

ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT
CHUYÊN ĐỀ QUẢN TRỊ KINH DOANH 2

1.THÔNG TIN VỀ HỌC PHẦN

1.1. Thông tin chung

1.1.1 Tên học phần: Chuyên đề Quản trị Kinh doanh 2

1.1.2 Mã học phần:

Ngành	QTKD
Mã	KT.QK.529

1.1.3 Số tín chỉ: 04

1.1.4 Học phần:

QTKD	
Nghiên cứu	Ứng dụng
	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:

- Học viên đề xuất tên chuyên đề phù hợp với ngành đào tạo quản trị kinh doanh, có 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 cho từng cá nhân học viên vận dụng tổng hợp tốt những kiến thức lý thuyết đã học để tham gia giải quyết một cách độc lập 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 về phát hiện, tổng hợp, phân tích và giải quyết vấn đề thực tiễn một cách độc lập và sáng tạo.

1.3 Tóm tắt nội dung chuyên đề:

Nắm vững hệ thống kiến thức toàn diện liên quan đến quản trị điều hành doanh nghiệp bao gồm: i) Hoạch định và lập kế hoạch sản xuất kinh doanh, tổ chức sản xuất và

điều hành dịch vụ, quản trị chất lượng toàn diện trong doanh nghiệp; ii) Nhận diện các cơ hội kinh doanh, rủi ro trong kinh doanh và khởi nghiệp thành công một dự án kinh doanh; iii) Vận dụng các lý thuyết để giải quyết các vấn đề liên quan đến quản trị sự thay đổi và đổi mới doanh nghiệp, và lãnh đạo điều hành doanh nghiệp; iv) Ứng dụng hệ thống thông tin trong công tác quản trị kinh doanh; vi) Phối hợp một cách có hệ thống toàn bộ các hoạt động chức năng của tổ chức trong môi trường toàn cầu như: quản trị xuất nhập khẩu, thương mại điện tử, kinh doanh quốc tế,...

1.4 Nội dung chuyên đề

Nội dung của chuyên đề cá nhân 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, hoạch định và đánh giá tài chính các dự án kinh doanh; hoạt động tài chính của doanh nghiệp

+ Phân tích hoạt động quản trị nhân lực

+ Phân tích hoạt động Marketing

+ Phân tích hoạt động quản trị tác nghiệp

+ Phân tích hoạt động quản trị chuỗi cung ứng,

+ Phân tích hoạt động quản trị thương mại

+ Các các vấn đề khác có liên quan đến việc phối hợp một cách có hệ thống toàn bộ các hoạt động chức năng của tổ chức trong hoạt động sản xuất - kinh doanh của doanh nghiệp: quản trị rủi ro, quản trị chất lượng, quản trị bán hàng, quản trị xuất nhập khẩu, thương mại điện tử....

*** Kết cấu báo cáo chuyên đề:**

+ 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. Gợi ý chính sách hoặc giải pháp giải quyết vấn đề (3-5 trang)

IV. Kết luận (1-2 trang)

* **Quy cách format, trình bày chuyên đề 2:** Thực hiện theo Quy cách format, trình bày luận văn thạc sĩ

2. HÌNH THỨC TỔ CHỨC THỰC HIỆN

- Lịch thực hiện: Học kỳ 3

- Đăng ký chuyên đề: Vào tuần đầu học kỳ 3, 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 3.

- Thực hiện chuyên đề: 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 3 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 từ 2 điểm trở lên thì sẽ yêu cầu hai giáo viên chấm lại. Nếu kết quả vẫn chênh lệch từ hai điểm trở lên thành lập hội đồng thẩm định kết quả chấm chuyên đề.

4. TÀI LIỆU HỌC TẬP

1. Philip Kotler, Gary Armstrong,, Principles of Marketing, 14 Ed., Prentice Hall [ISBN: 9780132167123]

2. Harvard Business School Working Knowledge 2011, What Loyalty? High End Customers are First to Flee <http://hbswk.hbs.edu/item/6679.html>

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

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

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

6. Knights D., Willmott H. 2012, *Introducing Organisation Behaviour and Management*, 2nd Ed., Cengage United Kingdom

7. David Newlands, Mark J. Hooper 2009, *The Global Business Handbook*, Gower Publishing