2540 M1 và SAN Storage được ảo hóa với tổng tài nguyên (384 Core; 3072 Gb Memory; 16TB Storage, dùng cho toàn bộ Học viện cả miền Bắc và Nam; 202 điểm phát wifi phủ sóng các giảng đường, phòng làm

việc (Cơ sở miền Bắc 103; Cơ sở miền Nam 99); 17 đường truyền tổng dung lượng đường truyền 5260 Mbps (Cơ sở miền Bắc 3200 Mbps; Cơ sở miền Nam 2060 Mbps). 142 mắt cam để đảm bảo an ninh bao quanh các khu vực trọng yếu của Học viện (Cơ sở miền Bắc 120; Cơ sở miền Nam 22). [H9.09.04.14] [H9.09.04.15].

- Hệ thống Wifi miễn phí với 100 thiết bị phát và được phủ sóng tại các phòng học, phòng thực hành, phòng làm việc, ... toàn Học viện. Học viện có 14 đường truyền Internet tốc độ cao (tổng dung lượng đường truyền 1500 Mbps và có hệ thống camera giám sát với 80 mắt cam để đảm bảo an ninh bao quanh các khu vực trọng yếu của Học viện. Đồng thời, thay thế thiết bị Router, Switch core chuẩn tốc độ gigabit (1000 Mbps) để phục vụ cho hoạt động đào tạo và NCKH của Học viện và 20 máy chủ chuyên dụng, hiện đại [H9.09.04.15].

- Học viện triển khai đồng bộ các ứng dụng CNTT vào công tác quản lý các hoạt động và hệ thống phần mềm quản lý tích hợp đã giúp Học viện tin học hóa hầu hết các hoạt động đào tạo, quản lý và NCKH [H9.09.04.16], đặc biệt là quản lý thống nhất dữ liệu về SV (tuyển sinh, kết quả học tập,thời học, tốt nghiệp, ...), dữ liệu về chương trình đào tạo, đề cương chi tiết... đối với tất cả cơ sở đào tạo của Học viện tại các phần mềm: Phần mềm tuyển sinh, phần mềm xét tuyển, phần mềm tra cứu xác thực phát hiện văn bằng chứng chỉ giả do phòng Đào tạo quản lý; phần mềm quản lý học phí và phần mềm kế toán misa do phòng Tài chính Kế toán quản lý; phần mềm thi trắc nghiệm do Trung tâm KT&ĐBCLGD quản lý; phần mềm quản lý SV edusoft, phần mềm quản lý đào tạo trực tuyến trans do Phòng Giáo vụ quản lý; Phần mềm Quản lý văn bản, phần mềm kết nối nội bộ và phần mềm quản lý quy cập internet do Văn phòng quản lý; phần mềm quản lý nhân sự do Phòng TCCB-LĐ quản lý; phần mềm quản trị thư viện Libol 6.0 do Thư viện quản lý ; ... Cán bộ, GV, SV Học viện được cấp tài khoản email theo tên miền (@ptit.edu.vn) và miễn phí khi sử dụng Internet thông qua hệ thống kết nối không dây (wifi), hệ thống mạng nội bộ để truy cập vào hệ thống mạng để sử dụng các phần mềm ứng dụng, quản lý, điều hành của Học viện, để chia sẻ dữ liệu. SV Học viện được truy cập mạng (wifi) miễn phí tại các Hội trường lớn, khu giảng đường. Một số thời điểm, lượng SV đăng ký học phần tập trung quá đông nên hệ thống đôi lúc bị quá tải, làm ảnh hưởng đến hoạt động truy cập của SV và GV.

Học viện có 05 phòng hội thảo (03 phòng họp trực tuyến, 02 hội trường họp trực tuyến) đều được trang bị hệ thống CNTT hiện đại, hệ thống máy chiếu, cầu truyền hình, âm thanh, ánh sáng đảm bảo tổ chức được các hoạt động khoa học. [H9.09.04.17].

Triển khai chuyển đổi số theo mô hình “Quốc gia số thu nhỏ”, Học viện đã nghiên cứu, tham khảo các định hướng, chính sách của quốc gia trong hoạt động chuyển đổi số và xây dựng phương án chuyển đổi số bám theo 3 trục của Chương trình chuyển đổi số quốc gia. Học viện cũng xây dựng các mục tiêu chuyển đổi số theo 3 trục là Quản trị số - Dịch vụ số - Xã hội số, Sau gần 1 năm từ khi quyết liệt triển khai nhiệm vụ do Bộ trưởng giao, các ứng dụng, nền tảng như PTIT-SLink; Hệ thống thực hành ảo D-Lab; Mô hình lớp học thông minh, Trung tâm điều hành số, mô hình dịch vụ công cấp 4, mạng xã hội cựu SV đã được phát triển, kết nối và dần trở thành hệ sinh thái ban đầu ở Học viện số [H9.09.04.18]. Năm 2021, Học viện đã triển khai cấp mã định danh cho SV ngay khi trúng tuyển và SV có thể truy cập vào phần mềm PTITS-link để phục vụ cho việc nhập học trực tuyến, tra cứu điểm, tình trạng học phí, xét duyệt học bổng, theo dõi thời khóa biểu, ... trên tất cả các thiết bị di động [H9.09.04.19].

Học viện có Kế hoạch xây dựng hệ thống cơ sở dữ liệu tích hợp của Học viện ban hành theo Quyết định số 1234/HV-KH ngày 31/12/2021 [H9.09.04.20] với mục tiêu xác lập, lưu trữ, cập nhật các số liệu về các lĩnh vực hoạt động của Học viện một cách khoa học, đồng bộ.

Từ năm 2020, trước tình hình dịch Covid bùng phát, Học viện đã triển khai hoạt động giảng dạy - học tập trực tuyến được thực hiện qua phần mềm TranS và hệ thống hỗ trợ học tập thông qua hệ thống quản lý học tập trực tuyến - LMS [H9.09.04.21]. Đồng thời, Học viện triển khai nền tảng thực hành thông minh PTIT D-Lab giúp SV có thể thực hành trực tuyến qua mạng [H9.09.04.22]. Do mới đưa vào sử dụng nên trong một số thời điểm, lượng SV đăng ký học phần tập trung quá đông nên hệ thống đôi lúc bị quá tải, làm ảnh hưởng đến hoạt động truy cập của SV và GV.

Học viện có các phòng Lab an toàn thông tin được trang bị các thiết bị đồng bộ, hiện đại phục vụ hoạt động đào tạo trực tuyến, thi trực tuyến, giảng dạy E-learning, tập huấn các ứng dụng CNTT cho GV và NH [H9.09.03.05].

Học viện triển khai các biện pháp đảm bảo an toàn, bảo mật cho hệ thống CNTT như xây dựng quy trình bảo trì hệ thống mạng, máy tính, thiết bị CNTT, xây dựng kế hoạch rà soát đánh giá hạ tầng CNTT toàn Học viện và thực hiện rà soát đánh giá hạ tầng

CNTT hằng năm, mạng LAN của Học viện được chia theo các phân khu theo chức năng để nâng cao tính bảo mật, mỗi tầng toà nhà được trang bị Wifi có bảo mật password để CB, GV, NV và SV sử dụng; các phần mềm của Học viện có cơ chế xác thực và phân quyền cho mỗi CB, GV, NV và SV tài khoản để đăng nhập các phần mềm; Ban biên tập Website quản lý và bảo mật tài khoản và mật khẩu cổng thông tin điện tử. Các chính sách, thủ tục bảo mật và an toàn đối với hệ thống CNTT được quán triệt, phổ biến tới toàn thể CB, GV, NV và SV thông qua hệ thống email nội bộ của Học viện và trang thông tin điện tử và trong chu kỳ KĐCLGD không xảy ra hiện tượng mất dữ liệu trong hệ thống ứng dụng CNTT Học viện.

Các thiết bị CNTT và cơ sở hạ tầng như máy tính, hệ thống mạng, hệ thống dự phòng, bảo mật và quyền truy cập của Học viện được rà soát đánh giá hiệu quả đầu tư hằng năm. Vào cuối mỗi năm, phòng Tài chính - Kế toán phối hợp cùng các đơn vị thực hiện công tác kiểm kê tài sản, trang thiết bị, công cụ dụng cụ trong toàn Học viện. Các đơn vị phải báo cáo và giải trình đối với các tài sản hư hỏng, mất mát. Hội đồng kiểm kê tài sản sẽ xác định tỉ lệ mới còn lại của các thiết bị. Sau khi hoàn thành kiểm kê, Tổ kiểm kê và đại diện lãnh đạo của đơn vị được kiểm kê cùng ký xác nhận vào biên bản kiểm kê. Biên bản sẽ được sử dụng để tổng hợp số liệu báo cáo Lãnh đạo Học viện và phục vụ công tác bảo trì, sửa chữa, mua sắm và đầu tư mới của năm tiếp theo [H9.09.04.22].

Hằng năm, các đơn vị có nhu cầu sử dụng, bảo dưỡng, sửa chữa tài sản, đăng ký mua sắm các phương tiện dạy và học, trang thiết bị CNTT, phần mềm quản lý,... lập kế hoạch gửi về Học viện qua Phòng Kế hoạch - Đầu tư. Theo đó, phòng Kế hoạch - Đầu tư lập kế hoạch đảm bảo CSVC tổng thể cho toàn Học viện để trình Giám đốc phê duyệt. Trên cơ sở kế hoạch được ban hành, Phòng Kế hoạch - Đầu tư phối hợp với các phòng ban chức năng liên quan có trách nhiệm tổ chức lựa chọn nhà thầu tư vấn, thi công xây lắp các hạng mục công trình theo đúng kế hoạch đề ra [H9.09.04.23].

Trong các hợp đồng mua sắm công cụ, dụng cụ phục vụ đào tạo hằng năm đều có danh mục mua sắm trang thiết bị CNTT, ví dụ: Năm 2018, Học viện đã đầu tư 1433,6 triệu đồng mua 5 máy tính xách tay, 91 máy tính để bàn (HĐ số 30/HĐKT/PTIT-HNC ngày 11/12/2018); Năm 2019, Học viện đầu tư 1886,85 triệu đồng mua 110 máy tính Acer, 10 máy tính xách tay Dell Vostro3580 (HĐ số 34/HĐKT/PTIT-HNC ngày 25/10/2019); Năm 2020, Học viện đầu tư 675,55 triệu đồng mua 29 máy tính Acer Vertion ES 2735G và 10

Laptop Del Vostro 3590 (HĐ số 36/HĐKT/PTIT-TĐ ngày 26/11/2020); năm 2021, Học viện đầu tư 1886,4 triệu đồng mua 80 máy tính Acer Vertion X Core i7 (HĐ số 01/HĐKT/PTIT-TĐ ngày 01/10/2021); Năm 2022, Nhà trường đã đầu tư 1.038 triệu đồng mua 60 máy tính Acer Vertion X2690G (HĐ số 01/HĐKT/PTIT-HACOM ngày 06/12/2022)...

Học viện đã lấy ý kiến hỏi các bên liên quan các nội dung liên quan đến mức độ đáp ứng nhu cầu về đào tạo và NCKH của hệ thống CNTT. Với nội dung khảo sát: “Hệ thống CNTT (bao gồm cả hạ tầng cho học tập trực tuyến) phù hợp và được cập nhật để hỗ trợ các hoạt động đào tạo và nghiên cứu” tỷ lệ CB, GV hài lòng đều đạt trên 80%; với nội dung: “Mạng máy tính, thiết bị tin học đáp ứng cơ bản nhu cầu người học”, tỷ lệ NH trả lời hài lòng qua khảo sát các năm là: năm 2021 (82,49%), năm 2020 (81,0%), năm 2019 (76,4%), năm 2018 (81,58%) và năm 2017 (83,7%); với nội dung: “Website của HV có đủ thông tin, dễ dàng truy vấn và thông tin được cập nhật thường xuyên”, tỷ lệ SV trả lời hài lòng qua khảo sát các năm là: năm 2021; 2020; 2019; 2018 2017 có giá trị tương ứng 87,07%, 83,5%, 80,6%), 86,5%; 84,3% và với nội dung: “Thiết bị công nghệ thông tin phục vụ tốt cho hoạt động giảng dạy và học tập” tỷ lệ hài lòng của NH năm cuối của ngành Marketing tại các năm khảo sát 2021, 2022 có giá trị tương ứng: 80,6%; 89,2% .

2. Điểm mạnh

Học viện là trường đại học đầu tiên trong cả nước đi đầu trong công cuộc chuyển đổi số, đây là mô hình nền tảng số đầu tiên được công bố trong việc liên thông dữ liệu thông qua ứng dụng phần mềm PTIT-Slink, nhằm tạo ra một cơ sở dữ liệu dùng chung, làm tiền đề phát triển hệ thống các ứng dụng hỗ trợ GV, SV trong quá trình đào tạo/học tập; tối ưu hoá hiệu suất lao động của cán bộ, nhân viên hỗ trợ.

3. Điểm tồn tại

Một số thời điểm, lượng SV đăng ký học phần tập trung quá đông nên hệ thống đôi lúc bị quá tải, làm ảnh hưởng đến hoạt động truy cập của SV và GV.

4. Kế hoạch hành động

Năm 2024, Phòng Giáo vụ sẽ đánh giá lại việc phân nhóm đăng ký học phần, nhằm tránh tình trạng SV tập trung truy cập hệ thống quá đông trong cùng một thời điểm.

5. Tự đánh giá: Mức đạt được của tiêu chí: 5/7

Tiêu chí 9.5: Các tiêu chuẩn về môi trường, sức khỏe, an toàn được xác định và triển khai có lưu ý đến nhu cầu đặc thù của người khuyết tật.

1. Mô tả hiện trạng

Học viện triển khai thực hiện các tiêu chuẩn về môi trường, sức khỏe, an toàn đối với CBGV và người học theo các văn bản, quy định của Nhà nước [H9.09.05.01], cụ thể gồm: Luật An toàn vệ sinh lao động (số 84/2015/QH13 ngày 25/6/2015); Luật Phòng cháy chữa cháy (số 40/2013/QH13 ngày 22/11/2013); Nghị định quy định chi tiết một số điều của Luật Phòng cháy chữa cháy (Nghị định số 79/2014/NĐ-CP ngày 31/7/2014); Nghị định quy định về môi trường giáo dục an toàn, lành mạnh, thân thiện, phòng, chống bạo lực học đường (Nghị định số 80/2017/NĐ-CP ngày 17/7/2017); Quy chế công tác học sinh, sinh viên nội trú tại các cơ sở giáo dục (Thông tư số 27/2011/TT-BGDĐT ngày 27/6/2011); Quy định về tổ chức và hoạt động của Trạm Y tế trong các đại học, học viện, trường đại học, cao đẳng và trung cấp chuyên nghiệp (Thông tư số 17/2007/QĐ-BGDĐT ngày 24/5/2007); Hướng dẫn thực hiện nhiệm vụ giáo dục thể chất, hoạt động thể thao và y tế học đường (Công văn số 3946/BGDĐTGDTC ngày 31/8/2018); Quy định các tiêu chí về môi trường, sức khỏe và an toàn (Công văn số 3946/BGDĐT-GDTC ngày 31/8/2018); Quy định về công tác Y tế trường học (Thông tư liên tịch số 13/2016/TTLT-BYT-BGDĐT của Bộ Y tế và Bộ giáo dục và Đào tạo); Hướng dẫn khám sức khỏe của Bộ Y tế (TT số 14/TT-BYT ngày 06/5/2013) [H9.09.05.01].

Căn cứ hướng dẫn nêu trên, Học viện đã ban hành các văn bản quy định về các yêu cầu, tiêu chí về môi trường, sức khỏe và an toàn cho CBVC và người học tại Học viện như:

Học viện ban hành Nội quy lao động để CBGV thực hiện theo đúng quy định của Ngành giáo dục [H7.07.05.01] và Quy chế làm việc của Học viện Công nghệ Bưu chính viễn thông theo quyết định số 1248/QĐ-HV ngày 31/12/2015 [H7.07.05.02]. Các văn bản này quy định việc chấp hành nội quy lao động và thời gian làm việc của CBVCNLĐ, trong đó quy định thực hiện giờ làm việc đối với cán bộ, viên chức khối hành chính, cụ thể thời gian làm việc từ 08h00-17h00 các ngày từ thứ hai đến thứ sáu hàng tuần và gửi tới toàn thể CBVC tại các đơn vị được biết và thực hiện.

Hội đồng Học viện ban hành Quy chế thực hiện dân chủ trong hoạt động của Học viện theo Nghị quyết số 30/NQ-HĐHV ngày 4/8/2021 của Hội đồng Học viện [H7.07.05.05], với mục đích phát huy quyền dân chủ của VCNLĐ, NH và tăng cường nề

nếp, kỷ cương, kỷ luật trong hoạt động của Học viện góp phần xây dựng môi trường giáo dục, thân thiện, lành mạnh, phòng chống các hành vi tiêu cực trong đào tạo; Quy chế giám sát của Hội đồng Học viện theo Nghị Quyết số 35/NQ-HĐHV ngày 26/10/2021 ban hành [H8.08.05.01], theo đó, Hội đồng Học viện sẽ giám sát toàn diện các hoạt động của Học viện để đảm bảo tính khách quan, công khai, minh bạch và hỗ trợ các hoạt động của Học viện tuân thủ theo đúng quy định của Pháp luật.

Để đảm bảo quản lý và sử dụng có hiệu quả CSVC, hạ tầng cơ sở, Học viện đã ban hành các văn bản: Quy định phân cấp quản lý tài chính và quản lý, sử dụng tài sản công tại các đơn vị trực thuộc Học viện ban hành theo Quyết định số 1118/QĐ-HV ngày 26/11/2021 [H9.09.05.02]; Quy chế quản lý, sử dụng tài sản công của Học viện ban hành theo Quyết định số 1381/QĐ-HV ngày 29/12/2021 [H9.09.05.03]; Tiêu chuẩn, định mức sử dụng xe ô tô chuyên dùng của Học viện ban hành theo Quyết định số 1367/QĐ-HV ngày 28/12/2021 [H9.09.05.04].

Cơ sở Học viện ban hành Nội quy tiếp công dân theo Quyết định số 29/QĐ-HVCS ngày 14/06/2017; Quy chế tiếp công dân của Học viện cơ sở tại Tp. HCM theo Quyết định số 18/QĐ-HVCS ngày 07/02/2017 [H9.09.05.05]; Quy định văn hóa công sở tại Học viện cơ sở Tp. HCM theo Quyết định số 189/QĐ-HVCS ngày 26/08/2013 [H9.09.05.06]; Nội quy ra vào cổng Cơ sở Quận 9 - Tp. HCM theo Quyết định số 76/QĐ-CSVC&DV ngày 26/4/2013 [H9.09.05.07].

Nội Quy Giảng đường, lớp học được ban hành theo Quyết định số 353/QĐ-T.Tr ngày 07/08/2009 [H9.09.05.08] được treo tại hành lang giảng đường để SV thực hiện giờ lên lớp và chấp hành nội quy học tập theo quy định. Đồng thời, để đảm bảo an toàn, an ninh trật tự trong khu vực giảng đường. Ngoài ra, Học viện đã bố trí SV thuộc đội cờ đỏ kiểm tra thẻ SV, kiểm soát ra vào khu vực giảng đường; lắp camera theo dõi ở các khu vực hành lang lớp học để tạo nên trật tự, kỷ cương trong môi trường học đường.

Ký túc xá của SV (B5, B1, B2 và Quận 9, Tp.HCM) có bản nội quy ký túc xá treo ở sảnh các tầng và tại các địa điểm thuận lợi để SV đều nhận biết thực hiện nội quy nhằm đảm bảo nếp sống văn minh, trật tự và an toàn trong ký túc xá [H9.09.05.09].

Học viện ban hành Quy định về tổ chức, quản lý và sử dụng phòng TNTH (QĐ số 233/QĐ-HV ngày 02/04/2018) [H9.09.03.10] và Hướng dẫn sử dụng máy chiếu, các thiết bị thí nghiệm thực hành để quy định trách nhiệm của GV và SV khi làm việc tại các phòng TNTH.

Để thuận lợi cho sinh viên trong việc giải quyết các thủ tục hành chính, Học viện đã tổ chức Văn phòng giao dịch một cửa ngay cạnh cổng ra vào Học viện và Cơ sở Học viện tại TP. HCM tổ chức giải quyết các thủ tục SV qua Quy trình tiếp sinh viên theo quy chế một cửa qua Google Form [H8.08.04.12].

Văn phòng là đơn vị được Học viện giao cho nhiệm vụ quản trị về môi trường, sức khỏe, sự an toàn và khả năng tiếp cận của những người có nhu cầu đặc biệt [H9.09.05.10]. Văn phòng trực tiếp quản lý Trạm Y tế, Tổ bảo vệ, triển khai công tác PCCC, vệ sinh môi trường tại Học viện Học viện. Hằng năm, Văn phòng lập kế hoạch đảm bảo môi trường, sức khỏe, sự an toàn và khả năng tiếp cận của những người có nhu cầu đặc biệt gửi Phòng Kế hoạch Đầu tư để tổng hợp báo cáo Giám đốc Học viện phê duyệt Kế hoạch sửa chữa, mua sắm, đầu tư CSVC, trang thiết bị, công cụ dụng cụ phục vụ cho việc bảo vệ môi trường học đường, chăm sóc sức khỏe, PCCN, phòng chống dịch bệnh, an ninh an toàn cho CBVCNLD và NH tại Học viện, cụ thể:

Bộ phận Y tế có chức năng nhiệm vụ tổ chức công tác y tế học đường, chăm sóc sức khỏe cho CBVCNLD và NH, tổ chức tuyên truyền công tác y tế học đường, vệ sinh môi trường, phòng chống dịch bệnh [H9.09.05.11]. Cán bộ của bộ phận y tế ở cả 2 cơ sở đều có chuyên môn phù hợp (ở Hà Nội có 3 Y sỹ và cơ sở Thành phố Hồ Chí Minh có 1 Y sỹ Dược và 1 Y tá). Trạm y tế có giường bệnh để chăm sóc sức khỏe ban đầu cho người học và các dụng cụ y tế phục vụ cho việc sơ cứu ban đầu, cũng như các loại thuốc thông thường được mua sắm thường kỳ, có đủ lượng thuốc dự phòng theo quy định. Hằng ngày cán bộ y tế của cả hai cơ sở có lịch trực tại Học viện để hỗ trợ, cấp thuốc và sơ cứu ban đầu cho CB, GV và SV trong thời gian làm việc, học tập và ở Ký túc xá. Học viện đã thực hiện nghiêm túc công tác chăm sóc sức khỏe ban đầu đối với SV theo Thông tư liên tịch Số: 13/2016/TTLTBYT-BGDĐT của Bộ Y tế và Bộ GD&ĐT quy định về công tác y tế trường học, hằng năm, bộ phận y tế thực hiện các nhiệm vụ như tổ chức khám sức khỏe cho 100% SV mới vào nhập học và phun thuốc phòng chống dịch bệnh theo mùa; ...

Trong giai đoạn 2020 - 2021, khi dịch bệnh COVID diễn ra, Học viện đã nhanh chóng thực hiện các chỉ đạo của Thủ tướng Chính phủ, của Bộ Thông tin và Truyền thông, kịp thời ra các văn bản để phòng chống đại dịch, phân công cụ thể trách nhiệm cho từng đơn vị để cùng bảo vệ sức khỏe của CB, GV, NV và SV. Học viện có nhiều hoạt động phòng chống Covid-19 [H9.09.05.12]: Năm 2020 Học viện đã ban hành Quyết định thành lập Ban chỉ đạo phòng chống dịch bệnh viêm đường hô hấp do chủng mới của vi

rút Corona (nCoV) của Học viện theo Quyết định số 26/QĐ-HV ngày 31/01/2020; Thông báo về việc thực hiện chỉ thị 17/CT-UBND của UBND Thành phố Hà Nội về việc thực hiện giãn cách xã hội trên địa bàn Thành phố theo Công văn số 646/TB-HV ngày 24/7/2021; ... tích cực nhất là khâu vệ sinh môi trường, cách ly trong giao tiếp, hạn chế tụ tập đông người và các buổi họp đông người đều được tổ chức trực tuyến.

Hằng năm, Học viện thông qua các báo cáo định kỳ về công tác y tế trường học để đề xuất cải tiến, đầu tư và cải thiện môi trường, sức khỏe (Báo cáo ngày 04/5/2017; Báo cáo ngày 04/6/2018; Báo cáo ngày 20/5/2019 và ngày 16/6/2020) [H9.09.05.13].

Học viện có căng tin và căng tin của Học viện thường xuyên được kiểm tra, nâng cấp để bảo đảm sức khỏe, an toàn vệ sinh thực phẩm và được cấp giấy chứng nhận về sinh an toàn thực phẩm của cơ quan y tế địa phương [H9.09.05.14].

Học viện đầu tư sân bãi phục vụ các hoạt động thể dục thể thao, cụ thể có 02 sân bóng chuyên, 02 sân bóng đá, 02 sân bóng rổ tại các cơ sở đào tạo Hà Nội và Thành phố HCM [H9.09.05.15].

Học viện đầu tư hệ thống quản lý trông giữ xe cho khách, CB, GV, NV và được sắp xếp ngăn nắp, có camera giám sát, phần mềm quản lý thông minh đáp ứng yêu cầu về mỹ quan và an toàn cao [H9.09.05.16].

Học viện đã ký hợp đồng với công ty Cổ phần Dịch vụ Bảo vệ An ninh Yên Việt để bảo đảm công tác an ninh trật tự trong khuôn viên Học viện, với Công ty cổ phần dịch vụ bảo vệ khu công nghệ cao Hoà Lạc và Cơ sở TP. HCM có nhân viên làm nhiệm vụ bảo vệ [H9.09.05.17]. Căn cứ theo hợp đồng, công tác bảo vệ an ninh trật tự của Học viện đã được triển khai thực hiện, lực lượng bảo vệ túc trực ở các địa điểm của Học viện 24/24 để đảm bảo an ninh trật tự, an toàn về tính mạng và tài sản của Học viện, của CB, GV, NV và SV. Lực lượng bảo vệ của Học viện được đầu tư đầy đủ quần áo đồng phục, các phương tiện làm việc. Đồng thời, Học viện đã lắp đặt hệ thống Camera giám sát tại cổng và các khu vực trọng yếu trong Học viện 24/24; phối hợp với chính quyền và lực lượng an ninh địa phương tăng cường công tác an ninh trật tự, ngăn chặn các hành vi vi phạm pháp luật, phòng chống các tệ nạn xảy ra trong khu vực Học viện.

Học viện có lực lượng tự vệ, việc thành lập kiện toàn bộ máy của Trung đội tự vệ được thực hiện thông qua các quyết định kiện toàn nhân sự hàng năm [H9.09.05.18].

Học viện đã ký các hợp đồng và phụ lục gia hạn hợp đồng về dịch vụ dọn dẹp vệ sinh cơ sở vật chất của Học viện, theo đó bên cung ứng dịch vụ có trách nhiệm dọn dẹp

vệ sinh các khu vực của Học viện [H9.09.05.19]. Cơ sở Học viện tại Tp. HCM có bố trí nhân viên làm nhiệm vụ dọn dẹp vệ sinh khuôn viên hàng ngày. Học viện cơ sở Hà Nội có Bộ phận chăm sóc cây cỏ, vệ sinh môi trường trực thuộc Trung tâm Dịch vụ gồm 20 người có nhiệm vụ quản lý, vệ sinh hệ thống phòng học, giảng đường, khu vệ sinh và các tài sản trang thiết bị đi kèm, đảm bảo cảnh quan môi trường xanh, sạch, đẹp trong toàn bộ khuôn viên Học viện. Cơ sở Thành phố Hồ Chí Minh ký hợp đồng với đơn vị bên ngoài để thực hiện nhiệm vụ bảo vệ và làm vệ sinh các khu vực của Học viện. Hệ thống thoát nước được thường xuyên được nạo vét đảm bảo luôn thông thoát không bị tràn ngập ú đọng. Học viện ký hợp đồng với đơn vị thu gom rác thải đảm bảo rác được thu gom xử lý hàng ngày. Hệ thống nước sạch được đầu tư nâng cấp và thường xuyên được kiểm tra và xét nghiệm. Toàn bộ các khu nhà đều có công trình vệ sinh đảm bảo tiêu chuẩn về trang bị và vệ sinh.

Học viện xây dựng các phương án cứu hộ để đảm bảo an toàn cho người học và và người lao động khi xảy ra các sự cố khẩn cấp, phương án PCCC được cấp có thẩm quyền phê duyệt. Cụ thể: Học viện thành lập Ban Chỉ huy phòng cháy và chữa cháy gồm 05 thành viên và Đội phòng cháy chữa gồm 25 thành viên; Học viện ban hành Quy chế phân cấp trách nhiệm về công tác PCCC (QĐ số 430/QĐHV, ngày 05/6/2019), theo văn bản này Học viện đã phân cấp trách nhiệm của Ban chỉ PCCC, trách nhiệm của Đội PCCC, trách nhiệm của Trưởng các Phòng, ban, khoa, trung tâm và các đơn vị trực thuộc cũng như trách nhiệm của cán bộ công nhân viên và Học sinh sinh viên về công tác PCCC; Học viện đã ban hành Nội quy phòng cháy và chữa cháy (QĐ số 463/NQ-PCCC/HV ngày 13/6/2019); Phương án PCCC cơ sở đã được Cảnh sát PCCC Thành phố Hà Nội/Thành phố Hồ Chí Minh phê duyệt; Học viện có hệ thống PCCC được bố trí ở các toà nhà; Đội PCCC được tập huấn theo thông báo của Phòng cảnh sát PCCC địa phương; Học viện đã phối hợp với Cảnh sát PCCC Thành phố Hà Nội triển khai tập huấn cho CB, GV, NV và SV tại Học viện, diễn tập các phương án chữa cháy. Hằng năm, cơ quan PCCC địa phương đã tiến hành kiểm tra công tác PCCC tại Học viện, các biên bản về kiểm tra PCCC cho thấy Học viện đã thực hiện đúng quy định về công tác PCCC. Trong chu kỳ KĐCLGD, không có hiện tượng mất an toàn, an ninh trật tự trong khuôn viên Học viện [H9.09.05.20].

Khi thiết kế xây dựng khu giảng đường, Học viện đã có những ưu tiên nhất định dành cho người khuyết tật trong việc bố trí xếp phòng học ở tầng 1, đồng thời đã thiết kế

lôi đi, thang máy dành cho người khuyết tật thuộc dãy nhà A2. Học viện quan tâm tới môi trường học tập, làm việc, điều kiện đảm bảo sức khỏe và an toàn cho người khuyết tật, nhưng chưa thể hiện rõ tiêu chuẩn, quy định qua các văn bản hiện hành.

Thông qua các biên bản kiểm tra công tác PCCC, kiểm tra an toàn vệ sinh trong Nhà trường, Học viện đã thực hiện các quy định về an ninh trật tự, PCCC. Trong chu kỳ KĐCLGD không xảy ra hiện tượng cháy, nổ, mất an ninh trật tự trong khuôn viên Học viện. Ngoài ra, Môi trường, sức khỏe, sự an toàn và khả năng tiếp cận của những người có nhu cầu đặc biệt được rà soát, đánh giá thông qua các báo cáo tổng kết đánh giá công tác hàng năm của Học viện.

Đoàn Thanh niên Học viện đã xây dựng các chương trình, kế hoạch công tác năm trong đó tăng cường triển khai công tác giáo dục chính trị tư tưởng; học tập - NCKH; văn hóa - văn nghệ - thể thao; đồng hành cùng SV lập thân, lập nghiệp; xây dựng môi trường văn hóa - văn minh; khởi nghiệp sáng tạo; tình nguyện, các hoạt động phục vụ cộng đồng; đặc biệt quan tâm đến hỗ trợ hoạt động của các câu lạc bộ SV, hướng câu lạc bộ SV vào tạo lập môi trường sư phạm, rèn luyện thiết thực bổ ích cho SV nhằm tạo sân chơi cho các sinh viên đam mê nghiên cứu khoa học, những hoạt động của Đoàn Thanh niên được cụ thể tại Báo cáo tổng kết chương trình công tác hàng năm của Đoàn Thanh niên Học viện [H9.09.05.21].

Trong giai đoạn 2017-2021, Học viện đã đầu tư kinh phí chi cho công tác y tế là 2.959.900.000 đồng; chi cho công tác an ninh trật tự là 6.545.845.932 đồng; chi cho dịch vụ vệ sinh môi trường, sân vườn ngoại cảnh là 23.592.467.340 đồng [H9.09.05.22].

Học viện đã lấy ý kiến phản hồi từ người học, các bên liên quan một số nội dung liên quan đến các vấn đề về môi trường, sức khỏe và an toàn và lưu ý đến nhu cầu của người khuyết tật. Ví dụ, với nội dung “*Trạm y tế đáp ứng được yêu cầu khám chữa bệnh ban đầu của người học*” mức độ hài lòng của NH qua các năm khảo sát 2017, 2018, 2019, 2020, 2021 có các giá trị tương ứng 84,3%; 90,25%; 84,0%; 86,2%; 88,12% và với nội dung “*Công tác vệ sinh môi trường, giáo dục thể chất, nhà ăn, ký túc xá đáp ứng cơ bản yêu cầu của người học*” mức độ hài lòng của NH qua các năm khảo sát 2017, 2018, 2019, 2020, 2021, có các giá trị tương : 83,7%; 92,5%; 83,1%; 85,5%; 88,24%; với nội dung “*Có đầy đủ nội quy, và quy định trong phòng thí nghiệm, thực hành, nhật ký sử*

dụng” tỷ lệ hài lòng của GV là 96,0% và với nội dung “Có đầy đủ trang thiết bị bảo hộ lao động cần thiết” có 92,9% GV tham gia khảo sát hài lòng.

2. Điểm mạnh

Học viện đã triển khai thực hiện công tác đảm bảo về môi trường, an toàn, sức khỏe cho CBGV và NH trên nhiều phương diện, có kiểm tra, đánh giá thường xuyên.

3. Điểm tồn tại

Các chính sách đặc thù dành cho người khuyết tật đã được quan tâm nhưng chưa được thể hiện thành các văn bản cụ thể..

4. Kế hoạch hành động

Năm 2024, Phòng Chính trị và Công tác SV phối hợp với Văn phòng đề xuất các giải pháp quan tâm nhiều hơn nữa đến nhu cầu đặc thù của người khuyết tật và thể hiện rõ trong các văn bản có liên quan.

5. Tự đánh giá: Mức đạt được của tiêu chí: 5/7.

Kết luận về tiêu chuẩn 9

Các điểm mạnh về tiêu chuẩn này bao gồm: 1) Diện tích khuôn viên và diện tích xây dựng phục vụ trực tiếp đào tạo của Học viện đáp ứng tốt yêu cầu về tỷ lệ diện tích trên người học. Phòng học cơ sở phía Bắc đều được trang bị điều hoà không khí đảm bảo nhiệt độ, độ ẩm và thông gió phù hợp cho các hoạt động đào tạo; 2) Tài liệu nội sinh của Học viện đã được xây dựng khá đầy đủ, đáp ứng tốt những yêu cầu cơ bản cho các chuyên ngành đào tạo của Học viện, nhu cầu của GV và người học; 3) Hệ thống phòng Lab chuyên sâu được đầu tư tốt, trang thiết bị hiện đại (phòng Lab ATTT, phòng Lab Samsung, Lab NAVER...); 4) Học viện liên tục đầu tư tập trung vào CSVC, hạ tầng cho CNTT; phòng máy chủ, hệ thống mạng, hệ thống máy tính cho các phòng Lab... được đảm bảo, hoạt động liên tục cho SV trong toàn trường nói chung và SV ngành CNTT nói riêng; 5) Học viện đã ban hành các quy định liên quan đến môi trường, sức khỏe và an toàn, như: Nội quy giảng đường; Nội quy ký túc xá; Quy định về tổ chức, quản lý và sử dụng phòng thí nghiệm, thực hành; Nội quy căng tin; nội quy PCCC; Quy định về phòng tránh dịch Covid-19...; thành lập Ban chỉ huy PCCC, Đội PCCC với nhân sự là đội ngũ CB, GV, NV. Học viện đã ban hành Quy chế phân cấp trách nhiệm về công tác PCCC.

Bên cạnh đó, vẫn còn những hạn chế như: cơ sở vật chất chưa được đầu tư đồng bộ giữa 2 miền Nam và Bắc.; So với qui mô đào tạo của Học viện thì diện tích và trang thiết bị của 2 Thư viện đều chưa được đầu tư, phòng đọc chật, thiếu chỗ ngồi; nội dung

các câu hỏi trong phiếu khảo sát các đối tượng liên quan chưa bao phủ được hết nội dung khảo sát về mức độ đáp ứng của hệ thống CNTT đối với hoạt động đào tạo và NCKH; các chính sách đặc thù dành cho người khuyết tật đã được quan tâm nhưng chưa được thể hiện thành các văn bản cụ thể.

Tiêu chuẩn 9 có 05 tiêu chí: 4,80 /7.

Tiêu chuẩn 10: Nâng cao chất lượng

Mở đầu

Nâng cao chất lượng trong giáo dục đại học gắn liền với việc cải tiến các yếu tố bao gồm: Kiến thức, kỹ năng và thái độ hoặc năng lực của người học; Môi trường và các cơ hội học tập; Chất lượng đào tạo của Học viện hoặc đơn vị thực hiện CTĐT ngành Marketing. Nâng cao chất lượng đào tạo là việc triển khai các sáng kiến một cách có kế hoạch nhằm mục tiêu đảm bảo và cải tiến chất lượng. Đây là quá trình liên tục nỗ lực cải tiến và áp dụng các kinh nghiệm tốt (best practices).

Sự tin tưởng của người học cũng như các bên liên quan khác đối với Học viện được xây dựng và duy trì thông qua các hoạt động đảm bảo và cải tiến chất lượng. Các hoạt động này giúp đảm bảo chương trình được thiết kế tốt, được theo dõi thường xuyên và định kỳ rà soát, qua đó đảm bảo tính cập nhật và phù hợp. Hoạt động đảm bảo và cải tiến chất lượng chương trình bao gồm các nội dung sau: Xây dựng các chuẩn đầu ra; quy trình thiết kế và phát triển CTĐT; cách tiếp cận trong giảng dạy, học tập và đánh giá người học; các nguồn lực, cơ sở vật chất và trang thiết bị, dịch vụ hỗ trợ; việc ứng dụng các thành quả nghiên cứu; cơ chế thu thập thông tin phản hồi từ các bên liên quan.

Học viện và Bộ môn Marketing luôn xác định nâng cao chất lượng trong giáo dục đại học là yêu cầu bắt buộc trong quá trình đào tạo. Bộ môn luôn cải tiến các yêu cầu cơ bản về kiến thức, kỹ năng và thái độ, năng lực của người học; môi trường và các cơ hội học tập cũng như chất lượng của CTĐT. Đây là một quá trình liên tục nỗ lực cải tiến và áp dụng các kinh nghiệm tốt từ các CTĐT tiên tiến trong và ngoài nước. Để đảm bảo nâng cao chất lượng đào tạo, tạo sự tin tưởng của người học cũng như các bên liên quan, CTĐT ngành Marketing được thường xuyên định kỳ rà soát, qua đó đảm bảo tính cập nhật và phù hợp.

Hoạt động đảm bảo và cải tiến chất lượng chương trình bao gồm các nội dung sau: xây dựng các chuẩn đầu ra; quy trình thiết kế và phát triển CTĐT; cách tiếp cận trong giảng dạy, học tập và đánh giá người học; các nguồn lực, cơ sở vật chất và trang thiết bị,

dịch vụ hỗ trợ; việc ứng dụng các thành quả nghiên cứu; cơ chế thu thập thông tin phản hồi từ các bên liên quan.

Tiêu chí 10.1: Thông tin phản hồi và nhu cầu của các bên liên quan được sử dụng làm căn cứ để thiết kế và phát triển chương trình dạy học.

1. Mô tả hiện trạng

Căn cứ Quy định về khối lượng kiến thức tối thiểu, yêu cầu về năng lực mà người học đạt được sau khi tốt nghiệp đối với mỗi trình độ đào tạo của giáo dục đại học và quy trình xây dựng, thẩm định, ban hành chương trình đào tạo trình độ đại học, thạc sĩ, tiến sĩ [H10.10.01.01] và quy định về chuẩn chương trình đào tạo các trình độ của giáo dục đại học; xây dựng, thẩm định và ban hành chuẩn chương trình đào tạo cho các lĩnh vực và ngành đào tạo; xây dựng, thẩm định và ban hành chương trình đào tạo các trình độ của giáo dục đại học của Bộ GD&ĐT [H10.10.01.02], Học viện hướng dẫn Bộ môn Marketing triển khai việc thiết kế, xây dựng và phát triển CTDH; rà soát, cập nhật định kỳ CTĐT cho phù hợp với tình hình thực tế và sự phát triển của ngành Marketing trong nước và thế giới theo Kế hoạch số 111/KH-HV ngày 05/3/2018 [H1.01.03.01] và Kế hoạch số 10/KH-HV ngày 09/01/2020 [H1.01.03.02].

Nhiệm vụ thu thập thông tin phản hồi về nhu cầu nguồn nhân lực khi thiết kế CTDH và phản hồi từ các bên liên quan được thực hiện theo các văn bản:

- Quy định lấy ý kiến phản hồi từ người học về hoạt động giảng dạy của giảng viên tại Học viện ban hành theo Quyết định số 861/QĐ-HV ngày 23/11/2015 [H10.10.01.03].

- Quy định về việc lấy ý kiến về tình trạng việc làm của sinh viên sau khi tốt nghiệp tại Học viện ban hành theo Quyết định số 642/QĐ-HV ngày 09/08/2018 [H10.10.01.04].

- Quy định về công tác khảo sát ý kiến của người học về công tác đảm bảo điều kiện CSVC phục vụ người học tại Học viện ban hành theo Quyết định số 755/QĐ-HV ngày 25/9/2018 [H10.10.01.05].

- Quy định về công tác khảo sát điều kiện cơ sở vật chất (CSVC) phục vụ công tác quản lý, giảng dạy và NCKH tại Học viện ban hành theo Quyết định số 1059/QĐ-HV ngày 30/11/2019 [H10.10.01.06].

- Quy định tạm thời về công tác lấy ý kiến phản hồi của các bên liên quan ban hành theo Quyết định số 519/QĐ-HV ngày 22/6/2021 [H10.10.01.07] với các đối tượng bao gồm cán bộ giảng viên, sinh viên, sinh viên tốt nghiệp, cựu sinh viên, học viên cao học của Học viện.

- Quy định xây dựng, cải tiến và phát triển CTĐT ban hành theo Quyết định số 393/QĐ-HV ngày 23/3/2022 [H10.10.01.08], trong đó quy định việc thiết kế các phiếu điều tra, khảo sát về CĐR, CTĐT.

