

Số: 56/NQ-HĐKĐCL

Hà Nội, ngày 02 tháng 5 năm 2024

**NGHỊ QUYẾT**  
**Về việc thẩm định kết quả đánh giá chất lượng**  
**Chương trình đào tạo chính quy trình độ đại học ngành Marketing**  
**của Trường Đại học Nguyễn Tất Thành**

**HỘI ĐỒNG KIỂM ĐỊNH CHẤT LƯỢNG GIÁO DỤC**

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 Quyết định số 1257/QĐ-KĐCL ngày 05/12/2023 của Giám đốc Trung tâm Kiểm định chất lượng giáo dục - Đại học Quốc gia Hà Nội về việc ban hành Quy định về hoạt động của Hội đồng Kiểm định chất lượng giáo dục;

Căn cứ Quyết định số 221/QĐ-KĐCL ngày 08/3/2024 của Giám đốc Trung tâm Kiểm định chất lượng giáo dục - Đại học Quốc gia Hà Nội về việc kiện toàn Hội đồng Kiểm định chất lượng giáo dục;

Căn cứ Quyết định số 311/QĐ-KĐCL ngày 08/4/2024 của Giám đốc Trung tâm Kiểm định chất lượng giáo dục - Đại học Quốc gia Hà Nội về việc tổ chức Phiên họp XXVII của Hội đồng Kiểm định chất lượng giáo dục;

Căn cứ kết quả nghiên cứu Hồ sơ tự đánh giá Chương trình đào tạo chính quy trình độ đại học ngành Marketing của Trường Đại học Nguyễn Tất Thành, Báo cáo đánh giá ngoài của Đoàn chuyên gia đánh giá ngoài, Báo cáo thẩm định của Tiểu ban chuyên môn và các tài liệu liên quan;

Căn cứ kết quả trao đổi, thảo luận và bỏ phiếu kín thông qua Nghị quyết tại Phiên họp XXVII ngày 27/4/2024 của Hội đồng.

**QUYẾT NGHỊ:**

1. Thống nhất với kết quả đánh giá chất lượng Chương trình đào tạo chính quy trình độ đại học ngành Marketing (sau đây gọi là Chương trình đào tạo) của Trường Đại học Nguyễn Tất Thành của Đoàn chuyên gia đánh giá ngoài. Đoàn chuyên gia đánh giá ngoài đã thực hiện đánh giá chất lượng Chương trình đào tạo theo đúng quy định hiện hành. Kết quả đánh giá phản ánh đúng hiện trạng của Chương trình đào tạo và đã được Nhà trường đồng thuận.



Thẩm định kết quả đánh giá chất lượng Chương trình đào tạo cho thấy số tiêu chí được đánh giá “đạt yêu cầu” là 47 tiêu chí (trong tổng số 50 tiêu chí), chiếm 94%, trong đó mỗi tiêu chuẩn có ít nhất 50% số tiêu chí được đánh giá “đạt yêu cầu” (chi tiết trong *Phụ lục I*).

2. Kiến nghị Trường Đại học Nguyễn Tất Thành và đơn vị có chương trình đào tạo được đánh giá cần thực hiện 11 nhóm giải pháp để cải tiến chất lượng Chương trình đào tạo (chi tiết trong *Phụ lục II*).

3. Căn cứ Điều 23, Thông tư số 38/2013/TT-BGDĐT ngày 29/11/2013 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo, Hội đồng Kiểm định chất lượng giáo dục đề nghị Giám đốc Trung tâm Kiểm định chất lượng giáo dục - Đại học Quốc gia Hà Nội cấp giấy chứng nhận kiểm định chất lượng cho Chương trình đào tạo chính quy trình độ đại học ngành Marketing của Trường Đại học Nguyễn Tất Thành.

**TM. HỘI ĐỒNG  
CHỦ TỊCH**



**Đinh Văn Toàn**

Đ  
N  
T  
C  
H

**Phụ lục I**  
**KẾT QUẢ ĐÁNH GIÁ CHẤT LƯỢNG**  
**CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO CHÍNH QUY TRÌNH ĐỘ ĐẠI HỌC**  
**NGÀNH MARKETING CỦA TRƯỜNG ĐẠI HỌC NGUYỄN TẮT THÀNH**  
*(Kèm theo Nghị quyết số: 56/NQ-HĐKĐCL ngày 02 tháng 5 năm 2024*  
*của Hội đồng Kiểm định chất lượng giáo dục, Trung tâm KĐCLGD - ĐHQGHN)*

