

MỤC LỤC

1. GIỚI THIỆU TỔNG QUAN VỀ CÔNG TY	1
1.1 Chức năng, nhiệm vụ của công ty	1
1.1.1 Quá trình hình thành và phát triển của công ty	1
1.1.2 Chức năng, nhiệm vụ chung của công ty	2
1.2 Tổ chức bộ máy và chức năng, nhiệm vụ của các phòng, ban	3
2. KẾT QUẢ TỔNG HỢP XỬ LÝ KẾT QUẢ ĐIỀU TRA	5
2.1 Mục tiêu đào tạo	5
2.2 Các kiến thức, kỹ năng cần thiết đối với sinh viên chuyên ngành Kinh tế thương mại	5
2.2.1 Kiến thức	5
2.2.2 Kỹ năng	8
2.2.3 Phẩm chất nghề nghiệp	9
2.3 Quá trình sử dụng cử nhân đại học Thương mại	10
2.3.1 Mặt mạnh	11
2.3.2 Mặt yếu	11
2.3.3 Mặt thiếu	11
2.3.4 Đánh giá cho điểm mức độ đáp ứng yêu cầu công việc	11
3. KẾT QUẢ TỔNG HỢP XỬ LÝ KẾT QUẢ PHỎNG VẤN	12
4. NHỮNG VẤN ĐỀ PHÁT HIỆN TỪ THỰC TIỄN HOẠT ĐỘNG CỦA CÔNG TY	13
4.1 Những vấn đề cấp thiết đặt ra trên bình diện chung về kinh tế và quản lý của thị trường và thương mại ngành kinh doanh/địa phương	13
4.2 Những vấn đề cụ thể đặt ra đối với Công ty Cổ phần PICO	13
5. ĐĂNG KÝ TÊN ĐỀ TÀI LUẬN VĂN	14

1. GIỚI THIỆU TỔNG QUAN VỀ CÔNG TY

1.1 Chức năng, nhiệm vụ của công ty

1.1.1 Quá trình hình thành và phát triển của công ty

Tên công ty : **Công ty Cổ phần PICO**

Mã số thuế : 0102018260

Địa chỉ trụ sở : 229 Tây Sơn, Đống Đa, Hà Nội.

Công ty Cổ phần PICO là một đại siêu thị chuyên kinh doanh về các mặt hàng điện máy như điện tử, điện lạnh, viễn thông, gia dụng, kỹ thuật số...được thành lập ngày 1/11/2004. Hiện nay công ty có tên là Công ty Cổ phần PICO với hai địa điểm kinh doanh:

Số 76 Nguyễn Trãi, phường Thượng Đình, quận Thanh Xuân, Hà Nội.

Số 35 Hai Bà Trưng, phường Tràng Tiền, quận Hoàn Kiếm, Hà Nội.

Công ty Cổ phần PICO đã trải qua các giai đoạn phát triển như sau

- Trước năm 2004, công ty hoạt động dưới dạng các đại lý, cửa hàng bán các sản phẩm điện tử.

- Năm 2004, công ty có tên là *Công ty cổ phần Đại lý các sản phẩm điện tử*:

Tên giao dịch : *Electric Goods Agent Joint Stock Company*.

Tên viết tắt : EGA, JSC.

Trụ sở chính : 229 Tây Sơn, phường Ngã Tư Sở, Đống Đa, Hà Nội.

Trong giai đoạn này công ty hoạt động theo mô hình công ty cổ phần theo giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh số 0103005590 do sở Kế hoạch và Đầu tư thành phố Hà Nội cấp ngày 01/11/2004 và hoạt động theo luật doanh nghiệp Việt Nam số 13/1999QH10 được Quốc hội nước CHXHCN Việt Nam thông qua.

- Đến ngày 25/08/2006 công ty đổi tên lại là: “*Công ty cổ phần điện tử NANO*”. Với trụ sở không đổi, vốn điều lệ 10.000.000.000 đồng, với người đại diện pháp luật là Giám đốc: Hoàng Học Hải.

- Ngày 07/02/2007 công ty một lần nữa đổi tên thành: “*Công ty cổ phần điện tử PICO*”. Và phát triển thêm kinh doanh ở lĩnh vực giáo dục mầm non với địa chỉ và số lượng vốn điều lệ không thay đổi.
- Ngày 11/04/2008 công ty lại một lần nữa đổi tên kinh doanh của mình và lấy tên: “*Công ty cổ phần PICO*” với trụ sở không thay đổi và phát triển thêm 1 số lĩnh vực kinh doanh mới như: bất động sản, dịch vụ vận tải hàng hoá và vận chuyển hành khách đường bộ. Và với số vốn điều lệ tăng lên 50.000.000.000 đồng và người đại diện pháp luật của công ty không đổi.
- Ngày 29/04/2008 công ty lại thay đổi đăng ký kinh doanh lần nữa. Lần đăng kí này sự đổi khác chỉ có ở lĩnh vực kinh doanh khi công ty mở rộng kinh doanh thêm là xuất nhập khẩu các mặt hàng kinh doanh và người đại diện pháp luật của công ty là Chủ Tịch HĐQT: Phạm Hoài Sơn.
- Cho đến ngày 07/10/2008 công ty có lần thay đổi thứ năm của mình với sự thay đổi duy nhất khẳng định sự lớn mạnh của công ty đó là mở thêm một trụ sở mới ở Số 35 Hai Bà Trưng, Q.Hoàn Kiếm TP Hà Nội.