Đề chỉ đạo triển khai công tác khảo sát thu thập thông tin phản hồi của các bên liên quan, Học viện ban hành Quy định về hoạt động ĐBCLGD tại Học viện theo Quyết định số 351/QĐ-HV ngày 21/3/2022 [H10.10.01.09], trong đó nêu rõ nguyên tắc của hoạt động ĐBCL, cấu trúc hệ thống ĐBCL của Học viện, phương thức, công cụ đánh giá chất lượng, tổ chức kiểm định chất lượng, xây dựng cơ sở dữ liệu đảm bảo chất lượng và điều kiện thực hiện hoạt động ĐBCL, cam kết ĐBCLGD tại Học viện. Hệ thống đảm bảo chất lượng bên trong được đặt dưới sự chỉ đạo của Hội đồng, Ban Giám đốc Học viện và giao đơn vị đầu mối là Trung tâm KT&ĐBCLGD, các đơn vị phối hợp gồm Văn phòng, Phòng Đào tạo, Phòng Giáo vụ, Phòng Chính trị và Công tác sinh viên, Thư viện, Trung tâm Thí nghiệm thực hành và Bộ môn Marketing. Hội đồng đảm bảo chất lượng của Học viện do Giám đốc Học viện thành lập theo Quyết định số 389/QĐ-HV ngày 07/05/2021. Hội đồng có 71 thành viên, gồm Lãnh đạo Học viện, lãnh đạo các phòng, khoa, ban Học viện và các cán bộ làm công tác đảm bảo CLGD tại các đơn vị [H10.10.01.10].

Học viện có 04 cán bộ đã hoàn thành Chương trình đào tạo kiểm định viên kiểm định chất lượng giáo dục đại học và trung cấp chuyên nghiệp và có 45 CBGV được cấp chứng giấy chứng nhận tham gia tập huấn về nghiệp vụ ĐBCL về CTĐT.

Học viện giao nhiệm vụ cho các đơn vị trong việc lấy ý kiến phản hồi của các bên liên quan, cụ thể: Trung tâm KT&ĐBCLGD chủ trì triển khai công tác khảo sát ý kiến trong phạm vi toàn Học viện và trực tiếp khảo sát ý kiến phản hồi từ người học về hoạt động giảng dạy của giảng viên và công tác đảm bảo điều kiện CSVC phục vụ người học tại Học viện; Phòng Đào tạo lấy ý kiến khảo sát liên quan đến xây dựng, thiết kế CĐR và CTĐT tại Phụ lục 4, Quy định xây dựng, cải tiến và phát triển CTĐT; Phòng Chính trị và Công tác SV khảo sát ý kiến về tình trạng việc làm của sinh viên sau khi tốt nghiệp tại Học viện; Văn phòng khảo sát ý kiến CBVCNLD về CSVC, trang thiết bị, hệ thống CNTT, phòng thí nghiệm/thực hành, ... phục vụ công tác ĐT và NCKH; các Khoa/ Bộ môn Marketing khảo sát giảng viên, sinh viên năm cuối, cựu SV, doanh nghiệp, chuyên gia, nhà khoa học về CĐR, mục tiêu CTĐT, CTDH các ngành đào tạo; Cơ sở Học viện tại Thành phố HCM chỉ đạo các đơn vị khảo sát ý kiến theo các quy định Học viện đã ban hành.

Học viện ban hành các mẫu phiếu đối với từng đối tượng được khảo sát bao gồm mẫu phiếu khảo sát SV về điều kiện CSVC và đánh giá hoạt động giảng dạy của GV; phiếu khảo sát DN, chuyên gia, các nhà khoa học, giảng viên, SV tốt nghiệp về CĐR, CTĐT và CTDH; phiếu khảo sát SV năm cuối về chất lượng đào tạo; phiếu khảo sát SV tốt nghiệp về tình trạng việc làm; ... [H10.10.01.11]. Việc thu thập thông tin phản hồi thực hiện bằng các hình thức khác nhau, tùy thuộc vào đối tượng khảo sát trong từng thời điểm như khảo sát trực tiếp, trực tuyến, phỏng vấn hoặc thông qua hội nghị/hội thảo với doanh nghiệp, chuyên gia do Học viện, Bộ môn Marketing tổ chức hàng năm [H10.10.01.12], [H1.01.01.04], [H1.01.01.06], [H3.03.02.03] và [H2.02.02.14]. Trong giai đoạn dịch bệnh Covid-19, Học viện tổ chức khảo sát trực tuyến thông qua phần mềm Ptit-Slink [H10.10.01.13].

Giai đoạn 2017-2022, để điều chỉnh, cải tiến CTDH ngành Marketing, các đơn vị thuộc Học viện đã tổ chức thu thập ý kiến phản hồi của các bên liên quan với nội dung:

(1) Bộ môn Marketing:

- Tổ chức khảo sát SV năm cuối về CTĐT (nội dung, mục tiêu CĐR CTĐT, CTDH); hoạt động giảng dạy, kiểm tra; nguồn lực học tập và các hoạt động hỗ trợ; đánh giá chung về kết quả đào tạo; các hoạt động hỗ trợ đào tạo trong thời gian SV học tập tại Học viện. Sau khi khảo sát, Bộ môn Marketing tổng hợp kết quả khảo sát hàng năm [H10.10.01.14] và kết quả phản hồi cho thấy: Hầu hết các nhà tuyển dụng nhất trí với mục tiêu, thời gian đào tạo, nội dung chương trình phù hợp với thị trường lao động.

- Tổ chức khảo sát lấy ý kiến khảo sát các bên liên quan (DN, chuyên gia, các nhà khoa học, giảng viên, SV tốt nghiệp) về dự thảo CĐR và CTĐT ngành Marketing năm 2018 và 2020 [H1.01.01.04] và [H1.01.01.14].

(2) Trung tâm KT&ĐBCLGD: Tổ chức khảo sát ý kiến phản hồi của SV về hoạt động giảng dạy của giảng viên sau khi kết thúc học phần của từng học kỳ, năm học trong giai đoạn 2017-2021 [H3.03.02.06]. Mỗi một GV đều được lấy ý kiến của sinh viên về hoạt động giảng dạy học phần trong kỳ học đó. Sinh viên vừa đánh giá chất lượng giảng dạy của GV vừa được tham gia nhận xét học phần, chương trình dạy học. Các ý kiến phản hồi là một kênh thông tin quan trọng cho việc thiết kế và phát triển CTDH ngành Marketing. Đa số sinh viên cho ý kiến phản hồi tích cực. Điều này phần nào phản ánh CTDH ngành Marketing đang được xây dựng và phát triển đúng mục tiêu phát triển của Học viện.

(3) Phòng Chính trị và Công tác sinh viên

- Tổ chức khảo sát tình trạng việc làm của sinh viên tốt nghiệp hàng năm [H10.10.01.15] theo mẫu phiếu khảo sát của Bộ GD&ĐT và hình thức khảo sát gồm hỏi trực tuyến trên google, gửi phiếu khảo sát qua email, facebook phỏng vấn trực tiếp qua điện thoại. Các đợt khảo sát thu thập thông tin phản hồi của đơn vị sử dụng lao động tập trung đánh giá hai khía cạnh: (i) Sự hài lòng của nhà tuyển dụng về chất lượng cử nhân tốt nghiệp (đánh giá mức độ đáp ứng về kiến thức, kỹ năng, thái độ nghề nghiệp, mức độ tự chủ và trách nhiệm cá nhân); (ii) Đánh giá về mức độ cần thiết và sự phù hợp của kiến thức CĐR và CTDH, nhằm cung cấp các thông tin hữu ích phục vụ cho việc điều chỉnh các hoạt động của chương trình dạy học.

- Tổ chức khảo sát ý kiến của sinh viên về chất lượng, hiệu quả các hoạt động tư vấn học tập, hỗ trợ việc làm năm 2019, 2020 và 2021 [H10.10.01.16].

(4) Cơ sở Học viện tại TP. HCM

- Tổ chức khảo sát tình trạng việc làm của sinh viên tốt nghiệp hàng năm [H10.10.01.17] theo mẫu phiếu khảo sát của Bộ GD&ĐT.

- Tổ chức khảo sát chất lượng sinh viên đã tốt nghiệp và nhu cầu tuyển dụng năm 2021 và 2022 [H10.10.01.18] để đánh giá tình hình việc làm của SVTN từ Học viện và xu hướng tuyển dụng của các doanh nghiệp thời gian tới về kiến thức, năng lực của SV tốt nghiệp các CTĐT tại Học viện.

Căn cứ Kế hoạch xây dựng, triển khai, rà soát, điều chỉnh CTĐT và CĐR của Học viện và những thông tin thu được qua các hoạt động khảo sát ý kiến nêu trên, Bộ môn Marketing tiến hành phân tích thông tin, nghiên cứu nhu cầu của các bên liên quan để triển khai kế hoạch bổ sung, hiệu chỉnh CTDH ngành Marketing trong chu kỳ KĐCL, với quy trình như sau: (i) Bộ môn tổ chức họp về kế hoạch điều chỉnh CTDH ngành Marketing; (2) Bộ môn tiến hành tổng hợp, phân tích ý kiến của các bên liên quan, làm căn cứ để xây dựng, hiệu chỉnh và phát triển CTDH và tổ chức họp đóng góp ý kiến cho CTDH ngành Marketing; (iii) rà soát, đánh giá các nội dung trong CTDH; (iv) Hội đồng nghiệm thu CTĐT Học viện họp và thông qua. Trong quá trình điều chỉnh CTĐT các năm 2018 và 2020, Bộ môn Marketing đã triển khai thu thập thông tin phản hồi trong quá trình thiết kế, phát triển CTDH, cụ thể, thông qua Bảng tổng hợp ý kiến về chương trình dạy học ngành Marketing năm 2018 và 2020 [H1.01.01.13], [H1.01.01.14]. Bộ môn tiến hành tổng hợp, phân tích ý kiến của các bên liên quan, làm căn cứ để xây dựng, hiệu

chính và phát triển CTDH. Kết quả phản hồi cho thấy: Hầu hết các nhà tuyển dụng nhất trí với mục tiêu, thời gian đào tạo, nội dung chương trình phù hợp với thị trường lao động. Các ý kiến cụ thể của các nhà tuyển dụng như cần tăng thêm kỹ năng thực hành, kỹ năng mềm và môn chuyên ngành đã được Học viện, Bộ môn xem xét và điều chỉnh CTDH. Ngoài ra, tại cuộc họp Bộ môn, hội thảo, tổng kết, hội trợ việc làm, kỷ niệm thành lập Học viện, Bộ môn cũng đã có nhiều trao đổi để lấy ý kiến của các bên liên quan về SV tốt nghiệp và những thay đổi cần thiết trong CTDH ngành Marketing.

Theo kết quả khảo sát ý kiến phản hồi của GV, Bộ môn Marketing đã tổ chức xây dựng đề cương các học phần theo quy trình hướng dẫn tại các văn bản của Học viện ban hành. Mục tiêu của CTDH ngành Marketing được cụ thể hóa ở mục tiêu học phần và được thể hiện ở các đề cương của tất cả các học phần có trong CTDH. Đề cương chi tiết học phần là bản mô tả các nội dung giảng dạy, sự phân phối kiến thức cho từng tiết học cùng với CDR của học phần, đồng thời cũng là cơ sở để GV và người học thực hiện đúng trách nhiệm của mình. Mỗi CDR chi tiết của từng học phần luôn được gắn liền với từng hoạt động dạy và học cũng như hoạt động đánh giá tương ứng. Bộ môn đã bám sát các quy định và hướng dẫn của Bộ GD&ĐT và kế hoạch sửa đổi và cập nhật CTDH ngành Marketing của Học viện.

Ý kiến phản hồi của đơn vị sử dụng lao động về SV sau khi tốt nghiệp được Bộ môn khai thác nhằm điều chỉnh nội dung chương trình dạy học ngành Marketing cho phù hợp với yêu cầu thực tế của thị trường lao động. Bên cạnh đó, các kết quả khảo sát lấy ý kiến của SV về CTDH tại Học viện cũng được Bộ môn sử dụng như là một kênh thông tin quan trọng giúp Bộ môn có bức tranh chung về chất lượng sản phẩm đầu ra và hiệu quả của CTDH ngành Marketing. Kết quả khảo sát cũng được Bộ môn Marketing sử dụng làm cơ sở điều chỉnh các hoạt động hỗ trợ dạy học phù hợp, giúp Bộ môn có lộ trình điều chỉnh và phát triển CTDH ngành Marketing. Những thay đổi cụ thể trong CTĐT năm 2020: So với đề cương chi tiết học phần công bố năm 2016, 2018 có điểm mới về nội dung đó là đã nâng mức độ đáp ứng chuẩn đầu ra từ mức độ 3 lên mức độ 3,5-4. Các nội dung cập nhật trong các học phần và chuẩn đầu ra từ truyền thụ kiến thức sang dạy học phát triển năng lực, bao gồm sự điều chỉnh tên học phần, thay đổi cấu trúc chương, bài học, thay đổi sự tương quan giữa lý thuyết và thực hành, điều chỉnh nội dung kiến thức, áp dụng các phương pháp dạy học hiện đại.

Trong các đợt rà soát, cập nhật CTĐT năm học 2018-2019 và năm học 2020-2021 theo yêu cầu các bên liên quan Bộ môn Marketing đã điều chỉnh CTĐT theo hướng thay đổi thời lượng của CTĐT từ 127 tín chỉ (năm 2018) lên 128 tín chỉ (năm 2020). Những thay đổi này chủ yếu gắn với đổi mới thời lượng của kiến thức giáo dục chuyên nghiệp: từ 127 tín chỉ (năm 2018) tăng lên 128 tín chỉ (năm 2020); kèm theo là việc cắt bỏ thời lượng một số học phần và bổ sung một số học phần như: Tiếng Anh 1, 2 và 3.

Hệ thống thu thập thông tin phản hồi đã có, nhưng còn phân tán ở nhiều văn bản khác nhau, do đó Trung tâm KT & ĐBCLGD chịu trách nhiệm phối hợp các Phòng Đào tạo, Phòng Công tác SV, Phòng Giáo vụ, Bộ môn Marketing để thống nhất có quy định chung việc sử dụng bộ công cụ và hình thức lấy ý kiến của các bên liên quan... và khảo sát bằng nhiều hình thức khác nhau, tùy thuộc vào đối tượng khảo sát (dùng bảng hỏi, khảo sát trực tuyến, phỏng vấn...) để hướng dẫn các đơn vị thực hiện. Học viện chưa có văn bản của quy định về quy trình khảo sát, thu thập ý kiến nhà tuyển dụng và NH về CTDH.

2. Điểm mạnh

Học viện có quy định thu thập thông tin phản hồi các bên liên quan bằng nhiều hình thức khác nhau, trên nhiều kênh phản hồi khác nhau và là cơ sở quan trọng để Bộ môn sử dụng hiệu chỉnh mục tiêu, CĐR, CTDH của CTĐT ngành Marketing.

3. Điểm tồn tại

Học viện chưa ban hành văn bản quy định về quy trình khảo sát, thu thập ý kiến nhà tuyển dụng và NH về CTDH.

4. Kế hoạch hành động

Năm học 2023-2024, Trung tâm KT&ĐBCLGD phối hợp với các khoa, bộ môn nghiên cứu, đề xuất Học viện ban hành quy định/quy trình khảo sát, thu thập ý kiến nhà tuyển dụng và NH về CTDH.

5. Tự đánh giá: Mức đạt được của tiêu chí: 5/7.

Tiêu chí 10.2: Việc thiết kế và phát triển chương trình dạy học được thiết lập, được đánh giá và cải tiến.

1. Mô tả hiện trạng

Căn cứ quy định của Thông tư số 07/2015/TT-BGDĐT ngày 16/4/2015 của Bộ GD&ĐT [H10.10.01.01], Học viện hướng dẫn Bộ môn Marketing triển khai việc thiết kế, xây dựng và phát triển CTDH; rà soát, cập nhật định kỳ theo Kế hoạch số 111/KH-HV

ngày 05/3/2018 [H1.01.03.01] và Kế hoạch số 10/KH-HV ngày 09/01/2020 [H1.01.03.02] nhằm mở rộng qui mô hoặc nâng cao chất lượng đào tạo, đáp ứng nhu cầu của xã hội.

Các quyết định, văn bản hướng dẫn nêu trên quy định việc rà soát, cập nhật CĐR và CTĐT trình độ đại học hệ chính quy thực hiện theo quy trình gồm các bước:

Bước 1: Các Khoa rà soát, khảo sát, đánh giá nội dung CĐR CTĐT hiện tại.

Bước 2: Trên cơ sở kết quả khảo sát, rà soát đánh giá hiện trạng, Khoa đề xuất việc hiệu chỉnh (nội dung CĐR, cấu trúc CTĐT, nội dung CTĐT), dự kiến các nội dung cần điều chỉnh và báo cáo Ban giám đốc Học viện phê duyệt.

Bước 3: Khoa tổ chức triển khai hiệu chỉnh, sửa đổi CĐR, CTĐT; tổ chức hội thảo nội bộ Khoa; xin ý kiến của Hội đồng KHĐT của Khoa để thống nhất.

Bước 4: Tổ chức xin ý kiến chuyên gia, tổ chức hội thảo chung trong Học viện về nội dung CĐR và CTĐT mới.

Bước 5: Hoàn thiện CĐR, CTĐT để xin ý kiến Hội đồng Khoa học và Đào tạo Học viện và trình Giám đốc Học viện phê duyệt ban hành.

Trong quá trình tổ chức thiết kế và phát triển CTĐT, Học viện đã tiến hành rà soát, đánh giá và xem xét lại quy trình thực hiện các công việc và ban hành văn bản hướng dẫn về xây dựng đề cương chi tiết học phần [H10.10.02.01], căn cứ hướng dẫn Học viện, Bộ môn triển khai điều chỉnh CTĐT ngành Marketing, tổ chức xin ý kiến các bên liên quan gồm các chuyên gia, nhà khoa học, giảng viên Học viện và giảng viên thuộc các cơ sở giáo dục đại học có đào tạo về marketing, ... việc lấy ý kiến được thực hiện trước khi cuộc họp Bộ môn về nghiệm thu CTĐT sau khi được hiệu chỉnh thông qua mẫu phiếu [H10.10.02.02].

Căn cứ vào hướng dẫn của Thông tư số 17/2021/TT-BGDĐT ngày 22 tháng 6 năm 2021 của Bộ Giáo dục và Đào tạo quy định về chuẩn CTĐT [H10.10.01.02], năm 2022, Học viện ban hành Quy định xây dựng, cải tiến và phát triển CTĐT theo Quyết định số 393/QĐ-HV ngày 23/3/2022 [H10.10.01.08], trong đó quy định về quy trình các bước xây dựng CĐR gồm 9 bước (Điều 11); Quy trình rà soát, phát triển CTĐT gồm 9 bước (Điều 12) và Quy trình thẩm định và ban hành CTĐT gồm 3 bước (Điều 13). Ngoài ra, trong quy trình thiết kế và phát triển CTDH hiện hành có điểm mới so với quy trình trước đây đó là bắt buộc phải lấy ý kiến phản hồi và quy định cụ thể về các bên liên quan cần xin ý kiến.

Đồng thời trong quá trình giảng dạy, khi các GV thấy có sự bất cập về nội dung dạy học, thời lượng hay phương pháp đánh giá trong CTDH sẽ đưa ra thảo luận thông qua các cuộc họp Bộ môn. CTDH chi tiết các học phần và đề cương các học phần cũng định kỳ được rà soát và hiệu chỉnh hàng năm nếu cần thiết. Bằng cách này, các GV đều được tham gia vào việc thiết kế và phát triển CTDH. Kế hoạch này giúp Bộ môn thực hiện theo đúng nội dung và qui định của các thông tư hướng dẫn của Cục Quản lý chất lượng Giáo dục, Bộ GD&ĐT.

Trong giai đoạn 2017-2022, hoạt động rà soát và đánh giá CTĐT của ngành Marketing đã được thực hiện bằng nhiều hình thức như:

- Khảo sát lấy ý kiến phản hồi của các bên liên quan về quy trình thiết kế, phát triển CTDH. Thông tin phản hồi của các đối tượng khảo sát đã được sử dụng trong đợt hiệu chỉnh năm 2018 và 2020 bao gồm: Phiếu khảo sát, xin ý kiến các bên liên quan và báo cáo tổng hợp ý kiến khảo sát về dự thảo CTĐT và bản mô tả CTĐT năm 2018 [H1.01.01.13], [H1.01.01.14]; Báo cáo kết quả tổng hợp lấy ý kiến người học về tầm quan trọng, năng lực đạt được và mức năng lực mong muốn đạt trong các học phần trong CTDH ngành Marketing năm 2018 [H3.03.01.01] và năm 2020 [H3.03.01.02]. Tuy nhiên, ý kiến của nhà tuyển dụng, tổ chức nghề nghiệp, các chuyên gia và cựu người học còn thu thập được ít qua các lần khảo sát nên chưa có nhiều thông tin hữu ích giúp cho việc điều chỉnh CTDH.

- Báo cáo tổng hợp ý kiến phản hồi của người học về hoạt động giảng dạy của GV trong từng học kỳ giai đoạn 2017-2021 [H3.03.02.06].

CTDH ngành Marketing được thiết lập một cách rõ ràng, được đánh giá, điều chỉnh và cải tiến để đáp ứng nhu cầu thực tiễn của xã hội trong khi không ngừng nâng cao chất lượng đào tạo. Theo chu kỳ 2 năm/lần, Bộ môn Marketing tiến hành rà soát và hiệu chỉnh CTĐT ngành Marketing. Nội dung rà soát là toàn bộ các bước trong quy trình thiết kế CTDH ngành Marketing năm 2018, năm 2020 và năm 2022 như: mục tiêu, CDR, nội dung chương trình đào tạo, phương pháp đánh giá và thời lượng, ...

2. Điểm mạnh

CTDH được cập nhật, điều chỉnh một cách chủ động, tích cực hàng năm góp phần nâng cao chất lượng đào tạo ngành Marketing.

3. Điểm tồn tại

Ý kiến của nhà tuyển dụng, tổ chức nghề nghiệp, các chuyên gia và cựu người học còn thu thập được với số lượng hạn chế.

4. Kế hoạch hành động

Quý IV năm 2023, Bộ môn Marketing phối hợp với phòng CT&CTSV lập danh sách đầy đủ các cựu sinh viên, nhà tuyển dụng lao động, tổ chức nghề nghiệp và các chuyên gia ngành Marketing và gửi phiếu khảo sát đến các đối tượng này.

5. Tự đánh giá: Mức đạt được của tiêu chí: 5/7.

Tiêu chí 10.3: Quá trình dạy và học, việc đánh giá kết quả học tập của người học được rà soát và đánh giá thường xuyên để đảm bảo sự tương thích và phù hợp với chuẩn đầu ra.

1. Mô tả hiện trạng

Học viện đã ban hành hệ thống các văn bản quy định việc rà soát, đánh giá quá trình dạy và học, đánh giá kết quả học tập của người học để đảm bảo sự gắn kết giữa CĐR của các học phần với CĐR của CTĐT, cụ thể:

- Học viện đã ba lần ban hành Quy định đào tạo đại học theo hệ thống tín chỉ và Bản quy định năm 2021 [H5.05.01.03] được điều chỉnh, bổ sung đầy đủ các nội dung về quá trình dạy và học, việc đánh giá kết quả học tập của NH, trong đó các nội dung về đánh giá kết quả học tập của NH được quy định: Điều 23 quy định tiêu chí đánh giá kết quả học tập; Điều 24 quy định việc đánh giá kết quả học phần (các hình thức đánh giá và hình thức thi kết thúc học phần); Điều 25 quy định thang điểm đánh giá (theo thang điểm 10, điểm quy đổi sang điểm chữ và thang điểm 4); Điều 29 quy định việc tổ chức kỳ thi kết thúc học phần.

- Quy trình về xây dựng và quản lý kế hoạch giảng dạy - học tập (số 03/GV ngày 02/01/2015 và Hướng dẫn việc thay đổi giờ giảng của giảng viên [H10.10.03.01].

- Quy trình đăng ký tín chỉ, tổ chức lớp học phần tại Học viện (QT.HV-GV.02) [H10.10.03.02].

- Quy định về tổ chức thi kết thúc học phần ĐH, CĐ theo học chế tín chỉ [H5.05.01.04-06]. Trong đó quy định hướng dẫn về việc đánh giá kết quả học tập của NH với các nội dung gồm các hình thức đánh giá và tổ chức kỳ thi kết thúc học phần.

- Quy trình về tổ chức thực tập tốt nghiệp và hướng dẫn việc đánh giá kết quả thực tập tốt nghiệp của SV (Số 05/QĐ-KT&ĐBCLGD ngày 10/01/2011) [H5.05.01.09];

- Quy định về tổ chức tốt nghiệp, thi tốt nghiệp đại học và cao đẳng chính quy tại Học viện CNBCVT (QĐ số 924/QĐ-HV ngày 15/11/2011) [H5.05.01.10]. Hàng năm tính đến cuối học kỳ thứ 7, Bộ môn căn cứ vào thông báo của Học viện để tổ chức cho SV thực tập tốt nghiệp và đánh giá kết quả thực tập tốt nghiệp. Sau đó, căn cứ mức điểm Học viện đưa ra, Bộ môn tổ chức cho SV làm Đồ án tốt nghiệp. Mức điểm cụ thể căn cứ theo từng năm học trên cơ sở kết luận của Hội đồng xét thi, giao Đồ án tốt nghiệp.

- Trong thời gian diễn ra dịch bệnh, Học viện đã ban hành các văn bản hướng dẫn công tác đánh giá KQHT của NH:

+ Quy định về việc Tổ chức thi trực tuyến trong thời gian phòng, chống đại dịch Covid19 (QĐ số 470/QĐ-HV ngày 06/9/2021; số 654/QĐ-HV ngày 08/4/2021) [H5.05.01.07-8];

+ Hướng dẫn tạm thời quy trình tổ chức thi kết thúc học phần và đánh giá bảo vệ đồ án, khóa luận theo hình thức trực tuyến (QĐ số 291/QĐ-HVCS ngày 15/6/2021) [H5.05.01.11];

+ Quy định tổ chức đánh giá đồ án, khóa luận, luận văn tốt nghiệp theo hình thức trực tuyến trong thời gian dịch Covid 19 tại Học viện CNBCVT (QĐ số 594/QĐ-HV ngày 15/7/2021) [H5.05.01.12].

- Quy định về quản lý và hướng dẫn thực hành trực tuyến (QĐ số 752/QĐ-HV ngày 21/9/2021) [H10.10.03.03];

- Quy định lấy ý kiến phản hồi của SV về hoạt động giảng dạy của GV sau khi kết thúc học phần [H10.10.01.03] với Mẫu phiếu đánh giá để khảo sát SV gồm 10 nội dung, trong đó có tiêu chí liên quan đến giảng dạy và kiểm tra đánh giá.

Các quy định/quy trình nêu trên đã hướng dẫn cụ thể việc đánh giá quá trình giảng dạy và kết quả học tập của người học; việc lựa chọn phương pháp giảng dạy, phương pháp kiểm tra đánh giá để đạt được chuẩn đầu ra của từng bài học, từng học phần và chuẩn đầu ra của CTĐT; phương pháp thu thập thông tin phản hồi các bên liên quan để rà soát, đánh giá quá trình dạy và học, việc đánh giá kết quả học tập của người học.

Nội dung kiểm tra, đánh giá kết quả học tập của người học còn được quy định rõ trong các đề cương chi tiết học phần và được công bố công khai trên cổng thông tin điện tử của Học viện [H2.02.02.06]. Theo đó, việc kiểm tra đánh giá kết quả học tập của SV được quy định rõ trong đề cương học phần, chỉ rõ hình thức, thời gian (theo từng tuần trong một học kỳ) và trọng số của từng loại điểm cho từng lần kiểm tra, đánh giá; các lần

kiểm tra, đánh giá trong một học kỳ bao gồm: tham dự giờ học, đánh giá thường xuyên, đánh giá giữa kỳ và đánh giá cuối kỳ. Các hình thức kiểm tra đánh giá cho mỗi học phần cũng được đa dạng hoá theo yêu cầu và sự chủ động của giảng viên và đáp ứng mục tiêu học phần, bao gồm: bài tập nhóm, bài thảo luận trên lớp, tiểu luận, tự luận, trắc nghiệm.

Trong các văn bản trên có quy định rõ ràng về việc đánh giá thường xuyên quá trình dạy học, việc đánh giá kết quả hoạt động của NH, các phương pháp dạy và học, phương pháp đánh giá kết quả học tập của NH trong CTĐT để đảm bảo sự tương thích với CDR của học phần và CTĐT. Cụ thể:

- Việc tổ chức kiểm tra thường xuyên, giữa kỳ được giao cho GV giảng dạy học phần; việc thi kết thúc học phần giao cho Trung tâm KT&ĐBCLGD; việc đánh giá rèn luyện của người học được giao cho cố vấn học tập và Phòng CT&CTSV; việc lấy ý kiến phản hồi của SV về hoạt động giảng dạy của GV sau khi kết thúc học phần giao cho Trung tâm KT&ĐBCLGD; việc giám sát quá trình thực hành, thực tập của người học tại Trung tâm TNTH được giao cho Bộ môn.

- Việc tổ chức thực tập tốt nghiệp được giao cho Phòng Giáo vụ và Khoa.

- Việc hướng dẫn đánh giá và chấm điểm TTTN được giao cho các Hội đồng do giám đốc Học viện thành lập trên cơ sở đề nghị của Bộ môn. Trong đó việc rà soát, kiểm tra các điều kiện bảo vệ luận văn tốt nghiệp do Bộ môn đảm nhận.

- Quá trình SV học tập trên giảng đường, GV giảng dạy học phần có trách nhiệm điểm danh SV và ghi chép vào sổ theo dõi học tập cho từng học phần thuộc CTĐT ngành Marketing và đánh giá điểm thành phần môn học, xác định điều kiện dự thi cho SV sau khi kết thúc học phần [H10.10.03.04].

Định kỳ, Học viện và Bộ môn đã triển khai rà soát, đánh giá việc sử dụng các phương pháp dạy và học, phương pháp đánh giá kết quả học tập của người học trong CTĐT của ngành Marketing để đảm bảo sự tương thích và phù hợp với CDR. Đầu mỗi kỳ học, Bộ môn có tổ chức góp ý, rà soát về công tác đảm bảo chất lượng với nội dung bàn về quy trình dạy và quá trình học tập, quy trình kiểm tra đánh giá, phương pháp kiểm tra đánh giá và tự đánh giá của SV thông qua biên bản họp Bộ môn Marketing về đóng góp ý kiến cho dự thảo CTDH ngành Marketing năm 2020 [H3.03.02.03].

Hàng năm, Trung tâm KT&ĐBCLGD phối hợp với Bộ môn Marketing thực hiện lấy ý kiến người học (mỗi năm 2 lần) về hoạt động giảng dạy của GV với nội dung về bài giảng, cách thức tổ chức dạy học, các phương pháp giảng dạy, cách thức tiến hành kiểm

tra đánh giá kết quả học tập của sinh viên [H3.03.02.06]. Năm 2022, Bộ môn đã tổng hợp kết quả khảo sát ý kiến phản hồi của 547 lượt SV về hoạt động giảng dạy các học phần được triển khai trong năm. Kết quả khảo sát cho thấy có 77,7% ý kiến hài lòng và rất hài lòng với tiêu chí “Hoạt động giảng dạy luôn gắn với định hướng nghề nghiệp”; có 92,6% ý kiến hài lòng và rất hài lòng với tiêu chí “GV cập nhật phương pháp giảng dạy mới, phù hợp”; có 91,6% ý kiến hài lòng và rất hài lòng với tiêu chí “GV có phương pháp giảng dạy rõ ràng, dễ hiểu”. Kết quả khảo sát đã giúp Bộ môn, GV điều chỉnh quá trình, phương pháp dạy - học và kiểm tra đánh giá ở từng học phần nhằm đảm bảo đạt CĐR của ngành học. Ngoài ra, Học viện thực hiện khảo sát các bên liên quan như SV năm cuối và cựu SV về chất lượng khóa học. Bộ môn dùng thông tin này như là một căn cứ đánh giá lại hoạt động dạy học của GV, hoạt động học tập của sinh viên, từ đó có những điều chỉnh kịp thời trong công tác giảng dạy.

Vào đầu năm học, Văn phòng xây dựng và thực hiện kế hoạch thanh tra, kiểm tra hằng năm, trong đó có kế hoạch thanh tra các kỳ thi được tổ chức trong từng học kỳ, năm học [H10.10.03.05].

Căn cứ quy định dự giờ giảng của Học viện [H10.10.03.06], Bộ môn Marketing lập kế hoạch dự giờ đánh giá chất lượng giảng dạy của GV vào đầu mỗi năm học và tổ chức thực hiện, trong đó quan tâm tới các GV trẻ hoặc GV được phân công giảng dạy học phần mới trong CTĐT. Sau mỗi buổi dự giảng, thành viên tham gia đều có ý kiến góp ý với GV về: Phương pháp sư phạm (công tác chuẩn bị; phương pháp sư phạm; sử dụng phương tiện dạy học; năng lực làm chủ nội dung bài giảng); nội dung công tác chuyên môn (Nội dung bài giảng phù hợp với đề cương, chương trình; nội dung bài giảng có tính liên kết, logic chặt chẽ; nội dung kiến thức chuẩn xác và gần thực tế; nội dung kiến thức được mở rộng...). Kết quả dự giờ được thông báo tới GV nhằm giúp cho các GV rà soát, điều chỉnh phương pháp giảng dạy, nội dung bài giảng nhằm giúp người học đạt được CĐR của CTĐT [H10.10.03.07]. Tuy nhiên, Việc tổ chức các hội nghị, hội thảo, các lớp tập huấn về đổi mới phương pháp dạy và học, kiểm tra đánh giá chưa được thực hiện đều đặn hằng năm cả ở cấp Học viện và cấp Bộ môn.

Trong các đợt rà soát, điều chỉnh, bổ sung CTĐT và đề cương học phần theo định kỳ (năm 2018 và năm 2020), bên cạnh rà soát về nội dung, cấu trúc các học phần, Bộ môn đã tiến hành rà soát, đánh giá các phương pháp giảng dạy và kiểm tra đánh giá được sử dụng. Khi rà soát, điều chỉnh đề cương chi tiết các học phần hằng năm giai đoạn 2017-

2022 đã bổ sung thêm phương pháp đánh giá các học phần với các hình thức kiểm tra, cơ cấu và tỷ trọng điểm thành phần, điểm kết thúc các học phần phù hợp với quy định về kiểm tra đánh giá học phần. So với đề cương chi tiết học phần ban hành năm 2018 [H2.02.02.06], đề cương chi tiết học phần ban hành năm 2020 [H2.02.02.07], đã bổ sung các nội dung giúp cho việc tổ chức các hoạt động dạy học và kiểm tra đánh giá tương thích và phù hợp với CDR của học phần: (i) Mục 3 (Mục tiêu môn học và CDR) bổ sung các mục 3.2 (Chuẩn đầu ra môn học) và 3.3 (Ma trận CDR của môn học và học phần); (ii) Bổ sung Mục 9 (Phương pháp dạy và học).

Theo kết quả khảo sát ý kiến về chương trình dạy học ngành Marketing năm 2018 và 2020 đối với người học, cựu người học thì kết quả học tập của SV được GV đánh giá chính xác, khách quan, công bằng [H3.03.01.01-02].

Trong việc thực hiện các phương pháp đánh giá kết quả học tập của NH, Học viện có nhiều giải pháp đánh giá chất lượng thi, kiểm tra, nhưng công tác này chưa được triển khai bài bản do Học viện chưa tổ chức các buổi tập huấn về phương pháp đánh giá, thiết kế đề thi. Đồng thời, việc tổ chức các hội nghị, hội thảo, các lớp tập huấn về đổi mới phương pháp dạy-học và kiểm tra đánh giá chưa được thực hiện đều đặn hàng năm cả ở cấp Học viện và cấp Khoa/ Bộ môn.

2. Điểm mạnh

Bộ môn Marketing đã tổ chức hoạt động NCKH theo hướng tiếp cận mới với sinh viên (nghiên cứu định lượng) và hướng dẫn sinh viên làm khóa luận tốt nghiệp hướng đến công việc sau khi ra trường của sinh viên.

3. Điểm tồn tại

Việc tổ chức các hội nghị, hội thảo, các lớp tập huấn về đổi mới phương pháp dạy-học và kiểm tra đánh giá chưa được thực hiện đều đặn hàng năm cả ở cấp Học viện và cấp bộ môn.

4. Kế hoạch hành động

Định kỳ hàng năm Phòng Đào tạo phối hợp với Bộ môn Marketing tổ chức các hội nghị, hội thảo hoặc mở các lớp tập huấn về đổi mới phương pháp dạy - học và kiểm tra đánh giá.

5. Tự đánh giá: Mức đạt được của tiêu chí: 5/7.

Tiêu chí 10.4: Các kết quả nghiên cứu khoa học được sử dụng để cải tiến việc dạy và học.

1. Mô tả hiện trạng

Trong Chiến lược phát triển KH-CN giai đoạn 2017-2022 ban hành theo Quyết định số 691/QĐ-HV ngày 11/8/2017 [H6.06.07.07], Học viện đã đặt ra mục tiêu: “Đến năm 2022 hoạt động KH-CN đóng vai trò nòng cốt trong sự phát triển của Học viện và hỗ trợ cho việc đổi mới CTĐT để đáp ứng yêu cầu của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0”. Đồng thời, nội dung này đã được thể hiện trong Quy định về hoạt động KH-CN của Học viện ban hành theo Quyết định số 179/QĐ-HV ngày 21/04/2015 [H6.06.07.02].

Trong từng năm học, Phòng Quản lý KH-CN&HTQT đã xây dựng và triển khai kế hoạch KH-CN hằng năm của Học viện (QĐ số 1228/QĐ-HV, ngày 31/12/2021; số 115/QĐ-HV ngày 17/2/2020) [H6.06.07.08].

Trong chu kỳ KĐCLGD, Bộ môn đã thực hiện 06 đề tài NCKH cấp Bộ; 114 đề tài NCKH cấp Học viện; công bố 114 bài báo khoa học trên tạp chí khoa học cấp ngành trong nước và 25 bài đăng trên tạp chí khoa học nước ngoài, (trong đó có 2 bài báo được đăng trên các tạp chí thuộc nhóm ISI/Scopus), nội dung này được thể hiện thông qua danh mục các đề tài các cấp do GV ngành Marketing thực hiện hằng năm [H10.10.04.01] và danh mục các bài báo quốc tế do GV Bộ môn Marketing thực hiện [H10.10.04.02]; xuất bản 04 cuốn sách; hướng dẫn 200 lượt SV thực hiện 176 đề tài NCKH, thể hiện qua danh mục các đề tài cấp Học viện do SV ngành Marketing thực hiện giai đoạn 2017-2022 [H10.10.04.03].

Kết quả nghiên cứu là những kiến thức/kinh nghiệm thuộc các lĩnh vực kinh tế, Marketing, là cơ sở để nâng cao chất lượng dạy và học ngành Marketing. Kết quả nghiên cứu được chuyển tải vào nội dung giảng dạy, vừa nâng cao năng lực NCKH của GV, vừa giúp SV có thêm những bài học, kiến thức chuyên sâu và góp phần cải tiến hoạt động giảng dạy của GV và hoạt động học tập của sinh viên ngành Marketing. Trong đó có nhiều đề tài NCKH và báo cáo khoa học của CBGV và SV trong Khoa có liên quan trực tiếp đến nội dung ngành học, hoạt động giảng dạy của GV và hoạt động học tập của SV, giúp cải tiến và đa dạng hóa phương pháp dạy - học, góp phần đáng kể nâng cao trình độ của đội ngũ GV và chất lượng giảng dạy trong Khoa.

Trong số các đề tài NCKH mà GV của Bộ môn Marketing chủ trì thực hiện có 20 đề tài được chuyển thành nội dung trong CTDH, được sử dụng trực tiếp vào các môn học trong CTĐT ngành marketing nhằm cung cấp những ví dụ thực tiễn cho sinh viên [H10.10.04.04], Cụ thể:

(1) Năm 2018 có 06 đề tài được sử dụng, ứng dụng vào triển khai đào tạo, ứng dụng trong việc giảng dạy các môn học trong CTĐT ngành Marketing:

STT	Tên đề tài	Mã số	Chủ trì	Ứng dụng triển khai đào tạo
1	Nghiên cứu nhân tố ảnh hưởng tới hoạt động quản trị mối quan hệ khách hàng của doanh nghiệp trong môi trường số tại Việt Nam	CTĐT 05-VKT- 2018/RD- KT	ThS Nguyễn Thị Phương Dung	Ứng dụng vào môn Quản trị mối quan hệ khách hàng và Quản trị marketing
2	Nghiên cứu những nhân tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng thương mại di động của người tiêu dùng Việt Nam.	07-VKT- 2018/RD- KT	ThS. Lê Bảo Ngọc	Ứng dụng vào môn học Thương mại điện tử, Quản trị thương hiệu
3	Nghiên cứu cơ chế tác động của truyền miệng trên các phương tiện truyền thông xã hội đến ý định mua sản phẩm xanh của người tiêu dùng Việt Nam	01-VKT- 2018/RD- KT	TS. Nguyễn Thị Hoàng Yến	Sử dụng làm tài liệu tham khảo và ví dụ cho Chương 2 (nội dung Lĩnh vực cộng đồng)- môn học Marketing qua phương tiện truyền thông xã hội
4	Những nhân tố tác động đến ý định tiêu dùng xanh	04-HV- 2018/VKT	TS. Nguyễn Bình Minh	Sử dụng làm tài liệu giảng dạy môn Hành vi khách hàng
5	Nghiên cứu đánh giá mức độ sẵn sàng đối với công nghiệp 4.0 trong lĩnh vực ICT, Đề tài NCKH cấp Bộ Thông tin và truyền thông	ĐT.036/18	TS. Nguyễn Thị Hoàng Yến	Sử dụng làm tài liệu giảng dạy môn Trí tuệ Marketing
6	Các nhân tố ảnh hưởng đến hành vi mua hàng ngẫu hứng của người tiêu dùng tại Tp. Hồ Chí Minh	11-HV- 2018- RD_QT2	Th.S. Lê Nguyễn Nam Trần	Sử dụng làm tài liệu giảng dạy các môn Marketing

(2) Năm 2019, có 04 đề tài được sử dụng trực tiếp vào các môn học trong CTDH ngành marketing nhằm cung cấp những ví dụ thực tiễn cho sinh viên.