Tiêu chuẩn, tiêu chí	Đánh giá tiêu chí	Tổng hợp theo tiêu chuẩn			Tiêu chuẩn, tiêu chí	Đánh giá tiêu chí	Tổng hợp theo tiêu chuẩn		
		Mức trung bình	Số tiêu chí đạt	Tỉ lệ số tiêu chí đạt			Mức trung bình	Số tiêu chí đạt	Tỉ lệ số tiêu chí đạt
<b>Tiêu chuẩn 1</b>		4.00	3	100%	<b>Tiêu chuẩn 7</b>		4.20	5	100%
Tiêu chí 1.1	4				Tiêu chí 7.1	4			
Tiêu chí 1.2	4				Tiêu chí 7.2	4			
Tiêu chí 1.3	4	Tiêu chí 7.3	4						
<b>Tiêu chuẩn 2</b>		3.67	2	66.67%	Tiêu chí 7.4	4			
Tiêu chí 2.1	4				Tiêu chí 7.5	5			
Tiêu chí 2.2	3				<b>Tiêu chuẩn 8</b>				
Tiêu chí 2.3	4	3.67	2	66.67%	Tiêu chí 8.1	5	4.20	5	100%
<b>Tiêu chuẩn 3</b>					Tiêu chí 8.2	4			
Tiêu chí 3.1	4				Tiêu chí 8.3	4			
Tiêu chí 3.2	3				Tiêu chí 8.4	4			
Tiêu chí 3.3	4				Tiêu chí 8.5	4			
<b>Tiêu chuẩn 4</b>		4.33	3	100%	<b>Tiêu chuẩn 9</b>		4.40	5	100%
Tiêu chí 4.1	4				Tiêu chí 9.1	4			
Tiêu chí 4.2	5				Tiêu chí 9.2	5			
Tiêu chí 4.3	4	Tiêu chí 9.3	4						
<b>Tiêu chuẩn 5</b>		3.80	4	80%	Tiêu chí 9.4	5			
Tiêu chí 5.1	4				Tiêu chí 9.5	4			
Tiêu chí 5.2	4				<b>Tiêu chuẩn 10</b>				
Tiêu chí 5.3	3				Tiêu chí 10.1	4			
Tiêu chí 5.4	4				Tiêu chí 10.2	5			
Tiêu chí 5.5	4	4.00	7	100%	Tiêu chí 10.3	4	4.17	6	100%
<b>Tiêu chuẩn 6</b>					Tiêu chí 10.4	4			
Tiêu chí 6.1	4				Tiêu chí 10.5	4			
Tiêu chí 6.2	4				Tiêu chí 10.6	4			
Tiêu chí 6.3	4				<b>Tiêu chuẩn 11</b>				
Tiêu chí 6.4	4				Tiêu chí 11.1	4			
Tiêu chí 6.5	4	Tiêu chí 11.2	5						
Tiêu chí 6.6	4	4.20	5	100%	Tiêu chí 11.3	4			
Tiêu chí 6.7	4				Tiêu chí 11.4	4			
					Tiêu chí 11.5	4			
<b>Đánh giá chung CTĐT</b>		<b>Số tiêu chí đạt</b>			<b>Tỉ lệ số tiêu chí đạt</b>				
		47			94%				

**Phụ lục II**  
**CÁC KIẾN NGHỊ CẢI TIẾN CHẤT LƯỢNG ĐỐI VỚI**  
**CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO CHÍNH QUY TRÌNH ĐỘ ĐẠI HỌC**  
**NGÀNH MARKETING CỦA TRƯỜNG ĐẠI HỌC NGUYỄN TẮT THÀNH**  
*(Kèm theo Nghị quyết số: 56/NQ-HĐKĐCL ngày 02 tháng 5 năm 2024*  
*của Hội đồng Kiểm định chất lượng giáo dục, Trung tâm KĐCLGD - ĐHQGHN)*

Chương trình đào tạo chính quy trình độ đại học ngành Marketing (CTĐT) của Trường Đại học Nguyễn Tất Thành đã được Nhà trường tự đánh giá và được Đoàn chuyên gia đánh giá ngoài đánh giá chất lượng. Kết quả đánh giá chất lượng đối với CTĐT giai đoạn 2019-2023 cho thấy có những điểm mạnh sau đây:

Mục tiêu của CTĐT rõ ràng, được rà soát và điều chỉnh gắn kết với sứ mạng, tầm nhìn của Nhà trường và phù hợp với mục tiêu giáo dục đại học. Chuẩn đầu ra của CTĐT phù hợp với yêu cầu của thị trường lao động. Bản mô tả CTĐT có đủ thông tin cốt lõi và cập nhật. chương trình dạy học được cập nhật tiếp cận theo chuẩn đầu ra; cấu trúc và nội dung của chương trình dạy học có tính logic và hợp lý. Triết lý giáo dục được chuyển tải vào CTĐT; Phương pháp giảng dạy và tổ chức các hoạt động học tập khá đa dạng; hoạt động kết nối doanh nghiệp tham gia đào tạo, tổ chức thực tập được chú trọng. Hình thức, phương pháp kiểm tra, đánh giá kết quả học tập của người học được quy định cụ thể, được thiết kế phù hợp với mức độ đạt được chuẩn đầu ra của CTĐT. Quy trình, hướng dẫn đánh giá mức độ đạt chuẩn đầu ra của CTĐT được đầu tư xây dựng và bước đầu triển khai. Đội ngũ giảng viên, nhân viên hỗ trợ được quy hoạch, được quan tâm đào tạo, bồi dưỡng; giảng viên có năng lực chuyên môn và năng lực nghiên cứu khoa học đáp ứng yêu cầu của CTĐT; kết quả thực hiện nhiệm vụ của giảng viên, nhân viên được giám sát, đánh giá theo KPIs và có cơ chế phù hợp ghi nhận kết quả; cán bộ hỗ trợ và nhân viên nhiệt huyết, có tinh thần cống hiến. Chính sách, quy định tuyển sinh, tiêu chí tuyển chọn người học được xác định rõ ràng; kết quả và chất lượng tuyển sinh đáng ghi nhận. Hoạt động tư vấn học tập, ngoại khóa và chất lượng các dịch vụ được chú trọng. Cơ sở vật chất và thư viện được đầu tư hiện đại, đáp ứng tốt nhu cầu học tập, nghiên cứu. Cảnh quan môi trường sạch đẹp tạo điều kiện thuận lợi cho học tập và nghiên cứu khoa học; điều kiện vệ sinh, an ninh, an toàn được quan tâm cải thiện. Cơ chế phản hồi của các bên liên quan được thiết lập, thông tin phản hồi được sử dụng để cải tiến CTĐT. Tỷ lệ sinh viên tốt nghiệp, tốt nghiệp sớm được giám sát; tỷ lệ sinh viên có việc làm cao và tham gia thị trường lao động trong nước và quốc tế. Hoạt động nghiên cứu khoa học của người học tổ chức có nền nếp. Mức độ hài lòng của các bên liên quan đối với CTĐT khá cao.

Tuy nhiên, CTĐT còn những lĩnh vực cần cải tiến chất lượng (cụ thể chi tiết như đã nêu trong Báo cáo đánh giá ngoài của Đoàn chuyên gia đánh giá ngoài). Trên cơ sở Hồ sơ thẩm định và kết quả thảo luận tại Phiên họp, Hội đồng kiến nghị Nhà trường và đơn vị có chương trình đào tạo được đánh giá cần xây dựng kế hoạch cải tiến chất lượng theo 11 nhóm giải pháp dưới đây:

1. Điều chỉnh mục tiêu của CTĐT hướng đến nhu cầu thị trường lao động và vị trí việc làm. Điều chỉnh, bổ sung chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo đáp ứng yêu cầu của Khung trình độ quốc gia Việt Nam, đảm bảo rõ ràng, khả thi, dễ dàng đánh giá được mức độ người học

đạt chuẩn đầu ra. Bổ sung các chuẩn đầu ra về ngoại ngữ và tin học. Tăng cường lấy ý kiến Nhà tuyển dụng và các hiệp hội nghề nghiệp khi điều chỉnh mục tiêu và chuẩn đầu ra của CTĐT.

2. Bổ sung, cập nhật đề cương các học phần đảm bảo đầy đủ các thông tin về tiến trình dạy học, các hoạt động học tập cụ thể cho phần kiến thức và kỹ năng; phân bố thời lượng dạy học lý thuyết và thực hành hợp lý cho từng nội dung/bài học. Cần lưu ý mối liên quan giữa nội dung học phần với chuẩn đầu ra của học phần, giữa từng học phần với chuẩn đầu ra của CTĐT. Có cơ chế giám sát mức độ tiếp cận, hiệu quả công bố công khai Bản mô tả CTĐT và đề cương học phần đối với các bên liên quan, nhất là nhà sử dụng lao động, giảng viên và người học.