1.1.2 Chức năng, nhiệm vụ chung của công ty

Công ty cổ phần PICO có trụ sở chính đặt tại số 229 Phố Tây Sơn phường Ngã Tư Sở, quận Đống Đa, Hà Nội. Công ty có tổng diện tích mặt bằng hơn 10.000m² với hơn 10.000 nghìn mặt hàng kinh doanh và tổng số cán bộ công nhân viên đến tháng 12/2009 là 653 người.

Chức năng chính của Công ty là kinh doanh bán lẻ và bán dự án trong lĩnh vực thương mại dịch vụ với sản phẩm điện tử, điện lạnh, điện gia dụng, viễn thông, IT và một số lĩnh vực dịch vụ khác nhằm đáp ứng nhu cầu thị trường trong và ngoài thành phố.

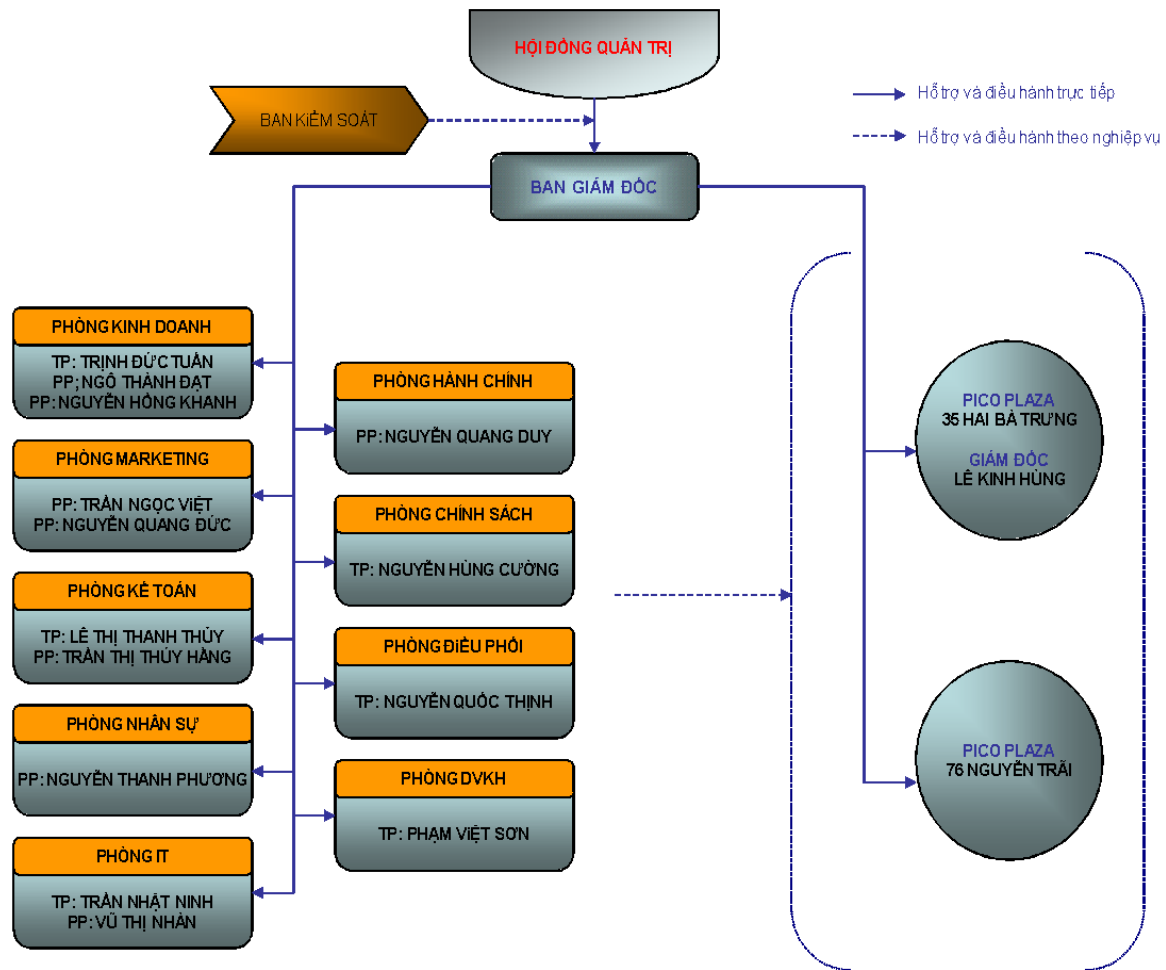
Nhiệm vụ của công ty cổ phần PICO

- Xây dựng và tổ chức thực hiện các kế hoạch về tiêu thụ sản phẩm mà công ty đã đăng ký kinh trong giấy phép kinh doanh.