STT	Tên đề tài	Mã số	Chủ trì	Ứng dụng triển khai đào tạo
1	Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua trực tuyến sản phẩm điện máy của người tiêu dùng tại Hà Nội trong môi trường giá động	05-VKT- 2019/RD- KT	ThS Nguyễn Thị Phương Dung	Sử dụng làm tài liệu giảng dạy môn Quản trị marketing, Hành vi khách hàng
2	Nghiên cứu về nhân tố ảnh hưởng tới ý định mua sắm thương hiệu thời trang cao cấp của khách hàng Việt Nam	08-2019- HV-VKT- MAR	Ths. Lê Bảo Ngọc	Sử dụng làm tài liệu giảng dạy môn Marketing qua phương tiện truyền thông xã hội, Quản trị thương hiệu
3	Chủ nghĩa dân tộc và các	07-2019-	ThS. Nguyễn	Sử dụng làm tài liệu

STT	Tên đề tài	Mã số	Chủ trì	Ứng dụng triển khai đào tạo
	nhân tố tác động tới hành vi tiêu dùng thể hiện đẳng cấp trong giới trẻ	HV-VKT-MAR	Bảo Ngọc	giảng dạy môn Hành vi khách hàng, Truyền thông Marketing tích hợp chương 4
4	Ảnh hưởng của động lực giá trị thiết thực trong tra cứu thông tin trực tuyến đến dự định mua hàng – Nghiên cứu trường hợp thị trường tiêu dùng tại TP. Hồ Chí Minh	02-HV-2019-RD_QT2	TS. Hoàng Lệ Chi	Sử dụng làm tài liệu giảng dạy các môn Marketing

(3) Năm 2020, có 05 đề tài được sử dụng trực tiếp vào các môn học trong CTĐT ngành marketing nhằm cung cấp những ví dụ thực tiễn cho sinh viên.

STT	Tên đề tài	Mã số	Chủ trì	Ứng dụng triển khai đào tạo
1	Chuyển đổi số trong thanh toán - thanh toán số và sự chấp nhận của khách hàng Việt Nam	01-2020-HV-VKT-Marketing	Ths Nguyễn Ngọc Anh	Sử dụng làm tài liệu giảng dạy môn Thương mại điện tử, Hành vi khách hàng
2	Nghiên cứu tác động của công nghệ marketing đến thành tích marketing (marketing performance) của các doanh nghiệp vừa và nhỏ tại Việt Nam	02-2020-HV-VKT-MARKETING	TS. Nguyễn Thị Hoàng Yến	Sử dụng làm tài liệu tham khảo cho Chương 1 (Giới thiệu chung về trí tuệ marketing), môn Trí tuệ marketing
3	Niềm tin và những nhân tố tác động đến ý định sử dụng ví điện tử	03-2020-HV-VKT-MARKETING	TS. Nguyễn Bình Minh	Sử dụng làm tài liệu giảng dạy môn Thương mại điện tử, Hành vi khách hàng
4	Tác động của các hình thức Online Marketing ảnh hưởng lên ý định mua hàng của khách hàng cá nhân tại Tp. Hồ Chí Minh.	01-HV-2020-RD_QT2	TS. Trương Đức Nga	Sử dụng làm tài liệu giảng dạy các môn Marketing, đặc biệt là các môn liên quan tới Marketing trực tuyến
5	Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến mức độ hài lòng của khách hàng khi thực hiện mua hàng online tại Tp. HCM.	11-HV-2020-RD_QT2	ThS. Nguyễn Thị Hải Uyên	Sử dụng làm tài liệu giảng dạy các môn Marketing, đặc biệt là các môn liên quan tới Marketing trực tuyến

(4) Năm 2021, có 05 đề tài được sử dụng trực tiếp vào các môn học trong CTĐT ngành marketing nhằm cung cấp những ví dụ thực tiễn cho sinh viên.

STT	Tên đề tài	Mã số	Chủ trì	Ứng dụng triển khai đào tạo
1	Nghiên cứu ảnh hưởng của các yếu tố cấu thành bản sắc thương hiệu đến hình	04-2021-HV-VKT-MARKETING	ThS Nguyễn Thị Phương Dung	Sử dụng làm tài liệu giảng dạy môn Quản trị thương hiệu

STT	Tên đề tài	Mã số	Chủ trì	Ứng dụng triển khai đào tạo
	ảnh thương hiệu của Học Viện Công Nghệ Bưu Chính Viễn Thông			
2	Nghiên cứu thói quen công nghệ của thế hệ Z (độ tuổi 9-23) tại Việt Nam	06-2021-HV-VKT-MAR	Th.S Phạm Thị Thái Quỳnh	Ứng dụng vào môn học Hành vi người tiêu dùng, E-marketing
3	Nghiên cứu về chuyển đổi số trong ngữ cảnh doanh nghiệp vừa và nhỏ	07-2021-HV-VKT-MARKETING	TS. Nguyễn Thị Hoàng Yến	Sử dụng làm tài liệu tham khảo cho Chương 3 (Trí tuệ marketing và chiến lược kênh), môn Trí tuệ marketing
4	Nghiên cứu tác động của tiêu dùng đẳng cấp và các nhân tố tác động tới ý định sử dụng điện thoại thông minh của giới trẻ tại Hà Nội	08-2021-HV-VKT-MARKETING	ThS. Nguyễn Bảo Ngọc	Sử dụng làm tài liệu giảng dạy môn Hành vi khách hàng, Truyền thông Marketing tích hợp chương 4
5	Tác động của quảng cáo lên ý định sử dụng dịch vụ internet của khách hàng cá nhân tại TP Hồ Chí Minh	01-HV-2021-RD_QT2	TS. Trương Đức Nga	Sử dụng làm tài liệu giảng dạy các môn Marketing căn bản, Quản trị Marketing và các môn liên quan đến Marketing

Giai đoạn 2017-2022, Bộ môn Marketing đã thực hiện nhiều đề tài mang lại hiệu quả, có tính ứng dụng cao trong quá trình dạy - học của Bộ môn, tuy nhiên, quá trình triển khai hoạt động KHCN, sự kết nối giữa các nhóm nghiên cứu còn hạn chế, do đó chưa có nhiều sản phẩm/ ấn phẩm NCKH được xuất bản trong Hội nghị hoặc tạp chí có thứ hạng cao. Mặt khác, kinh phí cho các đề tài NCKH cấp cơ sở và SV còn rất hạn chế, nên còn rất khó khăn trong việc mua/thuê các tài nguyên phục vụ cho NCKH.

Hàng năm, để nâng cao chất lượng đào tạo và NCKH, Học viện tổ chức các hội nghị chuyên đề với sự tham gia của các giảng viên, NCV có trình độ và kinh nghiệm công tác lâu năm tại Học viện để xin ý kiến đóng góp cho hoạt động đổi mới hoạt động đào tạo, NCKH và xây dựng chiến lược phát triển của Học viện trong từng giai đoạn [H10.10.04.05]. Hội nghị đã đóng góp những ý kiến hữu ích cho sự phát triển của Học viện, tuy nhiên, nội dung của hội nghị chưa dành nhiều thời gian cho nội dung phổ biến, áp dụng kết quả NCKH vào hoạt động giảng dạy của GV và hoạt động học tập của NH. Mặt khác, kinh phí cho các đề tài NCKH cấp cơ sở còn rất hạn chế, nên có khó khăn trong việc tiếp tục nghiên cứu chuyên sâu để chuyển tải các nội dung đã nghiên cứu lý thuyết vào thực tiễn công tác đào tạo của học viện.

2. Điểm mạnh

Nhiều đề tài NCKH cấp Học viện đều có các kết quả được áp dụng vào việc giảng dạy các học phần lý thuyết cũng như học phần thực tập, thực tế của SV, góp phần trực tiếp nâng cao trình độ của các giảng viên thông qua cập nhật kiến thức thực tiễn.

3. Điểm tồn tại

Nội dung của các hội nghị, hội thảo của Học viện chưa có chuyên đề chuyên sâu và chưa dành nhiều thời gian cho nội dung phổ biến, áp dụng kết quả NCKH vào hoạt động giảng dạy của GV và hoạt động học tập của NH.

4. Kế hoạch hành động

Trong năm học 2023-2024, Phòng Quản lý KHCN và HTQT phối hợp với các khoa đề xuất để học viện tổ chức hội nghị chuyên đề dành cho giảng viên về việc định hướng công tác NCKH của GV và phổ biến, áp dụng kết quả NCKH vào hoạt động giảng dạy của GV và hoạt động học tập của NH.

5. Tự đánh giá: Mức đạt được của tiêu chí: 5/7.

Tiêu chí 10.5: Chất lượng các dịch vụ hỗ trợ và tiện ích (tại thư viện, phòng thí nghiệm, hệ thống công nghệ thông tin và các dịch vụ hỗ trợ khác) được đánh giá và cải tiến.

1. Mô tả hiện trạng

Học viện đã ban hành các văn bản hướng dẫn về việc đánh giá chất lượng các bên liên quan, bao gồm các nội dung liên quan đến các dịch vụ hỗ trợ của thư viện, phòng thí nghiệm, hệ thống CNTT và các dịch vụ hỗ trợ khác, cụ thể:

- Quy định về công tác khảo sát ý kiến của người học về công tác đảm bảo điều kiện CSVC phục vụ người học tại Học viện ban hành theo Quyết định số 755/QĐ-HV ngày 25/9/2018 [H10.10.01.05].

- Quy định về công tác khảo sát điều kiện cơ sở vật chất (CSVC) phục vụ công tác quản lý, giảng dạy và NCKH tại Học viện ban hành theo Quyết định số 1059/QĐ-HV ngày 30/11/2019 [H10.10.01.06].

- Quy định tạm thời về công tác lấy ý kiến phản hồi của các bên liên quan về điều kiện cơ sở vật chất phục vụ công tác quản lý, giảng dạy, NCKH ban hành theo Quyết định số 519/QĐ-HV ngày 22/6/2021 [H10.10.01.07] với các đối tượng bao gồm cán bộ giảng viên, sinh viên, sinh viên tốt nghiệp, cựu sinh viên, học viên cao học của Học viện.

- Quy định xây dựng, cải tiến và phát triển CTĐT ban hành theo Quyết định số 393/QĐ-HV ngày 23/3/2022 [H10.10.01.08], trong đó quy định việc thiết kế các phiếu điều tra, khảo sát về CĐR, CTĐT.

Các quy định nêu trên phân công trách nhiệm các đơn vị thực hiện việc khảo sát ý kiến các bên liên quan, cụ thể:

- Trung tâm KT&ĐBCLGD chịu trách nhiệm lấy ý kiến sinh viên về hoạt động giảng dạy của GV và công tác đảm bảo điều kiện CSVC phục vụ người học tại Học viện;

- Phòng Chính trị - Công tác sinh viên chịu trách nhiệm khảo sát SVTN sau 3 tháng về chất lượng khóa học và khảo sát SVTN sau 12 tháng về tình hình việc làm; khảo sát các doanh nghiệp về chất lượng SVTN;

- Phòng CTSV cơ sở Học viện tại Thành phố HCM có nhiệm vụ khảo sát sinh viên về chất lượng phục vụ của Học viện; khảo sát SVTN sau 3 tháng về chất lượng đào tạo toàn khóa và SVTN sau 12 tháng về tình hình việc làm; khảo sát nhà tuyển dụng về chất lượng SVTN;

- Văn phòng Học viện (Phòng Tổ chức hành chính ở cơ sở phía Nam) có nhiệm vụ khảo sát GV về môi trường làm việc; Khoa Sau Đại học (Phòng ĐT&KHCN ở cơ sở phía Nam) khảo sát học viên cao học về chất lượng giảng dạy và phục vụ của Học viện;

- Phòng Đào tạo khảo sát các bên liên quan về thiết kế và phát triển CTĐT;

- Phòng Quản lý KHCN&HTQT khảo sát các bên liên quan về chất lượng thư viện và công tác NCKH của GV, SV;

- Trung tâm Dịch vụ khảo sát công tác phục vụ tại ký túc xá;

- Trung tâm Thí nghiệm Thực hành khảo sát các bên liên quan về công tác thực hành thí nghiệm.

Quy định cũng nêu rõ quy trình thực hiện việc khảo sát ý kiến phản hồi được thực hiện theo các bước: (1) Xây dựng kế hoạch, hiệu chỉnh mẫu khảo sát, trình lãnh đạo Học viện phê duyệt; (2) Thu thập và xử lý thông tin các bên liên quan (Gửi phiếu khảo sát; thu thập thông tin từ đối tượng khảo sát; xử lý và phân tích số liệu; báo cáo kết quả..); (3) Chuyển báo cáo kết quả khảo sát đến lãnh đạo Học viện; Trung tâm KT&ĐBCLGD và các đơn vị liên quan; (4) Đề xuất, triển khai và phê duyệt các biện pháp cải tiến (Các đơn vị liên quan phân tích nguyên nhân và đề xuất biện pháp cải tiến; Ban Giám đốc xem xét, phê duyệt các biện pháp cải tiến và chỉ đạo thực hiện; các đơn vị liên quan tổ chức thực hiện biện pháp cải tiến và báo cáo kết quả theo yêu cầu của Lãnh đạo Học viện).

Trên cơ sở các quy trình và quy trình nêu trên, hàng năm, Học viện đã lập kế hoạch lấy ý kiến CBGV, NH và giao cho Trung tâm KT&ĐBCGD chủ trì, phối hợp với Phòng CT&CTSV, Văn phòng, các Khoa, Bộ môn và các đơn vị chịu trách nhiệm cung cấp các dịch vụ hỗ trợ tổ chức lấy ý kiến phản hồi của CB, GV, nhân viên, sinh viên và các bên liên quan khác về chất lượng của các dịch vụ hỗ trợ. Cụ thể:

(1) Khảo sát điều kiện cơ sở vật chất (CSVC) phục vụ công tác quản lý, giảng dạy và NCKH tại Học viện:

Thực hiện kế hoạch hàng năm, Trung tâm KT&ĐBCGD xây dựng kế hoạch lấy ý kiến phản hồi của người học về cơ sở vật chất, triển khai thực hiện và tổng hợp báo cáo kết quả khảo sát ý kiến phản hồi của SV về CSVC phục vụ công tác quản lý, giảng dạy và NCKH tại Học viện các năm từ 2017-2021 [H10.10.05.01].

Thực hiện kế hoạch năm học 2017-2018, Trung tâm KT&ĐBCGD đã tiến hành lấy ý kiến của 1200 SV về các tiêu chí (i) Mức độ đáp ứng của Thư viện (3 tiêu chí); (ii) Mức độ đáp ứng yêu cầu của thiết bị dạy và học (3 tiêu chí); (iii) Về phương tiện và công cụ tin học; (iv) Về mức hướng dẫn các SV quy chế, quy chế, quy định và quy trình và thời gian giải quyết các công việc liên quan đến người học được quy định rõ ràng; (v) Trạm y tế đáp ứng yêu cầu khám chữa bệnh; (vi) Công tác vệ sinh môi trường, giáo dục thể chất, nhà ăn, ký túc xá đáp ứng yêu cầu của người học. Kết quả khảo sát cho thấy: có 90,67% SV đồng ý “Thư viện có đủ tài liệu tham khảo”. Kết quả khảo sát cho thấy có 93,42% SV hài lòng về “Thái độ phục vụ của CB, NV thư viện”; 92,50% SV hài lòng về “CSVC của Thư viện, phòng đọc”; 87,75% SV hài lòng về “Trang thiết bị các phòng thực hành, thí nghiệm”; 90,25% SV hài lòng về “Trình độ chuyên môn, thái độ phục vụ của đội ngũ nhân viên, kỹ thuật viên”; 86,50% SV hài lòng về “Website của Học viện có đủ thông tin, cập nhật và sẵn sàng truy cập”; 81,58% SV hài lòng về mức độ đáp ứng của mạng máy tính, thiết bị tin học; 91,92% SV hài lòng về “Người học được cung cấp, hướng dẫn đầy đủ về quy chế, quy định”; 90,25% SV hài lòng về “Trạm Y tế đáp ứng yêu cầu khám chữa bệnh ban đầu”; 92,50% SV hài lòng về “Công tác vệ sinh môi trường, giáo dục thể chất, nhà ăn, ký túc xá”.

Kết quả khảo sát ý kiến người học về công tác đảm bảo CSVC phục vụ người học tại cơ sở phía Bắc các năm cho thấy SV khá hài lòng với nội dung về công tác vệ sinh môi trường, giáo dục thể chất, Ký túc xá, căng tin. Tỷ lệ sinh viên trả lời hài lòng với câu hỏi “Công tác vệ sinh môi trường, giáo dục thể chất, nhà ăn, ký túc xá đáp ứng cơ bản

yêu cầu của người học” lần lượt theo các năm là: năm 2021 (88,24%), năm 2020 (85,5%), năm 2019 (83,1%), năm 2018 (92,50%), năm 2017 (83,7%). SV khá hài lòng với hệ thống CNTT, thiết bị dạy - học và điều kiện CSVC của Học viện. Chẳng hạn như với câu hỏi “Mạng máy tính, thiết bị tin học đáp ứng cơ bản nhu cầu người học”, tỷ lệ SV trả lời hài lòng qua khảo sát các năm là: năm 2021 (82,49%), năm 2020 (81,0%), năm 2019 (76,4%), năm 2018 (81,58%) và năm 2017 (83,7%).

(2) Khảo sát CBGVNV về điều kiện môi trường làm việc tại Học viện:

Hàng năm, Văn phòng cũng tiến hành khảo sát CBGV về điều kiện môi trường làm việc trong đó có nội dung về mức độ đáp ứng của các dịch vụ hỗ trợ của thư viện, phòng thí nghiệm, hệ thống công nghệ thông tin và các dịch vụ hỗ trợ khác.

Văn phòng tổng hợp Báo cáo kết quả khảo sát các năm từ 2017-2021 [H10.10.05.02], trong đó năm 2018, Văn phòng đã khảo sát 372 CB, GV (có 320 CBGV phản hồi). Kết quả 81% CB, GV hài lòng về “Hệ thống CNTT (bao gồm hạ tầng cho học tập trực tuyến) phù hợp và được cập nhật để hỗ trợ các hoạt động đào tạo và nghiên cứu”; 84% CBGV hài lòng về “Thư viện và các nguồn tài liệu phù hợp và được cập nhật để hỗ trợ các hoạt động đào tạo và nghiên cứu”; 82% CBGV hài lòng về “Thư viện điện tử và các phần mềm quản lý sách, tài liệu, học liệu đáp ứng nhu cầu của người sử dụng”; 78% CBGV hài lòng về “Chất lượng các trang thiết bị tại các phòng làm việc, phòng học, phòng chức năng phù hợp để hỗ trợ các hoạt động đào tạo và nghiên cứu”; 80% CBGV hài lòng về “Các trang thiết bị, máy móc, nội quy, quy định và trang thiết bị bảo hộ an toàn lao động của các phòng thí nghiệm, xưởng thực hành được trang bị đầy đủ và được cập nhật”; 76% CBGV hài lòng về “Trang thiết bị giảng dạy, nghiên cứu được hỗ trợ sửa chữa hoặc thay thế kịp thời”.

(3) Khảo sát SV ngành Marketing năm cuối chuẩn bị tốt nghiệp

- Hàng năm, Bộ môn Marketing tổ chức lấy ý kiến của người học chuẩn bị tốt nghiệp về chất lượng đào tạo của Học viện [H10.10.05.03], trong đó có nội dung về mức độ đáp ứng của các dịch vụ hỗ trợ của thư viện, phòng thí nghiệm/Thực hành, hệ thống CNTT, hoạt động tư vấn học tập/việc làm, các hoạt động ngoại khóa, hoạt động đoàn thể. Ví dụ: Kết quả khảo sát SV ngành Marketing khóa SV tốt nghiệp năm 2021 về mức độ đáp ứng của các dịch vụ hỗ trợ của thư viện, phòng thí nghiệm, hệ thống công nghệ thông tin và các dịch vụ hỗ trợ khác năm học cho thấy: 73,20% SV hài lòng về “Thư viện đảm bảo đủ số lượng, chất lượng sách báo, không gian và chỗ ngồi”; 71,47% SV hài lòng về

“Thiết bị công nghệ thông tin phục vụ tốt cho công tác giảng dạy và học tập”; 64,74% SV hài lòng về “Cơ sở vật chất của học viện (Giảng đường, phòng thí nghiệm thực hành, bàn ghế, các phương tiện nghe nhìn, chỗ gửi xe, vệ sinh...) đáp ứng nhu cầu đào tạo, học tập và nghiên cứu”; 95,61% SV hài lòng về “Hoạt động tư vấn học tập, nghề nghiệp cung cấp đầy đủ thông tin đáp ứng nhu cầu tìm hiểu, chọn lựa và học tập của SV”; 94,36% SV hài lòng về “Các hoạt động ngoại khóa hỗ trợ thiết thực cho học tập và nghiên cứu”. Đồng thời, cuối mỗi năm học, Bộ môn Marketing tổ chức cuộc họp tổng kết để đánh giá toàn diện các hoạt động của Bộ môn Marketing trong đó có đánh giá về chất lượng các dịch vụ hỗ trợ và tiện ích [H10.10.05.04].

- Cơ sở Học viện tổ chức lấy ý kiến sinh viên tốt nghiệp về chất lượng đào tạo (Kế hoạch 52/KH-HVCS ngày 21/02/2022); Lấy ý kiến cán bộ, giảng viên về đảm bảo chất lượng các lĩnh vực của Học viện (Kế hoạch 46/KHKS-TCHC ngày 18/02/2022). Sau các đợt khảo sát, Học viện tiến hành tổng hợp số liệu, viết báo cáo kết quả khảo sát: Ý kiến phản hồi của sinh viên (Báo cáo số 96/BC-CTSV ngày 27/09/2019; Báo cáo ngày 10/12/2019; Báo cáo số 13/BC-CT&CTSV ngày 26/03/2021). Kết quả khảo sát 185 SV năm 2020 về chất lượng, hiệu quả các hoạt động tư vấn học tập, hỗ trợ việc làm có 83,5% ý kiến đánh giá "hài lòng".

- Phòng CT&CTSV đã thực hiện lấy ý kiến phản hồi của người học cuối khóa về chất lượng, hiệu quả các hoạt động tư vấn học tập, hỗ trợ tìm kiếm việc làm của Học viện sau mỗi năm học, nội dung khảo sát bao gồm: Hoạt động tư vấn hỗ trợ SV trong quá trình học tập; Các hoạt động tư vấn tìm kiếm các nguồn học bổng để hỗ trợ SV; Thực hiện chính sách miễn, giảm học phí, hỗ trợ SV; Hoạt động hỗ trợ, hướng nghiệp tư vấn việc làm cho SV; Những thông tin thu được từ các hoạt động hỗ trợ, hướng nghiệp; đánh giá chung về những hoạt động tư vấn học tập, hỗ trợ việc làm. Kết quả khảo sát cho thấy tỷ lệ hài lòng của người học cuối khóa về chất lượng, hiệu quả các hoạt động tư vấn học tập, hỗ trợ tìm kiếm việc làm của Học viện khá cao [H10.10.05.05]. Ví dụ, kết quả khảo sát của 100 SV cuối khóa năm học 2018-2019 cho thấy: có 77% SV cuối khóa của Học viện hài lòng về “Hoạt động tư vấn hỗ trợ SV trong quá trình học tập”; có 75% SV cuối khóa đánh giá hài lòng về “Thực hiện chính sách miễn, giảm học phí, hỗ trợ SV”; có 77% SV cuối khóa đánh giá hài lòng về “Đánh giá chung về những hoạt động tư vấn học tập, hỗ trợ việc làm” ... Đây là cơ sở để các đơn vị cải tiến các hoạt động tư vấn, hỗ trợ SV thời gian tới. Kết quả khảo sát chung cho thấy người học về cơ bản hài lòng với hoạt động

phục vụ và hỗ trợ của nhà trường. Đánh giá chung về mức độ hài lòng của SV đối với dịch vụ giáo dục công của Học viện đạt trên 80% như: có 82,7% và 97,2% sinh viên được khảo sát trong năm 2019, 2021 hài lòng với các hoạt động tư vấn, hỗ trợ việc làm của Học viện; 82,1% sinh viên đánh giá mức độ hài lòng ở mức 3/5 trở lên về sự dễ dàng, thuận tiện tìm hiểu thông tin thủ tục tại văn phòng Giao dịch một cửa trong năm 2020.

(4) khảo sát chất lượng dịch vụ tại Văn phòng Giao dịch một cửa: Phòng CT&CTSV thực hiện khảo sát chất lượng dịch vụ tại Văn phòng Giao dịch một cửa qua hệ thống khảo sát trực tuyến để SV đánh giá về chất lượng dịch vụ tại văn phòng một cửa, tác phong, thái độ của từng cán bộ tiếp nhận hồ sơ và tư vấn cho SV [H10.10.05.06]. Kết quả khảo sát cho thấy các ý kiến đồng ý và hoàn toàn đồng ý về các nội dung: có 96,7%; về thư viện đáp ứng nhu cầu về cơ sở vật chất, phòng đọc và các trang thiết bị phục vụ cho việc tra cứu tài liệu; về điều kiện an ninh của ký túc xá đảm bảo an toàn có 93%; số thuốc được cung cấp sau khi khám/sơ khám đáp ứng điều trị bệnh có 76,6%; về điều kiện vệ sinh an toàn thực phẩm của nhà ăn, canteen Học viện sạch sẽ có 93,3%; về phòng thí nghiệm thực hành được trang bị đầy đủ đáp ứng nhu cầu thực hành các học phần trong chương trình đào tạo có 89,7%.

(5) Khảo sát thư viện: Để thu thập được đầy đủ thông tin và có kế hoạch cải tiến hoạt động phục vụ bạn đọc kịp thời, Phòng Quản lý KHCN và HTQT đã xây dựng và triển khai kế hoạch lấy ý kiến phản hồi của bạn đọc về chất lượng phục vụ của Thư viện và tổng hợp báo cáo kết quả khảo sát [H10.10.05.07]. Kết quả khảo sát cho thấy SV khá hài lòng về Thư viện của Học viện, chẳng hạn như tỷ lệ SV trả lời hài lòng về Thư viện ở cơ sở Hà Nội đều đạt trên 80% tùy theo từng năm, cụ thể: năm 2017 là 83,04%, năm 2018 là 92,19%; năm 2019 là 86,3%, năm 2020 là 88,1% và năm 2021 là 89,6%.

(6) Khảo sát cán bộ, giảng viên về NCKH

Hằng năm, Học viện đã thực hiện lấy ý kiến khảo sát của cán bộ, giảng viên trong Học viện về công tác quản lý nghiên cứu của Học viện, bao gồm hoạt động quản lý tài sản trí tuệ và hoạt động NCKH của sinh viên [H10.10.05.08].

Kết quả khảo sát cho thấy, các bên liên quan khá hài lòng đối với công tác quản lý TSTT đều đạt trên 75%: năm 2017: 81,0%; năm 2018: 82,0%; năm 2019: 83,0%; năm 2020: 84,5%; năm 2021: 86,0%

Qua khảo sát 100 CBGV, nghiên cứu viên về hoạt động khoa học năm 2020, đánh giá chung về hoạt động NCKH cấp nhà nước/bộ có 78,5% ý kiến đánh giá "hài lòng" và

"rất hài lòng" và, NCKH cấp Học viện có 81% ý kiến đánh giá "hài lòng" và "rất hài lòng"; 92% đánh giá "hài lòng" và "rất hài lòng".

(7) Trung tâm TNTH cũng tổ chức khảo sát ý kiến phản hồi của giảng viên, sinh viên về cơ sở vật chất trong thiết bị các phòng TNTH trong học kỳ II năm học 2020-2021, Kết quả khảo sát cho thấy có 53,6% GV và 72,5% SV hài lòng về trang thiết bị các phòng thí nghiệm thực hành [H10.10.05.09].

(8) Khảo sát ý kiến SV về hoạt động giảng dạy của giảng viên

Trung tâm KT&ĐBCLGD lập kế hoạch và triển khai đánh giá các hoạt động giảng dạy của giảng viên vào cuối học kỳ của năm học thông qua hình thức khảo sát trực tuyến cho tất cả các hình thức đào tạo với phiếu khảo sát người học hệ đào tạo chính quy nội dung khảo sát gồm 10 tiêu chí [H3.03.02.06].

Kết quả khảo sát SV từ năm học 2018-2019 đến 2020-2021 được tổng hợp và kết quả khảo sát trong Học kỳ II năm học 2018-2019 với 4.064 SV hệ đào tạo chính quy cho thấy tỷ lệ SV hài lòng về mục đích, yêu cầu, nội dung của môn học/học phần đã được giảng viên truyền đạt rõ ràng tới người học là 93%; tỷ lệ hài lòng về phương pháp truyền đạt rõ ràng, dễ hiểu, hấp dẫn, sinh động, tạo sự hứng thú cho người học là 90%. Học kỳ I năm học 2019-2020 kết quả khảo sát 4064 SV đào tạo hệ chính quy cho thấy tỷ lệ hài lòng về cung cấp hướng dẫn đầy đủ thông tin về tài liệu học tập chính, cũng như các nguồn học liệu tham khảo của môn học/học phần tới NH là 94%; tỷ lệ hài lòng về mục đích, yêu cầu, nội dung môn học/học phần đã được GV truyền đạt rõ ràng tới NH là 94%.

Kết quả khảo sát được báo cáo Ban Giám đốc để chỉ đạo, điều hành hoạt động của Học viện và công bố công khai để lãnh đạo Bộ môn Marketing nắm rõ tình hình giảng dạy chung của Khoa và GV có phương hướng điều chỉnh hoạt động giảng dạy.

Trên cơ sở khảo sát ý kiến phản hồi của SV, cựu SV và CBGV, các dịch vụ hỗ trợ đã được cải tiến và nâng cao chất lượng phục vụ như:

- Sử dụng hệ thống đào tạo trực tuyến để cung cấp các dịch vụ học tập, nghiên cứu của người học 24/7 [H10.10.05.10]

- Học viện là trường Đại học đầu tiên trong cả nước đi đầu trong công cuộc Chuyển đổi số, PTIT S-Link là mô hình nền tảng số đầu tiên được công bố trong việc liên thông dữ liệu đối trong Học viện với mục đích phát triển hệ thống các ứng dụng hỗ trợ GV/SV trong quá trình đào tạo/học tập; tối ưu hoá hiệu suất lao động của cán bộ, hỗ trợ [H10.10.05.11]. Với quá trình chuyển đổi số của Học viện, hầu hết các dịch vụ hỗ trợ cho

NH được cung cấp thông qua môi trường số, trong khi Học viện chưa quan tâm đến việc tập huấn để nâng cao kỹ năng hoạt động cho đội ngũ cố vấn học tập, do đó hiệu quả hoạt động của đa số các CVHT chưa được đổi mới và nâng cao hiệu quả.

- Thiết lập quan hệ với các đối tác bổ sung thêm các phòng TNTH, phòng Lab phục vụ nghiên cứu chuyên sâu về CNTT như Phòng Thí nghiệm trí tuệ nhân tạo; Phòng Lab 4G Viettel; Phòng Lab Samsung, có máy tính và phần mềm chuyên dụng được mô tả cụ thể tại Đề án tuyển sinh Học viện năm 2022 [H10.10.05.12]. Học viện đầu tư 2.545 triệu đồng mua sắm trang thiết bị mới phục vụ hoạt động đào tạo, NCKH.

- Đầu tư, nâng cấp hệ thống thư viện và đầu tư mua sắm các tài liệu tham khảo phục vụ công tác giảng dạy/học tập [H10.10.05.13], trong đó có việc số hóa các học liệu cung cấp cho thư viện điện tử để SV có thể truy cập sử dụng mọi lúc, mọi nơi; giai đoạn 2017 - 2022, Thư viện Học viện được bổ sung 502 đầu sách/2878 bản, trong đó CTĐT ngành Marketing được bổ sung 25 đầu sách/42bản; Thư viện tăng thời gian mở cửa phục vụ bạn đọc từ 8 lên 12 giờ/ngày.

- Phòng CT&CTSV, Bộ môn Marketing tăng cường kết nối kết nối với các doanh nghiệp và nhà tuyển dụng thông qua hội chợ việc làm, kết nối tuyển sinh và hội thảo với doanh nghiệp [H10.10.05.14].

- Hoạt động của tổ chức đoàn thể và ngoại khoá giúp SV nâng cao kỹ năng mềm và tham gia hoạt động cộng đồng được tổng kết đánh giá hằng năm và có những cải tiến về hình thức, nội dung hoạt động ... [H10.10.05.15].

Thông qua nội dung các báo cáo tổng kết năm học hằng năm của Học viện giai đoạn 2017-2022 và của các đơn vị tổ chức thực hiện các dịch vụ hỗ trợ cho thấy việc đánh giá, cải tiến các dịch vụ hỗ trợ và tiện ích đã được triển khai hằng năm [H10.10.05.16].

2. Điểm mạnh

Công tác chuyển đổi số tại Học viện đã đạt được những kết quả nhất định, hỗ trợ có hiệu quả cho Học viện thông qua môi trường mạng.

3. Điểm tồn tại

Với quá trình chuyển đổi số của Học viện, hầu hết các dịch vụ hỗ trợ cho NH được cung cấp thông qua môi trường số, trong khi Học viện chưa quan tâm đến việc tập huấn để nâng cao kỹ năng hoạt động cho đội ngũ cố vấn học tập, do đó hiệu quả hoạt động của đa số các CVHT chưa được đổi mới và nâng cao hiệu quả.

4. Kế hoạch hành động

Năm học 2023-2024, phòng CT&CTSV phối hợp với Bộ môn Marketing tổ chức tập huấn cho đội ngũ cố vấn học tập trong môi trường chuyển đổi số.

5. *Tự đánh giá*: Mức đạt được của tiêu chí: 5/7.

Tiêu chí 10.6: Cơ chế phản hồi của các bên liên quan có tính hệ thống, được đánh giá và cải tiến.

1. *Mô tả hiện trạng*

Học viện đã ban hành các văn bản quy định về hoạt động thu thập ý kiến phản hồi các bên liên quan như: Quy định lấy ý kiến phản hồi từ người học về hoạt động giảng dạy của GV tại Học viện ban hành theo Quyết định số 861/QĐ-HV ngày 23/11/2015 [H10.10.01.03]; Quy định về việc lấy ý kiến về tình trạng việc làm của sinh viên sau khi tốt nghiệp tại Học viện ban hành theo Quyết định số 642/QĐ-HV ngày 09/08/2018 [H10.10.01.04]; Quy định về công tác khảo sát cơ sở vật chất phục vụ cho công tác quản lý, giảng dạy, nghiên cứu khoa học tại Học viện ban hành theo Quyết định số 1059/QĐ-HV ngày 30/11/2018 [H10.10.01.06]; Quy định khảo sát ý kiến phản hồi của cán bộ, giảng viên về điều kiện cơ sở vật chất phục vụ công tác quản lý, giảng dạy, NCKH (QĐ số 519/QĐ-HV ngày 22/6/2021) [H10.10.01.07].

Các văn bản trên quy định cụ thể chức năng, nhiệm vụ của các đơn vị trong thực hiện cơ chế lấy ý kiến phản hồi của các bên liên quan: (i) Trung tâm Khảo thí và Đảm bảo chất lượng giáo dục là đơn vị chủ trì khảo sát có trách nhiệm phối hợp với các đơn vị liên quan xây dựng kế hoạch và thực hiện việc khảo sát; thiết kế, hiệu chỉnh nội dung phiếu khảo sát được phân công; quản lý, bảo quản, lưu trữ hồ sơ gốc liên quan đến nhiệm vụ khảo sát được phân công; lập báo cáo kết quả khảo sát gửi lãnh đạo Học viện (ii) Trung tâm Khảo thí và Đảm bảo chất lượng giáo dục có nhiệm vụ phối hợp với đơn vị chủ trì khảo sát để thiết kế, điều chỉnh, bổ sung định kỳ nội dung các Phiếu khảo sát phù hợp với tình hình hoạt động của Học viện về yêu cầu thu thập ý kiến phản hồi của các bên liên quan; làm đầu mối hướng dẫn, đôn đốc, kiểm tra và tổng hợp các kết quả khảo sát tại các đơn vị để báo cáo Ban Giám đốc Học viện; (iii) Trưởng đơn vị thuộc Học viện có trách nhiệm nhắc nhở cán bộ, viên chức thuộc đơn vị tham gia khảo sát đầy đủ và nghiêm túc theo thông báo của Học viện; lập kế hoạch cải tiến các hoạt động thuộc chức năng, nhiệm vụ được giao qua kết quả, số liệu khảo sát có tỷ lệ hài lòng thấp.

Các văn bản trên cũng quy định các đơn vị chịu trách nhiệm thực hiện khảo sát, trong đó: (i) Trung tâm KT&ĐBCLGD chịu trách nhiệm chủ trì, lấy ý kiến SV về hoạt

động giảng dạy của GV; mức độ đáp ứng của CSVC, trang thiết bị, hệ thống CNTT, phòng thực hành/thí nghiệm; (ii) Phòng Đào tạo lấy ý kiến khảo sát liên quan để thiết kế phát triển CTDH, CĐR, CTĐT, ... Phòng Chính trị và Công tác SV (Phòng CTSV) lấy ý kiến khảo sát cựu SV, nhà tuyển dụng về việc làm SV; (iii) Văn phòng (Phòng Tổ chức - Hành chính) lấy ý CB, GV về điều kiện CSVC, môi trường làm việc; (iv) Khoa Sau ĐH (Phòng ĐT&KH-CN) khảo sát học viên cao học về chất lượng giảng dạy và phục vụ của Học viện; (v) Phòng Đào tạo khảo sát các bên liên quan khi điều chỉnh mục tiêu, CĐR CTĐT và xây dựng, phát triển CTDH; (vi) Phòng Quản lý KH-CN&HTQT khảo sát các bên liên quan về chất lượng phục vụ của Thư viện; Trung tâm khảo sát công tác phục vụ tại ký túc xá; (vii) Trung tâm Thí nghiệm - Thực hành lấy ý kiến các bên liên quan về chất lượng phòng thí nghiệm - thực hành.

Hằng năm, Học viện đã tiến hành các hoạt động khảo sát để thu thập thông tin phản hồi của các bên liên quan: (i) Khảo sát SV về hoạt động giảng dạy của GV theo từng học kỳ [H3.03.02.06]; (ii) Khảo sát SV, HV về chất lượng phục vụ của Học viện [H10.10.05.01]; (iii) Khảo sát sinh viên trước tốt nghiệp về chất lượng khóa học [H10.10.05.03]; (iv) Khảo sát SVTN về tình hình việc làm và chất lượng khóa học [H10.10.05.05]; (v) Khảo sát CB, GV về môi trường làm việc [H10.10.05.02]; (vi) Khảo sát doanh nghiệp về tình hình sử dụng lao động sinh viên tốt nghiệp [H10.10.06.01], [H10.10.06.02]; (vii) Khảo sát các bên liên quan khi rà soát thiết kế CTĐT [H1.01.01.13] và [H1.01.01.14], (viii) Các khảo sát khác (Khảo sát các bên liên quan trong công tác xây dựng, bổ sung, hiệu chỉnh CTDH [H3.03.01.01] và [H3.03.01.02]; (ix) Khảo sát SV về chất lượng phục vụ Thư viện [H10.10.05.07]; (x) Báo cáo kết quả khảo sát về chất lượng dịch vụ tại Văn phòng giao dịch một cửa 3 năm (2017, 2019 và 2021) [H10.10.05.06];

Hệ thống mẫu phiếu khảo sát của từng khảo sát được thiết kế theo mục tiêu của từng loại khảo sát và được điều chỉnh phù hợp với từng đối tượng [H10.10.01.11]. Tùy từng trường hợp cụ thể, Học viện đã sử dụng phương pháp khảo sát phù hợp để đảm bảo sự tiện ích và tính khách quan trong thu thập các thông tin phản hồi. Việc thu thập ý kiến phản hồi có thể thực hiện bằng các phương pháp khác nhau: phát phiếu hỏi trực tiếp hoặc online hoặc qua điện thoại; tổ chức hội thảo, hội nghị, trao đổi, đối thoại; thông qua các cuộc họp của bộ môn, tổng kết hàng năm của Khoa và Học viện ...

Phương pháp khảo sát chuyển dần từ khảo sát trực tiếp (phát phiếu) sang hình thức khảo sát trực tuyến qua hệ thống webstie các đơn vị và phần mềm khảo sát PTIT.S'Link

[H10.10.05.11]. Đồng thời, chức năng, nhiệm vụ thực hiện hoạt động khảo sát cũng được điều chỉnh phù hợp với cơ cấu tổ chức của Học viện. Căn cứ chức năng, nhiệm vụ của các đơn vị, Học viện đã phân công cho văn phòng tổ chức khảo sát các điều kiện về CSVC, đồng thời, khuyến khích các đơn vị chủ động đề xuất và tổ chức khảo sát ý kiến các bên liên quan.

Trên cơ sở các ý kiến góp ý, Học viện đang thực hiện một số giải pháp cải tiến có hiệu quả như: Điều chỉnh CTĐT để nâng cao chất lượng giảng dạy; tăng cường cơ sở vật chất cho công tác đào tạo, cải tạo giảng đường lớp học, hệ thống CNTT...; bổ sung giáo trình, tài liệu cho Thư viện điện tử trên cơ sở số hóa các học liệu của thư viện.

Đối với Bộ môn Marketing, sau khi nhận được báo cáo kết quả khảo sát từ các đơn vị chủ trì khảo sát, báo cáo kết quả khảo sát chuyên sâu do Bộ môn thực hiện, Bộ môn đã tiến hành họp với các bộ môn/ giảng viên liên quan phân tích nguyên nhân, dẫn đến các tiêu chí có kết quả đánh giá sự hài lòng thấp, từ đó xây dựng kế hoạch để khắc phục, cải tiến chất lượng: Bổ sung thêm đối tượng Nhà tuyển dụng, cựu SV vào đối tượng lấy ý kiến khảo sát; bổ sung hình thức lấy ý kiến phản hồi trực tuyến trên nhiều kênh: email, mạng xã hội, PtitS-Link; bổ sung thêm các câu hỏi về cơ sở vật chất, hoạt động tư vấn, hỗ trợ SV, kỹ năng mềm trong phiếu khảo sát.

Trong việc khảo sát các bên liên quan, việc khảo sát cựu SV vẫn còn hạn chế do dữ liệu về mạng lưới cựu SV đang được triển khai và hoạt động thu thập thông tin phản hồi do nhiều đầu mối chịu trách nhiệm tổ chức triển khai thực hiện.

2. Điểm mạnh

Học viện đã ban hành các quy định/quy trình công tác lấy ý kiến phản hồi của đầy đủ các bên liên quan và hàng năm chủ động triển khai hoạt động khảo sát.

3. Điểm tồn tại

Hoạt động thu thập thông tin phản hồi tại Học viện do nhiều đầu mối chịu trách nhiệm tổ chức triển khai thực hiện.

4. Kế hoạch hành động

Năm 2024, Trung tâm KT&ĐBCLGD phối hợp với Phòng CT&CTSV và các đơn vị xây dựng quy định lấy ý kiến phản hồi của các bên liên quan một cách thống nhất, rõ ràng với hướng dẫn cụ thể, chặt chẽ, đảm bảo tính hệ thống cho thu thập và sử dụng ý kiến phản hồi của các bên liên quan và thống nhất nhiệm vụ khảo sát ý kiến các bên liên quan vào một đầu mối để điều hành và tổ chức thống nhất.