3. Chú trọng lấy ý kiến phản hồi của Nhà tuyển dụng, hiệp hội ngành nghề Marketing, các công ty, tập đoàn quốc tế, đa quốc gia tại Việt Nam và trong khu vực ASEAN để hoàn thiện chương trình dạy học. Rà soát, điều chỉnh đảm bảo tính tương thích, hợp lý về mức độ đóng góp của mỗi học phần, tổ hợp phương pháp dạy và học, phương pháp kiểm tra đánh giá cho việc đạt được chuẩn đầu ra. Đảm bảo cấu trúc của chương trình dạy học gắn kết và liên mạch giữa các học phần đại cương, cơ sở ngành và chuyên ngành.

4. Hướng dẫn cụ thể việc chuyển tải các triết lý giáo dục của Nhà trường vào chương trình đào tạo. Bổ sung phương pháp dạy - học theo tiếp cận hiện đại để tăng tính chủ động, tích cực và sáng tạo của người học. Có biện pháp hỗ trợ người học rèn luyện các kỹ năng thuyết trình, làm việc nhóm, làm dự án và thực hành ngoài lớp học, tại doanh nghiệp hoặc các điều kiện mô phỏng, môi trường thực tế. Tăng cường giờ thực hành với các phương tiện và công cụ công nghệ cao và môi trường thực để người học có điều kiện trải nghiệm, rèn luyện kỹ năng nghề nghiệp.

5. Định kỳ rà soát, đánh giá sự tương thích giữa phương pháp kiểm tra đánh giá với mức độ đạt được của chuẩn đầu ra để có cải tiến, điều chỉnh cho phù hợp. Có cơ chế giám để đảm bảo tuân thủ các quy định về kiểm tra đánh giá; sớm có các quy định, hướng dẫn cụ thể và triển khai đánh giá mức độ đạt được chuẩn đầu ra. Tổ chức lấy ý kiến phản hồi của người học về nội dung, phương pháp kiểm tra đánh giá làm cơ sở cho các cải tiến nâng cao chất lượng công tác kiểm tra, đánh giá. Tăng cường ứng dụng công nghệ thông tin, tạo điều kiện thuận lợi cho người học tiếp cận.

6. Xây dựng Chiến lược phát triển nguồn nhân lực về phát triển đội ngũ giảng viên, nghiên cứu viên phù hợp với vị trí việc làm; hoàn thiện các quy định, chính sách nhằm thu hút, giữ chân, tạo nguồn nhân lực trình độ cao; khuyến khích hoạt động khoa học công nghệ và công bố quốc tế và ứng dụng KPIs trong đánh giá kết quả công việc của giảng viên, nghiên cứu viên. Xây dựng chiến lược phát triển khoa học công nghệ phù hợp với thế mạnh, đặc thù của Trường và có các giải pháp phù hợp nhằm tăng cường tiềm lực khoa học công nghệ, tăng cường liên kết với các doanh nghiệp và địa phương, hợp tác quốc tế để đẩy mạnh hoạt động nghiên cứu khoa học và chuyển giao công nghệ, đổi mới sáng tạo.

7. Có quy hoạch ngành đào tạo làm căn cứ cho việc phát triển đội ngũ nhân viên; bổ sung nội dung phát triển đội ngũ nhân viên cụ thể trong Chiến lược phát triển; xác lập các chỉ tiêu phát triển đội ngũ nhân viên phù hợp. Định kỳ rà soát danh mục vị trí việc làm, xây dựng kế hoạch phát triển đội ngũ nhân viên theo quy mô và chiến lược phát triển của Nhà trường. Phối hợp chặt chẽ giữa các khoa chuyên môn và các đơn vị để xây dựng tiêu chuẩn, tiêu chí cụ thể

cho từng vị trí việc làm chuyên biệt. Xác định các loại hình công tác phục vụ cộng đồng gắn với các tiêu chí đánh giá, ghi nhận kết quả công việc của nhân viên. Cập nhật quy định về công tác thi đua khen thưởng; tiếp tục hoàn thiện bộ chỉ số KPIs để đánh giá và ghi nhận theo chất lượng và khối lượng công việc; tăng cường lấy ý kiến phản hồi nhằm cải tiến công tác thi đua khen thưởng và hoạt động đánh giá nhân viên; cập nhật các tiêu chí đánh giá kèm theo quy định cụ thể về sử dụng kết quả đánh giá gắn với đãi ngộ và giữ chân nhân viên hỗ trợ có năng lực, tạo sự ổn định hơn trong các hoạt động hỗ trợ người học.

