

**ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT  
CHUYÊN ĐỀ QUẢN TRỊ KINH DOANH 1**

**1. THÔNG TIN VỀ HỌC PHẦN**

**1.1. Thông tin chung**

1.1.1 Tên học phần: Chuyên đề Quản trị Kinh doanh 1 (chuyên đề nhóm)

1.1.2 Mã học phần:

1.1.3 Số tín chỉ: 04

1.1.4 Học phần: Bắt buộc

1.1.5 Các mã học phần tiên quyết: Kinh tế vi mô, Kinh tế vĩ mô

1.1.6 Các yêu cầu đối với học viên:

- Nhóm học viên đề xuất tên chuyên đề phù hợp với ngành đào tạo và phạm vi nghiên cứu hợp lý

- Thực hiện chuyên đề trong thời gian quy định

- Tuân thủ đúng các yêu cầu chuyên môn của giáo viên hướng dẫn

**1.2. Mục tiêu của học phần**

Nhằm giúp học viên vận dụng tốt những kiến thức lý thuyết đã học để tham gia giải quyết một vấn đề thực tiễn trong hoạt động sản xuất – kinh doanh của doanh nghiệp. Trên cơ sở đó, học viên hoàn thiện các kỹ năng làm việc nhóm, nhận thức, phát hiện, tổng hợp, phân tích và giải quyết vấn đề theo nhóm đối với các vấn đề tổng quan đến chuyên ngành đào tạo quản trị kinh doanh.

**1.3 Tóm tắt nội dung chuyên đề:**

Nội dung chuyên đề Quản trị Kinh doanh 1 tập trung vào việc đánh giá môi trường kinh doanh, thông qua đó nhận diện các cơ hội, thách thức, rủi ro đối với hoạt động của doanh nghiệp. Hiểu rõ môi trường kinh doanh, cơ cấu tổ chức, nắm vững các chức năng quản trị của doanh nghiệp như hoạch định, tổ chức, lãnh đạo, kiểm tra và khả năng thực thi các chức năng này trong việc hoạch định chiến lược kinh doanh, tài chính, sản xuất, marketing, nguồn nhân lực và ở các vị trí, cấp bậc quản trị khác nhau.

#### **1.4. Nội dung chuyên đề**

Nội dung của chuyên đề nhóm cần tập trung giải quyết các vấn đề liên quan đến lĩnh vực quản trị kinh doanh. Một số hướng nghiên cứu cụ thể:

- + Phân tích môi trường kinh doanh
- + Nghiên cứu và đánh giá thị trường
- + Phân tích các cơ hội kinh doanh, thách thức, rủi ro trong kinh doanh
- + Phân tích chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp trong bối cảnh toàn cầu hóa.
- + Phân tích năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp,
- + Phân tích và đánh giá khả thi các kế hoạch kinh doanh;
- + Các nguồn lực, các chính sách, cơ quan hỗ trợ đối với hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.
- + Các rào cản đối với hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp...
- + Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp và đạo đức trong kinh doanh

#### **- Kết cấu báo cáo chuyên đề 1:**

+ Tổng số trang: 35-40 trang

+ Kết cấu chuyên đề:

I. Đặt vấn đề (2-3 trang)

1.1. Tính cấp thiết của đề tài nghiên cứu

1.2. Mục tiêu nghiên cứu

1.3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

1.4. Phương pháp nghiên cứu

II. Phân tích đánh giá thực trạng của vấn đề nghiên cứu (25-30 trang)

2.1. Tổng quát về địa điểm nghiên cứu

2.2. Thực trạng vấn đề nghiên cứu

2.3. Kết quả, hạn chế, nguyên nhân hạn chế

III. Giải pháp hoặc gợi ý chính sách để giải quyết vấn đề (3-5 trang)

IV. Kết luận (1-2 trang)

- **Quy cách format, trình bày chuyên đề 1:** thực hiện theo Quy cách format, trình bày luận văn thạc sĩ

## **2. HÌNH THỨC TỔ CHỨC THỰC HIỆN**

- **Lịch thực hiện chuyên đề:** Học kỳ 2

- **Đăng ký chuyên đề:** Vào tuần đầu học kỳ 2, các học viên đăng ký chuyên đề theo mẫu quy định.

- **Phân công giáo viên hướng dẫn:** Nhà trường ra quyết định phân công giáo viên hướng dẫn vào tuần thứ 3 của học kỳ 2.

- **Thực hiện chuyên đề:** Nhóm học viên thực hiện chuyên đề trong hai tháng kể từ khi có quyết định giao tên chuyên đề và phân công giáo viên hướng dẫn.

### **3. PHƯƠNG PHÁP, HÌNH THỨC ĐÁNH GIÁ KẾT QUẢ THỰC HIỆN**

- Vào cuối học kỳ 2 các học viên nộp báo cáo chuyên đề cho Phòng Đào tạo Sau đại học.

- Nhà trường ra quyết định phân công giáo viên chấm chuyên đề vòng 1 và vòng 2.

- Kết quả đánh giá chuyên đề là điểm trung bình cộng của hai vòng chấm. Nếu điểm chấm của hai vòng chênh lệch trên 2 điểm thì sẽ yêu cầu hai giáo viên chấm lại. Nếu kết quả vẫn chênh lệch trên hai điểm thì thành lập hội đồng thẩm định kết quả chấm chuyên đề.

- Điểm kết luận của chuyên đề được tính như nhau cho các học viên trong nhóm thực hiện chuyên đề.

### **4. TÀI LIỆU HỌC TẬP**

#### **Tiếng nước ngoài**

1. Kinicki A., Williams B. 2013, Management: A practical Introduction, Sixth Ed., Mc Graw Hill International New York United States [ISBN: 978-0-07-131529-6]

2. David Boddy with Steve Patton 2010, Management; An Introduction, 5th Ed., Financial Times/ Prentice Hall

3. Henry McClave 2008, Communication for Business, 4th Ed., Gill and Macmillan Dublin

4. Debra L. Nelson, James Campbell Quick, 2012, Organizational Behavior, 8th Ed., Cengage USA [ISBN: 978-1111825867]

5. Mac Donagh J & Weldridge; R. 2002, Behavioural Science for Marketing and Business Students, Gill & Macmillan Dublin

6. Bloisi W. 2007, Management and Organisation Behaviour, 2nd Ed., McGraw Hill London

7. Knights D., Willmott H. 2012, Introducing Organisational Behaviour and Management, 2nd Ed., Cengage United Kingdom