5. *Tự đánh giá*: Mức đạt được của tiêu chí 4/7

Kết luận về tiêu chuẩn 10

Học viện đã ban hành các văn bản quy định việc thu thập thông tin phản hồi các bên liên quan trong các lần rà soát điều chỉnh CĐR và CTĐT, xây dựng kế hoạch và triển khai khảo sát ý kiến phản hồi của các bên liên quan; các văn bản quy định việc rà soát, đánh giá quá trình dạy học và kết quả học tập của người học để đảm bảo sự gắn kết giữa CĐR của các học phần với CĐR của CTĐT; các văn bản quy định cụ thể về nội dung, quy trình và chức năng, nhiệm vụ của các đơn vị trong thực hiện cơ chế lấy ý kiến phản hồi của các bên liên quan; Học viện đã có quy định và định kỳ tổ chức việc đánh giá chất lượng các dịch vụ hỗ trợ và tiện ích phục vụ người học thông qua các phương thức khác nhau để tạo lập cơ sở cho đề xuất cải tiến các dịch vụ này.

Công tác rà soát, đánh giá quá trình dạy học và kiểm tra đánh giá được thực hiện thông qua việc cập nhật, điều chỉnh về CTDH và ĐCCT học phần; hoạt động dự giảng; hoạt động lấy ý kiến phản hồi của người học về chất lượng dạy học; kết quả nghiên cứu của 20 đề tài được chuyển thành nội dung giảng dạy và áp dụng để cải tiến hoạt động dạy học các học phần của CTDH ngành Marketing trình độ đại học.

Khi tiến hành rà soát, đánh giá quy trình thiết kế và phát triển chương trình dạy học của ngành Marketing, số lượng các nhóm đối tượng bên ngoài Học viện (Người sử dụng lao động, cựu SV, các chuyên gia, nhà khoa học, ...) được khảo sát ý kiến còn hạn chế; việc tổ chức các hội nghị, hội thảo, các lớp tập huấn về đổi mới phương pháp dạy học và kiểm tra đánh giá chưa được thực hiện hằng năm cả ở cấp Học viện và cấp Bộ môn.

Các quy trình thu thập ý kiến phản hồi các bên liên quan chưa được tổng hợp đầy đủ trong hệ thống tài liệu quản lý chất lượng của Học viện.

Tiêu chuẩn 10 có 06 tiêu chí: 4,83/7.

Tiêu chuẩn 11: Kết quả đầu ra

Mở đầu

Khi đánh giá hệ thống đảm bảo chất lượng, Học viện không chỉ đánh giá chất lượng của quá trình đào tạo, mà còn đánh giá chất lượng đầu ra và người học tốt nghiệp. Để đánh giá chất lượng người học tốt nghiệp, cần phải giám sát việc đạt được các chuẩn đầu ra, tỷ lệ tốt nghiệp và tỷ lệ thôi học, thời gian tốt nghiệp trung bình và tỷ lệ có việc làm của người học sau khi tốt nghiệp.

Kết quả đầu ra của CTĐT nhằm phản ánh chất lượng người học. Kết quả CDR của ngành Marketing được xác lập qua tỉ lệ thôi học, tỉ lệ tốt nghiệp, thời gian tốt nghiệp trung bình, tỉ lệ có việc làm sau tốt nghiệp, số lượng và loại hình nghiên cứu của người học và mức độ hài lòng của các bên liên quan. Với chất lượng đầu vào tương đối cao và quá trình đào tạo có chất lượng của ngành Marketing, Học viện đảm bảo CDR. Các tỷ lệ thôi học, tỉ lệ tốt nghiệp, thời gian tốt nghiệp trung bình, tỉ lệ có việc làm sau tốt nghiệp, số lượng và loại hình nghiên cứu của người học và mức độ hài lòng của các bên liên quan được đối sánh với các CTĐT khối ngành kinh tế trong Học viện và ngành Marketing của một số trường đại học khác để có những biện pháp khả thi nhằm nâng cao chất lượng đầu ra của người học.

Sau khi phân tích đầu vào, quá trình và đầu ra, Học viện phân tích sự hài lòng của các bên liên quan và thiết lập một hệ thống thu thập và đo lường sự hài lòng của các bên liên quan. Các thông tin thu thập được phân tích và đối sánh, từ đó xây dựng và triển khai các hoạt động cải tiến CTĐT thông qua hoạt động của hệ thống đảm bảo chất lượng bên trong Học viện.

Tiêu chí 11.1: Tỉ lệ thôi học, tốt nghiệp được xác lập, giám sát và đối sánh để cải tiến chất lượng.

1. Mô tả hiện trạng

Học viện có hệ thống theo dõi, giám sát tỷ lệ thôi học, tỷ lệ học lại, tỷ lệ tốt nghiệp. Trong đó, Phòng Giáo vụ là đầu mối triển khai, các đơn vị phối hợp gồm Phòng Đào tạo, Phòng CT&CTSV và Bộ môn Marketing. Tại Bộ môn Marketing, cố vấn học tập theo dõi, giám sát tỷ lệ và danh sách sinh viên thôi học ngành Marketing

Học viện giao Phòng Giáo vụ có nhiệm vụ theo dõi, cập nhật danh sách, tỷ lệ thôi học, tỷ lệ tốt nghiệp đối với sinh viên hệ đại học chính quy đang học tập tại Học viện theo Điều 2, Quy định chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn và cơ cấu tổ chức của Phòng Giáo vụ ban hành kèm theo Quyết định số 621/QĐ-HV ngày 08/08/2018 [H11.11.01.01] và tại Bản mô tả các vị trí công việc của chuyên viên phòng giáo vụ được Giám đốc Học viện phê duyệt [H11.11.01.02]. Phòng Giáo vụ đã thực hiện việc giám sát thông qua nhiều hình thức như: Sổ theo dõi hàng ngày, sổ lên lớp, báo cáo hàng tháng, hàng năm, lịch dạy và học hàng tuần, từng học kỳ; kiểm tra định kỳ, bài thi kết thúc học học phần.

Hệ thống giám sát quá trình học tập, đánh giá kết quả học tập, quy định về thôi học, tốt nghiệp, cảnh báo học vụ được thực hiện theo Quy định đào tạo đại học theo hệ thống

tín chỉ của Học viện ban hành năm 2021 [H5.05.01.03], trong đó quy định về việc đăng ký học phần, hủy/rút đăng ký học phần (Điều 12, 13), đăng ký lại, học cải thiện điểm (Điều 14), nghỉ học tạm thời (Điều 15), cảnh báo kết quả học tập (Điều 33), buộc thôi học (Điều 32).

Học viện ban hành Quy trình quản lý và cập nhật CSDL sinh viên theo Quy trình Số 01/GV ngày 02/01/2015 [H11.11.01.03].

Học viện có phần mềm quản lý đào tạo Edusoft để trợ giúp giám sát tỷ lệ thôi học, tỷ lệ học lại và tỷ lệ tốt nghiệp, thông qua phần mềm, Phòng Giáo vụ phối hợp với Trung tâm KT&ĐBCLGD theo dõi, tổng hợp bảng điểm học tập của SV các học kỳ được thiết lập trên phần mềm để báo cáo đề xuất Ban giám hiệu xem xét, phê duyệt kết quả học tập và dữ liệu kết quả học tập của SV, SV ngừng học, thôi học, tốt nghiệp được xử lý trực tiếp trên phần mềm quản lý đào tạo Edusoft và được phân quyền theo nhiệm vụ của các đơn vị/cá nhân để có thể theo dõi và lập danh sách SV thôi học, tốt nghiệp theo học kỳ, năm học [H11.11.01.04].

Khi SV trúng tuyển đến nhập học, Phòng Giáo vụ lập và cung cấp cho mỗi SV một tài khoản cá nhân, sau khi đã hoàn thành việc cập nhật đầy đủ thông tin vào cơ sở dữ liệu, SV có thể đăng nhập vào vào phần mềm quản lý đào tạo để theo dõi thông tin học tập, thời khóa biểu các môn học, học phí và các khoản lệ phí phải nộp trong từng kỳ học [H11.11.01.05]. Đồng thời đây cũng là cơ sở để Học viện xác lập kết quả học tập, tỷ lệ thôi học, tốt nghiệp trong tiến trình đào tạo toàn khóa học của SV ngành Marketing và kết quả học tập của SV được cập nhật thường xuyên và kịp thời trên hệ thống cũng như qua tài khoản cá nhân để giúp SV theo dõi và có kế hoạch cải thiện kết quả học tập theo từng thời điểm cụ thể. Danh sách SV bị cảnh báo học vụ [H11.11.01.06] và thôi học được cập nhật theo năm học và được lưu tại Phòng Giáo vụ trên phần mềm quản lý đào tạo [H11.11.01.07].

Hàng năm, Học viện tiến hành 4 đợt xét tốt nghiệp và ban hành các quyết định công nhận tốt nghiệp cho SV. Danh sách SV tốt nghiệp được cập nhật hằng năm trên phần mềm quản lý đào tạo [H11.11.01.08].

Học viện thống kê, giám sát chặt chẽ tiến độ và kết quả học tập, tỷ lệ thôi học, tốt nghiệp của SV thông qua hệ thống CVHT, trợ lý khoa, bộ môn và cơ sở dữ liệu về SV được quản lý tại Phòng Đào tạo, Giáo vụ. Kết quả thống kê SVTN các khóa học từ khóa 2013 đến khóa 2017 được thể hiện qua bảng 11.1 và 11.2, *Phụ lục 02*.

Số liệu ở Bảng 11.1 cho thấy: Tỷ lệ SV ngành Marketing thôi học các khóa dao động từ 0,76% đến 3,35% và tỷ lệ thôi học hằng năm nhìn chung thấp, có xu hướng giảm. Số liệu thống kê ở Bảng 11.2 cho thấy tỉ lệ SV ngành Marketing tốt nghiệp so với số tuyển đầu vào của Học viện giữ mức ổn định từ 65,79% đến 89,72% và tỷ lệ SV ngành Marketing tốt nghiệp đúng hạn dao động từ 65%-72% và có xu hướng tăng, trong đó sự khác biệt thời gian tốt nghiệp với thời gian đào tạo của các ngành kỹ thuật ít hơn so với các ngành thuộc khối kinh tế.

Phòng Giáo vụ đã thống kê nguyên nhân thôi học, nghỉ học của sinh viên và thông qua số liệu thống kê cho thấy, các nguyên nhân thôi học bao gồm: (i) SV thôi học vì lý do cá nhân (Đi du học, thi lại vào trường khác, do sức khỏe, điều kiện kinh tế.); (ii) Bị buộc thôi học do kết quả học tập [H11.11.01.09].

Theo báo cáo tổng kết các khóa đào tạo đại học chính quy khối ngành kinh tế [H11.11.01.10] và Báo cáo tổng kết năm học của Học viện [H11.11.01.11] cho thấy số SV tốt nghiệp chậm hơn thời gian quy định phần lớn là do SV thiếu các điều kiện như chưa tích lũy đủ khối kiến thức theo quy định hoặc không đạt yêu cầu CDR về ngoại ngữ. Hàng năm, tỷ lệ SV ngành Marketing tốt nghiệp và thôi học được Học viện xác lập, giám sát chặt chẽ.

Để giảm tỷ lệ thôi học của SV, Học viện đã giao cho đội ngũ cố vấn học tập giám sát chặt chẽ tình hình học tập, tư tưởng SV [H4.04.02.12] và liên hệ với đội ngũ cán bộ lớp, Đoàn thanh niên thường xuyên nắm bắt tình hình học tập và rèn luyện của SV để tư vấn, cảnh báo các SV có nguy cơ thôi học; gặp gỡ, trao đổi trực tiếp tháo gỡ những khó khăn trong học tập, đời sống của SV; kết hợp liên lạc với gia đình quan tâm động viên để giúp SV cải thiện kết quả học tập, rèn luyện.

Kết quả đối sánh tỷ lệ tốt nghiệp, thôi học giai đoạn 2017-2021 của SV ngành Marketing với các CTĐT khác của Học viện được trình bày ở các bảng 11.3, *Phụ lục 02*. Kết quả đối sánh cho thấy: Tỷ lệ thôi học của SV ngành Marketing các khóa dao động từ 0,76% - 3,35%, cao hơn khối ngành kỹ thuật và tương đương với các ngành kinh tế tại Học viện.

Kết quả đối sánh tỷ lệ SV tốt nghiệp và thôi học ngành Marketing với cùng ngành Marketing của các trường đại học khác được trình bày ở bảng 11.4, *Phụ lục 02*. Kết quả đối sánh cho thấy tỷ lệ SV tốt nghiệp ngành Marketing của Học viện tương đương trường Đại học Kinh tế Quốc dân và thấp hơn trường Đại học Tài chính Marketing; tỷ lệ thôi học

ngành Marketing của Học viện thấp nhất so với tỷ lệ thôi học SV ngành Marketing của trường Đại học Kinh tế Quốc dân và trường Đại học Kinh tế Quốc dân và thấp hơn trường Đại học Tài chính Marketing trường Đại học Tài chính Marketing.

Kết quả đối sánh, phân tích về tỉ lệ thôi học, tốt nghiệp được Phòng Đào tạo, Phòng Giáo vụ, Bộ môn Marketing, CVHT và Đoàn Thanh niên phối hợp thực hiện các biện pháp hỗ trợ đối với từng trường hợp cụ thể: (i) Học viện xét, trao học bổng cho các SV nghèo vượt khó, SV có hoàn cảnh đặc biệt [H8.08.04.01-02]; Đoàn Thanh niên tổ chức các hoạt động ngoại khóa để định hướng nghề nghiệp cho người học [H8.08.04.07] (iii) Phòng CT&CTSV quán triệt các quy chế, quy định giúp người học xác định đúng đắn động cơ học tập, mục đích học tập thông qua Tuần sinh hoạt công dân đầu năm học [H4.04.01.08]; (iv) CVHT hỗ trợ SV về phương pháp học tập, giúp SV trong việc lập kế hoạch, xây dựng lộ trình học tập hợp lý...) [H4.04.02.12].

Học viện là trường tiên phong trong việc triển khai chuyển đổi số, với việc triển khai các ứng dụng CNTT: Mỗi SV đều được cấp tài khoản phần mềm Quản lý đào tạo, trên ứng dụng PTIT-Slink của Học viện để dàng theo dõi các thông báo từ Học viện/Khoa Tài chính Kế toán /phòng Giáo vụ để có những thay đổi, điều chỉnh kịp thời nhằm đáp ứng tiến độ học tập [H5.05.02.08].

2. Điểm mạnh

Danh sách SV tốt nghiệp và thôi học được cập nhật trên phần mềm hệ thống quản lý đào tạo của Học viện, điều này thuận tiện cho việc giám sát tình hình, kết quả học tập của SV trong quá trình đào tạo.

3. Điểm tồn tại

Trong năm 2020 và 2021, tỷ lệ SV ngừng học/gián đoạn học tăng cao hơn các năm trước do tình hình dịch Covid-19, nguyên nhân do SV học trực tuyến, nên sự giám sát đối với SV trong quá trình học tập môn tiếng Anh thiếu chặt chẽ.

4. Kế hoạch hành động

Từ năm học 2023-2024, Phòng Giáo vụ phối hợp với Bộ môn Ngoại ngữ, Khoa Cơ bản nghiên cứu triển khai các giải pháp hỗ trợ người học trong việc lập kế hoạch và chọn phương pháp học tập phù hợp để đạt CDR tiếng Anh theo tiến độ đào tạo của khóa học, tăng tỷ lệ SV tốt nghiệp đúng thời hạn.

5. Tự đánh giá: Mức đạt được của tiêu chí: 5/7.

Tiêu chí 11.2: Thời gian tốt nghiệp trung bình được xác lập, giám sát và đối sánh để cải tiến chất lượng.

1. Mô tả hiện trạng

Từ năm học 2012 - 2013, Học viện đã chính thức chuyển sang đào tạo theo hệ thống tín chỉ cho tất cả các CTĐT trình độ của Học viện. Theo Mục 2, Chương trình giáo dục đại học ngành Marketing năm 2016 [H1.01.01.01], Chương trình giáo dục đại học ngành Marketing năm 2018 [H1.01.01.02] và Chương trình giáo dục đại học ngành Marketing năm 2020 [H1.01.01.03], CTĐT ngành Marketing trình độ đại học theo hệ thống tín chỉ của Học viện có thời gian học chuẩn là 4 năm và tối đa là 8 năm. CTĐT ngành Marketing có sự linh hoạt rút ngắn thời gian đào tạo đối với những SV có khả năng và nguyện vọng (tốt nghiệp sớm trước thời hạn), tuy nhiên trong quá trình triển khai chưa có SV tốt nghiệp sớm. Kể từ năm 2014, Học viện áp dụng Chuẩn đầu ra tiếng Anh cho SV khoá 2014 [H11.11.02.01].

Theo Điều 2 tại Quy định chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn và cơ cấu tổ chức của Phòng Giáo vụ ban hành kèm theo QĐ số 621/QĐ-HV ngày 08/08/2018 [H11.11.01.01], Phòng Giáo vụ phối hợp cùng Phòng Đào tạo có nhiệm vụ theo dõi, giám sát thời gian tốt nghiệp trung bình. Thời gian tốt nghiệp trung bình của sinh viên ngành Marketing được trình bày Bảng 11.5, *Phụ lục 02*. Số liệu đối sánh cho thấy, thời gian tốt nghiệp trung bình của ngành Marketing các khóa dao động từ 4,3 đến 4,9 năm, so với số năm thiết kế trong CTĐT là 4 năm. Như vậy thời gian tốt nghiệp trung bình gần đúng với thời gian thiết kế CTĐT [H1.01.01.03].

Học viện có hệ thống theo dõi, giám sát tỷ lệ tốt nghiệp, thời gian tốt nghiệp của người học. Trong đó Phòng Giáo vụ đầu mối triển khai phối hợp cùng Phòng Đào tạo theo dõi, giám sát thời gian tốt nghiệp của NH, đánh giá tỷ lệ thôi học của tất cả các CTĐT. Đồng thời, Học viện có phần mềm trợ giúp giám sát tỷ lệ thôi học, tỷ lệ học lại và tỷ lệ tốt nghiệp.

Học viện tiến hành đối sánh thời gian tốt nghiệp trung bình của SV ngành Marketing với thời gian tốt nghiệp trung bình của SV các ngành thuộc khối Kinh tế trong Học viện và với ngành Marketing của các trường đại học khác, cụ thể tại Bảng 11.6 và 11.7, *Phụ lục 02*.

Tại Bảng 11.6 cho thấy kết quả đối sánh cho thấy thời gian tốt nghiệp trung bình của SV ngành Marketing của Học viện cao hơn so với các ngành khác thuộc khối kinh tế

của Học viện và thời gian tốt nghiệp trung bình của SV ngành Marketing các khóa dao động từ 4,3 đến 4,9 năm và thời gian tốt nghiệp trung bình của SV ngành Marketing ở cơ sở Thành phố Hồ Chí Minh có xu hướng dài hơn cơ sở tại Hà Nội. Tại Bảng 11.7 cho thấy thời gian tốt nghiệp trung bình của SV ngành Marketing Học viện cao hơn của Trường Đại học Kinh tế Quốc dân và Trường Đại học Tài chính Marketing.

Trên cơ sở các số liệu theo dõi thống kê về thời gian tốt nghiệp trung bình của SV, khi SV bị chậm tiến độ, nợ môn, chưa hoàn thành chương trình học, Phòng Giáo vụ có bảng tổng hợp nguyên nhân chậm tốt nghiệp của SV: các môn SV chưa đạt theo CTĐT; các nguyên nhân khác: chuẩn đầu ra, chứng chỉ GDQP, GDTC, nợ học phí để thông báo kịp thời cho SV [H11.11.01.09].

Năm 2022, Học viện đã tổ chức hội nghị đánh giá chất lượng đào tạo các khóa nhập học từ năm 2012 đến năm 2017 [H11.11.02.02] và xác định nguyên nhân SV tốt nghiệp muộn chủ yếu là: SV còn chưa trả nợ xong các môn học; nợ học phí, nợ chứng chỉ GDQP, GDTC, nợ CĐR tiếng Anh (theo báo cáo của Phòng Giáo vụ tỷ lệ nợ Tiếng Anh của SV Học viện 29,2% (Cơ sở Hà Nội là 36,8%, Cơ sở Thành phố Hồ Chí Minh là 14,7%), trong đó ngành Marketing là 8,3% (Cơ sở Hà Nội là 3,1%, Cơ sở Thành phố Hồ Chí Minh là 5,2%).

Để giúp SV tốt nghiệp đúng thời hạn và rút ngắn thời gian học tập, Học viện đã triển khai các biện pháp cụ thể như sau:

- Học viện đã cảnh báo tới từng SV bị chậm tiến độ, SV còn nợ môn học để nắm thông tin và hoàn thành chương trình đúng thời hạn [H11.11.01.06].

- Học viện mở lớp học lại, học cải thiện điểm vào học kỳ chính và học kỳ phụ (Học kỳ hè) để SV có thể đăng ký học lại những môn chưa đạt, học cải thiện điểm hoặc đăng ký học vượt rút ngắn thời gian học tập. Ngoài 02 học kỳ chính, tùy thuộc vào điều kiện thực tế của Học viện và nhu cầu của SV mà Học viện tổ chức thêm học kỳ hè (còn gọi là học kỳ phụ), thời gian học tập là 02 tháng hè hoàn toàn tự nguyện, không bắt buộc nhằm mục đích đáp ứng nhu cầu học tập, tăng tiến độ hoặc cải thiện điểm cho SV [H11.11.02.03]. Hoạt động này nhận được sự ủng hộ và tham gia học tập nhiệt tình của hầu khắp SV các khoa, các ngành đào tạo trong Học viện. Đồng thời, Học viện yêu cầu các cố vấn học tập, giáo viên chủ nhiệm tư vấn sát sao đăng ký học lại, học cải thiện của SV.

- Học viện tổ chức 2 kỳ xét tốt nghiệp chính cho SV (kỳ 1 vào tháng 12), kỳ 2 vào tháng 8 hàng năm và 02 kỳ tốt nghiệp phụ theo từng năm học [H11.11.01.08]. Việc tổ chức các đợt xét tốt nghiệp nhằm đáp ứng kịp thời, nhanh chóng nhu cầu của SV, tăng thêm tỷ lệ SV tốt nghiệp đúng hạn của CTĐT.

- Trong các buổi lễ tổng kết các khóa đào tạo và phát bằng tốt nghiệp SV các khóa [H11.11.01.10], Phòng Giáo vụ tiến hành thống kê, phân tích tỷ lệ SV tốt nghiệp, thời gian tốt nghiệp của người học ngành Marketing. Báo cáo đã phân tích, đánh giá tỷ lệ SVTN, tốt nghiệp đúng kế hoạch, thảo luận, phân tích nguyên nhân sinh viên chậm tốt nghiệp, đánh giá hiệu quả các biện pháp hỗ trợ người học và các kiến nghị, đề xuất.

- Trong các hội nghị tổ chức hằng năm, thông qua báo cáo tổng kết năm học [H11.11.01.11]; qua hồ sơ đại hội lớp - chi đoàn; báo cáo tổng kết, phương hướng hoạt động Đoàn Thanh niên theo năm học, các ý kiến tham luận, các cố vấn học tập, giáo viên chủ nhiệm đưa ra những định hướng để hỗ trợ SV trong học tập và NCKH [H8.08.04.07]. Đồng thời, tại báo cáo tổng kết năm học của Bộ môn Marketing hàng năm, các giảng viên cũng đề xuất các biện pháp hỗ trợ SV trong học tập giúp SV tốt nghiệp đúng thời hạn [H11.11.02.04].

- Căn cứ chuẩn đầu ra tiếng Anh cho SV được áp dụng từ khoá 2014, Học viện phối hợp với Công ty IIG tổ chức các chương trình đào tạo tiếng Anh theo chuẩn TOEIC quốc tế cho SV CTĐT ngành Marketing để hỗ trợ chuẩn đầu ra tiếng Anh cho SV, giúp SV tốt nghiệp đúng thời hạn [H11.11.02.05].

Mặc dù Học viện có nhiều biện pháp hỗ trợ để giúp cho SV tốt nghiệp đúng thời hạn, nhưng một số SV chưa chủ động với kế hoạch học tập của cá nhân, mặc dù đã hoàn thành các học phần trong CTĐT nhưng chưa hoàn thành các điều kiện chuẩn đầu ra, đặc biệt Bộ môn Marketing vẫn chưa có SV tốt nghiệp sớm.

2. Điểm mạnh

Học viện và Bộ môn Marketing có quy định rõ ràng, có cơ chế giám sát chặt chẽ tỷ lệ tốt nghiệp, thời gian tốt nghiệp, tạo mọi điều kiện thuận lợi, kịp thời để đáp ứng nhu cầu tốt nghiệp của SV.

3. Điểm tồn tại

Mặc dù đã triển khai đào tạo theo học chế tín chỉ từ năm 2012, song cho đến nay Bộ môn Marketing vẫn chưa có SV tốt nghiệp sớm so với thời gian thiết kế của CTĐT ngành Marketing.

4. Kế hoạch hành động

Trong năm học 2023-2024, Bộ môn Marketing chỉ đạo đội ngũ CVHT tích cực hỗ trợ SV chủ động trong xây dựng kế hoạch học tập, đăng ký học phần để hạn chế số lượng SV tốt nghiệp muộn và có được SV tốt nghiệp sớm so với kế hoạch, phù hợp với phương thức đào tạo theo tín chỉ.

5. Tự đánh giá: Mức đạt được của tiêu chí: 5/7.

Tiêu chí 11.3: Tỷ lệ có việc làm sau tốt nghiệp được xác lập, giám sát và đối sánh để cải tiến chất lượng

1. Mô tả hiện trạng

Theo Quy định chức năng, nhiệm vụ quyền hạn, cơ cấu tổ chức Phòng CT&CTSV ban hành theo Quyết định số 622/QĐ-HV ngày 08/08/2018 [H11.11.03.01] và Quy định chức năng nhiệm vụ quyền hạn và cơ cấu tổ chức Phòng Công tác sinh viên thuộc Cơ sở Học viện tại Thành phố Hồ Chí Minh ban hành theo Quyết định số 326/QĐ-HV ngày 31/3/2016 [H11.11.03.02], Phòng CT&CTSV/Phòng CTSV (sau đây gọi chung là Phòng CT&CTSV) có chức năng, nhiệm vụ thực hiện khảo sát tình trạng việc làm SV Học viện sau khi tốt nghiệp tại các cơ sở đào tạo của Học viện.

Quy định lấy ý kiến về tình trạng việc làm của sinh viên sau khi tốt nghiệp tại Học viện ban hành theo Quyết định số 642/QĐ-HV ngày 09/08/2018 [H10.10.01.04] đã quy định cụ thể về Quy trình, biểu mẫu khảo sát; đối tượng khảo sát; phương pháp khảo sát và các tiêu chí khảo sát. Theo đó, quy trình khảo sát việc làm của cựu sinh viên gồm các bước sau: (i) Xây dựng kế hoạch khảo sát; (ii) Trình Giám đốc phê duyệt; (iii) Thực hiện khảo sát; (iv) Xử lý, thống kê số liệu; (v) Viết báo cáo; (vi) Trình BGH phê duyệt; (vii) Công bố kết quả khảo sát; (viii) Các đơn vị lập kế hoạch cải tiến; (ix) Lưu hồ sơ. Đối tượng khảo sát là SV hệ đại học chính quy đã tốt nghiệp tại Học viện và có 2 phương pháp khảo sát là khảo sát trực tiếp bằng Phiếu khảo sát và gián tiếp qua mã QR Code.

Theo Mẫu phiếu khảo sát SVTN của Học viện với các tiêu chí khảo sát về tình trạng việc làm, mức thu nhập, lĩnh vực công tác, loại hình làm việc của SV sau khi tốt nghiệp ra trường, vấn đề SV ra trường làm “đúng nghề” (liên quan tới ngành được đào tạo) hoặc “trái nghề” (những công việc ít hoặc không liên quan tới kiến thức được đào tạo), thu nhập bình quân/tháng của SV tốt nghiệp, mức độ ứng dụng kiến thức được đào tạo vào công việc, ... [H11.11.03.03].

Từ năm 2017, Phòng CT&CTSV định kỳ 2 lần trong một năm, tổ chức khảo sát việc làm của sinh viên sau khi tốt nghiệp tại Lễ phát bằng vào khoảng tháng 4 và tháng 11 hàng năm. Đối với những sinh viên không dự lễ phát bằng mà nhận bằng trực tiếp tại Phòng Đào tạo, Học viện cũng tổ chức phát phiếu khảo sát khi sinh viên tốt nghiệp đến nhận bằng để đảm bảo sinh viên cung cấp dữ liệu về tình trạng việc làm khi đến nhận bằng. Qua đó nắm bắt được tình hình việc làm của sinh viên sau khi tốt nghiệp ra trường từ 6 đến 12 tháng, đặc biệt lưu ý đến các thông tin về sự phù hợp công việc với CTĐT, những kỹ năng còn thiếu cần bổ sung trong quá trình làm việc, những góp ý liên quan đến chương trình đào tạo ngành Marketing và các ngành khác tại Học viện qua báo cáo kết quả khảo sát SVTN [H11.11.03.04].

Các số liệu thống kê khảo sát được tổng hợp, lưu trữ trên hệ thống phần mềm quản lý dữ liệu khảo sát SV tốt nghiệp và có thể xuất file dữ liệu dưới định dạng excel thành danh sách sinh viên tốt nghiệp tại Học viện có việc làm giai đoạn 2017 - 2021 khi thực hiện các báo cáo theo yêu cầu [H11.11.03.05].

Báo cáo kết quả khảo sát SVTN tại Học viện trong các năm từ 2017-2022 của Phòng CT&CTSV cho thấy: tỷ lệ SV tốt nghiệp ngành Marketing tham gia trả lời phiếu hỏi ở các đợt khảo sát dao động từ 90% - 93% so với số SV tốt nghiệp được khảo sát. Tỷ lệ có việc làm hàng năm của sinh viên tốt nghiệp thuộc CTĐT đều khá cao (trên 88%), số có việc làm đúng ngành đào tạo trên 78%; thu nhập trung bình tập trung chủ yếu trong khoảng 5-15 triệu đồng/tháng. Tỷ lệ sinh viên tốt nghiệp ngành Marketing có việc làm và Tỷ lệ có việc làm sau khi tốt nghiệp 1 năm của ngành Marketing được trình bày ở Bảng 11.8 *Phụ lục 02*. Định kỳ vào cuối tháng 12 hàng năm, Học viện đã tổng hợp báo cáo khảo sát việc làm của SV sau khi tốt nghiệp từ các số liệu khảo sát được thực hiện trong năm và gửi cho Bộ GD&ĐT [H11.11.03.06] và công khai danh sách việc làm SV sau tốt nghiệp trên Website của Học viện tại địa chỉ: <https://portal.ptit.edu.vn/bao-caotinh-hinh-viec-lam-cua-sinh-vien-tot-nghiep-2020-cua-hoc-vien-cong-nghe-buuchinh-vien-thong/>.

Tỷ lệ thu nhập bình quân của sinh viên ngành Marketing tốt nghiệp giai đoạn 2017-2022 tại Học viện được thể hiện ở Bảng 11.9, *Phụ lục 02*.

Học viện đã tiến hành đối sánh tỷ lệ SV có việc làm giữa ngành Marketing với tỷ lệ SV có việc làm các CTĐT trình độ đại học khác tại Học viện, cụ thể tại Bảng 11.10, *Phụ lục 02*. Qua bảng thống kê cho thấy tỷ lệ SV có việc làm ngành Marketing tương đương với các CTĐT thuộc khối ngành kinh tế và thấp hơn khối ngành kỹ thuật trong

Học viện. Tuy tỷ lệ có việc làm của SV ngành Marketing khá cao, nhưng vẫn còn tỷ lệ nhỏ SVTN sau 1 năm chưa tìm được việc làm phù hợp với ngành nghề đào tạo.

Học viện cũng tiến hành đối sánh các thông số về tỷ lệ SVTN có việc làm, thu nhập của sinh viên tốt nghiệp ngành Marketing với các ngành đào tạo khác trong học viện như ngành Quản trị kinh doanh, Kế toán, CNKTĐ-ĐT, Công nghệ thông tin và so sánh với ngành Marketing của các cơ sở giáo dục ĐH khác như ĐH Thương Mại, trường ĐH Tài chính - Marketing (Tỷ lệ có việc làm trung bình của người học tốt nghiệp ngành Marketing của Học viện giai đoạn 2017-2021 là 92.68%; của Trường Đại học Thương Mại là 93.74%; của Trường ĐH Tài chính - Marketing là 87.54%) cụ thể tại Bảng 11.11, *Phụ lục 02*. Kết quả đối sánh cho thấy tỷ lệ sinh viên tốt nghiệp có việc làm ngành Marketing của các cơ sở giáo dục là tương đương với tỷ lệ 90%.

Học viện đã ban hành quy định lấy ý kiến phản hồi của các bên liên quan về chất lượng đào tạo ban hành theo Quyết định số 519/QĐ-HV ngày 22/6/2021 [H10.10.01.07] và triển khai thực hiện các khảo sát chất lượng về người học sau khi tốt nghiệp với đối tượng khảo sát là cựu sinh viên, người sử dụng lao động chuyên gia như: Báo cáo kết quả khảo sát SV năm cuối về CTĐT, CTDH của Bộ môn Marketing [H10.10.01.14] và bảng tổng hợp ý kiến khảo sát các bên liên quan về chương trình dạy học ngành Marketing năm 2018 và 2020 của Bộ môn Marketing [H3.03.01.01], [H3.03.01.02]; Báo cáo khảo sát chất lượng sinh viên tốt nghiệp và nhu cầu tuyển dụng năm 2021 và 2022 của CSHV [H10.10.01.18]. Kết quả khảo sát cho thấy mức độ hài lòng của nhà tuyển dụng đối với cựu SV (%) trung bình 3 năm 2019-2021 với các tiêu chí: Kiến thức, kỹ năng chuyên môn đạt 82,32%; ý thức tổ chức kỷ luật đạt 85,79%; năng lực tổ chức và điều hành công việc đạt 81,89%; khả năng tiếp cận nhanh công việc đạt 78,01%; tính năng động, sáng tạo trong công việc đạt 81,93%; tinh thần học tập, cầu tiến đạt 79,93%; ý thức tập thể cộng đồng đạt 87,01% và trình độ ngoại ngữ, tin học đạt 67,82%. Qua đó có thể khẳng định Bộ môn Marketing và Học viện có cơ chế giám sát và sử dụng thông tin phản hồi từ các bên liên quan

Để hỗ trợ sinh viên tốt nghiệp có việc làm, hàng năm, Học viện và Bộ môn Marketing tổ chức các hội nghị, hội thảo với các doanh nghiệp ngành Marketing có tiếp nhận SV tốt nghiệp để thảo luận về tình hình việc làm của SV ngành Marketing và thông qua các ngày hội việc làm [H11.11.03.07]. Năm 2020, Học viện tổ chức Hội nghị bàn tròn với các doanh nghiệp tuyển dụng lao động được tổ chức ngày 18 tháng 11 năm 2020

với sự tham gia của đại diện của 21 doanh nghiệp trên địa bàn các tỉnh phía Bắc [H11.11.03.08] với nội dung phân tích nguyên nhân, biện pháp để hỗ trợ hiệu quả SV trong tìm kiếm việc làm và cần bổ sung cho SVTN các kỹ năng mềm (viết email, làm việc theo deadline, giao tiếp, kỹ năng tiếng Anh,..), cũng như hỗ trợ sinh viên trong bồi dưỡng kỹ năng mềm và phối hợp tham gia giảng dạy.

Trong giai đoạn 2017-2022, Học viện và Marketing thực hiện các giải pháp hỗ trợ SV tìm việc làm qua các hoạt động cụ thể như: (i) Tổ chức các khóa học tăng cường kỹ năng thực hành, kiến thức thực tế, kỹ năng mềm, kỹ năng giao tiếp trong phỏng vấn xin việc, kỹ năng viết hồ sơ xin việc, kỹ năng quản lý bản thân; (ii) Tổ chức mời đại diện cơ quan tuyển dụng lao động đến giao lưu giới thiệu nhu cầu tuyển dụng cũng như yêu cầu năng lực và kỹ năng nghề nghiệp của ứng viên; (iii) Định kỳ hàng năm tổ chức “Chương trình hội thảo tuyển dụng” với sự tham gia của các doanh nghiệp (iv) Hợp tác với doanh nghiệp tiếp nhận SV đến thực tập cuối khóa (Biên bản thỏa thuận với Công ty Cổ phần Viễn thông FPT; Công ty Cổ phần tập đoàn công nghệ CMC; Công ty TNHH HINORI TECHNO; ...). Thông qua các hoạt động này, Phòng CT&CTSV và Marketing thường xuyên trao đổi với các doanh nghiệp nhằm nắm bắt thông tin về chất lượng đào tạo của Học viện, đánh giá năng lực, phẩm chất của SV tốt nghiệp của Học viện từ đó tiếp thu và có biện pháp cải tiến, khắc phục các bất cập nếu có nhằm mục tiêu nâng cao tỷ lệ SV có việc làm và có năng lực, kỹ năng đáp ứng nhu cầu công việc của doanh nghiệp.

2. Điểm mạnh

Công tác khảo sát, báo cáo, phân tích về tình trạng việc làm của SV tốt nghiệp đã được thực hiện thường xuyên và có hệ thống CNTT hỗ trợ đảm bảo số liệu khách quan, trung thực và khoa học. Tỷ lệ SVTN ngành Marketing có việc làm cao và tăng dần hàng năm.

3. Điểm tồn tại

Vẫn còn tỷ lệ nhỏ SVTN sau 1 năm chưa tìm được việc làm phù hợp với ngành đào tạo.

4. Kế hoạch hành động

Trong năm học 2023-2024, phòng CT&CTSV phối hợp với Bộ môn Marketing và Đoàn Thanh niên Học viện tiếp tục nghiên cứu các giải pháp phù hợp với sự phát triển của thị trường lao động để hỗ trợ SVTN tìm được việc làm và làm việc đúng với ngành được đào tạo

5. *Tự đánh giá*: Mức đạt được của tiêu chí: 5/7.

Tiêu chí 11.4: Loại hình và số lượng các hoạt động nghiên cứu của người học được xác lập, giám sát và đối sánh để cải tiến chất lượng.

1. *Mô tả hiện trạng*

Nghiên cứu khoa học của sinh viên là hoạt động trí tuệ giúp sinh viên: (i) Nâng cao chất lượng đào tạo nguồn nhân lực trình độ cao, góp phần phát hiện và bồi dưỡng nhân tài; (ii) Phát huy tính năng động, sáng tạo, khả năng nghiên cứu khoa học độc lập của sinh viên, hình thành năng lực tự học cho sinh viên; (iii) Góp phần tạo ra tri thức, sản phẩm mới góp phần nâng cao chất lượng đào tạo của Trường; (iv) vận dụng phương pháp luận và phương pháp nghiên cứu khoa học một cách tổng hợp những kiến thức đã học để bước đầu giải quyết những vấn đề khoa học do thực tiễn cuộc sống và nghề nghiệp đặt ra.

Loại hình hoạt động NCKH của SV được quy định tại Điều 4, Quy định về hoạt động NCKH của sinh viên ban hành theo Quyết định số 630/QĐ-HV ngày 21/8/2008 và Quyết định số 521/QĐ-HV ngày 17/7/2020 [H11.11.04.01], [H11.11.04.02]. Theo đó, hằng năm người học thực hiện các loại hình NCKH: (i) Tham gia thực hiện đề tài NCKH dành cho SV; (ii) Tham gia các hội thảo khoa học dành cho SV ở các cấp; (iii) Công bố các kết quả NCKH trên các tạp chí khoa học;; (iv) Tham gia các cuộc thi về KHCN; (v) Tham gia nhóm nghiên cứu do GV làm chủ nhiệm; (vi) Tham dự các buổi báo cáo seminar được tổ chức ở các cấp Học viện (Bộ môn, khoa, Học viện).

Quy định về hoạt động NCKH của sinh viên đã quy định trình tự thủ tục, quy trình triển khai thực hiện hoạt động nghiên cứu khoa học của sinh viên. Việc triển khai NCKH thực hiện theo Quy trình gồm các bước: (i) Khoa thông báo cho GV và SV đăng ký thực hiện đề tài NCKH; (i) Đề xuất đề tài, xác định danh mục đề tài; (ii) Hội đồng khoa học của Khoa sẽ duyệt danh mục đề tài, đề xuất kinh phí, phân công GV hướng dẫn; (iii) Khoa đăng ký kế hoạch với Học viện; (iv) Phòng Quản lý KHCN&HTQT là đơn vị đầu mối tổng hợp, trình Lãnh đạo Học viện; (v) Lãnh đạo Học viện phê duyệt kế hoạch thực hiện đề tài NCKH của SV từng đơn vị. SV tham gia các hoạt động KHCN dưới sự định hướng, hỗ trợ, hướng dẫn của GV, điều này được quy định cụ thể trong quy định của Học viện.

Đề định hướng cho các hoạt động KHCN của người học, Học viện ban hành Chiến lược phát triển KHCN giai đoạn 2017-2022 [H11.11.04.03]. Sau khi thành lập Hội đồng Học viện, Hội đồng Học viện đã ban hành Nghị quyết về Chiến lược phát triển của Học

viện giai đoạn 2021-2025 tầm nhìn 2030, trong đó xác định cụ thể các hoạt động KHCN với loại hình và số lượng sản phẩm NCKH mà GV, NCV và NH tại Học viện phải thực hiện [H1.01.01.10].

Học viện giao nhiệm vụ cụ thể cho các đơn vị trong việc tổ chức quản lý các hoạt động NCKH của NH, cụ thể: Bộ môn Marketing được giao nhiệm vụ tổ chức cho SV đăng ký các hoạt động KHCN hàng năm, báo cáo Học viện phê duyệt và tổ chức thực hiện và nội dung này được quy định cụ thể tại Quy định chức năng nhiệm vụ của Bộ môn Marketing [H11.11.04.04] và Phòng Quản lý KHCN&HTQT là đơn vị chức năng được giao nhiệm vụ quản lý, các hoạt động NCKH của người học, có nhiệm vụ xây dựng các văn bản quản lý, hướng dẫn tổ chức thực hiện các hoạt động KHCN đối với NH trong toàn Học viện [H11.11.04.05].