8. Phân tích, đánh giá toàn diện chính sách, tiêu chí tuyển sinh và công tác truyền thông nhằm tăng chất lượng tuyển sinh. Tăng cường công tác hỗ trợ người học hiệu quả hơn để hạn chế người học sinh viên bị chậm tiến độ học tập, bị cảnh báo học vụ. Xem xét thành lập các câu lạc bộ gắn với chuyên môn về Marketing hướng đến việc rèn luyện nâng cao kỹ năng và phẩm chất cần thiết để người học có thể thích ứng với sự thay đổi của thị trường lao động. Tìm kiếm nguồn kinh phí để xây dựng các khu ký túc xá mới, đáp ứng tốt hơn nhu cầu về chỗ ở cho sinh viên.

9. Xây dựng chiến lược phát triển cơ sở vật chất, trong đó lưu ý đến việc phát triển quỹ phòng làm việc, phòng học để có điều kiện thực hiện tốt các nhiệm vụ đào tạo và nghiên cứu khoa học; xây dựng phòng học đa phương tiện, kết nối trực tuyến. Sớm có kế hoạch nâng cấp khuôn viên của Trường để đáp ứng tốt nhu cầu đào tạo và nghiên cứu khoa học, lưu ý đến nhu cầu của người khuyết tật; thiết kế thêm các khu vực sinh hoạt chung để sinh viên tổ chức các hoạt động trao đổi học tập, nghiên cứu.

10. Tăng cường năng lực cho đội ngũ giảng viên về phát triển CTĐT dựa trên chuẩn đầu ra, thiết kế chuẩn đầu ra, nội dung chương trình dạy học, các phương pháp dạy học, kỹ thuật kiểm tra đánh giá phù hợp với chuẩn đầu ra. Tham khảo các CTĐT tiên tiến và khảo sát các bên liên quan để có những thông tin hữu ích phục vụ cho cải tiến, phát triển CTĐT; nghiên cứu áp dụng các phần mềm chuyên dụng trong thẩm định đề thi, phân tích kết quả thi để có kết quả một cách khoa học phục vụ đánh giá, cải tiến quá trình dạy học; khai thác triệt để kết quả đánh giá và phản hồi để đảm bảo quá trình dạy học, kiểm tra đánh giá tương thích và phù hợp với chuẩn đầu ra và đảm bảo các dịch vụ và tiện ích hỗ trợ hiệu quả cho việc cải tiến, nâng cao chất lượng CTĐT.

11. Tiếp tục thúc đẩy và kiến tạo nhiều điều kiện để người học tham gia các hoạt động khởi nghiệp theo đúng sứ mạng và mục tiêu mà nhà trường đã đề ra. Tiếp tục phát huy tính tích hợp trong việc tổ chức đào tạo theo triết lý thực học, thực hành với nhu cầu có việc làm sớm của sinh viên thông qua Câu lạc bộ Doanh nghiệp để có thể tích lũy các tín chỉ doanh nghiệp vào CTĐT; có biện pháp cải thiện tỉ lệ thôi học, tốt nghiệp và thời gian tốt nghiệp trung bình. Đánh giá mức độ đạt chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo qua đánh giá của các nhà tuyển dụng về cựu sinh viên; gắn công tác nghiên cứu khoa học của người học với các dự án trong CTĐT để thực thi kết hợp tiếp cận CDIO và Design Thinking hiệu quả.

Trên đây là 11 nhóm giải pháp tổng hợp. Nhà trường, đơn vị có chương trình đào tạo được đánh giá cần nghiên cứu kỹ Báo cáo đánh giá ngoài chương trình đào tạo của Đoàn chuyên gia đánh giá ngoài để có thêm những giải pháp chi tiết trong quá trình triển khai thực hiện. Sau nửa chu kỳ kiểm định chất lượng giáo dục (2,5 năm sau khi được công nhận đạt tiêu chuẩn chất lượng), Nhà trường cần có báo cáo kết quả thực hiện cải tiến chất lượng Chương trình đào tạo

chính quy trình độ đại học ngành Marketing gửi Bộ Giáo dục và Đào tạo và Trung tâm Kiểm định chất lượng giáo dục - Đại học Quốc gia Hà Nội.

-----

.I  
is