Phòng Quản lý KHCN & HTQT, Bộ môn Marketing và GV hướng dẫn có trách nhiệm quản lý, giám sát các hoạt động nghiên cứu của SV, nội dung giám sát được thực hiện theo quy định tại Quy chế quản lý đề tài KHCN được Học viện ban hành năm 2020 [H11.11.04.06]. Theo đó việc tổ chức thực hiện các đề tài NCKH của SV từ khi đăng ký, xét duyệt, đến nghiệm thu, công nhận kết quả được hướng dẫn và tổ chức triển khai đầy đủ, chi tiết theo đúng quy trình, quy định, thể hiện tại Hồ sơ quản lý đề tài NCKH của SV hàng năm được lưu tại Phòng Quản lý KHCN & HTQT. Sau khi được giao nhiệm vụ nghiên cứu, chủ trì đề tài và GV hướng dẫn triển khai thực hiện đề tài theo quy trình: xây dựng và bảo vệ đề cương; sau khi đề cương được thông qua, GV hướng dẫn SV thực hiện đề tài; sau đó phối hợp Phòng Quản lý KHCN&HTQT kiểm tra tiến độ thực hiện đề tài NCKH của SV, theo dõi tiến độ NCKH của SV. Sau khi hoàn thành nghiên cứu, chủ trì đề tài tổ chức hội thảo báo cáo hướng thực hiện/kết quả đạt được; GV hướng dẫn góp ý hoàn thiện đề tài; Bộ môn Marketing tổ chức nghiệm thu đề tài với sự tham gia của Phòng Quản lý KHCN&HTQT; Bộ môn Marketing gửi hồ sơ xác nhận hoàn thành đề tài cho Phòng Quản lý KHCN&HTQT và thanh quyết toán đề tài theo quy định. Nội dung này được thể hiện qua quyết định giao kế hoạch kinh phí đề tài NCKH của sinh viên các năm từ 2017 đến năm 2022 cho Bộ môn Marketing, Viện Kinh tế Bưu điện và QTKD2 [H11.11.04.07] và Hồ sơ quản lý đề tài NCKH của SV hàng năm lưu tại Bộ môn Marketing, Phòng QL KHCN&HTQT (tại Thư viện) [H11.11.04.08].

Đối với các đề tài đạt kết quả loại xuất sắc, Học viện sẽ in ấn trong các tài liệu báo cáo tại Hội nghị NCKH SV hàng năm [H11.11.04.09], trao thưởng cho SV đạt giải xuất

sắc [H11.11.04.10] và đăng ký dự thi NCKH SV hàng năm với Bộ GD&ĐT [H11.11.04.11].

Để đảm bảo nguyên tắc trong việc tham gia hoạt động KHCN của GV, NH, Học viện ban hành Quy định về tiêu chuẩn và ứng xử đạo đức trong hoạt động KH&CN của Học viện theo Quyết định số 1023/QĐ-HV ngày 22/11/2018 [H11.11.04.12] và thường xuyên, kiểm tra nhắc nhở GV hướng dẫn và SV thực hiện đề tài hoàn thành đúng tiến độ và đảm bảo hiệu quả, chất lượng, nên SV của Bộ môn Marketing không có tình trạng thực hiện chậm tiến độ hay nghiệm thu không đạt.

Trong giai đoạn từ năm học 2017 - 2018 đến năm học 2021 - 2022, SV thuộc CTĐT ngành Marketing đã thực hiện được 114 đề tài NCKH với sự tham gia của 200 lượt SV, có 2 bài báo được công bố. Nội dung của các đề tài nghiên cứu của SV đều gắn liền với chuyên ngành đào tạo QTKD và chất lượng các đề tài đều được đánh giá từ mức đạt trở lên. [H11.11.04.13].

Căn cứ Quy chế chi tiêu nội bộ Học viện của Học viện ban hành theo Quyết định số 1233/QĐ-HV ngày 31/12/2019 [H6.06.05.09], kinh phí dành cho NCKH nâng cao chất lượng đào tạo của Học viện được huy động từ nhiều nguồn như khác nhau: kinh phí sự nghiệp của nhà nước; kinh phí hợp tác với các địa phương, doanh nghiệp; kinh phí hợp tác quốc tế về NCKH và kinh phí từ hoạt động chuyển giao các sản phẩm khoa học và công nghệ Trong 5 năm, Học viện đã đầu tư trên 1,365 tỷ VNĐ để thực hiện đề tài, tham gia hội nghị hội thảo, đăng bài báo trên tạp chí khoa học, mua trang thiết bị, nguyên vật liệu phục vụ hoạt động NCKH của SV, trong đó đầu tư cho SV ngành Marketing khoảng 375 triệu VNĐ. Để thúc đẩy hoạt động NCKH của SV, Học viện đã có chính sách hỗ trợ kinh phí cho SV thực hiện đề tài NCKH với mức hỗ trợ là 5 triệu đồng/đề tài cho khối kỹ thuật và 1,5 triệu đồng cho khối kinh tế - xã hội, đề tài tham dự thi NCKH đạt giải được cộng điểm rèn luyện.

Để hỗ trợ hoạt động KHCN của SV, năm 2019 và 2020 Học viện xúc tiến tham gia 03 chương trình Khởi nghiệp theo đề án 844 của Nhà nước với kinh phí tương đương 3 tỷ VNĐ [H11.11.04.14] và thành lập Trung tâm Khởi nghiệp đối với SV Học viện vào tháng 06 năm 2021 để qua đó phát động phong trào sáng tạo và khởi nghiệp của SV Học viện [H11.11.04.15].

Bộ môn Marketing đã thực hiện đối sánh kết quả NCKH hàng năm của người học CTĐT ngành Marketing với kết quả NCKH của người học các CTĐT khác của Học viện,

cụ thể tại Bảng 11.12, *Phụ lục 02*. Kết quả đối sánh cho thấy hàng năm, SV ngành Marketing của Học viện thực hiện được từ 8-35 đề tài NCKH.

Bộ môn Marketing đã thực hiện đối sánh tỷ lệ SV NCKH ngành Marketing của Học viện với ngành Marketing của các trường đại học khác, cụ thể tại Bảng 11.13, *Phụ lục 02*. Kết quả đối sánh cho thấy, tỷ lệ SV ngành Marketing của Học viện tham gia đề tài NCKH cao hơn so với các trường đại học khác, tuy nhiên hoạt động NCKH của SV chỉ tập trung ở các SV khá, giỏi, mà phong trào NCKH chưa lan tỏa đến mọi đối tượng SV của ngành Marketing. Việc đối sánh kết quả NCKH của người học ngành Marketing với các chương trình tương ứng quốc tế chưa được thực hiện.

Học viện đã thực hiện kế hoạch cải tiến để tăng số lượng và chất lượng các hoạt động NCKH của người học thông qua việc tăng cường kinh phí cho các hoạt động nghiên cứu của người học, ưu tiên những đề tài có tính ứng dụng cao hoặc có bài báo khoa học đăng trên tạp chí uy tín, có thể được hỗ trợ kinh phí lên đến 5.000.000 đồng. Đồng thời, Học viện đã thành lập Câu lạc bộ các nhà khoa học trẻ Học viện trực thuộc Đoàn Thanh niên Học viện để thúc đẩy hoạt động nghiên cứu của người học theo Quyết định số 26/QĐ-ĐTN ngày 28/10/2019 [H11.11.04.16].

2. Điểm mạnh

SV ngành Marketing tích cực tham gia NCKH và hàng năm, SV ngành Marketing của Học viện thực hiện được từ 8-35 đề tài NCKH.

3. Điểm tồn tại

Hoạt động NCKH của SV ngành Marketing chỉ tập trung ở các SV khá, giỏi, mà phong trào NCKH chưa lan rộng đến mọi đối tượng SV ngành Marketing.

4. Kế hoạch hành động

Trong năm học 2023-2024, Bộ môn Marketing lập kế hoạch, đề xuất các giải pháp và tuyên truyền để tăng tỷ lệ SV của Bộ môn tham gia NCKH hàng năm.

5. Tự đánh giá: Mức đạt được của tiêu chí: 5/7.

Tiêu chí 11.5: Mức độ hài lòng của các bên liên quan được xác lập, giám sát và đối sánh để cải tiến chất lượng.

1. Mô tả hiện trạng

Việc khảo sát, thống kê, phân tích, đánh giá mức độ hài lòng của các bên liên quan về hoạt động NCKH, đào tạo, dịch vụ hỗ trợ giảng viên, người học, cơ sở vật chất được thực hiện theo các văn bản: Quy định lấy ý kiến phản hồi của người học về hoạt động

giảng dạy của giảng viên ban hành theo Quyết định số 861/QĐ-HV ngày 23/11/2015 [H10.10.01.03]; Quy định lấy ý kiến về tình trạng việc làm của sinh viên sau khi tốt nghiệp tại Học viện ban hành theo Quyết định số 642/QĐ-HV ngày 09/08/2018 [H10.10.06.04]; Quy định về công tác khảo sát ý kiến của người học về công tác đảm bảo điều kiện CSVC phục vụ người học tại Học viện ban hành theo Quyết định số 755/QĐ-HV ngày 25/09/2018 [H10.10.06.05]; Quy định khảo sát CSVC phục vụ công tác quản lý, giảng dạy và NCKH tại Học viện ban hành theo Quyết định số 1059/QĐ-HV ngày 30/11/2019 [H10.10.05.06]; Quy định tạm thời lấy ý kiến phản hồi các bên liên quan ban hành theo Quyết định số 519/QĐ-HV ngày 22/6/2021 [H10.10.05.07] và Quy định xây dựng, cải tiến và phát triển CTĐT ban hành theo Quyết định số 393/QĐ-HV ngày 23/03/2022 [H10.10.01.08].

Căn cứ theo mục đích và đối tượng cần thu thập thông tin phản hồi, việc khảo sát được tiến hành theo các hình thức khảo sát trực tuyến hoặc phát phiếu khảo sát trực tiếp với công cụ sử dụng lấy ý kiến phản hồi là phiếu khảo sát, được thiết kế ở dạng câu hỏi về mức hài lòng/mức đồng ý của người được hỏi được thể hiện qua giá trị thang đo 4 hoặc 5 bậc về các nội dung: Mức độ hài lòng đối với cơ sở vật chất, mức độ hài lòng đối với công tác phục vụ học tập SV, mức độ hài lòng về hoạt động giảng dạy của GV, mức độ hài lòng về hoạt động khoa học công nghệ; mức độ hài lòng về môi trường làm việc, ... [H10.10.01.11]. Sau mỗi đợt khảo sát, các đơn vị được giao nhiệm vụ chủ trì hoạt động khảo sát đều tiến hành xử lý thông tin phản hồi thu thập được, viết báo cáo kết quả, gửi về Ban Giám đốc Học viện để có thông tin quản lý và chỉ đạo việc khắc phục các tồn tại sau khảo sát.

GV tham gia giảng dạy chương trình ngành Marketing được Văn phòng thực hiện khảo sát ý kiến về điều kiện, môi trường làm việc [H10.10.05.02]. Kết quả khảo sát khá khả quan. Tiêu chí nhu cầu đào tạo, bồi dưỡng chuyên môn, nghiệp vụ là 87,5% cho thấy Học viện đã có những chính sách về đào tạo, bồi dưỡng phù hợp, giúp cho người lao động nâng cao được chuyên môn, nghiệp vụ trong quá trình làm việc. Đối với hoạt động NCKH là 84,38%. Các tiêu chí còn lại về hệ thống phòng làm việc, phòng học phòng chức năng; các trang thiết bị hỗ trợ hoạt động đào tạo, nghiên cứu và phục vụ cộng đồng; công tác thư viện, tài liệu dạy và học, phòng thí nghiệm, thực hành và trang thiết bị hỗ trợ các hoạt động đào tạo và nghiên cứu; hệ thống công nghệ thông tin hỗ trợ cho các hoạt động đào tạo và nghiên cứu và phục vụ cộng đồng; công tác tổ chức kiểm tra, thi kết thúc

học phần, công tác hành chính giáo vụ khoa và chế độ, chính sách cho người lao động đạt từ 68,75% đến 97,5%.

Định kỳ hàng năm, Học viện thực hiện khảo sát chất lượng dịch vụ tại Văn phòng Giao dịch một cửa qua hệ thống khảo sát trực tuyến để SV đánh giá về chất lượng dịch vụ tại văn phòng một cửa, tác phong, thái độ của từng cán bộ tiếp nhận hồ sơ và tư vấn cho SV [H10.10.05.06]. Kết quả khảo sát cho thấy các ý kiến đồng ý và hoàn toàn đồng ý với nhận định: có 96,7% đồng ý nội dung thư viện đáp ứng nhu cầu về cơ sở vật chất, phòng đọc và các trang thiết bị phục vụ cho việc tra cứu tài liệu, có 93% đồng ý về điều kiện an ninh của ký túc xá đảm bảo an toàn: 76,6% đồng ý về số thuốc được cung cấp sau khi khám/sơ khám đáp ứng điều trị bệnh, 93,3% đồng ý về điều kiện vệ sinh an toàn thực phẩm của nhà ăn, căng-tin Học viện sạch sẽ, có 89,7% ý kiến đồng ý về phòng Thí nghiệm Thực hành được trang bị đầy đủ đáp ứng nhu cầu thực hành các học phần trong chương trình đào tạo. Qua số liệu thống kê cho thấy, mức độ hài lòng trung bình về các bên liên quan đến cơ sở vật chất, chất lượng dịch vụ và môi trường tâm lý, xã hội và cảnh quan của Học viện cho thấy khoảng 90% các ý kiến được khảo sát hài lòng. Tuy nhiên vẫn còn một số ý kiến của SV phản hồi chưa tích cực về công tác giao tiếp với SV tại Văn phòng một cửa.

Các ý kiến phản hồi của nhà sử dụng lao động qua báo cáo khảo sát tình trạng việc làm của SVTN có ý nghĩa rất quan trọng trong việc điều chỉnh chương trình đào tạo ngành Marketing cho phù hợp với nhu cầu xã hội [H10.10.01.17]. Các nhà sử dụng lao động đánh giá cao kiến thức chuyên ngành và vận dụng kiến thức chuyên môn vào thực tiễn của SV ngành Marketing, khoảng 82% nhà sử dụng lao động hài lòng, đánh giá cao năng lực chuyên môn và vận dụng kiến thức chuyên môn vào thực tiễn công việc.

Trong các lần điều chỉnh CDR CTĐT các năm 2018 và 20220, Bộ môn Marketing sử dụng ý kiến phản hồi của các bên liên quan như ý kiến GV, SV, người sử dụng lao động, cựu SV, các nhà khoa học... để điều chỉnh, cải tiến CTĐT và CDR, đề cương học phần, cập nhật tài liệu học tập [H1.01.01.13], [H1.01.01.14].

Để ngày càng nâng cao chất lượng đào tạo và khả năng tiếp ứng công việc khi ra trường, Học viện cũng đã triển khai một số đợt khảo sát ý kiến của các doanh nghiệp về khả năng chuyên môn, kỹ năng mềm, ý thức trách nhiệm với vị trí công việc được giao trong đơn vị, doanh nghiệp. Kết quả đa số các doanh nghiệp đều đánh giá tốt về khả năng chuyên môn của SV ngành Marketing tốt nghiệp tại Học viện. Tuy nhiên, Học viện chưa

đưa vào nội dung khảo sát doanh nghiệp về các nội dung liên quan đến hoạt động nghiên cứu khoa học của trường và phân tích tác động của nó đến người học hoặc doanh nghiệp.

Từ việc xác lập, giám sát kết quả điều tra mức độ hài lòng của các bên liên quan, Học viện và Bộ môn Marketing đã tiến hành đối sánh để cải tiến chất lượng CTĐT. Cơ sở vật chất của Học viện được chú trọng đầu tư. Hệ thống công nghệ thông tin của trường đáp ứng nhu cầu của người học. Hiện nay, tất cả hệ thống máy tính được nối mạng Internet, hệ thống mạng Internet và Wifi được sử dụng miễn phí trong toàn trường phục vụ hoạt động đào tạo và nghiên cứu của GV và người học. Kết quả đánh giá của SV về việc điều kiện CSVC phục vụ cho việc học tập cho thấy, hầu hết SV hài lòng về hệ thống công nghệ thông tin của trường, các trang thiết bị đáp ứng tốt được nhu cầu phục vụ đào tạo và nghiên cứu. Như vậy, có thể thấy việc xác lập, giám sát kết quả điều tra mức độ hài lòng của các bên liên quan có ý nghĩa khoa học và thực tiễn, giúp Học viện và Bộ môn Marketing có giải pháp cải tiến chất lượng CTĐT ngành Marketing.

2. Điểm mạnh

Học viện đã ban hành hệ thống các văn bản để khảo sát ý kiến các bên liên quan và cơ sở dữ liệu về khảo sát được lưu trữ khoa học.

3. Điểm tồn tại

Nội dung phiếu khảo sát chưa thật sự bao phủ toàn diện các thông tin cần thu thập để có thể thu thập đầy đủ các thông tin liên quan về mức độ hài lòng của các bên liên quan về “Hoạt động NCKH, dịch vụ hỗ trợ GV, người học, cơ sở vật chất..” để làm cơ sở để cải tiến nâng cao chất lượng các dịch vụ hỗ trợ của các đơn vị/bộ phận trong Học viện. Trong một số báo cáo kết quả khảo sát chưa có nội dung đề xuất, kiến nghị.

4. Kế hoạch hành động

Năm học 2023-2024, Trung tâm Khảo thí và Đảm bảo chất lượng giáo dục phối hợp với các đơn vị liên quan nghiên cứu hoàn thiện các mẫu phiếu khảo sát để có thể thu thập được đầy đủ các thông tin hữu ích từ các bên liên quan phục vụ cho hoạt động cải tiến chất lượng các hoạt động của Học viện.

5. Tự đánh giá: Mức đạt được của tiêu chí: 4/7.

Kết luận về tiêu chuẩn 11

Tỷ lệ thôi học và tỷ lệ tốt nghiệp, thời gian tốt nghiệp trung bình của người học thuộc CTĐT ngành Marketing đã được Học viện xác lập, giám sát theo Quy định đào tạo

đại học theo hệ thống tín chỉ của Học viện và Quy trình quản lý dữ liệu sinh viên tại Học viện.

Hằng năm, Học viện đã thực hiện đối sánh tỷ lệ sinh viên thôi học, tỷ lệ sinh viên tốt nghiệp và tình hình việc làm của người học tốt nghiệp của CTĐT ngành Marketing với các CTĐT trình độ đại học khác của Học viện và với các CTĐT ngành Marketing của các CSGD khác trong nước; tỷ lệ SV tốt nghiệp ngành Marketing có việc làm/có việc làm phù hợp với ngành đào tạo đạt mức khá cao.

Quy định về hoạt động nghiên cứu khoa học của sinh viên đã ghi rõ các loại hình NCKH đối với SV và trình tự thủ tục, quy trình triển khai, giám sát việc thực hiện đề tài nghiên cứu khoa học của sinh viên.

Định kỳ hằng năm, Học viện đã tổ chức khảo sát, thống kê, phân tích, đánh giá mức độ hài lòng của các bên liên quan về hoạt động NCKH, dịch vụ hỗ trợ giảng viên, người học, cơ sở vật chất.

Nội dung phiếu khảo sát chưa thật sự bao phủ toàn diện các thông tin cần thu thập để có thể thu thập đầy đủ các thông tin liên quan về mức độ hài lòng của các bên liên quan về “Hoạt động NCKH, dịch vụ hỗ trợ GV, NH, cơ sở vật chất..” để làm cơ sở để cải tiến nâng cao chất lượng các dịch vụ hỗ trợ của các đơn vị/bộ phận trong Học viện. Trong một số báo cáo kết quả khảo sát chưa có nội dung đề xuất, kiến nghị.

Tiêu chuẩn 11 có 05 tiêu chí: 4,80 / 7.

PHẦN III. KẾT LUẬN

Sau khi tiến hành tự đánh giá lần thứ nhất CTĐT ngành Marketing trình độ đại học, Học viện đã rút ra các kết luận sau:

1. Tóm tắt những điểm mạnh và những điểm cần phát huy của CTĐT

1.1. Tiêu chuẩn 1: Mục tiêu và chuẩn đầu ra của CTĐT

Mục tiêu của CTĐT ngành Marketing được xác định rõ ràng và được thể hiện rõ trong bản mô tả CTĐT vào các năm 2018, 2020 và 2022. Các mục tiêu của CTĐT ngành Marketing phù hợp với Sứ mạng và Tầm nhìn của Học viện qua các giai đoạn khác nhau và phù hợp với mục tiêu của giáo dục đại học (GDDH).

Chuẩn đầu ra (CĐR) của CTĐT ngành Marketing Học viện đã được xác định và được thể hiện cụ thể trong CTĐT ngành Marketing. Học viện đã có 3 lần ban hành CĐR của CTĐT theo các quyết định ban hành CĐR trình độ ĐH hệ chính quy theo hệ thống tín chỉ ngành Marketing năm 2018, 2020 và 2022. CĐR của CTĐT ngành Marketing đã nêu cụ thể về kiến thức, kỹ năng, mức tự chủ và trách nhiệm đối với người học (NH) tốt nghiệp và triển vọng việc làm trong tương lai.

Bộ môn Marketing đã tổ chức khảo sát ý kiến các bên liên quan (bao gồm các nhà tuyển dụng; cán bộ quản lý (CBQL), giảng viên (GV); cựu sinh viên (SV) và SV năm cuối) về CĐR của CTĐT ngành Marketing. Trong quy trình rà soát điều chỉnh CĐR năm 2020, Bộ môn Marketing đã khảo sát ý kiến của các bên liên quan, bao gồm cơ quan, doanh nghiệp, các chuyên gia, nhà khoa học, giảng viên và cựu sinh viên về bản Dự thảo CĐR đã được Ban Lãnh đạo Bộ môn đề xuất.

1.2. Tiêu chuẩn 2: Bản mô tả CTĐT

Bản mô tả CTĐT ngành Marketing hành năm 2022 có đầy đủ các mục nội dung theo quy định và có những thay đổi về nội dung các mục, đặc biệt là thay đổi trong CĐR và cấu trúc CTĐT.

Đề cương chi tiết học phần có đủ các thông tin theo quy định và được định kỳ rà soát, bổ sung/điều chỉnh/cập nhật theo kế hoạch của Học viện. Việc cập nhật các đề cương học phần được triển khai theo hai hướng là cập nhật số mục trong mỗi đề cương và cập nhật nội dung đề cương.

Bản mô tả CTĐT sau khi Giám đốc Học viện phê duyệt được công bố trên Cổng thông tin điện tử của Học viện; tất cả các đề cương chi tiết học phần cũng được đăng tải

trên Cổng thông tin điện tử của Học viện. Đồng thời, đề cương chi tiết học phần cũng được các GV giới thiệu với SV trong giờ học đầu tiên của mỗi học phần. Các bên liên quan như cơ quan quản lý, nhà sử dụng lao động, GV, NH, cựu NH v.v... đều có thể tiếp cận với bản mô tả CTĐT ngành Marketing trên website của Học viện.

1.3. Tiêu chuẩn 3. Cấu trúc và nội dung chương trình dạy học

CTDH ngành Marketing của Học viện được thiết kế và đưa vào sử dụng dựa trên các yêu cầu của CĐR về kiến thức, kỹ năng, mức tự chủ và trách nhiệm nghề nghiệp.

Phiên bản CTDH năm 2022 bao gồm khối kiến thức giáo dục đại cương (không bao gồm giáo dục thể chất và quốc phòng an ninh), khối kiến thức giáo dục chuyên nghiệp và khối thực tập và tốt nghiệp. Tất cả các học phần trong CTDH đều có sự tương thích về nội dung và đáp ứng cụ thể cho từng CĐR của CTĐT ngành Marketing được thể hiện qua ma trận kỹ năng về sự đóng góp của mỗi học phần cho CĐR của CTĐT, được mô tả trong bản mô tả CTĐT ban hành năm 2020.

1.4. Tiêu chuẩn 4. Phương pháp tiếp cận trong dạy và học

Học viện đã ban hành Triết lý giáo dục và mục tiêu giáo dục, với nội dung: “Tri thức - Sáng tạo - Đạo đức - Trách nhiệm”. Nội dung Triết lý giáo dục, phù hợp với mục tiêu của Học viện: “Phát triển Học viện CNBCVT trở thành trung tâm giáo dục của đất nước và khu vực, định hướng ứng dụng vào năm 2030”.

Tổ hợp các phương pháp giảng dạy được cụ thể trong các đề cương chi tiết học phần của CTĐT ngành Marketing tương đối đa dạng và phù hợp để đạt được CĐR. Các hình thức dạy học được mô tả trong CTDH bao gồm thuyết giảng, nêu vấn đề và giải quyết vấn đề, tổ chức thảo luận nhóm, giao bài tập, giao chủ đề môn học hoặc tiểu luận môn học để SV làm báo cáo thuyết trình, tăng tương tác giữa GV với SV, xây dựng bài giảng điện tử, bài giảng online có mô phỏng.

Đề cương chi tiết học phần mô tả rõ các hoạt động dạy và học được đa dạng hóa nhằm thúc đẩy SV rèn luyện các kỹ năng làm việc nhóm, tư duy độc lập, kỹ năng thuyết trình, phân biện giải quyết vấn đề, giải quyết các bài toán thực tế. Mỗi bài giảng trong các đề cương chi tiết học phần ngành Marketing đều nêu cụ thể hình thức tự học, tự nghiên cứu và trong đó chỉ rõ nội dung chính, những yêu cầu đối với người học. Học viện và Bộ môn thực hiện khảo sát ý kiến của các doanh nghiệp, cựu sinh viên, để cải tiến CTDH nhằm đáp ứng các yêu cầu của các doanh nghiệp.

1.5. Tiêu chuẩn 5. Đánh giá kết quả học tập của người học

Học viện đã ban hành Quy định đào tạo hệ đại học chính quy theo hệ thống tín chỉ; Quy định tổ chức thi kết thúc học phần (trong đó quy định về việc ra đề thi, hình thức thi, chấm thi và số lần được dự thi kết thúc học phần) áp dụng cho thi kết thúc học phần với các hình thức trắc nghiệm, tự luận, vấn đáp, viết tiểu luận, làm bài tập lớn, báo vệ chuyên đề, hoặc kết hợp giữa các hình thức trên. Dựa vào các quy định này, Trung tâm Khảo thí và Đảm bảo chất lượng giáo dục tổ chức đánh giá và quản lý kết quả học tập của SV.

Bộ môn Marketing cũng đưa ra phương pháp đánh giá phù hợp đối với CĐR của CTĐT và CĐR mỗi học phần. Hình thức kiểm tra phong phú, đa dạng gồm: tự luận, trắc nghiệm, viết tiểu luận, thực hành, thực tập hoặc kết hợp các hình thức nêu trên tùy theo đặc điểm của từng học phần. Các phương pháp kiểm tra đánh giá đã được Bộ môn Marketing sử dụng có các tiêu chí đánh giá rõ ràng nhằm đảm bảo tính công bằng. Đề cương chi tiết học phần cũng chỉ rõ nội dung phương thức đánh giá SV với CĐR học phần.

Đầu mỗi năm học, trong tuần sinh hoạt công dân, NH được phổ biến về quy định đào tạo có đề cập đến nội dung phản hồi kết quả học tập. Ngoài ra, các quy định này được công khai trên website của Học viện và trong Sổ tay sinh viên.

Toàn bộ quy trình khiếu nại về kết quả học tập của NH được chi tiết và cụ thể trong Quy định tổ chức thi kết thúc học phần, thi các học phần thay thế tốt nghiệp, Quy định đào tạo hệ ĐH chính quy theo hệ thống tín chỉ. Tất cả các văn bản này đều được phổ biến tới SV qua “Tuần sinh hoạt công dân đầu năm học”.

1.6. Tiêu chuẩn 6: Đội ngũ giảng viên, nghiên cứu viên

Công tác quy hoạch, phát triển đội ngũ giảng viên (GV) của Học viện nói chung và Bộ môn Marketing nói riêng được thực hiện theo đúng quy trình và phù hợp với cơ cấu đào tạo ngành Marketing. Bộ môn có đủ đội ngũ GV để thực hiện CTĐT ngành Marketing. Khối lượng công việc của GV được đo lường, giám sát để làm căn cứ cải tiến chất lượng hoạt động đào tạo, NCKH và phục vụ cộng đồng.

Các tiêu chí tuyển chọn giảng viên tuân thủ theo đúng quy trình, tiêu chuẩn và tiêu chí tuyển dụng, bố trí, bổ nhiệm, chấm dứt hợp đồng của Nhà nước và của Học viện. Năng lực của đội ngũ giảng viên được xác định rõ trong các văn bản quy định của Học viện. Việc đánh giá năng lực GV khá đa dạng về hình thức và ở nhiều cấp độ khác nhau. Nhu cầu đào tạo và phát triển chuyên môn của đội ngũ giảng viên được xây dựng theo kế hoạch và định kỳ được rà soát, điều chỉnh, bổ sung hằng năm.

Việc quản trị theo kết quả công việc của GV được quy định và triển khai theo đúng quy định. Tất cả GV ngành Marketing đều hoàn thành các nhiệm vụ trong từng năm học. Hoạt động NCKH của GV được triển khai và giám sát chặt chẽ; kết quả NCKH được ghi nhận và làm căn cứ để cải tiến chất lượng. Số lượng và loại hình NCKH do đội ngũ GV thực hiện được xác lập rõ ràng và được thực hiện hằng năm, được đối sánh và đóng góp đáng kể vào công tác đào tạo, phát triển cộng đồng.

1.7. Tiêu chuẩn 7: Đội ngũ nhân viên

Quy hoạch phát triển đội ngũ nhân viên (NV) của Học viện được xây dựng dựa trên quan điểm chỉ đạo từ Nghị quyết của Đảng ủy và Đề án vị trí việc làm đã được Giám đốc Học viện phê duyệt năm 2014 và năm 2020. Đội ngũ NV tại các bộ phận hỗ trợ đủ về số lượng, có năng lực đáp ứng các yêu cầu về đào tạo, NCKH và phục vụ cộng đồng.

Việc tuyển dụng, điều chuyển NV đáp ứng các tiêu chuẩn về chuyên môn nghiệp vụ. Các ứng viên sau khi được điều chuyển hay tuyển dụng đều đảm bảo được các yêu cầu của vị trí việc làm. Nhân viên được đánh giá theo qui trình và được thông báo công khai. Học viện có văn bản hướng dẫn cụ thể để đội ngũ nhân viên hỗ trợ CTĐT, xác định mức độ hoàn thành nhiệm vụ để tự đánh giá và được đánh giá qua các cấp, từ đó biết được năng lực, trình độ và thái độ phục vụ của NV. Học viện đã kịp thời ban hành những quyết định cử cán bộ, viên chức, người lao động tham gia các khóa đào tạo, bồi dưỡng để đảm bảo quyền lợi về học tập và chế độ tài chính theo Quy chế chi tiêu nội bộ. Công tác thi đua khen thưởng đối với đội ngũ nhân viên được quy định rõ ràng và công khai, Học viện đã chi thu nhập tăng thêm góp phần tạo động lực cho cán bộ, viên chức, người lao động. Các cán bộ chuyên viên và nhân viên có trình độ chuyên môn và năng lực phù hợp với vị trí đảm nhiệm theo quy định hiện hành.

1.8. Tiêu chuẩn 8: Người học và hoạt động hỗ trợ người học

Chính sách, tiêu chí tuyển sinh, phương pháp tuyển chọn người học rõ ràng, đầy đủ, chi tiết trong Đề án tuyển sinh hằng năm của Học viện. Chính sách, tiêu chí tuyển sinh, phương pháp tuyển chọn được cập nhật trên cơ sở các quy định của Bộ GD&ĐT và thực tế của Học viện.

Ngoài các chính sách ưu tiên trong tuyển sinh như của Bộ GD&ĐT, Học viện có thêm chính sách ưu tiên trong tuyển sinh thông qua việc cấp các suất học bổng toàn phần (miễn 100% học phí trong năm học thứ nhất) và học bổng bán phần (miễn 50% học phí trong năm học thứ nhất) cho các thí sinh có kết quả thi THPT hoặc có thành tích cá nhân,

thành tích học tập cao. Các chính sách và quy định tuyển sinh được Học viện công bố công khai thông qua các hình thức như: công bố công khai trên cổng thông tin điện tử của Học viện <https://ptit.edu.vn>; cổng thông tin tuyển sinh <https://tuyensinh.ptit.edu.vn>; các trang mạng xã hội chính thức của Học viện: facebook.com/ptittuyensinh, facebook.cpm/ptitwebsite; quảng bá trên các Brochure tuyển sinh; trên cổng thông tin tuyển sinh của Bộ GD&ĐT (<https://thituyensinh.vn>).

Học viện có hệ thống giám sát sự tiến bộ trong học tập, rèn luyện, kết quả học tập, khối lượng học tập, cảnh báo học vụ đối với người học, bao gồm: Phòng Giáo vụ, Phòng Đào tạo, Phòng Chính trị và Công tác Sinh viên (CT & CTSV)/Công tác Sinh viên, Phòng Khảo thí và ĐBCLGD và cố vấn học tập (CVHT). Học viện sử dụng phần mềm Quản lý đào tạo Edusolf để hỗ trợ quá trình giám sát tiến trình học tập và rèn luyện của SV trong suốt khóa học.

Học viện có phân công các đơn vị, bộ phận tham gia tư vấn học tập, tổ chức hoạt động ngoại khoá, hoạt động thi đua và các dịch vụ hỗ trợ khác để cải thiện việc học tập của NH, theo đó hoạt động tư vấn học tập, hoạt động ngoại khóa, hoạt động thi đua và các dịch vụ hỗ trợ khác để cải thiện việc học tập của NH đã được Học viện triển khai thực hiện.

Học viện đã chú trọng xây dựng môi trường sự phạm, tổ chức các hoạt động văn hoá, văn nghệ, thể dục thể thao và các hoạt động tình nguyện, tạo sân chơi lành mạnh, nhân văn trong Học viện; môi trường tâm lý, xã hội, làm việc thân thiện, tạo điều kiện thoải mái để thực hiện các hoạt động giảng dạy, học tập và nghiên cứu của CB, GV, NV và NH.

1.9. Tiêu chuẩn 9. Cơ sở vật chất và trang thiết bị

Học viện có hệ thống phòng làm việc, phòng học, phòng thí nghiệm, thực hành/Lab đáp ứng yêu cầu cho việc giảng dạy, học tập và NCKH. Các phòng làm việc của Học viện được trang bị máy tính, máy in, máy photocopy, bàn ghế làm việc và các tủ đựng tài liệu; các phòng làm việc được lắp đặt điều hoà, quạt treo tường. Các phòng học đều được trang bị thiết bị trình chiếu (máy chiếu, tivi, máy tính), hệ thống âm thanh, bảng viết, bảng từ, bàn ghế, hệ thống đèn chiếu sáng. Trong các phòng thí nghiệm, thực hành/LAB được trang bị các thiết bị cần thiết phục vụ cho các giờ học thực hành và phù hợp với CTĐT ngành Marketing.

Hệ thống CNTT của Học viện đáp ứng yêu cầu của việc giảng dạy, học tập và NCKH. Học viện đã triển khai hoạt động giảng dạy - học tập trực tuyến thông qua phần mềm TranS và hỗ trợ học tập thông qua hệ thống quản lý học tập trực tuyến - LMS, đặc biệt là trong giai đoạn dịch Covid 19.

Năm 2021, Học viện đã triển khai cấp mã định danh cho SV ngay khi trúng tuyển để SV có thể truy cập vào phần mềm PTIT-Slink để phục vụ cho việc nhập học trực tuyến, tra cứu điểm, tình trạng học phí, xét duyệt học bổng, theo dõi thời khóa biểu... trên tất cả các thiết bị di động. Trong giai đoạn 2017-2022, không xảy ra hiện tượng mất dữ liệu, mất an toàn hệ thống CNTT, mất an ninh trật tự, không xảy ra dịch bệnh trong khuôn viên của Học viện.

Học viện đã ban hành các quy định liên quan đến môi trường, sức khỏe và an toàn, như: Nội quy giảng đường; Nội quy ký túc xá; Quy định về tổ chức, quản lý và sử dụng phòng thí nghiệm, thực hành; Nội quy căng tin; nội quy PCCC; Quy định về phòng tránh dịch Covid-19...

1.10. Tiêu chuẩn 10: Nâng cao chất lượng

Học viện đã ban hành các văn bản quy định việc thu thập thông tin phản hồi các bên liên quan. Trong các lần rà soát điều chỉnh CĐR và CTĐT, Bộ môn Marketing đã xây dựng kế hoạch và triển khai khảo sát ý kiến phản hồi của các bên liên quan.

Học viện đã ban hành các văn bản quy định việc rà soát, đánh giá quá trình dạy học và kết quả học tập của người học để đảm bảo sự gắn kết giữa CĐR của các học phần với CĐR của CTĐT. Công tác rà soát, đánh giá quá trình dạy học và kiểm tra đánh giá được thực hiện thông qua việc cập nhật, điều chỉnh về CTDH và ĐCCT học phần; hoạt động dự giảng; hoạt động lấy ý kiến phản hồi của người học về chất lượng dạy học.

Kết quả nghiên cứu của 20 đề tài được chuyển thành nội dung giảng dạy và áp dụng để cải tiến hoạt động dạy học các học phần của CTDH ngành Marketing.

Học viện đã có quy định và định kỳ tổ chức việc đánh giá chất lượng các dịch vụ hỗ trợ và tiện ích phục vụ người học thông qua các phương thức khác nhau để tạo lập cơ sở cho đề xuất cải tiến các dịch vụ này. Học viện đã ban hành các văn bản quy định cụ thể về nội dung, quy trình và chức năng, nhiệm vụ của các đơn vị trong thực hiện cơ chế lấy ý kiến phản hồi của các bên liên quan.

1.11. Tiêu chuẩn 11: Kết quả đầu ra

Tỷ lệ thôi học và tỷ lệ tốt nghiệp, số năm tốt nghiệp trung bình của người học thuộc CTĐT ngành Marketing đã được xác lập, giám sát theo Quy định đào tạo đại học theo hệ thống tín chỉ của Học viện và Quy trình quản lý số liệu, danh sách học viên, sinh viên tại Học viện.

Hàng năm, Học viện đã thực hiện đối sánh tỷ lệ sinh viên thôi học, sinh viên tốt nghiệp và tình hình việc làm của người học tốt nghiệp của CTĐT ngành Marketing với các CTĐT trình độ đại học khác của Học viện và với các CTĐT ngành Marketing của các CSGD khác trong nước; tỷ lệ SV tốt nghiệp ngành Marketing có việc làm phù hợp với ngành đào tạo ở mức khá cao.

Quy định về hoạt động nghiên cứu khoa học của sinh viên đã ghi rõ các loại hình NCKH đối với SV và trình tự thủ tục, quy trình triển khai, giám sát việc thực hiện đề tài nghiên cứu khoa học của sinh viên.

Định kỳ hằng năm, Học viện đã tổ chức khảo sát, thống kê, phân tích, đánh giá mức độ hài lòng của các bên liên quan về hoạt động NCKH, dịch vụ hỗ trợ giảng viên, người học, cơ sở vật chất.

2. Tóm tắt những điểm tồn tại và những vấn đề cần cải tiến chất lượng của CTĐT.

2.1. Tiêu chuẩn 1: Mục tiêu và chuẩn đầu ra của CTĐT

Việc khảo sát các nhà tuyển dụng về mục tiêu giáo dục của Học viện và mức độ phù hợp Mục tiêu và Sứ mạng, Tầm nhìn của Học viện chưa được triển khai trên diện rộng với đông đảo sự tham gia của các nhà tuyển dụng.

Bộ môn Marketing đã khảo sát các bên liên quan về CDR của CTĐT, tuy nhiên mẫu khảo sát của các nhà tuyển dụng chưa đa dạng (doanh nghiệp tư nhân, nhà nước, tổ chức nước ngoài) để đảm bảo tính đại diện cao.

Phương thức truyền thông về CDR của ngành Marketing chưa đa dạng nên chưa thu hút được sự quan tâm của đông đảo các đối tượng bên ngoài Học viện.

2.2. Tiêu chuẩn 2: Bản mô tả CTĐT: Các ý kiến đóng góp cho Bản mô tả CTĐT năm 2020 của các bên liên quan ngoài Học viện chưa thật sự sâu để có thể khai thác được các thông tin hữu ích phục vụ cho việc điều chỉnh Bản mô tả CTĐT ngành Marketing.

2.3. Tiêu chuẩn 3. Cấu trúc và nội dung chương trình dạy học: Khi đối sánh và tham khảo các CTĐT của các cơ sở giáo dục đại học khác, Bộ môn chỉ đối sánh về số lượng tín chỉ và số lượng các học phần, tên gọi của các học phần, chưa đối sánh sâu về các kiến

thức và kỹ năng được truyền tải trong từng học phần, phương pháp dạy-học và phương pháp kiểm tra đánh giá được sử dụng trong từng học phần.

2.4. Tiêu chuẩn 4. Phương pháp tiếp cận trong dạy và học: Trong một một vài đề cương học phần, việc hướng dẫn việc tự học, tự nghiên cứu cho SV còn khá chung chung.

2.5. Tiêu chuẩn 5. Đánh giá kết quả học tập của người học

Bộ môn chưa tổ chức đánh giá một cách khoa học về mức độ đáp ứng yêu cầu, sự phù hợp của từng hoạt động/phương pháp kiểm tra đánh giá kết quả học tập của SV đã được thiết kế đối với việc đo lường được mức độ đạt CDR.

Việc thông báo các điểm thường xuyên đặc biệt là điểm giữa kỳ vào thời điểm sau khi thi kết thúc học phần là chưa hợp lý.

Phần mềm quản lý đào tạo của Học viện chưa tích hợp chức năng xin/cho phép phúc khảo bài thi của sinh viên vào phần mềm.

2.6. Tiêu chuẩn 6: Đội ngũ giảng viên, nghiên cứu viên

Học viện có quy hoạch chung cho đội ngũ GV của Học viện, nhưng chưa chi tiết hóa quy hoạch cho từng ngành đào tạo.

Hoạt động phục vụ cộng đồng của giảng viên chưa được lượng hóa cụ thể nên công tác đánh giá hoạt động phục vụ cộng đồng không thuận lợi.

Chính sách và cơ chế đặc thù để thu hút GV có trình độ học vị và học hàm cao cao (PGS, GS) chưa đạt được mức hấp dẫn và cạnh tranh cao để thu hút được nhiều hơn nữa các GV có học vị tiến sĩ và học hàm PGS và GS về làm GV cơ hữu của Học viện.

Mức chi kinh phí hỗ trợ GV tham gia các lớp đào tạo, bồi dưỡng chưa thật sự cao để tạo được nhiều động lực hơn nữa cho việc GV luôn đam mê tự học và bồi dưỡng nghiệp vụ chuyên môn nghề nghiệp.

2.7. Tiêu chuẩn 7: Đội ngũ nhân viên

Việc quy hoạch đội ngũ nhân viên làm việc tại thư viện, phòng thí nghiệm, hệ thống công nghệ thông tin và các dịch vụ hỗ trợ khác chưa thực sự chú ý đến tính đặc thù của từng chuyên ngành đào tạo, trong đó có ngành Marketing.

Nguồn tuyển dụng và hình thức thông báo tuyển dụng của Học viện chưa phong phú và đa dạng để thu hút được rộng rãi nhiều ứng viên tiềm năng từ ngoài xã hội về công tác tại Học viện; mức thu nhập của từng vị trí việc làm chưa thực sự tạo sự hấp dẫn đối với ứng viên.

Nội hàm của các tiêu chí liên quan đến việc điều động/luân chuyển KTV, nhân viên, chuyên viên của Học viện chưa thể hiện rõ được tính đặc thù chuyên biệt của một số ngành đào tạo, đặc biệt đòi hỏi có những nhân viên am hiểu về lĩnh vực đặc thù của ngành đào tạo trong đó có ngành Marketing.

Mặc dù Học viện đã có bộ tiêu chuẩn đánh giá năng lực cán bộ, giảng viên, nhân viên nhưng tính phân loại chưa cao của các tiêu chí đánh giá năng lực giữa các nhóm KTV, chuyên viên và nhân viên có đặc thù công việc khác nhau dẫn đến khó khăn nhất định trong việc đối sánh năng lực và mức độ hoàn thành nhiệm vụ của từng nhóm đối tượng phục vụ cho việc đánh giá hiệu quả công tác và công nhận các mức thi đua khen thưởng đạt được. Học viện chưa tách thành bộ tiêu chuẩn riêng biệt để đánh giá năng lực chuyên môn, nghiệp vụ của nhân viên theo từng nhóm nhân viên: Thư viện, quản lý ứng dụng CNTT, phòng thí nghiệm, thực hành, hành chính ...

Các khóa học, tập huấn và hội thảo nâng cao trình độ chuyên môn, nghiệp vụ giai đoạn 2017-2022 do Học viện tổ chức, chủ yếu dành cho cán bộ lãnh đạo và một số cán bộ, nhân viên thuộc các phòng chuyên môn nghiệp vụ; chưa có nhiều các hoạt động bồi dưỡng chuyên môn cho các chuyên viên làm công tác giáo vụ, giáo viên chủ nhiệm và cố vấn học tập.

2.8. Tiêu chuẩn 8: Người học và hoạt động hỗ trợ người học

Đội ngũ GV đảm nhận chức vụ CVHT chưa được định kỳ thường xuyên bồi dưỡng những kỹ năng tư vấn cho người học vì thế hiệu quả của hoạt động tư vấn/hỗ trợ người học chưa đạt được kết quả như mong muốn.

Phiếu khảo sát ý kiến phản hồi của người học về công tác đảm bảo điều kiện cơ sở vật chất phục vụ người học chưa bao quát được trên phổ rộng các vấn đề thuộc môi trường tâm lý, xã hội và cảnh quan vì thế kết quả khảo sát chưa thu thập được nhiều thông tin sát thực để phục vụ cho việc cải tiến chất lượng. Một số câu hỏi khảo sát còn đa nghĩa nên khó thu được câu trả lời chính xác cho nội dung cần hỏi.

2.9. Tiêu chuẩn 9. Cơ sở vật chất và trang thiết bị

Một số phòng học tại khu giảng đường ở cơ sở Thành phố Hồ Chí Minh chưa lắp máy điều hoà không khí. Một số phòng học của Học viện đã cũ và bắt đầu xuống cấp.

Diện tích phòng đọc của Thư viện cơ sở Hà Nội còn hẹp, số chỗ ngồi trong phòng đọc còn ít nếu so với quy mô SV của Học viện. Kinh phí chi cho mua bổ sung giáo trình,

tài liệu của Thư viện trong giai đoạn KĐCLGD chỉ chiếm 0,07% tổng kinh phí chi của Học viện.

Học viện hiện còn 267 máy tính được trang bị từ trên 05 năm trở lên (chiếm tỉ lệ 20,27%) đã hết thời hạn khấu hao sử dụng.

Nội dung các câu hỏi trong phiếu khảo sát các đối tượng liên quan chưa bao phủ được hết nội dung khảo sát về mức độ đáp ứng của hệ thống CNTT đối với hoạt động đào tạo và NCKH.

Các chính sách đặc thù dành cho người khuyết tật đã được quan tâm nhưng chưa được thể hiện thành các văn bản cụ thể.

2.10. Tiêu chuẩn 10: Nâng cao chất lượng

Số lượng các nhà tuyển dụng, tổ chức xã hội nghề nghiệp được khảo sát ý kiến trong các đợt thiết kế/điều chỉnh CDR/CTĐT ngành Marketing chưa được rộng rãi nên kết quả khảo sát mang tính đại diện chưa cao.

Việc tổ chức các hội nghị, hội thảo, các lớp tập huấn về đổi mới phương pháp dạy - học và kiểm tra đánh giá chưa được thực hiện đều đặn hằng năm cả ở cấp Học viện và cấp Khoa/ Bộ môn.

Trong một số báo cáo kết quả khảo sát, chưa tách xuất các dữ liệu khảo sát các bên liên quan đánh giá chất lượng các dịch vụ hỗ trợ tiện ích (tại thư viện, phòng thí nghiệm, hệ thống công nghệ thông tin và các dịch vụ hỗ trợ khác) đối với từng CTĐT, dẫn đến việc hạn chế những đề xuất cải tiến liên quan đến chất lượng dịch vụ hỗ trợ cho từng CTĐT.

2.11. Tiêu chuẩn 11: Kết quả đầu ra

Mặc dù đã triển khai đào tạo theo học chế tín chỉ được nhiều năm, song cho đến nay Khoa/Bộ môn vẫn chưa có SV tốt nghiệp sớm, trong khi tỷ lệ SV tốt nghiệp muộn vẫn còn khá cao.

Tuy tỷ lệ có việc làm của SV CTĐT ngành Marketing khá cao, nhưng vẫn còn tỷ lệ nhỏ SVTN sau 1 năm chưa tìm được việc làm phù hợp với ngành đào tạo; hoạt động NCKH của SV ngành Marketing tập trung chủ yếu ở các SV có học lực khá, giỏi, mà chưa lan rộng đến mọi đối tượng SV ngành Marketing

3. Tóm tắt các kế hoạch cải tiến chất lượng CTĐT

3.1. Tiêu chuẩn 1: Mục tiêu và chuẩn đầu ra của CTĐT: Bộ môn Marketing phối hợp với Phòng CT&CTSV định kỳ hằng năm huy động các cựu SV tham gia truyền

thông về CDR của CTĐT ngành Marketing và động viên đông đảo và đa dạng về thành phần các nhà tuyển dụng (doanh nghiệp tư nhân, nhà nước, nước ngoài, cơ quan ...) tham gia các đợt khảo sát ý kiến của Học viện để có thể thu thập được nhiều ý kiến đa chiều mang tính đại diện cao về CDR của CTĐT ngành Marketing.

3.2. Tiêu chuẩn 2: Bản mô tả CTĐT

Trong lần rà soát và điều chỉnh bản mô tả CTĐT ngành Marketing năm 2024, Phòng Đào tạo phối hợp với Bộ môn Marketing nghiên cứu đề xuất những giải pháp hữu hiệu hơn thông qua các mối liên kết với các cựu SV để kết nối được đông đảo các nhà tuyển dụng, hiệp hội nghề nghiệp tham gia đóng góp nhiều ý kiến thiết thực nhằm cải tiến và cập nhật nhất bản mô tả CTĐT ngành Marketing của Học viện.

Trung tâm KT&ĐBCLGD phối hợp với các đơn vị rà soát lại các câu hỏi trong các loại phiếu khảo sát và bổ sung/hoàn thiện các câu hỏi theo sát mục tiêu khảo sát và phù hợp với từng nhóm đối tượng để đảm bảo người được khảo sát không hiểu nhầm ngữ nghĩa của câu hỏi hoặc bỏ trống không trả lời. Đồng thời, Bộ môn cần có giải pháp thu hút và động viên các nhóm đối tượng được khảo sát nhiệt tình trả lời tất cả các câu hỏi trong phiếu khảo sát; cần có quy định cụ thể về những vấn đề Báo cáo kết quả khảo sát cần chỉ rõ để có được các thông tin cần thiết cùng với những đề xuất để cập nhật các đề cương chi tiết học phần và các biện pháp cải tiến các hoạt động liên quan.

3.3. Tiêu chuẩn 3. Cấu trúc và nội dung chương trình dạy học: Khi tham khảo và đối sánh CTĐT ngành Marketing của Học viện với các CTĐT ngành Marketing của các trường ĐH khác, Bộ môn nghiên cứu sâu các nội dung về kiến thức và kỹ năng được truyền tải trong mỗi học phần, CDR của từng học phần, phương pháp giảng dạy và phương pháp kiểm tra đánh giá của từng học phần để tạo lập cơ sở điều chỉnh và hoàn thiện các học phần thuộc CTĐT ngành Marketing của Học viện.

3.4. Tiêu chuẩn 4. Phương pháp tiếp cận trong dạy và học

Bộ môn Marketing cần thường xuyên với các hình thức đa dạng hơn trong việc phổ biến và giải thích rõ và sâu rộng hơn về Triết lý giáo dục của Học viện để các bên liên quan đặc biệt là cán bộ, giảng viên và sinh viên của Bộ môn hiểu rõ ý nghĩa của Triết lý giáo dục của Học viện.

Bộ môn đề xuất có cơ chế đi kèm các chính sách hỗ trợ để khuyến khích sinh viên tham gia NCKH; rà soát lại các đề cương học phần để bổ sung và hoàn thiện hơn với những hướng dẫn chi tiết cho SV về việc tự học, tự nghiên cứu các vấn đề trong từng

chương mục của học phần và rèn luyện cho SV khả năng tự học tự nghiên cứu và học tập suốt đời.

3.5. Tiêu chuẩn 5. Đánh giá kết quả học tập của người học

Trung tâm KT&ĐBCLGD phối hợp với các Khoa/ Bộ môn đề xuất việc sử dụng các phần mềm chuyên dụng để đánh giá mức độ đáp ứng yêu cầu, sự phù hợp của từng hoạt động/phương pháp kiểm tra đánh giá kết quả học tập của SV đã được thiết kế đối với việc đo lường được mức độ đạt CĐR; ban hành hệ thống văn bản hướng dẫn việc xây dựng ngân hàng câu hỏi thi để thống nhất sử dụng chung cho tất cả các CTĐT hiện hành của Học viện về kết cấu số lượng câu hỏi thi cũng như mức độ đánh giá với từng chương mục phù hợp với CĐR của học phần thông qua ma trận tương quan giữa CĐR của học phần và chương mục của học phần.

Phòng Giáo vụ đề xuất với Học viện nên nâng cấp phần mềm quản lý đào tạo, bổ sung thêm một số tác vụ, như chức năng xin/cho phép phúc khảo bài thi để tạo điều kiện thuận lợi cho sinh viên khi muốn đăng ký phúc khảo bài thi.

3.6. Tiêu chuẩn 6: Đội ngũ giảng viên, nghiên cứu viên

Phòng TCCB-LĐ chi tiết hóa quy hoạch cho từng ngành đào tạo của Học viện và đề xuất các chính sách để thu hút GV có trình độ cao về làm việc tại Học viện.

Phòng QL KHCN&HTQT nghiên cứu để định mức khối lượng NCKH cho GV theo hạng bậc và chức danh GV; cần có quy định cụ thể về số lượng đề tài NCKH các cấp và số bài báo công bố trên các tạp chí trong và ngoài nước cho từng hạng bậc và chức danh giảng viên, ví dụ đối với GV là giáo sư, GV là phó giáo sư yêu cầu thực hiện đề tài NCKH cấp nào, số lượng bài báo được công bố trên các tạp chí khoa học có uy tín trong và ngoài nước ...; định lượng các hoạt động phục vụ cộng đồng của GV để thuận lợi cho việc đo lường và đánh giá mức độ hoàn thành của từng giảng viên.

3.7. Tiêu chuẩn 7: Đội ngũ nhân viên

Phòng TCCB-LĐ chú ý đến tính đặc thù của từng chuyên ngành đào tạo, trong đó có ngành Marketing khi quy hoạch đội ngũ nhân viên của các Khoa./ Bộ môn, các phòng chức năng để cân đối điều chỉnh kế hoạch phát triển đội ngũ nhân viên, kỹ thuật viên toàn Trường.

Phòng TCCB-LĐ nghiên cứu tách các tiêu chí đánh giá năng lực thành những bộ tiêu chuẩn riêng biệt để đánh giá cụ thể năng lực chuyên môn, nghiệp vụ của nhân viên

theo từng nhóm đối tượng nhân viên, như: nhân viên Thư viện; nhân viên CNTT; nhân viên các phòng thí nghiệm, nhân viên văn phòng, trung tâm dịch vụ, ...

Phòng TCCB-LĐ thiết kế một lộ trình đào tạo, bồi dưỡng đội ngũ NV hỗ trợ CTĐT theo từng vị trí việc làm để đảm bảo số lượng các đợt đào tạo, bồi dưỡng, tập huấn cho đội ngũ NV giữa các đơn vị phục vụ CTĐT được phân bổ đồng đều hơn; cần có cơ chế để nhân viên các phòng thực hành chủ động tìm các khóa tập huấn giúp nâng cao chất lượng công tác phục vụ giảng dạy; cần quan tâm hơn tới số cán bộ, nhân viên thuộc các phòng chuyên môn nghiệp vụ và các chuyên viên làm công tác giáo vụ, giáo viên chủ nhiệm và cố vấn học tập.

3.8. Tiêu chuẩn 8: Người học và hoạt động hỗ trợ người học

Phòng CT&CTSV nghiên cứu đề xuất các hình thức quảng bá truyền thông về phương thức tuyển thẳng với các ưu đãi đặc biệt về học bổng để có thể thu hút được nhiều thí sinh đăng ký tuyển thẳng vào học CTĐT ngành Marketing của Học viện.

Phòng TCCB-LĐ đề xuất việc định kỳ bồi dưỡng những kỹ năng tư vấn/hỗ trợ cho người học đặc biệt là kỹ năng tư vấn trong học tập để nâng cao hiệu quả của hoạt động tư vấn/hỗ trợ người học trong thời gian tới.

3.9. Tiêu chuẩn 9. Cơ sở vật chất và trang thiết bị

Phòng Kế hoạch Đầu tư lập kế hoạch ngân sách để phân bổ kinh phí cho việc lắp đặt máy điều hoà không khí ở các phòng học chưa có máy điều hoà, cũng như để duy tu và nâng cấp các phòng học đã xuống cấp.

Phòng QL KHCN&HTQT đề xuất kinh phí đầu tư để nâng cấp phần mềm quản lý Thư viện nhằm hỗ trợ cho công tác quản lý cũng như phục vụ bạn đọc; giải pháp để mở rộng diện tích và tăng số chỗ ngồi trong phòng đọc của Thư viện để có nhiều SV hơn nữa có thể đến học tập tại Thư viện, đặc biệt là vào những thời điểm chuẩn bị có các kỳ thi; phân bổ thêm kinh phí hằng năm để in, mua bổ sung giáo trình, tài liệu tham khảo để đảm bảo Thư viện có đủ giáo trình, tài liệu phục vụ cho các CTĐT của Học viện.

Phòng CT&CTSV cụ thể các chính sách đặc thù dành cho người khuyết tật của Học viện bằng các văn bản để thuận lợi cho quá trình triển khai thực hiện.

3.10. Tiêu chuẩn 10: Nâng cao chất lượng

Khi rà soát, đánh giá quy trình thiết kế, phát triển CTDH, Bộ môn nghiên cứu đề xuất các giải pháp để có thể huy động được đông đảo và rộng rãi các bên liên quan, như: các nhà tuyển dụng, cựu sinh viên tham gia trả lời các phiếu khảo sát để có thể thu thập

được các ý kiến hữu ích phục vụ cho việc cải tiến quy trình thiết kế và phát triển CTDH của ngành Marketing.

Trung tâm KT&ĐBCLGD phối hợp với các đơn vị định kỳ tổ chức các hội nghị/hội thảo/họp bàn để rà soát, đổi mới cơ chế phản hồi với sự tham gia của đầy đủ các bên liên quan (CB, GV, người học, cựu người học, nhà tuyển dụng .) để thu được nhiều ý kiến hữu ích phục vụ cho việc cải tiến cơ chế phản hồi.

3.11. Tiêu chuẩn 11: Kết quả đầu ra

Phòng Giáo vụ phối hợp với các đơn vị tiếp tục nghiên cứu, phân tích, đánh giá kỹ nguyên nhân tỷ lệ SV thôi học các khóa vẫn đang ở mức khá cao để đưa ra các giải pháp hiệu quả hơn nhằm giảm thiểu tỷ lệ SV thôi học và chậm tốt nghiệp.

Phòng CT&CTSV phối hợp với Khoa Cơ bản tổ chức tập huấn nghiệp vụ cho đội ngũ CVHT để có các biện pháp hỗ trợ người học trong việc lập kế hoạch và chọn phương pháp học tập phù hợp để đạt CĐR tiếng Anh theo tiến độ đào tạo của khóa học, tăng tỷ lệ SV tốt nghiệp đúng kế hoạch và có sinh viên tốt nghiệp sớm.

4. Bảng tổng hợp kết quả tự đánh giá chương trình đào tạo ngành Marketing

Tên cơ sở giáo dục: Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông

Mã: BVH và BVS

Tên CTĐT: Marketing

Mã CTĐT: 7340115

Tiêu chuẩn, tiêu chí	Thang đánh giá							Tổng hợp theo tiêu chuẩn		
	Chưa đạt			Đạt				Mức trung bình	Số tiêu chí đạt	Tỷ lệ số tiêu chí đạt (%)
	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦			
Tiêu chuẩn 1								4,67	3	100
Tiêu chí 1.1					5					
Tiêu chí 1.2				4						
Tiêu chí 1.3					5					
Tiêu chuẩn 2								5,00	3	100
Tiêu chí 2.1					5					
Tiêu chí 2.2					5					
Tiêu chí 2.3					5					
Tiêu chuẩn 3								4,67	3	100
Tiêu chí 3.1					5					
Tiêu chí 3.2				4						
Tiêu chí 3.3					5					
Tiêu chuẩn 4								5,00	3	100
Tiêu chí 4.1					5					
Tiêu chí 4.2					5					
Tiêu chí 4.3					5					
Tiêu chuẩn 5								4,60	5	100
Tiêu chí 5.1					5					
Tiêu chí 5.2					5					
Tiêu chí 5.3				4						
Tiêu chí 5.4					5					
Tiêu chí 5.5				4						

Tiêu chuẩn, tiêu chí	Thang đánh giá							Tổng hợp theo tiêu chuẩn		
	Chưa đạt			Đạt				Mức trung bình	Số tiêu chí đạt	Tỷ lệ số tiêu chí đạt (%)
	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦			
Tiêu chuẩn 6								5,00	7	100
Tiêu chí 6.1					5					
Tiêu chí 6.2					5					
Tiêu chí 6.3					5					
Tiêu chí 6.4					5					
Tiêu chí 6.5					5					
Tiêu chí 6.6					5					
Tiêu chí 6.7					5					
Tiêu chuẩn 7								5,00	5	100
Tiêu chí 7.1					5					
Tiêu chí 7.2					5					
Tiêu chí 7.3					5					
Tiêu chí 7.4					5					
Tiêu chí 7.5					5					
Tiêu chuẩn 8								4,80	5	100
Tiêu chí 8.1					5					
Tiêu chí 8.2					5					
Tiêu chí 8.3					5					
Tiêu chí 8.4					5					
Tiêu chí 8.5				4						
Tiêu chuẩn 9								4,80	5	100
Tiêu chí 9.1					5					
Tiêu chí 9.2				4						
Tiêu chí 9.3					5					
Tiêu chí 9.4					5					
Tiêu chí 9.5					5					

Tiêu chuẩn, tiêu chí	Thang đánh giá							Tổng hợp theo tiêu chuẩn		
	Chưa đạt			Đạt				Mức trung bình	Số tiêu chí đạt	Tỷ lệ số tiêu chí đạt (%)
	1	2	3	4	5	6	7			
Tiêu chuẩn 10								4,83	6	100
Tiêu chí 10.1					5					
Tiêu chí 10.2					5					
Tiêu chí 10.3					5					
Tiêu chí 10.4					5					
Tiêu chí 10.5					5					
Tiêu chí 10.6				4						
Tiêu chuẩn 11								4,80	5	100
Tiêu chí 11.1					5					
Tiêu chí 11.2					5					
Tiêu chí 11.3					5					
Tiêu chí 11.4					5					
Tiêu chí 11.5				4						
Đánh giá chung CTĐT								4,84	50	100

Hà Nội, ngày 28 tháng 6 năm 2023



Đặng Hoài Bắc

HỌC VIỆN CÔNG NGHỆ BƯU CHÍNH VIỄN THÔNG

PHẦN IV. PHỤ LỤC

Phụ lục 01. Cơ sở dữ liệu kiểm định chất lượng CTĐT ngành Marketing

Thời điểm báo cáo: Tính đến ngày 31/12/2022

I. Thông tin chung về cơ sở giáo dục

1. Tên cơ sở giáo dục (theo quyết định thành lập):

Tiếng Việt: Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông

Tiếng Anh: Posts & Telecommunications Institute of Technology

2. Tên viết tắt của cơ sở giáo dục:

Tiếng Việt: HV CN BCVT

Tiếng Anh: PTIT

3. Tên trước đây (nếu có): Không

4. Cơ quan/Bộ chủ quản: Bộ Thông tin và Truyền thông

5. Địa chỉ: Số 122 Đường Hoàng Quốc Việt, Quận Cầu Giấy, Thành phố Hà Nội

6. Thông tin liên hệ: Điện thoại: +84.24.3756.2186 Số fax: +84.24.3756.2036

E-mail: vanphonghv@ptit.edu.vn Website: <http://www.ptit.edu.vn>

7. Năm thành lập trường (theo quyết định thành lập): Năm 1997

8. Thời gian bắt đầu đào tạo khóa I: Năm 1997

9. Thời gian cấp bằng tốt nghiệp cho khoá I: Năm 2002

10. Loại hình cơ sở giáo dục:

Công lập

Bán công

Dân lập

Tư thực

11. Loại hình khác (đề nghị ghi rõ): Không

II. Thông tin chung về cơ sở giáo dục thực hiện chương trình đào tạo

12. Tên Khoa/Bộ môn thực hiện CTĐT (theo Quyết định thành lập)

Tiếng Việt: Bộ môn Marketing

Tiếng Anh: Department of Marketing

13. Tên viết tắt của Khoa/Bộ môn thực hiện CTĐT:

Tiếng Việt:

Tiếng Anh:

14. Tên trước đây (nếu có)

Tiếng Việt:

Tiếng Anh:

15. Mã CTĐT: 7340115

16. Tên trước đây của CTĐT (nếu có):

17. Địa chỉ của Khoa/Bộ môn thực hiện CTĐT:

Bộ môn Marketing - Viện KTBD: Tầng 9, nhà A2, Km10, Nguyễn Trãi, Hà Đông, Hà Nội.

Bộ môn Marketing - Khoa Quản trị kinh doanh 2: Số 11 Nguyễn Đình Chiểu, Phường Đa Kao, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh.

18. Số điện thoại liên hệ:

- Bộ môn Marketing thuộc Viện Kinh tế Bưu điện: Điện thoại: 04-35746799;

Email: Website: <https://eript.ptit.edu.vn>.

- Bộ môn Marketing thuộc Khoa QTKD 2: Điện thoại: 028-3822 9372;

Email: hvbcvthem@ptithcm.edu.vn; Website: <https://fba.ptithcm.edu.vn/>.

19. Năm thành lập Khoa/Bộ môn (theo Quyết định thành lập):

- Bộ môn Marketing thuộc Viện Kinh tế Bưu điện: Năm 2016

- Bộ môn Marketing thuộc Khoa Quản trị kinh doanh 2: Năm 2016

20. Thời gian bắt đầu đào tạo khóa I (của CTĐT): Năm 2013

21. Thời gian cấp bằng tốt nghiệp cho khóa I (của CTĐT): Năm 2017

II. Thông tin chung về cơ sở giáo dục thực hiện CTĐT

22. Khái quát về lịch sử phát triển, tóm tắt thành tích nổi bật của đơn vị thực hiện CTĐT (nêu tóm tắt các giai đoạn phát triển, tổng số ngành, chương trình, ... quan hệ hợp tác, thành tích nổi bật).

Bộ môn Marketing là đơn vị trực thuộc Viện Kinh tế Bưu điện, thực hiện sự chỉ đạo thống nhất của Học viện về mọi mặt hoạt động trong công tác tổ chức thực hiện CTĐT và có chức năng đào tạo và nghiên cứu khoa học thuộc lĩnh vực Marketing.

Bộ môn Marketing được thành lập năm 2016, tổ chức đào tạo trình độ đại học chính quy với 3 chuyên ngành đào tạo là Internet Marketing, Truyền thông Marketing và Phân tích dữ liệu Marketing số.

Trực tiếp giảng dạy tại Bộ môn Marketing gồm giảng viên của Bộ môn Marketing (Cơ sở Hà Nội), Bộ môn Marketing thuộc Khoa Quản trị kinh doanh 2 (Cơ sở Học viện tại Thành phố Hồ Chí Minh) và Viện Kinh tế Bưu điện đều là đơn vị thực hiện CTĐT ngành Marketing, sau đây gọi chung là Bộ môn Marketing.

Trong giai đoạn 2017-2022, Bộ môn Marketing đã triển khai thực hiện các nhiệm vụ:

- Nghiên cứu khoa học: Bộ môn đã thực hiện 06 đề tài NCKH cấp Bộ; 114 đề tài NCKH cấp Học viện; công bố 114 bài báo khoa học trên tạp chí khoa học cấp ngành trong nước và 25 bài đăng trên tạp chí khoa học nước ngoài, (trong đó có 2 bài báo được đăng trên các tạp chí thuộc nhóm ISI/Scopus); xuất bản được 04 cuốn sách.

- Các hoạt động hợp tác đào tạo và NCKH: Các chương trình đào tạo của Học viện nói chung và ngành Marketing nói riêng đều được xây dựng với phương châm gắn kết chặt chẽ giữa lý thuyết và thực hành, giữa đào tạo, nghiên cứu khoa học và sản xuất kinh doanh, vì vậy, Bộ môn Marketing đã xây dựng mối quan hệ hợp tác đào tạo và NCKH với nhiều đối tác trong và ngoài nước như Urah Network, Ichip, ...

- Tổ chức phong trào sinh viên:

+ Bộ môn Marketing tổ chức cho sinh viên tham gia các cuộc thi chuyên môn về lĩnh vực Marketing hàng năm như Marketing Big Day, Creative Factors.

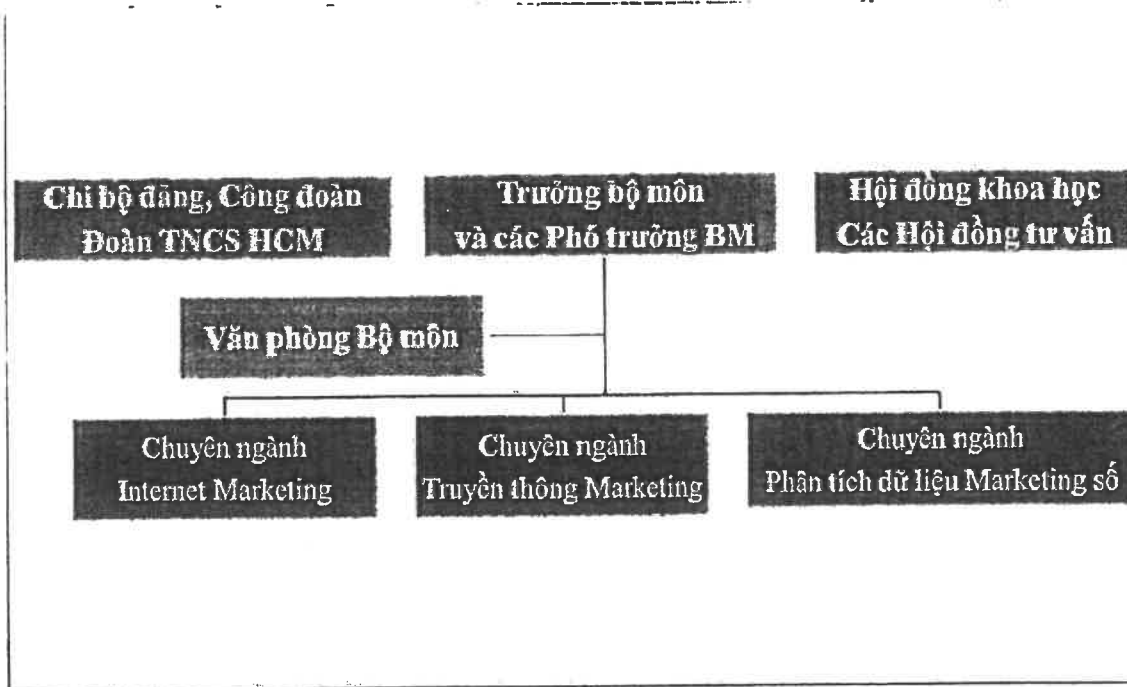
+ Trong giai đoạn 2017-2022, SV ngành Marketing thực hiện 176 đề tài NCKH với sự tham gia của 200 lượt SV. Đồng thời, ngành Marketing còn tham gia sáng lập và hỗ trợ phát triển CLB Up Community với hơn 400 thành viên tham gia.

+ Bộ môn Marketing tổ chức nhiều hoạt động phong trào tạo sân chơi lành mạnh cho sinh viên: Cuộc thi Marketing big day; các cuộc thi tài năng, văn hóa, văn nghệ trong sinh viên và hỗ trợ phát triển Câu lạc bộ Up Community cho sinh viên với hơn 400 thành viên tham gia; tổ chức 08 buổi training online cho các thành viên câu lạc bộ về kỹ năng chuyên môn marketing, lập kế hoạch, sản tạo nội dung, tổ chức sự kiện và học tập. Để hỗ trợ các thành viên câu lạc bộ học tập và rèn luyện, phát triển kỹ năng nghề nghiệp, câu lạc bộ sinh viên đã tổ chức chương trình Talkshow “Hành trang Marketers” với trung bình 2-3 chương trình/năm. Bên cạnh đó, câu lạc bộ sinh viên đã cũng đã phối hợp, hỗ trợ các hoạt động, chương trình do Đoàn thanh niên Học viện và Bộ môn Marketing tổ chức.

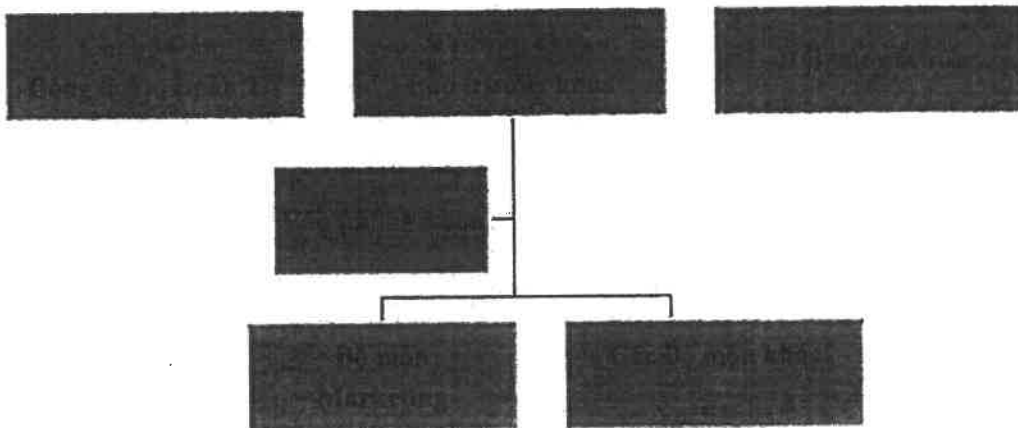
23. Cơ cấu tổ chức hành chính của cơ sở giáo dục và đơn vị thực hiện CTĐT

23.1 Cơ cấu tổ chức hành chính của cơ sở giáo dục *(Xem sơ đồ trang sau)*

23.2 Cơ cấu tổ chức hành chính của Bộ môn Marketing



23.3 Cơ cấu tổ chức hành chính của Khoa Quản trị kinh doanh 2



24. Danh sách Ban lãnh đạo cơ sở giáo dục và danh sách cán bộ lãnh đạo chủ chốt của đơn vị thực hiện CTĐT.
(Riêng Ban lãnh đạo đơn vị thực hiện CTĐT ghi đầy đủ cả cấp trường, phó, còn lại các bộ phận khác chỉ ghi cấp trường).

TT	Các bộ phận	Họ và tên	Năm sinh	Học vị, chức danh, chức vụ	Điện thoại	Email
Ban lãnh đạo cơ sở giáo dục						
1	Hội đồng Học viện	Từ Minh Phương	1971	GS.TS. Chủ tịch Hội đồng	0913507508	phuongtm@ptit.edu.vn
2	Ban Giám đốc	Đặng Hoài Bắc	1976	PGS.TS. Giám đốc	0903284728	bacdh@ptit.edu.vn
		Vũ Tuấn Lâm	1962	TS. Phó giám đốc	0903426232	lamvt@ptit.edu.vn
		Trần Quang Anh	1974	PGS.TS. Phó giám đốc	0911762222	tqanh@ptit.edu.vn
		Tân Hạnh	1964	TS, Phó giám đốc	0907106251	tanhanh@ptit.edu.vn
Danh sách cán bộ lãnh đạo chủ chốt của đơn vị thực hiện CTĐT						
I. Lãnh đạo chủ chốt của đơn vị						
1	Bộ môn Marketing thuộc Viện KTBD	Nguyễn Thị Hoàng Yến	1979	TS, Trưởng bộ môn	0912483379	yennth@ptit.edu.vn
2	Bộ môn Marketing thuộc Khoa QTKD2	Nguyễn Văn Phước	1985	Tiến sĩ, Trưởng bộ môn	0935601439	nguyenvanphuoc@ptit.edu.vn
II. Các tổ chức Đảng, Đoàn TN, Công đoàn, Hội SV						
1	Bí thư Chi bộ	Trần Đình Nam	1977	Tiến sĩ, Viện trưởng Viện Kinh tế Bưu điện	0911445586	namtd@ptit.edu.vn
2.	Chủ tịch Công đoàn	Đặng Việt Hà	1978	Thạc sĩ, Nghiên cứu viên, Trưởng phòng Nghiên cứu định mức	0903298869	viethavkt@gmail.com
3.	Bí thư Đoàn TN	Nguyễn Bảo Ngọc	1991	Thạc sĩ, Giảng viên	09837898686	ngocnb@ptit.edu.vn

25. Các ngành/chuyên ngành đào tạo của đơn vị thực hiện CTĐT Ngành Marketing gồm có 3 chuyên ngành: Internet Marketing, Truyền thông Marketing và Phân tích dữ liệu Marketing số.

26. Số lượng chuyên ngành đào tạo tiến sĩ: 0

27. Số lượng chuyên ngành đào tạo thạc sĩ: 0

28. Số lượng ngành đào tạo đại học: 01

29. Số lượng ngành đào tạo cao đẳng: 0

30. Số lượng ngành (chuyên ngành) đào tạo khác (đề nghị nêu rõ):

31. Các loại hình đào tạo của đơn vị thực hiện CTĐT

	Có	Không
Chính quy	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Không chính quy	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Từ xa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Liên kết đào tạo với nước ngoài	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Liên kết đào tạo trong nước	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Các loại hình đào tạo khác (nếu có, ghi rõ từng loại hình)

32. Tổng số các ngành đào tạo: 02.

IV. Cán bộ quản lý, giảng viên, nhân viên của đơn vị thực hiện chương trình đào tạo

33. Thống kê số lượng cán bộ quản lý, giảng viên và nhân viên của đơn vị thực hiện CTĐT

TT	Phân loại	Nam	Nữ	Tổng số
I	Đội ngũ cơ hữu¹ <i>Trong đó:</i>	13	30	43
I.1	Đội ngũ trong biên chế			
I.2	Đội ngũ hợp đồng dài hạn (từ 1 năm trở lên) và hợp đồng không xác định thời hạn	13	30	43
II	Các đối tượng khác Hợp đồng ngắn hạn (dưới 01 năm, bao gồm cả GV thỉnh giảng ²)			

¹ Đội ngũ cơ hữu là cán bộ quản lý, GV, nhân viên trong biên chế và cán bộ hợp đồng dài hạn (từ 1 năm trở lên) hoặc cán bộ hợp đồng không xác định thời hạn theo quy định của Luật lao động sửa đổi.

² GV thỉnh giảng là cán bộ ở các cơ quan khác hoặc cán bộ nghỉ hưu hoặc diện tự do được đơn vị thực hiện CTĐT mời tham gia giảng dạy theo những chuyên đề, khoá học ngắn hạn hoặc theo các học phần, thông thường được ký các hợp đồng thời vụ, hợp đồng ngắn hạn (dưới 1 năm) theo quy định của Luật lao động sửa đổi.

TT	Phân loại	Nam	Nữ	Tổng số
	Tổng số	13	30	43

(Đơn vị thực hiện CTĐT căn cứ cơ sở dữ liệu về đội ngũ của đơn vị, bao gồm cả cơ hữu và hợp đồng ngắn hạn. Từ cơ sở dữ liệu lấy ra các thông tin trên).

34. Thống kê, phân loại giảng viên

TT	Trình độ, học vị, chức danh	Số lượng GV	GV cơ hữu (GV)			GV thỉnh giảng trong nước	GV quốc tế
			GV trong biên chế trực tiếp giảng dạy	GV hợp đồng dài hạn ³ trực tiếp giảng dạy	GV kiêm nhiệm là cán bộ quản lý		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
1	Giáo sư, Viện sĩ	0		0	0	0	0
2	Phó Giáo sư	0		0	0	0	0
3	Tiến sĩ khoa học	0		0	0	0	0
4	Tiến sĩ	10		10	0	0	0
5	Thạc sĩ	29		29	0	0	0
6	Đại học	4		4	0	0	0
7	Cao đẳng	0		0	0	0	0
8	Trình độ khác	0		0	0	0	0
	Tổng số	43		43	0	0	0

(Khi tính số lượng các TSKH, TS thì không bao gồm những GV vừa có học vị vừa có chức danh khoa học vì đã tính ở 2 dòng trên)

Tổng số GV cơ hữu = Cột (3) - cột (7) - cột (8) = 43 người

Tỷ lệ GV cơ hữu trên tổng số cán bộ cơ hữu: $43/43 = 100\%$

35. Quy đổi số lượng GV của đơn vị thực hiện CTĐT theo quy định hiện hành của Bộ GDĐT (nếu đơn vị có GV có trình độ TSKH nhưng không có học hàm thì tính ngang với Phó Giáo sư theo thứ tự như cột 3 trong Bảng 35).

Số liệu Bảng 35 được lấy từ Bảng 35 nhân với hệ số quy đổi (Ví dụ đối với cơ sở giáo dục đại học, học viện: áp dụng Thông tư số 06/2018/TT-BGDĐT ngày 28/02/2018 của Bộ trưởng Bộ GDĐT).

TT	Trình độ,	Hệ	Số	GV cơ hữu	GV	GV	GV
----	-----------	----	----	-----------	----	----	----

³Hợp đồng dài hạn (sử dụng ở đây) bao gồm hợp đồng dài hạn (từ 1 năm trở lên) và hợp đồng không xác định thời hạn.

	học vị, chức danh	số quy đổi	lượng GV	GV trong biên chế trực tiếp giảng dạy	GV hợp đồng dài hạn trực tiếp giảng dạy	GV kiêm nhiệm là cán bộ quản lý	thỉnh giảng	quốc tế	quy đổi
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)
	<i>Hệ số quy đổi</i>			1,0	1,0	0,3	0,2	0,2	
1	GS, VS	5,0	0		0	0	0	0	0
2	PGS	3,0	0		0	0	0	0	0
3	TSKH	3,0	0		0	0	0	0	0
4	Tiến sĩ	2	10		20	0	0	0	20
5	Thạc sĩ	1	29		29	0	0	0	29
6	Đại học	0,3	4		4	0	0	0	1,2
	Tổng		43		43	0	0	0	50,2

36. Thống kê, phân loại GV cơ hữu theo trình độ, giới tính và độ tuổi (số người):

TT	Trình độ/học vị	Số lượng	Tỷ lệ (%)	Phân loại theo giới tính (người)		Phân loại theo tuổi (người)				
				Nam	Nữ	< 30	30-40	41-50	51-60	> 60
1	GS, VS	0	0,00	0	0	0	0	0	0	0
2	Phó GS	0	0,00	0	0	0	0	0	0	0
3	TSKH	0	0,00	0	0	0	0	0	0	0
4	Tiến sĩ	10	20,00	3	5	0	3	3	2	0
5	Thạc sĩ	29	70,00	8	23	0	16	14	1	0
6	Đại học	4	10,00	3	1	1	0	2	1	0
	Tổng	43	100	14	29	1	19	19	4	0

36.1. Tuổi trung bình của GV cơ hữu: 36,8 tuổi.

36.2. Tỷ lệ GV cơ hữu có trình độ tiến sĩ trở lên trên tổng số GV cơ hữu của đơn vị thực hiện CTĐT: $10/43 = 23,26\%$.

36.3. Tỷ lệ GV cơ hữu có trình độ thạc sĩ trên tổng số GV cơ hữu của đơn vị thực hiện CTĐT: $29/43 = 67,44\%$.

37. Thống kê, phân loại GV cơ hữu theo mức độ thường xuyên sử dụng ngoại ngữ và tin học cho công tác giảng dạy và nghiên cứu

TT	Tần suất sử dụng	Tỷ lệ (%) GV cơ hữu sử dụng ngoại ngữ và tin học	
		Ngoại ngữ	Tin học
1	Luôn sử dụng (trên 80% thời gian của công việc)	6%	100%
2	Thường sử dụng (trên 60-80% thời gian của công việc)	9%	
3	Đôi khi sử dụng (trên 40-60% thời gian của công việc)	83%	
4	Ít khi sử dụng (trên 20-40% thời gian của công việc)	0%	
5	Hiếm khi sử dụng hoặc không sử dụng (0-20% thời gian của công việc)	2%	
	Tổng	100%	100%

V. Người học (chỉ tính số lượng người học của chương trình đào tạo)

38. Người học bao gồm sinh viên, học viên cao học và nghiên cứu sinh

Tổng số người đăng ký dự tuyển vào CTĐT, số người học trúng tuyển và nhập học trong 5 năm gần đây (hệ chính quy):

Năm học	Số thí sinh đăng ký vào CTĐT (người)	Số trúng tuyển (người)	Tỷ lệ cạnh tranh (%)	Số nhập học thực tế (người)	Điểm tuyển đầu vào/ thang điểm	Điểm trung bình của SV được tuyển	Số lượng SV quốc tế nhập học (người)
2017-2018	703	176	3,99	165	BVH: 21,5 BVS: 19,75	21,41	0
2018-2019	2179	226	9,64	221	BVH: 22,50 TTNV ≤ 4 BVS: 21,25 TTNV ≤ 5	22,99	0
2019-2020	3127	301	10,39	293	BVH: 20,30 TTNV = 1 BVS: 19,30 TTNV ≤ 7	20,66	0
2020-2021	5181	296	17,50	292	BVH: 22,35 TTNV ≤ 5 BVS: 21,20 TTNV ≤ 6	22,1	0
2021-2022	6774	301	22,50	299	BVH: 25,50 TTNV ≤ 4 BVS: 24,60 TTNV ≤ 6	25,60	0

39. Thống kê, phân loại số lượng người học theo học CTĐT trong 5 năm gần đây các hệ chính quy và không chính quy. Đơn vị: người

Các tiêu chí	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021	2021-2022
1. Nghiên cứu sinh	0	0	0	0	0
2. Học viên cao học	0	0	0	0	0
3. SV đại học Trong đó:					
Hệ chính quy	652	688	789	914	1052
Hệ không chính quy	0	0	0	0	0
4. SV cao đẳng Trong đó:					
Hệ chính quy	0	0	0	0	0
Hệ không chính quy	0	0	0	0	0
5. Khác ...	0	0	0	0	0

40. Số SV quốc tế theo học CTĐT trong 5 năm gần đây:

Đơn vị: người

	Năm học				
	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021	2021-2022
Số lượng (người)	0	0	0	0	0
Tỷ lệ (%) trên tổng số người học	0	0	0	0	0

41. Người học của CTĐT có chỗ ở trong ký túc xá/tổng số người học có nhu cầu:

Các tiêu chí	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021	2021-2022
1. Tổng diện tích phòng ở (m ²)	5.727	5.727	5.727	5.727	5.727
2. Người học có nhu cầu về phòng ở (trong và ngoài ký túc xá) (người)	1.150	1.160	1.140	1.150	1.200
3. Người học được ở trong ký túc xá (người)	960	970	950	950	980
4. Tỷ số diện tích trên đầu người học ở trong ký túc xá (m ² /người)	5,9	5,9	6,0	6,0	5,8

42. Số lượng (người) và tỷ lệ (%) người học của CTĐT tham gia NCKH

	Năm học				
	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021	2021-2022
Số lượng (người)	26	15	35	65	59
Tỷ lệ (%) trên tổng số SV	3,3	1,6	3,3	5,8	5,0

43. Thống kê số lượng người học của CTĐT tốt nghiệp trong 5 năm gần đây

Đơn vị: người

Các tiêu chí	Năm tốt nghiệp				
	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021	2021-2022
1. Nghiên cứu sinh bảo vệ thành công luận án tiến sĩ	0	0	0	0	0
2. Học viên tốt nghiệp cao học	0	0	0	0	0
3. SV tốt nghiệp đại học					
Trong đó:					
Hệ chính quy					
Hệ không chính quy	0	113	125	166	80
4. SV tốt nghiệp cao đẳng					
Trong đó:					
Hệ chính quy	0	0	0	0	0
Hệ không chính quy					
5. Khác...					
Hệ chính quy	516	264	179	206	211
Hệ không chính quy					

(Tính cả những người học đã đủ điều kiện tốt nghiệp theo quy định nhưng đang chờ cấp bằng)

44. Tình trạng tốt nghiệp của SV hệ chính quy của CTĐT:

Các tiêu chí	Năm tốt nghiệp				
	2016-2017 (TN năm 2017)	2017-2018 (TN năm 2018)	2018-2019 (TN năm 2019)	2019-2020 (TN năm 2020)	2020-2021 (TN năm 2021)
1. Số lượng người học tốt nghiệp (người).	0	113	125	166	80
2. Tỷ lệ người học tốt nghiệp so với số tuyển vào (%).	89,72	81,08	82,35	63,27	65,79
3. Đánh giá của người học tốt nghiệp về chất lượng CTĐT: A. Cơ sở giáo dục/Đơn vị thực hiện CTĐT không điều tra về vấn đề này					

→ chuyển xuống câu 4 B. Cơ sở giáo dục/Đơn vị thực hiện CTĐT có điều tra về vấn đề này → điền các thông tin dưới đây:					
3.1. Tỷ lệ người học trả lời đã học được những kiến thức và kỹ năng cần thiết cho công việc theo ngành tốt nghiệp (%).					
3.2. Tỷ lệ người học trả lời chỉ học được một phần kiến thức và kỹ năng cần thiết cho công việc theo ngành tốt nghiệp (%).					
3.3. Tỷ lệ người học trả lời không học được những kiến thức và kỹ năng cần thiết cho công việc theo ngành tốt nghiệp					
4. Người học có việc làm trong năm đầu tiên sau khi tốt nghiệp: A. Cơ sở giáo dục/đơn vị thực hiện CTĐT không điều tra về vấn đề này → chuyển xuống câu 5 B. Cơ sở giáo dục/ đơn vị thực hiện CTĐT có điều tra về vấn đề này → điền các thông tin dưới đây:					
4.1. Tỷ lệ người học có việc làm đúng ngành đào tạo (%).	88,78	96,37	94,16	91,74	92,34
- Sau 6 tháng tốt nghiệp.	21,62	24,12	22,00	81,42	84,36
- Sau 12 tháng tốt nghiệp.	88,78	96,37	94,16	91,74	92,34
4.2. Tỷ lệ người học có việc làm trái ngành đào tạo (%).	8,75%	12,02	16,47	13,25	11,94
4.3. Thu nhập bình quân/tháng của người học có việc làm.	5-10 triệu chiếm 44,08%	5-10 triệu chiếm 38,02%	5-10 triệu chiếm 11,73%	5-15 triệu chiếm: 3,98%	5-20 triệu chiếm: 2,19%
5. Đánh giá của nhà tuyển dụng về người học tốt nghiệp có việc làm đúng ngành đào tạo: A. Cơ sở giáo dục/đơn vị thực hiện CTĐT không điều tra về vấn đề này → chuyển xuống kết thúc bảng này. B. Cơ sở giáo dục/đơn vị thực hiện CTĐT có điều tra về vấn đề này → điền các thông tin dưới đây:					
5.1. Tỷ lệ người học đáp ứng yêu cầu của công việc, có thể sử dụng được ngay (%).	Ứng dụng cao và phù hợp: 54,80	Ứng dụng cao và phù hợp: 67,30	Ứng dụng cao và phù hợp: 68,35	Ứng dụng cao và phù hợp: 75,00	Ứng dụng cao và phù hợp: 75,00

5.2. Tỷ lệ người học cơ bản đáp ứng yêu cầu của công việc, nhưng phải đào tạo thêm (%).	Ứng dụng không cao: 21,0	Ứng dụng không cao: 31,7	Ứng dụng không cao: 30,75	Ứng dụng không cao: 15,2	Ứng dụng không cao: 15,2
5.3. Tỷ lệ người học phải được đào tạo lại hoặc đào tạo bổ sung ít nhất 6 tháng (%).	Không ứng dụng: 7,15	Không ứng dụng: 0	Không ứng dụng: 0	Không ứng dụng: 12,18	Không ứng dụng: 8,76

VI. Nghiên cứu khoa học và chuyển giao công nghệ

45. Số lượng đề tài nghiên cứu khoa học và chuyển giao khoa học công nghệ của đơn vị thực hiện CTĐT được nghiệm thu trong 5 năm gần đây:

TT	Phân loại đề tài	Hệ số**	Số lượng					Tổng (đã quy đổi)
			2018	2019	2020	2021	2022	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
1	Đề tài cấp NN	2,0	0	0	0	0	0	0
2	Đề tài cấp Bộ/Tỉnh*	1,0	1	1	1	2	1	6
3	Đề tài cấp trường	0,5	17	23	31	24	19	57
	Tổng		18	24	32	26	20	63

Cách tính: Cột 9 = cột 3*(cột 4 + cột 5 + cột 6 + cột 7 + cột 8)

Tổng số đề tài quy đổi: 63 đề tài

Tỷ số đề tài nghiên cứu khoa học và chuyển giao khoa học công nghệ (quy đổi) trên cán bộ cơ hữu của đơn vị thực hiện CTĐT: $63/43 = 1,47$.

46. Doanh thu từ nghiên cứu khoa học và chuyển giao công nghệ của đơn vị thực hiện CTĐT trong 5 năm gần đây:

TT	Năm	Doanh thu từ NCKH và chuyển giao công nghệ (triệu VNĐ)	Tỷ lệ doanh thu từ NCKH và chuyển giao công nghệ so với tổng kinh phí đầu vào của đơn vị thực hiện CTĐT (%)	Tỷ số doanh thu từ NCKH và chuyển giao công nghệ trên cán bộ cơ hữu (triệu VNĐ/ người)
1	2018	128	0,12	0,12
2	2019	230	0,2	0,18
3	2020	380	0,6	0,34
4	2021	215	0,2	0,19
5	2022	412	0,4	0,57

47. Số lượng đội ngũ cơ hữu của đơn vị thực hiện CTĐT tham gia thực hiện đề tài khoa học trong 05 năm gần đây:

Số lượng đề tài	Số lượng cán bộ tham gia			Ghi chú
	Đề tài cấp NN	Đề tài cấp Bộ*	Đề tài cấp trường	
Từ 1 đến 3 đề tài	0	6	16	
Từ 4 đến 6 đề tài	0	0	8	
Trên 6 đề tài	0	0	0	
Tổng số cán bộ tham gia	0	6	24	

* Bao gồm đề tài cấp Bộ hoặc tương đương, đề tài nhánh cấp Nhà nước

48. Số lượng đầu sách của đơn vị thực hiện CTĐT được xuất bản trong 5 năm gần đây:

TT	Phân loại sách	Hệ số**	Số lượng					Tổng (đã quy đổi)
			2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021	2021-2022	
1	Sách chuyên khảo	2,0	0	1	0	1	0	4
2	Sách giáo trình	1,5	0	0	1	0	1	3
3	Sách tham khảo	1,0	1	0	0	0	1	2
4	Sách hướng dẫn	0,5	3	3	2	2	4	7
	Tổng		4	4	3	3	6	16

Tổng số sách (quy đổi): 16

Tỷ số sách đã được xuất bản (quy đổi) trên cán bộ cơ hữu: $16/43 = 0,37$.

49. Số lượng đội ngũ cơ hữu của đơn vị thực hiện CTĐT tham gia viết sách trong 5 năm gần đây:

Số lượng sách	Số lượng cán bộ cơ hữu tham gia viết sách			
	Sách chuyên khảo	Sách giáo trình	Sách tham khảo	Sách hướng dẫn
Từ 1 đến 3 cuốn sách	2	2	2	11
Từ 4 đến 6 cuốn sách	0	0	0	0
Trên 6 cuốn sách	0	0	0	1
Tổng số cán bộ tham gia	2	2	2	12

50. Số lượng bài của đội ngũ cơ hữu đơn vị thực hiện CTĐT được đăng tạp chí trong 5 năm gần đây:

TT	Phân loại tạp chí	Số lượng
----	-------------------	----------

		Hệ số**	2018	2019	2020	2021	2022	Tổng (đã quy đổi)
1	Tạp chí khoa học quốc tế	1,5	0	0	1	1	1	4,5
2	Tạp chí khoa học cấp ngành trong nước	1,0	14	15	13	5	8	55
3	Tạp chí / tập san của cấp trường	0,5	2	1	1	6	9	9,5
Tổng			16	16	15	12	18	69

**Hệ số quy đổi: Dựa trên nguyên tắc tính điểm công trình của Hội đồng GSN

Tổng số bài đăng tạp chí (quy đổi): 69 bài.

Tỷ số bài đăng tạp chí (quy đổi) trên cán bộ cơ hữu: $69/43 = 1,6$

51. Số lượng đội ngũ cơ hữu của đơn vị thực hiện CTĐT tham gia viết bài đăng tạp chí trong 5 năm gần đây:

Số lượng cán bộ cơ hữu có bài báo đăng trên tạp chí	Nơi đăng		
	Tạp chí khoa học quốc tế (ISI, Scopus, ...)	Tạp chí khoa học cấp ngành trong nước	Tạp chí / tập san cấp trường
Từ 1 đến 5 bài báo	3	13	9
Từ 6 đến 10 bài báo	-	3	-
Từ 11 đến 15 bài báo	-	-	-
Trên 15 bài báo	-	-	-
Tổng số cán bộ tham gia	3	16	9

52. Số lượng báo cáo khoa học do đội ngũ cơ hữu của đơn vị thực hiện CTĐT báo cáo tại các hội nghị, hội thảo, được đăng toàn văn trong tuyển tập công trình hay kỷ yếu trong 5 năm gần đây:

TT	Phân loại hội thảo	Hệ số**	Số lượng					Tổng (đã quy đổi)
			2017 - 2018	2018 - 2019	2019 - 2020	2020 - 2021	2021 - 2022	
1	Hội thảo quốc tế	1,0	1	1	5	2	3	12
2	Hội thảo trong nước	0,5	2	1	2	0	1	3
3	Hội thảo cấp trường	0,25	2	0	0	0	0	0,5
Tổng			5	2	7	2	4	15,5

Tổng số bài báo cáo (quy đổi): 15,5 bài

Tỷ số bài báo cáo (quy đổi) trên cán bộ cơ hữu: $15,5/43 = 0,35$.

53. Số lượng đội ngũ cơ hữu của đơn vị thực hiện CTĐT có báo cáo khoa học tại

các hội nghị, hội thảo được đăng toàn văn trong tuyển tập công trình hay kỷ yếu trong 05 năm gần đây:

Số lượng cán bộ cơ hữu có báo cáo khoa học tại các hội nghị, hội thảo	Cấp hội thảo		
	Hội thảo quốc tế	Hội thảo trong nước	Hội thảo ở trường
Từ 1 đến 5 báo cáo	9	3	8
Từ 6 đến 10 báo cáo	-	1	-
Từ 11 đến 15 báo cáo	-	-	-
Trên 15 báo cáo	-	-	-
Tổng số cán bộ tham gia	9	4	8

(Khi tính Hội thảo trong nước sẽ không bao gồm các Hội thảo của trường)

54. Số bằng phát minh, sáng chế được cấp: Không.

55. Nghiên cứu khoa học của người học

55.1. Số lượng người học của đơn vị thực hiện CTĐT tham gia thực hiện đề tài khoa học trong 5 năm gần đây:

Số lượng đề tài	Số lượng người học tham gia			Ghi chú
	Đề tài cấp NN	Đề tài cấp Bộ*	Đề tài cấp trường	
Từ 1 đến 3 đề tài	0	0	200	
Từ 4 đến 6 đề tài	0	0	0	
Trên 6 đề tài	0	0	0	
Tổng số người học tham gia	0	0	200	

* Bao gồm đề tài cấp Bộ hoặc tương đương, đề tài nhánh cấp Nhà nước

55.2. Thành tích nghiên cứu khoa học của SV: (Thống kê các giải thưởng NCKH, sáng tạo, các bài báo, công trình được công bố)

TT	Thành tích nghiên cứu khoa học	Số lượng				
		2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021	2021-2022
1	Số giải thưởng nghiên cứu khoa học, sáng tạo	0	0	0	0	0
2	Số bài báo được đăng, công trình được công bố	0	0	1	1	0

VII. Cơ sở vật chất, thư viện

56. Tổng diện tích đất sử dụng của cơ sở giáo dục (tính bằng m²): 127.694,70 m²

57. Tổng diện tích đất sử dụng của đơn vị thực hiện CTĐT (tính bằng m²): 79.376 m²

58. Diện tích sử dụng cho các hạng mục sau (tính bằng m²):

Nơi làm việc: 26.402,0 m² Nơi học: 46.640,0 m² Nơi vui chơi giải trí: 4.335 m²

59. Diện tích phòng học (tính bằng m²)

- Tổng diện tích phòng học: 11.991 m²

- Tỷ số diện tích phòng học trên người học chính quy: $11.991/13.795 = 0.86$ m²/sinh viên.

- Tỷ số diện tích sàn xây dựng trên sinh viên chính quy là 5,75 m²/SV.

60. Tổng số đầu sách thuộc ngành đào tạo được sử dụng tại Thư viện: 127 giáo trình và tài liệu tham khảo.

Tổng số đầu sách trong phòng tư liệu của đơn vị thực hiện CTĐT (nếu có): 0

61. Tổng số máy tính của đơn vị thực hiện CTĐT:

- Dùng cho hệ thống văn phòng: 477

- Dùng cho người học học tập: 840

Tỷ số máy tính dùng cho người học trên người học chính quy: $840/13.795 = 0,06$.

VIII. Tóm tắt một số chỉ báo quan trọng

Từ kết quả khảo sát ở trên, tổng hợp thành một số chỉ báo quan trọng dưới đây:

1. Giảng viên

Tổng số GV cơ hữu (người): 43.

Tỷ lệ GV cơ hữu trên tổng số cán bộ cơ hữu: $43/43 = 100\%$

Tỷ lệ GV cơ hữu có trình độ tiến sĩ trở lên trên tổng số GV cơ hữu của đơn vị thực hiện CTĐT: $10/43 = 23,26\%$.

Tỷ lệ GV cơ hữu có trình độ thạc sĩ trên tổng số GV cơ hữu của đơn vị thực hiện CTĐT: $29/43 = 67,44\%$.

3. Đánh giá của người học tốt nghiệp về chất lượng CTĐT:

Tỷ lệ người học trả lời đã học được những kiến thức và kỹ năng cần thiết cho công việc theo ngành tốt nghiệp (%): Không điều tra.

Tỷ lệ người học trả lời chỉ học được một phần kiến thức và kỹ năng cần thiết cho công việc theo ngành tốt nghiệp (%): Không điều tra.

4. Người học có việc làm trong năm đầu tiên sau khi tốt nghiệp:

Tỷ lệ người học có việc làm đúng ngành đào tạo (%): 87,12%

Tỷ lệ người học có việc làm trái ngành đào tạo (%): 8,27%

Thu nhập bình quân/tháng của NH có việc làm (triệu VNĐ): 14,1 triệu VNĐ.

5. Đánh giá của nhà tuyển dụng về người học tốt nghiệp có việc làm đúng ngành đào tạo:

Tỷ lệ người học đáp ứng yêu cầu của công việc, có thể sử dụng được ngay (%): 90,20%.

Tỷ lệ người học cơ bản đáp ứng yêu cầu của công việc, nhưng phải đào tạo thêm (%): 9,80%.

6. Nghiên cứu khoa học và chuyển giao công nghệ:

Tỷ số đề tài nghiên cứu khoa học và chuyển giao khoa học công nghệ (quy đổi) trên cán bộ cơ hữu của đơn vị thực hiện CTĐT: $63/43 = 1,47$.

Tỷ số doanh thu từ NCKH và chuyển giao công nghệ trên cán bộ cơ hữu: 0,28

Tỷ số sách đã được xuất bản (quy đổi) trên cán bộ cơ hữu: $16/43 = 0,37$.

Tỷ số bài đăng tạp chí (quy đổi) trên cán bộ cơ hữu: $69/43 = 1,6$

Tỷ số bài báo cáo (quy đổi) trên cán bộ cơ hữu: $15,5/43 = 0,35$.

7. Cơ sở vật chất:

Tỷ số máy tính dùng cho người học trên người học chính quy: $840/13.795 = 0,06$.

Tỷ số diện tích phòng học trên người học chính quy: $11.991/13.795 = 0,86 \text{ m}^2/\text{SV}$.

Tỷ số diện tích ký túc xá trên người học chính quy: $24.834/13.795 = 1,8 \text{ m}^2/\text{SV}$.

Phụ lục 02: Các tư liệu, tài liệu liên quan

1. ***Quyết định thành lập Hội đồng Tự đánh giá, Ban thư ký và các nhóm công tác chuyên trách***

Hà Nội, ngày 14 tháng 04 năm 2022

QUYẾT ĐỊNH

Về việc thành lập Hội đồng tự đánh giá chương trình đào tạo
trình độ đại học ngành Marketing

GIÁM ĐỐC HỌC VIỆN CÔNG NGHỆ BƯU CHÍNH VIỄN THÔNG

Căn cứ Nghị quyết số 22/NQ-HĐHV ngày 12 tháng 4 năm 2021 của Hội đồng học viện Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông về việc ban hành Quy chế tổ chức và hoạt động của Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông;

Căn cứ Thông tư số 38/2013/TT-BGDĐT ngày 29/11/2013 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo ban hành quy định về quy trình và chu kỳ kiểm định chất lượng chương trình đào tạo của các trường đại học, cao đẳng và trung cấp chuyên nghiệp;

Căn cứ Thông tư số 04/2016/TT-BGDĐT ngày 14/3/2016 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo quy định về tiêu chuẩn đánh giá chất lượng chương trình đào tạo các trình độ của giáo dục đại học;

Xét đề nghị của Trưởng phòng Tổ chức cán bộ - Lao động và Trường trung tâm Khảo thí và Đảm bảo chất lượng giáo dục,

QUYẾT ĐỊNH:

Điều 1. Thành lập Hội đồng Tự đánh giá chương trình đào tạo trình độ đại học ngành Marketing gồm các Ông/Bà có tên trong danh sách kèm theo.

Giúp việc cho Hội đồng Tự đánh giá chương trình đào tạo có Ban thư ký và các Nhóm công tác chuyên trách gồm các Ông/ Bà có tên trong danh sách kèm theo.

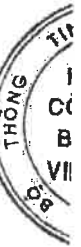
Điều 2. Hội đồng có nhiệm vụ triển khai tự đánh giá chương trình đào tạo trình độ đại học ngành Marketing theo Thông tư số 38/2013/TT-BGDĐT ngày 29/11/2013, Thông tư số 04/2016/TT-BGDĐT ngày 14/3/2016 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo và các văn bản hướng dẫn của Cục Quản lý chất lượng - Bộ Giáo dục và Đào tạo.


Nhiệm vụ cụ thể của các thành viên Hội đồng, Ban Thư ký và các nhóm công tác chuyên trách do Chủ tịch Hội đồng phân công.

Điều 3. Các Ông, Bà: Chánh Văn phòng, Trưởng phòng Tổ chức cán bộ - Lao động, Trường Trung tâm Khảo thí và Đảm bảo chất lượng giáo dục, Viện trưởng Viện Kinh tế Bưu điện, Trưởng bộ môn Marketing, Trưởng các đơn vị có liên quan và các Ông/Bà có tên tại Điều 1 chịu trách nhiệm thi hành Quyết định này. /.../

Nơi nhận:

- Chủ tịch HĐHV để (b/c);
- Như Điều 3 (để t/h);
- Lưu VT, KT&ĐBCLGD.




DANH SÁCH THÀNH VIÊN HỘI ĐỒNG TỰ ĐÁNH GIÁ
CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO NGÀNH MARKETING TRÌNH ĐỘ ĐẠI HỌC
 (Kèm theo Quyết định số 70/QĐ-HV ngày 14/10/2022 của Giám đốc Học viện)

STT	Họ và tên	Chức vụ	Nhiệm vụ
1.	PGS.TS. Đặng Hoài Bắc	Giám đốc Học viện, Phó Bí thư Đảng ủy Học viện	Chủ tịch
2.	PGS.TS. Trần Quang Anh	Phó Giám đốc Học viện	Phó chủ tịch
3.	TS. Tân Hạnh	Phó Giám đốc Học viện, Chủ tịch Công đoàn Học viện	Phó chủ tịch
4.	TS. Nguyễn Thị Hoàng Yến	Trưởng Bộ môn Marketing, Viện Kinh tế Bưu điện	Phó chủ tịch thường trực
5.	CN. Nguyễn Xuân Trường	Phó giám đốc Trung tâm ĐTBCVT1	Ủy viên thường trực
6.	TS. Trần Đình Nam	Phó viện trưởng, Phụ trách Viện Kinh tế Bưu điện	Ủy viên
7.	TS. Trương Đức Nga	Phụ trách Khoa QTKD2	Ủy viên
8.	TS. Nguyễn Văn Phước	Trưởng Bộ môn Marketing, Khoa Quản trị kinh doanh 2	Ủy viên
9.	TS. Nguyễn Bình Minh	Giảng viên Bộ môn Marketing, Viện Kinh tế Bưu điện	Ủy viên
10.	ThS. Lê Nguyễn Nam Trân	Giảng viên Bộ môn Marketing, Khoa Quản trị kinh doanh 2	Ủy viên
11.	ThS. Trần Thị Mỹ Hạnh	Trưởng trung tâm KT&ĐBCLGD	Ủy viên
12.	ThS. Nguyễn Thị Bích Liên	Kế toán trưởng, Trưởng phòng TCKT	Ủy viên
13.	ThS. Đặng Thu Hà	Trưởng phòng TCCB-LĐ	Ủy viên
14.	ThS. Nguyễn Chí Thành	Trưởng phòng Giáo vụ Thư ký Hội đồng Học viện	Ủy viên
15.	ThS. Đặng Văn Tùng	Quyền trưởng phòng Đào tạo Thành viên Hội đồng KH&ĐT	Ủy viên
16.	TS. Ngô Đức Thiện	Trưởng phòng QLKH&HTQT	Ủy viên
17.	ThS. Đỗ Hải Yến	Trưởng phòng Chính trị & CTSV	Ủy viên
18.	ThS. Trần Vũ Hải	Chánh văn phòng Học viện	Ủy viên
19.	ThS. Nguyễn Hoàng Thanh	Trưởng Trung tâm KT&ĐBCLGD - Cơ sở Học viện tại Tp.HCM	Ủy viên


STT	Họ và tên	Chức vụ	Nhiệm vụ
20.	ThS. Lê Quang Phú	Trưởng phòng ĐT&KHCN - Cơ sở Học viện tại Tp.HCM	Ủy viên
21.	ThS. Chung Hải Bằng	Bí thư Đoàn thanh niên Học viện	Ủy viên
22.	Nguyễn Đức Ca	Sinh viên Lớp D20MR03	Ủy viên
23.	ThS. Phạm Hồng Minh	CV Trung tâm KT&ĐBCLGD	Thư ký

(Danh sách gồm có 23 người)

DANH SÁCH THÀNH VIÊN BAN THƯ KÝ
(Kèm theo Quyết định số 1370/QĐ-HV ngày 14/10/2022 của Giám đốc Học viện)

STT	Họ và tên	Chức danh, chức vụ	Nhiệm vụ
1	CN. Nguyễn Xuân Trường	Phó Giám đốc Trung tâm Đào tạo Bưu chính Viễn thông I	Trưởng Ban
2	ThS. Phạm Lê Huy	Phó trưởng phòng TCCB-LĐ	Thành viên
3	KS. Nguyễn Hải Ngọc	CV Trung tâm KT&ĐBCLGD	Thành viên
4	ThS. Nguyễn Hải Yến	CV Phòng QLKH&HTQT	Thành viên
5	ThS. Nguyễn Hồng Huệ	Phó trưởng phòng Đào tạo	Thành viên
6	CN. Nguyễn Hồng Minh	CV Phòng Giáo vụ	Thành viên
7	ThS. Lê Thị Cẩm Thuần	Phó Chánh Văn phòng HV	Thành viên
8	ThS. Lê Thị Hội An	CV Phòng CT&CTSV	Thành viên
9	CN. Hà Hương Giang	Văn thư Học viện	Thành viên
10	CN. Võ Thị Diễm	Văn thư Cơ sở Học viện	Thành viên
11	ThS. Đặng Thị Thu Huyền	Trợ lý Khoa- Viện Kinh tế Bưu điện	Thành viên
12	ThS. Nguyễn Thị Phương Dung	Giảng viên Bộ môn Marketing, Viện Kinh tế Bưu điện	Thành viên
13	ThS. Nguyễn Hoàng Thanh	Phó trưởng Trung tâm KT&ĐBCLGD Cơ sở Học viện tại Tp.HCM	Thành viên
14	ThS. Phạm Hồng Minh	CV Trung tâm KT&ĐBCLGD	Thư ký

(Danh sách gồm có 14 người)


DANH SÁCH CÁC NHÓM CÔNG TÁC CHUYÊN TRÁCH
 (Kèm theo Quyết định số 170/QĐ-HV ngày 14/10/2022 của Giám đốc Học viện)

Nhóm 1: Viết báo cáo Tiêu chuẩn 1, 2 và 3

TT	Họ và tên	Chức danh, chức vụ	Nhiệm vụ
1	TS. Nguyễn Thị Hoàng Yến	Trưởng Bộ môn Marketing, Viện Kinh tế Bưu điện	Trưởng nhóm
2	TS. Nguyễn Văn Phước	Trưởng Bộ môn Marketing, Khoa QTKD2	Thành viên
3	ThS. Đặng Văn Tùng	Q. Trưởng phòng Đào tạo	Thành viên
4	ThS. Lê Bảo Ngọc	Giảng viên Bộ môn Marketing, Viện Kinh tế Bưu điện 1	Thành viên
5	ThS. Nguyễn Thị Phương Dung	Giảng viên Bộ môn Marketing, Viện Kinh tế Bưu điện	Thư ký

Nhóm 2: Viết báo cáo Tiêu chuẩn 4 và Tiêu chí 10.1, 10.2 và 10.3

TT	Họ và tên	Chức vụ	Nhiệm vụ
1	TS. Nguyễn Bình Minh	Giảng viên Bộ môn Marketing, Viện Kinh tế Bưu điện	Trưởng nhóm
2	ThS. Nguyễn Việt Dũng	Giảng viên Bộ môn Marketing, Viện Kinh tế Bưu điện	Thành viên
3	ThS. Đỗ Hải Yến	Trưởng phòng CT&CTSV	Thành viên
4	ThS. Nguyễn Chí Thành	Trưởng phòng Giáo vụ	Thành viên
5	ThS. Trần Thanh Hương	Giảng viên Bộ môn Marketing, Viện Kinh tế Bưu điện	Thư ký

Nhóm 3: Viết báo cáo Tiêu chuẩn 5 và các tiêu chí 10.6 và 11.5

TT	Họ và tên	Chức vụ	Nhiệm vụ
1	ThS. Trần Thị Mỹ Hạnh	Trưởng TT. KT&ĐBCLGD	Trưởng nhóm
2	ThS. Lê Thị Hội An	CV Phòng CT&CTSV	Thành viên
3	ThS. Lê Thị Cẩm Thuần	Phó Chánh Văn phòng Học viện	Thành viên
4	KS. Nguyễn Hải Ngọc	CV Trung tâm KT&ĐBCLGD	Thành viên
5	ThS. Phạm Hồng Minh	CV Trung tâm KT&ĐBCLGD	Thư ký

Nhóm 4: Viết báo cáo Tiêu chuẩn 6 và 7 (trừ tiêu chí 6.7).

TT	Họ và tên	Chức vụ	Nhiệm vụ
1	ThS. Đặng Thu Hà	Trưởng phòng TCCB-LĐ	Trưởng nhóm
2	Ks Phan Văn Soát	Trưởng phòng TCHC CSHV	Thành viên

TT	Họ và tên	Chức vụ	Nhiệm vụ
3	ThS. Vũ Tuấn Anh	CV Phòng TCCB-LĐ	Thành viên
4	CN. Cao Hải Yến	CV Phòng TCCB-LĐ	Thành viên
5	ThS. Phạm Lê Huy	Phó Trưởng phòng TCCB-LĐ	Thư ký

Nhóm 5: Viết báo cáo Tiêu chí 6.7, 9.2, 10.4 và 11.4

TT	Họ và tên	Chức vụ	Nhiệm vụ
1	TS. Ngô Đức Thiện	Trưởng P. QL KHCN&HTQT	Trưởng nhóm
2	ThS. Phạm Lê Huy	Phó Trưởng phòng TCCB-LĐ	Thành viên
3	ThS. Lê Quang Phú	Trưởng phòng ĐT&KHCN Cơ sở Học viện tại Tp.HCM	Thành viên
4	CN. Bùi Minh Huệ	CV Phòng QLKHCN&HTQT	Thành viên
5	ThS. Nguyễn Hải Yến	CV Phòng QLKHCN&HTQT	Thư ký

Nhóm 6: Viết báo cáo Tiêu chí 8.1 và 8.2

TT	Họ và tên	Chức vụ	Nhiệm vụ
1	ThS. Đặng Văn Tùng	Quyền Trưởng phòng Đào tạo	Trưởng nhóm
2	ThS. Đinh Thị Bích Hạnh	CV Phòng Đào tạo	Thành viên
3	ThS. Chung Hải Bằng	Bí thư Đoàn thanh niên HV	Thành viên
4	ThS. Lê Quang Phú	Trưởng phòng ĐT&KHCN Cơ sở Học viện tại Tp.HCM	Thành viên
5	ThS. Nguyễn Hồng Huệ	Phó trưởng phòng Đào tạo	Thư ký

Nhóm 7: Viết báo cáo Tiêu chí 8.3, 11.1 và 11.2

TT	Họ và tên	Chức vụ	Nhiệm vụ
1	ThS. Nguyễn Chí Thành	Trưởng phòng Giáo vụ Thư ký Hội đồng Học viện	Trưởng nhóm
2	ThS Nguyễn Xuân Khánh	Trưởng phòng Giáo vụ CSHV	Thành viên
3	ThS. Đỗ Hải Yến	Trưởng phòng CT&CTSV	Thành viên
4	ThS. Nguyễn Trung Hiếu	CV Phòng Giáo vụ	Thành viên
5	CN. Nguyễn Hồng Minh	CV Phòng Giáo vụ	Thư ký

Nhóm 8: Viết báo cáo Tiêu chí 8.4, 8.5, 9.5 và 11.3

TT	Họ và tên	Chức vụ	Nhiệm vụ
1	ThS. Đỗ Hải Yến	Trưởng phòng CT&CTSV	Trưởng nhóm

TT	Họ và tên	Chức vụ	Nhiệm vụ
2	ThS. Trần Quang Thuận	Phó trưởng phòng, Phụ trách phòng Công tác Sinh viên CSHV	Thành viên
3	CN Vương Đình Bách	CVC Văn phòng	Thành viên
4	ThS. Chung Hải Bằng	Bí thư Đoàn thanh niên HV	Thành viên
5	ThS. Lê Thị Hội An	CV Phòng CT&CTSV	Thư ký

Nhóm 9: Viết báo cáo Tiêu chí 9.1, 9.3, 9.4 và 10.5

TT	Họ và tên	Chức vụ	Nhiệm vụ
1	ThS. Trần Vũ Hải	Chánh văn phòng Học viện	Trưởng nhóm
2	ThS. Nguyễn Thanh Vân	Trưởng phòng CSVC CSHV	Thành viên
3	TS. Nguyễn Quý Sỹ	Trưởng TT Thí nghiệm TH	Thành viên
4	ThS. Trần Quang Hưng	CV Phòng Kế hoạch Đầu tư	Thành viên
5	KS. Cao Xuân Hiến	Giám đốc Trung tâm Dịch vụ	Thành viên
6	CN. Vũ Thị Huyền	CV Phòng Tài chính - Kế toán	Thành viên
7	ThS. Lê Thị Cẩm Thuần	Phó chánh Văn phòng Học viện	Thư ký

KẾ HOẠCH TỰ ĐÁNH GIÁ CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO NGÀNH MARKETING TRÌNH ĐỘ ĐẠI HỌC

I. Mục đích tự đánh giá

Hoạt động tự đánh giá chất lượng chương trình đào tạo (CTĐT) ngành Marketing sẽ giúp Học viện và Bộ môn Marketing thuộc Viện Kinh tế, Bưu điện và Khoa Quản trị kinh doanh 2 (sau đây gọi chung là Bộ môn Marketing) đạt được các mục đích sau:

- Đo lường mức độ đáp ứng chất lượng đào tạo cử nhân Marketing so với Bộ tiêu chuẩn đánh giá chất lượng CTĐT ban hành kèm theo Thông tư 04/2016/TT-BGDĐT, ngày 14/03/2016 của Bộ GD&ĐT, từ đó có giải pháp phù hợp nhằm đảm bảo, nâng cao chất lượng và hiệu quả các lĩnh vực hoạt động của Học viện; tự xem xét, đánh giá CTĐT của Học viện để báo cáo về tình trạng chất lượng, hiệu quả hoạt động đào tạo, NCKH, nhân lực, cơ sở vật chất và các vấn đề liên quan khác thuộc CTĐT Marketing để điều chỉnh các nguồn lực và quá trình thực hiện nhằm đáp ứng được các mục tiêu đề ra và hoàn thành sứ mạng của Học viện đối với xã hội và cộng đồng.

- Thực hiện việc giải trình với cơ quản lý nhà nước có thẩm quyền và xã hội về thực trạng chất lượng của chương trình đào tạo, làm cơ sở cho người học lựa chọn chương trình và nhà tuyển dụng lao động lựa chọn nhân lực được đào tạo từ Học viện.

- Là cơ sở để Học viện cải tiến chất lượng của CTĐT, đồng thời thể hiện tính tự chủ và trách nhiệm giải trình của Học viện trong toàn bộ hoạt động đào tạo, nghiên cứu khoa học, dịch vụ xã hội. Tự đánh giá (TĐG) CTĐT đồng thời tạo cơ sở dữ liệu cơ bản, đảm bảo tính khoa học cho việc điều chỉnh mục tiêu cho giai đoạn tiếp theo, lập kế hoạch nâng cao chất lượng và triển khai thực hiện kế hoạch. Giúp các bên liên quan biết rõ các điểm mạnh cũng như các vấn đề còn tồn tại của CTĐT ngành Marketing theo hệ thống, qua đó đề xuất và thực hiện các biện pháp cải tiến và nâng cao chất lượng CTĐT ngành Marketing hiệu quả hơn.

- Là cơ sở để đăng ký đánh giá ngoài và đề nghị công nhận đạt tiêu chuẩn chất lượng CTĐT ngành Marketing.

II. Phạm vi tự đánh giá

Bộ môn Marketing tiến hành đánh giá các hoạt động thực hiện CTĐT ngành Marketing theo tiêu chuẩn đánh giá chất lượng CTĐT do Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo ban hành, dưới sự chỉ đạo của Hội đồng Học viện, Ban Giám đốc Học viện và sự cung cấp thông tin, minh chứng của các đơn vị chức năng Học viện, qua các thông tin và minh chứng trong 5

năm, giai đoạn 2018-2022 (Từ ngày 01/01/2017 đến ngày 30/6/2022).

III. Công cụ tự đánh giá

Quá trình tự đánh giá CTĐT ngành Marketing của Học viện được dựa theo từng tiêu chuẩn, tiêu chí của bộ tiêu chuẩn KĐCL CTĐT các trình độ của GDĐH ban hành kèm theo Thông tư số 04/2016/TT-BGD&ĐT ngày 14/3/2016 của BGD&ĐT và các tài liệu hướng dẫn của Cục Quản lý chất lượng, Bộ GD&ĐT.

IV. Hội đồng tự đánh giá

1. Thành phần Hội đồng tự đánh giá

Hội đồng tự đánh giá CTĐT ngành Marketing được thành lập theo Quyết định số 1370/QĐ-HV ngày 14 tháng 10 năm 2022 của Giám đốc Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông (Học viện), Hội đồng gồm có 23 thành viên (danh sách kèm theo).

2. Ban thư ký và các nhóm công tác chuyên trách (danh sách kèm theo)

3. Phân công thực hiện nhiệm vụ

a) Ban thư ký:

- Phối hợp với các nhóm công tác chuyên trách tổ chức thu thập thông tin minh chứng cho các tiêu chí, tiêu chuẩn theo tài liệu hướng dẫn đánh giá chất lượng CTĐT các trình độ của giáo dục đại học (GDĐH) tại công văn số 1669/QLCL-KĐCLGD ngày 31/12/2019 của Cục Quản lý chất lượng, Bộ Giáo dục và Đào tạo.

- Tổ chức biên soạn phần I. Tổng quan và phần IV. Cơ sở dữ liệu kiểm định của Báo cáo TĐG CTĐT ngành Marketing.

b) Các nhóm công tác chuyên trách, cá nhân

TT	Tiêu chuẩn Tiêu chí	Cơ sở dữ liệu kiểm định	Nhóm công tác, cá nhân chịu trách nhiệm	Thời gian thu thập thông tin và minh chứng	Ghi chú
1	Tiêu chuẩn 1, 2 và 3	Mục 13 đến 21 Mục 25 đến 32	Nhóm 1	15/10/2022 - 15/11/2022	
2	- Tiêu chuẩn 4 - Tiêu chí 10.1, 10.2 và 10.3		Nhóm 2	15/10/2022 - 15/11/2022	
3	- Tiêu chuẩn 5 - Tiêu chí 10.6 và 11.5		Nhóm 3	15/10/2022 - 15/11/2022	
4	- Tiêu chuẩn 6 (trừ tiêu chí 6.7). - Tiêu chuẩn 7	Mục 22, 23, 24 Mục 33 đến 37	Nhóm 4	15/10/2022 - 15/11/2022	
5	Tiêu chí 6.7, 9.2, 10.4 và 11.4	Mục 42, 60 Mục 45 đến 55	Nhóm 5	15/10/2022 - 15/11/2022	
6	Tiêu chí 8.1 và 8.2	Mục 38, 39, 40	Nhóm 6	15/10/2022 - 15/11/2022	

TT	Tiêu chuẩn Tiêu chí	Cơ sở dữ liệu kiểm định	Nhóm chịu trách nhiệm	Thời gian thu thập thông tin và minh chứng	Ghi chú
7	Tiêu chí 8.3, 11.1 và 11.2	Mục 43.	Nhóm 7	15/10/2022 - 15/11/2022	
8	Tiêu chí 8.4, 8.5, 9.5 và 11.3	Mục 44	Nhóm 8	15/10/2022 - 15/11/2022	
9	Tiêu chí 9.1, 9.3, 9.4 và 10.5	Mục 41, 56, 57, 58, 59, 61	Nhóm 9	15/10/2022 - 15/11/2022	

V. Tập huấn nghiệp vụ tự đánh giá

1. Thời gian: 05 ngày, dự kiến trong tháng 11/2022

2. Thành phần: Lãnh đạo Học viện; cán bộ giảng viên làm công tác đảm bảo CLGD; thành viên hội đồng tự đánh giá các chương trình đào tạo, Ban Thư ký và các nhóm công tác chuyên trách của các chương trình đào tạo đăng ký tự đánh giá năm 2022.

3. Nội dung, chương trình tập huấn:

- Tập huấn về kỹ năng viết báo cáo tự đánh giá để kiểm định chất lượng chương trình đào tạo theo Thông tư 04/2016/TT-BGDĐT ban hành ngày 14/3/2016. Các nội dung chính của khóa tập huấn gồm:

- Hướng dẫn xác định minh chứng và thực hành viết các tiêu chí theo Bộ tiêu chuẩn đánh giá chất lượng theo Thông tư 04/2016/TT-BGDĐT theo từng nhóm.

VI. Dự kiến các nguồn lực (nhân lực, tài chính, ...) và thời điểm cần huy động/cung cấp

Giao Trung tâm Khảo thí và Đảm bảo Chất lượng giáo dục xây dựng kế hoạch huy động các nguồn lực phục vụ cho công tác TĐG CTĐT ngành Marketing (Nhân sự, tài chính, CSVC, trang thiết bị, ...) báo cáo Lãnh đạo Học viện phê duyệt và tổ chức thực hiện.

VII. Dự kiến thu thập thông tin từ nguồn ngoài cơ sở giáo dục và đơn vị thực hiện chương trình đào tạo

Các thông tin cần thu thập từ bên ngoài do các nhóm chuyên trách đề nghị (cụ thể về nguồn cung cấp, thời gian cần thu thập, kinh phí cần có).

VIII. Dự kiến thuê chuyên gia tư vấn để giúp Hội đồng triển khai TĐG

Thuê chuyên gia hướng dẫn tìm minh chứng và thực hành viết các tiêu chí theo Bộ tiêu chuẩn đánh giá chất lượng theo Thông tư 04/2016/TT-BGDĐT cho Hội đồng TĐG, Ban Thư ký và các Nhóm công tác chuyên trách.

Khảo sát ý kiến của các chuyên gia, doanh nghiệp, cựu sinh viên tốt nghiệp ngành Kế toán tại Học viện

Đối sánh tỷ lệ sinh viên NCKH, tốt nghiệp, thôi học với cùng chuyên ngành của các trường đại học khác trong và ngoài nước.

....

IX. Lập Bảng danh mục mã minh chứng

Sau khi các nhóm công tác, cá nhân thực hiện xác định nội hàm, phân tích tiêu chí tìm minh chứng cho từng tiêu chí; phân loại và mã hoá các minh chứng thu được. Hội đồng TĐG thảo luận các minh chứng cho từng tiêu chí đã thu thập được và lập Bảng danh mục mã minh chứng.

Bảng danh mục mã minh chứng được trình bày bằng chiều ngang của khổ A4 (có thể để riêng và để ở phần Phụ lục của báo cáo TĐG).

X. Thời gian và nội dung hoạt động

Thời gian	Nội dung hoạt động
Tuần 1 (03/10/2022÷ 09/10/2022)	<ol style="list-style-type: none"> Họp Ban giám đốc Học viện và Lãnh đạo Bộ môn Marketing để thảo luận mục đích, yêu cầu, thời gian và xác định các thành viên của Hội đồng TĐG CTĐT. Giám đốc Học viện ký quyết định thành lập Hội đồng TĐT. Họp Hội đồng TĐG CTĐT để: <ul style="list-style-type: none"> Công bố quyết định thành lập Hội đồng TĐG. Thảo luận về nhiệm vụ cụ thể cho từng thành viên Hội đồng; phân công nhiệm vụ cho từng thành viên Hội đồng, Ban thư ký và các Nhóm công tác chuyên trách. Trao đổi, thống nhất Kế hoạch TĐG CTĐT. Thông nhất dự thảo Đề cương báo cáo TĐG.
Tuần 2-3 (10/10/2022÷ 23/10/2022)	<ol style="list-style-type: none"> Báo cáo Giám đốc Học viện phê duyệt và công bố kế hoạch TĐG. Phổ biến chủ trương triển khai TĐG đến toàn thể cán bộ quản lý, giảng viên, nhân viên và sinh viên tham gia thực hiện TĐG CTĐT. Tổ chức hội thảo về chuyên môn, nghiệp vụ triển khai TĐG cho đội ngũ cán bộ tham gia Hội đồng TĐG và cán bộ chủ chốt các đơn vị có liên quan. Phân tích tiêu chí, thu thập thông tin và minh chứng; phân tích và mã hoá các thông tin và minh chứng thu được. Phân tích, lý giải nội hàm của các minh chứng để xem xét sự phù hợp của minh chứng với các yêu cầu trong từng tiêu chí, tiêu chuẩn đánh giá chất lượng CTĐT.
Tuần 4-5 (24/10/2022÷ 06/11/2022)	<ol style="list-style-type: none"> Các nhóm công tác chuyên trách viết các báo cáo của từng tiêu chí (thu thập thông tin bổ sung nếu cần thiết). Trưởng các nhóm chuyên trách tổng hợp các báo cáo tiêu chí thành các báo cáo tiêu chuẩn (thu thập thông tin bổ sung nếu cần thiết).
Tuần 6 (07/11/2022÷ 13/11/2022)	<p>Hội đồng TĐG CTĐT:</p> <ul style="list-style-type: none"> Xem xét các báo cáo tiêu chuẩn, tiêu chí do các nhóm chuyên trách dự thảo; Kiểm tra lại các thông tin và minh chứng được sử dụng trong báo cáo TĐG; Xác định các vấn đề phát sinh từ các thông tin và minh chứng thu được; Xác định các thông tin cần thu thập bổ sung; Thư ký HĐ tập hợp các báo cáo tiêu chuẩn thành dự thảo báo cáo TĐG CTĐT.
Tuần 7 (14/11/2022÷ 20/11/2022)	<ol style="list-style-type: none"> Hội đồng TĐG CTĐT xem xét dự thảo báo cáo TĐG và đề xuất những chỉnh sửa (nếu cần). Hội đồng TĐG CTĐT họp với các khoa, phòng, ban, ... để thảo luận về báo cáo TĐG, xin ý kiến góp ý.

Thời gian	Nội dung hoạt động
Tuần 8 (21/11/2022÷ 27/11/2022)	1. Công bố bản báo cáo TĐG (đã chỉnh sửa sau góp ý của các khoa, bộ môn, phòng, ban, ...) trong nội bộ Học viện và Bộ môn Marketing. 2. Các khoa, bộ môn, phòng ban, cán bộ quản lý, giảng viên, nhân viên, người học, đóng góp ý kiến phản biện về báo cáo TĐG.
Tuần 9 (28/11/2022÷ 04/12/2022)	1. Hội đồng TĐG CTĐT họp để tiếp tục bổ sung và hoàn thiện báo cáo TĐG theo các ý kiến phản biện. 2. Hội đồng TĐG CTĐT thông qua báo cáo TĐG; hoàn thiện báo cáo TĐG và trình Giám đốc Học viện phê duyệt.
Tuần 10 (05/12/2022÷ 11/12/2022)	1. Học viện gửi báo cáo TĐG và công văn cho Cục Quản lý chất lượng, Bộ GD&ĐT để đăng ký đánh giá ngoài. 2. Học viện bảo quản báo cáo TĐG, lưu giữ các thông tin minh chứng theo thứ tự mã minh chứng đã ghi trong báo cáo TĐG.

Nơi nhận:

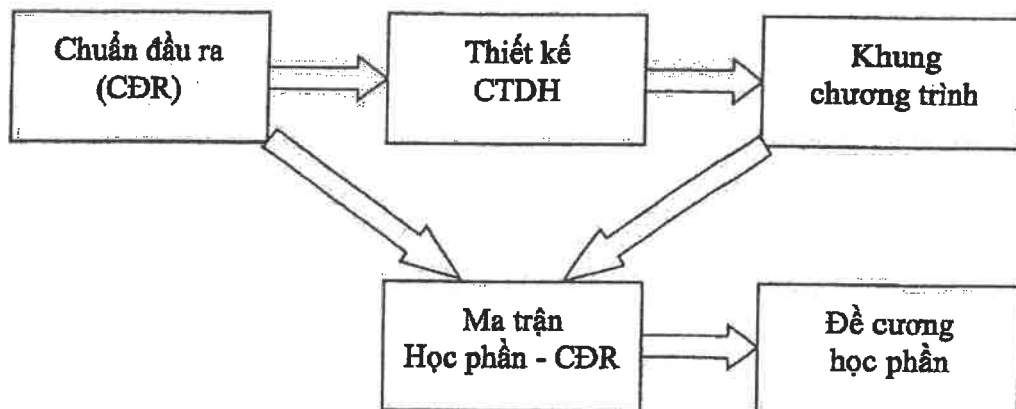
- Bộ TT&TT (để b/c);
- Hội đồng TĐG (để t/h);
- Các đơn vị thuộc Học viện (để t/h);
- Lưu VT, KT&ĐBCLGD



Đặng Hoài Bắc

3. Các bảng biểu, sơ đồ tổng hợp, thống kê,... phục vụ tự đánh giá CTĐT

(1). Hình 3.1: Quy trình thiết kế, xây dựng CTDH



(2) Bảng 3.1: Tổng quát CĐR của CTDH ngành Marketing năm 2022

TT	Nhóm CĐR	Ký hiệu	Giải thích
1	Các CĐR về kiến thức	LO1 – LO11	<p>LO1. Hiểu và vận dụng được kiến thức cơ bản về lý luận chính trị Triết học Mác Lênin, Kinh tế chính trị Mác-Lênin, chủ nghĩa xã hội khoa học, tư tưởng Hồ Chí Minh, Lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam và các kiến thức về pháp luật Việt Nam vào giải quyết các vấn đề kinh tế-xã hội trong thực tiễn;</p> <p>LO2. Hiểu và vận dụng được các kiến thức cơ bản phục vụ hoạt động kinh doanh như về toán kinh tế, xác suất thống kê, kinh tế lượng, quản trị học, , quản trị dự án...vào giải quyết vấn đề kinh doanh và Marketing của tổ chức, doanh nghiệp;</p> <p>LO3. Phân tích và vận dụng được những vấn đề cơ bản của môi trường Marketing hiện đại, hành vi khách hàng vào thực tiễn hoạt động Marketing của tổ chức, doanh nghiệp;</p> <p>LO4. Hiểu và vận dụng được tư duy và quan điểm Marketing hiện đại; những khái niệm, quy trình và nguyên lý nền tảng về Marketing vào thực tiễn hoạt động Marketing của tổ chức, doanh nghiệp;</p> <p>LO5. Hiểu và vận dụng được lĩnh vực/chức năng và công cụ Marketing cơ bản; phân tích, đánh giá và sử dụng một cách phối hợp các công cụ Marketing tác nghiệp nhằm tối</p>

TT	Nhóm CĐR	Ký hiệu	Giải thích
			<p>ưu hoạt động Marketing của doanh nghiệp/tổ chức trong môi trường cạnh tranh và biến động;</p> <p>LO6. Hiểu và vận dụng được các kiến thức nền tảng về Marketing số, các công nghệ và công cụ Marketing số, thương mại điện tử vào thực tiễn hoạt động Marketing của các tổ chức, doanh nghiệp trong môi trường số;</p> <p>LO7. Hiểu và vận dụng được các nguyên tắc và qui trình lập kế hoạch, triển khai và giám sát các hoạt động Marketing nói chung và Marketing số nói riêng trong thực tiễn bối cảnh cụ thể của các tổ chức, doanh nghiệp;</p> <p>LO8. Hiểu và phân tích được bản chất, vai trò, các loại hình dữ liệu kinh doanh/Marketing, các phương pháp thu thập và phân tích dữ liệu kinh doanh/Marketing, quản trị dữ liệu; có thể vận dụng kiến thức về dữ liệu, quản trị dữ liệu vào các quyết định Marketing của tổ chức/doanh nghiệp.</p> <p>LO9. Hiểu được các kiến thức chuyên sâu về các kênh Marketing số cơ bản (web, social media, search engine) và các công nghệ, công cụ Marketing số liên quan; vận dụng được các kiến thức chuyên sâu trên vào lập kế hoạch, triển khai và kiểm tra, đánh giá hoạt động và chiến dịch Marketing trong môi trường số;</p> <p>LO10. Hiểu được các kiến thức chuyên sâu về khai phá dữ liệu, phân tích, đánh giá thành tích hoạt động Marketing và Marketing số để có thể đề xuất các hoạt động cải thiện nhằm tối hoạt động Marketing và Marketing số của các tổ chức, doanh nghiệp;</p> <p>LO11. Hiểu được các kiến thức chuyên sâu về các hình thức và công cụ truyền thông Marketing cơ bản; có khả năng lập kế hoạch, triển khai, đánh giá các hoạt động/chiến dịch truyền thông Marketing của các tổ chức, doanh nghiệp.</p>

TT	Nhóm CDR	Ký hiệu	Giải thích
2	CDR kỹ năng nghề nghiệp	LO12 – LO20	<p>LO12. Có khả năng sử dụng các kỹ năng cơ bản về phân tích môi trường Marketing và thấu hiểu người tiêu dùng;</p> <p>LO13. Có khả năng sử dụng các kỹ năng thu thập, phân tích và diễn giải các loại dữ liệu cơ bản (dữ liệu sơ cấp, dữ liệu thứ cấp, dữ liệu người dùng để lại trong môi trường Internet, dữ liệu số) và quản trị cơ sở dữ liệu nhằm phục vụ cho các quyết định Marketing;</p> <p>LO14. Có khả năng sử dụng kỹ năng lập kế hoạch, triển khai, đánh giá và theo dõi hoạt động Marketing nói chung, Marketing số nói riêng;</p> <p>LO15. Có khả năng sử dụng kỹ năng chuyên sâu để lựa chọn và phối hợp các kênh và công cụ Marketing số nhằm xây dựng kế hoạch và triển khai các chương trình và chiến dịch Marketing số</p> <p>LO16. Có khả năng sử dụng kỹ năng chuyên sâu về phân tích Marketing và phân tích Marketing số nhằm đánh giá thành tích và kết quả hoạt động Marketing nhằm phục vụ cho các quyết định điều chỉnh chiến lược, kế hoạch và các chương trình Marketing để mang lại thành tích tốt hơn cho tổ chức, doanh nghiệp;</p> <p>LO17. Có khả năng sử dụng kỹ năng chuyên sâu để lựa chọn và phối hợp các hình thức và công cụ truyền thông Marketing cơ bản; lập kế hoạch, triển khai, đánh giá các hoạt động/chiến dịch truyền thông Marketing của các tổ chức, doanh nghiệp.</p> <p>LO18. Có khả năng tư duy hệ thống, logic, sáng tạo và khoa học nhằm có thể vận dụng tốt các kiến thức và kỹ năng chuyên môn được học vào thực tiễn hoạt động Marketing của tổ chức, doanh nghiệp trong môi trường đầy biến động;</p> <p>LO19. Có khả năng sử dụng các kỹ năng mềm phục vụ cho việc thực hiện các công việc một cách chuyên nghiệp, bao</p>

TT	Nhóm CĐR	Ký hiệu	Giải thích
			gồm: kỹ năng lập kế hoạch, kỹ năng làm việc nhóm, kỹ năng giao tiếp, trình bày, kỹ năng giải quyết vấn đề... trong các tình huống công việc đa dạng; LO20. Có khả năng sử dụng những phần mềm phân tích dữ liệu cơ bản (Excel, SPSS...).
3	CĐR ngoại ngữ	LO21 – LO22	LO21. Đạt năng lực tiếng Anh tương đương với trình độ B1 khung tham chiếu chung Châu Âu (CEFR) hay Bậc 3 theo khung năng lực ngoại ngữ 6 bậc dùng cho Việt Nam; LO22. Có khả năng sử dụng tiếng Anh cơ bản trong các hoạt động liên quan đến nghề nghiệp được đào tạo.
4	CĐR năng lực tự chủ và trách nhiệm	LO23 – LO24	LO23. Có khả năng tự học tập, nghiên cứu, tích lũy kinh nghiệm để thích nghi với môi trường làm việc năng động; LO24. Có phẩm chất đạo đức, ý thức nghề nghiệp, trách nhiệm công dân, tôn trọng và chấp nhận pháp luật, có ý thức tổ chức kỷ luật và tinh thần hợp tác.

(3) Bảng 3.2: Chuẩn đầu ra, khối kiến thức và học phần của CTDH

TT	Khối kiến thức	Số tín chỉ	Đáp ứng CĐR
1	Kiến thức giáo dục đại cương	47	Các CĐR chung
	<i>Trong đó:</i>		
	- Khối kiến thức chung về lý luận chính trị	29	
	- Khối kiến thức khoa học cơ bản/ khoa học xã hội	18	
2	Kiến thức giáo dục chuyên nghiệp	81	Các CĐR cơ sở ngành Các CĐR chuyên ngành
	<i>Trong đó:</i>		
	- Kiến thức cơ sở khối ngành và ngành	57	
	- Kiến thức chuyên ngành	14	
	- Thực tập và tốt nghiệp	10	
	Tổng cộng	128	

(4). Bảng 3.3: Ma trận liên kết giữa học phần và CĐR

TT	Tên học phần	Chiến đấu ra																							
		LO1	LO2	LO3	LO4	LO5	LO6	LO7	LO8	LO9	LO10	LO11	LO12	LO13	LO14	LO15	LO16	LO17	LO18	LO19	LO20	LO21	LO22	LO23	LO24
Kiến thức giáo dục đại cương																									
30	Ứng dụng đa phương tiện trong kinh doanh				3,5																				
31	Quản lý dự án				3,5	3,5																			
32	Thương mại điện tử				3,5	3,5																			
33	Quản trị marketing				4	4	4							4											
34	Phương pháp nghiên cứu marketing				4		4					4	4	4					4					4	
35	Truyền thông marketing tích hợp				4	4	4					4												4	
36	Marketing dịch vụ				3,5							3,5												3,5	
37	Marketing công nghiệp				3,5							3,5												3,5	
38	E-Marketing					3,5	3,5					3,5	3,5	3,5										3,5	
39	Kế toán quản trị (học phần lựa chọn)	3						3																	
40	Quản trị thương hiệu (học phần lựa chọn)				3	3						3													
41	Quản trị bán hàng (học phần lựa chọn)				3	3																			
42	Phân tích hoạt động kinh doanh (học phần lựa chọn)	3						3																	
43	Luật kinh doanh (học phần lựa chọn)	3						3																	3
Chuyên ngành Internet marketing																									
44	Phân tích web								4						4			4						4	
45	Marketing qua phương tiện truyền thông xã hội								4						4			4						4	
46	Tổng quan về biên tập web								4						4			4						4	
47	Marketing bằng công cụ tìm kiếm								4						4			4						4	
48	Bê án: Kế hoạch Internet marketing								4						4			4						4	
Chuyên ngành Phân tích Dữ liệu Marketing số																									
49	Phân tích Marketing									4						4		4						4	
50	Khái niệm dữ liệu trong Marketing									4						4		4						4	
51	Phân tích web									4						4		4						4	
52	Marketing qua phương tiện truyền thông xã hội									4						4		4						4	
53	Trí tuệ Marketing									4						4		4						4	
Chuyên ngành Truyền thông Marketing																									
54	Chiến lược phương tiện truyền thông										4						4	4						4	
55	Quan hệ công chúng										4						4	4						4	
56	Marketing trực tiếp										4						4	4						4	

TT	Tên học phần	Chiều đầu ra																							
		LO1	LO2	LO3	LO4	LO5	LO6	LO7	LO8	LO9	LO10	LO11	LO12	LO13	LO14	LO15	LO16	LO17	LO18	LO19	LO20	LO21	LO22	LO23	LO24
Kiến thức giáo dục đại cương																									
57	Quản trị quảng cáo											4							4	4					4
58	Đề án: Kế hoạch Truyền thông marketing											4							4	4					4
Kỹ năng																									
59	Kỹ năng thuyết trình																								3
60	Kỹ năng làm việc nhóm																								3
61	Kỹ năng tạo lập Văn bản																								3
62	Kỹ năng lập kế hoạch và tổ chức công việc																								3
63	Kỹ năng giao tiếp																								3
64	Kỹ năng giải quyết vấn đề																								3
65	Kỹ năng tự duy sáng tạo																								3
Thực tập và tài nghiệp																									
Tài nghiệp																									
																									3
																									3

(5). Bảng 3.4: Các phương pháp dạy – học, phương pháp kiểm tra đánh giá CTDH ngành Marketing (khối kiến thức chung)

STT	Mã học phần	Tên học phần	Các phương pháp giảng dạy				Các phương pháp đánh giá					
			Giảng lý thuyết	Đọc tài liệu và BC	Bài tập + case study	T hành + thí nghiệm	Thi viết tự luận	Thi trắc nghiệm	Vấn đáp	Bài tập lớn + vấn	Tiểu luận + báo cáo	Thực hành + vấn đáp
Khối kiến thức chung												
1	BAS1150	Triết học Mác - Lênin	X		X		X	X				X
2	BAS1151	Kinh tế chính trị Mác - Lênin	X		X		X	X				X
3	BAS1152	Chủ nghĩa xã hội khoa học	X		X		X	X				X
4	BAS1122	Tư tưởng Hồ Chí Minh	X		X		X	X				X
5	BAS1153	Lịch sử Đảng cộng sản Việt Nam	X		X		X	X				X
6	BAS1157	Tiếng Anh (Course 1) (*)	X		X		X	X	X			
7	BAS1158	Tiếng Anh (Course 2)	X		X		X	X	X			
8	BAS1159	Tiếng Anh (Course 3)	X		X		X	X	X			
9	BAS1160	Tiếng Anh (Course 3 Plus)	X		X		X	X	X			
10	INT1154	Tin học cơ sở 1	X		X	X			X			X
11	INT1155	Tin học cơ sở 2	X		X	X				X		X

(6) Bảng 3.5. Các phương pháp dạy - học, phương pháp kiểm tra đánh giá CTDH ngành Marketing (khối kiến thức chuyên ngành Phân tích dữ liệu Marketing số)

STT	Mã học phần	Tên học phần	Các phương pháp giảng dạy					Các phương pháp đánh giá				
			Giảng lý thuyết	Đọc tài liệu và BC	Bài tập + case study	T.hành + thí nghiệm	Thi viết tự luận	Thi trắc nghiệm	Vấn đáp	Bài tập lớn + vấn đáp	Tiểu luận + báo cáo	Thực hành + vấn đáp
Chuyên ngành Phân tích dữ liệu Marketing số												
1	MAR1437	Phân tích Marketing	X		X		X				X	
2	MAR1438	Khai phá dữ liệu trong Marketing	X		X					X	X	
3	MAR1408	Phân tích web	X		X		X				X	
4	MAR1406	Marketing qua phương tiện truyền thông xã hội	X		X		X				X	
5	MAR1439	Trí tuệ Marketing	X		X					X	X	

(7) Bảng 6. 1: Thành tích thi đua và khen thưởng của GV Bộ môn Marketing

Năm	Giấy khen của GDHV	Giấy khen của Bộ TT&TT	Chiến sĩ thi đua cấp cơ sở	Chiến sĩ thi đua cấp bộ
2018	3	2	11	1
2019	4	2	6	1
2020	5	1	5	2
2021	3	2	6	0
2022	3	1	3	1
Tổng	18	8	31	5

(8) Bảng 6.2: Bảng thống kê số lượng đề tài nghiên cứu các cấp giai đoạn 2017 - 2022 do Giảng viên Bộ môn Marketing thực hiện

TT	Phân loại đề tài	Năm học					Tổng
		2018	2019	2020	2021	2022	
1	Đề tài cấp NN	0	0	0	0	0	0
2	Đề tài cấp Bộ và tương đương	1	1	1	2	1	6
3	Đề tài cấp Học viện	17	23	31	24	19	114

(9) Bảng 6.3: Bảng thống kê số lượng bài báo được công bố giai đoạn 2017 - 2022 do giảng viên Bộ môn Marketing thực hiện.

TT	Phân loại bài báo	Năm học					Tổng
		2018	2019	2020	2021	2022	
1	Bài báo trong nước	17	23	31	24	19	114
2	Bài báo quốc tế	7	3	6	4	5	25
	Bài ISI/Scopus	0	0	0	1	1	2
Tổng		24	26	37	28	24	139

(10) Bảng 6.4: Bảng thống kê số lượng bài báo được công bố trên các tạp chí khoa học quốc tế thuộc danh mục ISI/Scopus 2017 - 2022 do GV Bộ môn Marketing thực hiện.

STT	Năm học	ISI/Scopus	Q2	Ghi chú
1	2018	0	0	
2	2019	0	0	
3	2020	0	0	
4	2021	1	0	
5	2022	1	0	
Tổng		2	0	

(11) Bảng 7.1: Danh sách nhân viên làm việc tại thư viện, phòng thí nghiệm, hệ thống CNTT và các dịch vụ hỗ trợ khác

Nhân viên	Trình độ cao nhất đạt được				Tổng số
	Trung cấp	Đại học	Thạc sĩ	Tiến sĩ	
Nhân viên Thư viện	0	6	0	0	6
Nhân viên phòng TNTH	2	3	0	0	5
Trợ lý Khoa TCKT	0	1	1	0	2
Nhân viên CNTT	0	4	0	0	4
Nhân viên hành chính	23	18	1	0	42
Nhân viên hỗ trợ người học (Trung tâm 1 cửa, Trạm y tế, TTDV, các đơn vị chức năng có liên quan đến việc hỗ trợ)	7	4	2	0	13

Nhân viên	Trình độ cao nhất đạt được				Tổng số
	Trung cấp	Đại học	Thạc sĩ	Tiến sĩ	
SV, ...)					
Tổng số	32	36	4	0	72

* Ghi chú: Trình độ trung cấp là lái xe, trực KTX, giảng đường.

(12) Bảng 8.1: Tổng số người đăng ký dự tuyển vào CTĐT ngành Marketing, số người học trúng tuyển và nhập học trong 5 năm gần đây (hệ chính quy)

Năm học	Số thí sinh đăng ký vào CTĐT (người)	Số trúng tuyển (người)	Tỷ lệ cạnh tranh	Số nhập học thực tế (người)	Điểm tuyển đầu vào/ thang điểm
2017-2018	703	176	3.99	165	BVH: 21,5 BVS: 19,75
2018-2019	2.179	226	9.64	221	BVH: 22,50 TTNV \leq 4 BVS: 21,25 TTNV \leq 5
2019-2020	3.127	301	10.39	293	BVH: 20,30 TTNV=1 BVS: 19,30 TTNV \leq 7
2020-2021	5.181	296	17.50	292	BVH: 22,35 TTNV \leq 5 BVS: 21,20 TTNV \leq 6
2021-2022	6.774	301	22.50	299	BVH: 25,50 TTNV \leq 4 BVS: 24,60 TTNV \leq 6

(13) Bảng 8.2: Mức kinh phí cấp bù hàng năm

TT	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021	2021-2022
Số tiền cấp bù (VNĐ)	338.582.000	348.364.000	373.216.350	360.087.780	307.757.320

(14) Bảng 8.3: Kết quả khen thưởng SV ngành Marketing giai đoạn 2017- 2022

Nội dung	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021	2021-2022
Số SV được khen thưởng	31	22	25	41	51
Số tiền khen thưởng (đồng)	4.116.273	3.460.093	5.369.897	9.073.512	10.792.147

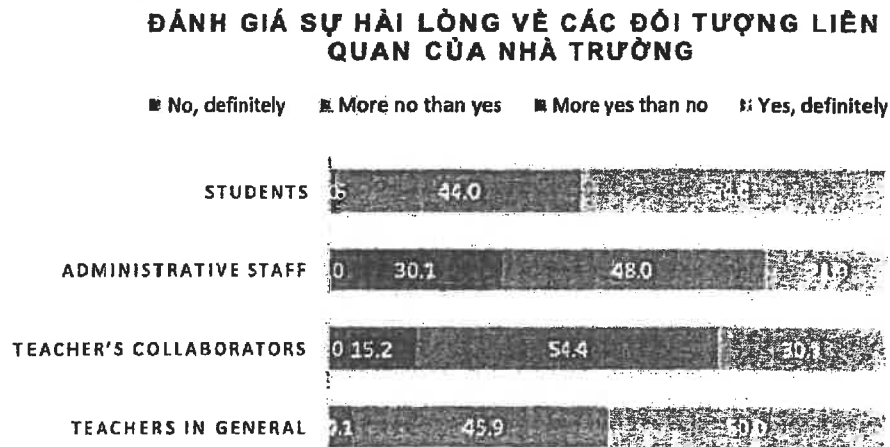
(15) Bảng 8.4: Tỷ lệ có việc làm sau 6-12 tháng của SV ngành Marketing

Năm	2018	2019	2020	2021	2022
Tỷ lệ %	99,14	86,23	95,24	98,36	92,34

(16). Hình 8.1: Đánh giá sự hài lòng của SV đối với hoạt động thực tập



(17). Hình 8.2: Đánh giá mức độ hài lòng của SV về sự hỗ trợ của các đối tượng liên quan



(18) Bảng 10.4: Đề tài NCKH của giảng viên Bộ môn Marketing thực hiện chuyển thành nội dung trong CTDH

STT	Tên đề tài	Mã số - Năm	Chủ trì	Triển khai đào tạo
1	Các nhân tố ảnh hưởng đến hành vi mua hàng ngẫu hứng của người tiêu dùng tại Tp. Hồ Chí Minh	11-HV-2018-RD-QT2	Th.S. Lê Nguyễn Nam Trân	Sử dụng làm tài liệu giảng dạy các môn Marketing
2	Ảnh hưởng của động lực giá trị thiết thực trong tra cứu thông tin trực tuyến đến dự định mua hàng – Nghiên cứu trường hợp thị trường tiêu dùng tại TP. Hồ Chí Minh	02-HV-2019-RD-QT2	TS. Hoàng Lệ Chi	Sử dụng làm tài liệu giảng dạy các môn Marketing

STT	Tên đề tài	Mã số - Năm	Chủ trì	Triển khai đào tạo
3	Tác động của các hình thức Online Marketing ảnh hưởng lên ý định mua hàng của khách hàng cá nhân tại Tp. Hồ Chí Minh.	01-HV-2020-RD-QT2	TS. Trương Đức Nga	Sử dụng làm tài liệu giảng dạy các môn Marketing, đặc biệt là các môn liên quan tới Marketing trực tuyến
4	Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến mức độ hài lòng của khách hàng khi thực hiện mua hàng online tại Tp. HCM.	11-HV-2020-RD-QT2	ThS. Nguyễn Thị Hải Uyên	Sử dụng làm tài liệu giảng dạy các môn Marketing, đặc biệt là các môn liên quan tới Marketing trực tuyến
5	Tác động của quảng cáo lên ý định sử dụng dịch vụ internet của khách hàng cá nhân tại TP Hồ Chí Minh	01-HV-2021-RD-QT2	TS. Trương Đức Nga	Sử dụng làm tài liệu giảng dạy các môn Marketing căn bản, Quản trị Marketing và các môn liên quan đến Marketing
6	Chuyển đổi số trong thanh toán - thanh toán số và sự chấp nhận của khách hàng Việt Nam	01-2020-HV-VKT-MARKETING	Ths. Nguyễn Ngọc Anh	Sử dụng làm tài liệu giảng dạy môn Thương mại điện tử, Hành vi khách hàng
7	Nghiên cứu ảnh hưởng của các yếu tố cấu thành bản sắc thương hiệu đến hình ảnh thương hiệu của Học Viện Công Nghệ Bưu Chính Viễn Thông	04-2021-HV-VKT-MARKETING	Ths. Nguyễn Thị Phương Dung	Sử dụng làm tài liệu giảng dạy môn Quản trị thương hiệu
8	Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua trực tuyến sản phẩm điện máy của người tiêu dùng tại Hà Nội trong môi trường giá động	05-VKT-2019/RD-KT	Ths. Nguyễn Thị Phương Dung	Sử dụng làm tài liệu giảng dạy môn Thương mại điện tử, Hành vi khách hàng
9	Nghiên cứu nhân tố ảnh hưởng tới hoạt động quản trị mối quan hệ khách hàng của doanh nghiệp trong môi trường số tại Việt Nam	CTĐT 05-VKT-2018/RD-KT	Ths. Nguyễn Thị Phương Dung	Sử dụng làm tài liệu giảng dạy môn Quản trị quan hệ khách hàng
10	Nghiên cứu thói quen công nghệ của thế hệ Z (độ tuổi 9-23) tại Việt Nam	06-2021-HV-VKT-MAR	Ths. Phạm Thị Thái Quỳnh	Sử dụng làm tài liệu giảng dạy môn Quản trị quan hệ khách hàng
11	Nghiên cứu những nhân tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng thương mại di động của người tiêu dùng Việt Nam.	07-VKT-2018/RD-KT	ThS. Lê Bảo Ngọc	Sử dụng làm tài liệu giảng dạy môn Thương mại điện tử, Hành vi khách hàng
12	Nghiên cứu cơ chế tác động của truyền miệng trên các phương tiện truyền thông xã hội đến ý định mua sản phẩm xanh của người tiêu dùng Việt Nam	01-VKT-2018/RD-KT	TS. Nguyễn Thị Hoàng Yến	Sử dụng làm tài liệu tham khảo và ví dụ cho Chương 2 (nội dung Lĩnh vực cộng đồng)- môn học Marketing qua phương tiện truyền thông XH.

STT	Tên đề tài	Mã số - Năm	Chủ trì	Triển khai đào tạo
13	Nghiên cứu vai trò của sự phù hợp với bản thân và việc xem xét đánh giá sản phẩm trực tuyến tới ý định mua sản phẩm xanh trong thế hệ thiên niên kỷ tại Việt Nam	01-VKT-2019/RD-KT	TS. Nguyễn Thị Hoàng Yến	Sử dụng làm tài liệu tham khảo cho Chương 2 (Xác định vấn đề và mục tiêu nghiên cứu), môn Phương pháp nghiên cứu Marketing
14	Nghiên cứu tác động của công nghệ Marketing đến thành tích Marketing (<i>Marketing performance</i>) của các doanh nghiệp vừa và nhỏ tại Việt Nam	02-2020-HV-VKT-MARKETING	TS. Nguyễn Thị Hoàng Yến	Sử dụng làm tài liệu tham khảo cho Chương 1 (Giới thiệu chung về trí tuệ Marketing), môn Trí tuệ marketing
15	Nghiên cứu về chuyển đổi số trong ngữ cảnh doanh nghiệp vừa và nhỏ	07-2021-HV-VKT-MARKETING	TS. Nguyễn Thị Hoàng Yến	Sử dụng làm tài liệu tham khảo cho Chương 3 (Trí tuệ Marketing và chiến lược kênh), môn Trí tuệ Marketing
16	Nghiên cứu chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng sử dụng các mạng điện thoại di động tại khu vực nội thành Hà Nội	07-VKT-2018/RD-KT	TS Nguyễn Bình Minh	Sử dụng làm tài liệu cho môn Marketing dịch vụ (Chương 3: Các quyết định về dịch vụ)
17	Nhân tố tác động đến hành vi mua hàng ngẫu hứng trực tuyến và hệ quả tại TP Hà Nội	02-2019-HV-VKT-MAR	TS Nguyễn Bình Minh	Sử dụng làm tài liệu giảng dạy môn Hành vi khách hàng
18	Chủ nghĩa dân tộc và các nhân tố tác động tới hành vi tiêu dùng thể hiện đẳng cấp trong giới trẻ	07-2019-HV-VKT-MAR	Th.S Nguyễn Bảo Ngọc	Sử dụng làm tài liệu giảng dạy môn Hành vi khách hàng, chương 4 môn Truyền thông Marketing tích hợp
19	Nghiên cứu tác động của tiêu dùng đẳng cấp và các nhân tố tác động tới ý định sử dụng điện thoại thông minh của giới trẻ tại Hà Nội	08-2021-HV-VKT-MARKETING	Th.S Nguyễn Bảo Ngọc	Sử dụng làm tài liệu giảng dạy môn Hành vi khách hàng, chương 4 môn Truyền thông Marketing tích hợp
20	Các nghiên cứu về Affiliate Marketing và Social Media Marketing và tiềm năng đối với các doanh nghiệp tại Việt Nam	05-2020-HV-VKT-MARKETING	Th.S. Vũ Việt Tiến	Sử dụng làm tài liệu giảng dạy môn Internet và Ứng dụng trong Kinh Doanh

(19) Bảng 11.1: Thống kê tỷ lệ SV ngành Marketing thôi học, nghỉ học theo năm học

Năm học	Tổng số SV	Số SV thôi học	Tỉ lệ (%)
2017 - 2018	652	22	3.35
2018 - 2019	688	12	1.71
2019 - 2020	789	20	2.51

Năm học	Tổng số SV	Số SV thôi học	Tỉ lệ (%)
2020 - 2021	914	13	1.47
2021 - 2022	1.052	1	0.76

(20) Bảng 11.2: Tỷ lệ tốt nghiệp của SV ngành Marketing giai đoạn 2017-2022

Năm	2018	2019	2020	2021	2022
Tỷ lệ (%)	89,72	81,08	82,35	63,27	65,79

(21). Bảng 11.3: Đối sánh tỉ lệ SV thôi học giữa ngành Marketing với các ngành đào tạo khác của Học viện

CTĐT	Tỉ lệ thôi học theo năm học (%)					
	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021	2021-2022
Marketing	3,35	1,71	2,51	1,47	0,76	2,97
Ngành Kế toán	2,54	0,94	0,88	1,38	1,24	2,20
Ngành QTKD	4,08	2,67	3,79	2,99	1,30	3,96
Thương mại điện tử	-	-	0,00	0,00	0,00	0,81
Công nghệ kỹ thuật điện, điện tử	2,30	2,45	3,02	2,71	1,51	4,14
Công nghệ đa phương tiện	2,91	1,83	2,31	2,60	1,42	2,74
Truyền thông đa phương tiện	5,11	2,18	1,76	0,75	1,78	2,66
An toàn thông tin	2,75	1,75	2,76	2,06	0,93	3,33
Công nghệ thông tin	3,71	0,59	2,97	1,69	0,93	2,38
Kỹ thuật điện tử - viễn thông	3,47	1,43	2,88	1,73	1,32	3,05

Ghi chú: tỷ lệ SV tốt nghiệp đúng hạn

(22) Bảng 11.4: Đối sánh tỉ lệ SV tốt nghiệp và thôi học giữa ngành Marketing của Học viện với ngành Marketing của các trường đại học khác (đơn vị tính %)

Cơ sở	2017		2018		2018		2020		2021		Trung bình	
	TN	TH	TN	TH	TN	TH	TN	TH	TN	TH	TN	TH
Học viện	89,72	3,35	81,08	1,71	82,35	2,51	63,27	1,47	65,79	0,76	76,44	1,96
ĐH	72,22	6,35	73,85	6,56	74,34	16,81	74,36	17,95	75,17	15,42	73,99	12,62

Cơ sở Giáo dục	2017		2018		2018		2020		2021		Trung bình	
	TN	TH	TN	TH	TN	TH	TN	TH	TN	TH	TN	TH
Học viện	89,72	3,35	81,08	1,71	82,35	2,51	6327	1,47	65,79	0,76	76,44	1,96
KTQD												
Đại học Tài chính- Marketing	87,4	0,36	73,7	0,22	76,8	0,59	90,17	2,96	92,0	2,13	89,56	3,13

(23) Bảng 11.5: Thời gian tốt nghiệp trung bình của SV ngành Marketing theo khóa học giai đoạn 2017-2022

Năm học	2013-2017	2014-2018	2015-2019	2016-2020	2017-2021	Trung bình
Tỷ lệ (%)	4,03	4,3	4,4	5,1	4,9	4,54

(24) Bảng 11.6: Đối sánh thời gian tốt nghiệp trung bình giữa ngành Marketing của Học viện với các ngành đào tạo khác của Học viện

TT	Năm nhập học	Năm tốt nghiệp	Thời gian TN trung bình các ngành (năm)		
			MAR	QTKD	Kế toán
1	2013	2017	4,03	4,20	4,03
2	2014	2018	4,3	4,03	4,01
3	2015	2019	4,4	4,13	4,12
4	2016	2020	5,1	4,24	4,07
5	2017	2021	4,9	4,06	4,02

(Nguồn: Tổng hợp của phòng Giáo vụ)

(25) Bảng 11.7: Đối sánh thời gian tốt nghiệp trung bình giữa ngành Marketing của Học viện với ngành Marketing của các trường đại học khác

Trường	Khóa học					Trung bình
	2013-2017	2014-2018	2015-2019	2016-2020	2017-2021	
Học viện CNBCVT	4,03	4,3	4,4	5,1	4,9	4,54
Đại học Kinh tế Quốc dân	3,91	3,95	3,97	4,03	3,82	3,93
Đại học Tài chính - Marketing	4,04	4,03	4,06	4,04	4,00	4,03

(26) Bảng 11.8: Tỷ lệ SV có việc làm sau khi tốt nghiệp 1 năm của ngành Marketing

Năm tốt nghiệp	Tỷ lệ phân bố (%)	Tỷ lệ có việc làm (%)	Đúng ngành (%)	Liên quan ngành (%)	Không đúng ngành, (%)	Khu vực làm việc (Tỷ lệ %)			
						Cơ sở nhà nước	Cơ sở Tư nhân	Tự tạo việc làm	Có yếu tố nước ngoài
Năm 2017	88,78	99,14	84,43	6,82	8,75	16,94	67,74	1,21	14,11
Năm 2018	96,37	86,23	78,45	9,53	12,02	11,25	68,04	3,32	17,39
Năm 2019	94,16	95,24	83,74	1,79	16,47	14,66	65,45	4,14	15,75
Năm 2020	91,74	98,36	86,16	0,59	13,25	21,26	58,03	3,32	17,39
Năm 2021	92,34	92,34	87,12	0,94	11,94	14,07	53,27	5,27	27,39

(27) Bảng 11.9: Tỷ lệ thu nhập bình quân trong tháng của SV ngành Marketing

Năm	Thu nhập bình quân dưới 5 triệu	Thu nhập bình quân từ 5-15 triệu	Trên 15 triệu
2017	4,40%	86,0%	9,60%
2018	7,76%	87,52%	5,0%
2019	7,60%	87,0%	5,20%
2020	6,32%	81,28%	12,40%
2021	5,50%	79,50%	15,0%

(28). Bảng 11.10: Đối sánh tỷ lệ SV có việc làm ngành Marketing với các ngành đào tạo khác tại Học viện.

Ngành đào tạo	Tỷ lệ SV có việc làm (%)				
	2017	2018	2019	2020	2021
Marketing	88,78	96,37	94,16	91,74	92,34
Kế toán	97,08	88,24	94,27	94,30	95,23
Quản trị kinh doanh	99,58	89,15	96,69	92,73	94,29
Công nghệ thông tin	93,54	93,58	96,28	95,25	95,25
Kỹ thuật Điện tử viễn thông	87,62	91,49	94,02	93,33	93,33
Công nghệ Kỹ thuật Điện điện tử	100	88,23	92,66	93,29	93,29
An toàn thông tin	100	98,84	94,94	-	-

(29) Bảng 11.11: Đối sánh tỷ lệ SVTN có việc làm CTĐT ngành Marketing với cùng ngành Marketing của các trường đại học khác

Cơ sở giáo dục	Tỷ lệ SV có việc làm (%)					
	2017	2018	2019	2020	2021	Trung bình
Học viện CN BCVT	88,78	96,37	94,16	91,74	92,34	92,68
Đại học Thương mại	89,72	96,59	95,60	90,74	92,63	93,74
Đại học Tài chính - Marketing	79,07	76,7	90,63	94,17	97,12	87,54
Đại học Kinh tế Quốc dân	92,75	96,23	92,31	92,68	88,24	92,44
Đại học GTVT	-	-	-	98,82	94,16	96,49

(30) Bảng 11.12: Bảng đối sánh số lượng đề tài, số SV tham gia NCKH của sinh viên CTĐT ngành Marketing với các ngành đào tạo khác của Học viện

Năm	Ngành đào tạo					
	Kế toán		Quản trị kinh doanh		Marketing	
	Đề tài	SV tham gia	Đề tài	SV tham gia	Đề tài	SV tham gia
2018	24	46	17	40	16	26
2019	20	24	10	35	9	15
2020	8	77	10	22	8	35
2021	24	34	13	31	25	65
2022	10	32	23	48	35	59
Tổng	86	213	73	176	93	200

(31). Bảng 11.13: Đối sánh tỷ lệ % số lượng SV ngành Marketing của Học viện tham gia NCKH với ngành Marketing của các trường đại học khác (tỷ lệ SV/ĐT)

TT	Cơ sở giáo dục	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021	2021-2022	Trung bình
1	Học viện CN BCVT	4,75	3,20	3,17	4,49	4,85	4,09
2	Đại học Công đoàn	0,23	2,99	3,29	1,75	2,23	2,10
3	Đại học Lâm nghiệp	1,52	1,26	1,1	1,9	2,26	1,61
4	Đại học Quy Nhơn	0,57	2,95	2,09	2,12	1,72	1,89

Phụ lục 03. Danh mục minh chứng sử dụng trong quá trình TĐG và viết báo cáo TĐG
(Tại Quyển danh mục minh chứng kèm theo báo cáo TĐG CTĐT)