- Xây dựng các phương án sản xuất kinh doanh, phát triển kế hoạch và mục tiêu chiến lược mà công ty đã đề ra.
- Tổ chức nghiên cứu thị trường, tìm hiểu và xác định nhu cầu thị trường về sản phẩm mà công ty hiện đang kinh doanh.
- Thiết lập thêm các nhà cung cấp mới nhằm đa dạng hoá sản phẩm mà công ty kinh doanh.
- Tổ chức nghiên cứu sản phẩm, nâng cao năng suất lao động, áp dụng những tiến bộ khoa học kỹ thuật nhằm hoàn thiện hệ thống quản lý, nâng cao hiệu quả tiêu thụ sản phẩm của công ty.
- Bảo toàn và phát triển vốn của công ty.
- Thực hiện việc chăm lo và không ngừng cải thiện điều kiện làm việc, đời sống vật chất tinh thần, bồi dưỡng nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp vụ cho người lao động.
- Bảo vệ doanh nghiệp, bảo vệ môi trường, giữ gìn an ninh trật tự, an toàn xã hội, thực hiện đầy đủ các chính sách của ngành và Nhà nước.
- Thực hiện nhiệm vụ và nghĩa vụ với Nhà nước.

1.2 Tổ chức bộ máy và chức năng, nhiệm vụ của các phòng, ban

Với mục đích tạo ra sự năng động và khoa học trong quá trình hoạt động kinh doanh, Công ty cổ phần PICO đã không ngừng cải tổ nâng cao chất lượng tổ chức sắp xếp hoàn thiện bộ máy quản lý khoa học hiện đại phù hợp với qui mô và loại hình kinh doanh; xác định, phân định rõ chức năng nhiệm vụ quyền hạn của các phòng ban sao cho phù hợp với giai đoạn phát triển mới. Sau đây là sơ đồ tổ chức bộ máy hoạt động của công ty:



Chức năng nhiệm vụ các phòng ban trực thuộc công ty cổ phần PICO

- **Chủ tịch hội đồng quản trị:** là người điều hành chung mọi hoạt động của công ty và chịu trách nhiệm trước cổ đông về nhiệm vụ cũng như nội dung hoạt động kinh tế của công ty.
- **Ban Giám đốc Công ty:** là một ban quản lý điều hành và chịu trách nhiệm chính về các hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty, có quyền quyết định cao nhất trong công ty, là đại diện pháp luật cho công ty và chịu trách nhiệm trước HĐQT.
- **Phòng kế toán:** phòng kế toán có một kế toán trưởng. Kế toán trưởng chịu sự chỉ đạo trực tiếp của Giám đốc và giúp Giám đốc chỉ đạo thực hiện toàn bộ

công tác kết toán và báo cáo kết quả hoạt động của Công ty theo quy định của Nhà nước. Quản lý các loại vốn và quỹ của công ty, tạo nguồn vốn cho kinh doanh.

- **Phòng kinh doanh:** là phòng có vai trò rất quan trọng đối với tổng hợp hoạt động kinh doanh của công ty. Phòng kinh doanh của công ty chịu trách nhiệm hoạch định chính sách hàng hóa; chiến lược kinh doanh; nghiên cứu dự đoán sản phẩm cũng như tạo mối quan hệ với các nhà phân phối, đảm bảo tốt thị trường đầu ra và thị trường đầu vào của công ty. Phòng kinh doanh tổ chức tiếp nhận, thu thập xử lý thông tin về sản phẩm, thị trường, giá cả trong và ngoài nước để xác định phương án kinh doanh cho từng mặt hàng, từng thị trường. Xây dựng quy trình tiếp nhận hàng, bán hàng và kiểm tra chất lượng sản phẩm, chịu trách nhiệm giải quyết các xung đột với khách hàng khi xảy ra tranh chấp.

- **Phòng Marketing:** Có nhiệm vụ thực hiện các hoạt động Marketing hỗn hợp từ hoạt động truyền thông bên trong và bên ngoài của công ty, thực hiện trang trí thiết kế bối cảnh công ty cũng như các quầy hàng và nhiệm vụ tổ chức và triển khai các sự kiện của công ty. Phòng trực tiếp triển khai các sự kiện PR quan trọng của công ty, xúc tiến thương mại, quảng cáo với mục đích nâng cao hơn nữa “độ in sâu” trong tâm trí của khách hàng với PICO.

- **Phòng dịch vụ khách hàng:** Xây dựng hoạch định thực thi và đánh giá các hoạt động dịch vụ cung ứng tới khách hàng. Bên cạnh đó, phòng DVKH còn có nhiệm vụ xây dựng các chính sách đối với khách hàng, thực hiện các chức năng chăm sóc khách hàng, tư vấn cho khách hàng các thắc mắc, giải quyết các khiếu nại, bảo hành các sản phẩm bị lỗi.

- **Phòng nhân sự:** Thực hiện toàn bộ các công việc liên quan đến công tác nhân sự của Công ty. Các công việc chủ yếu: tham mưu, giúp việc cho Ban Giám đốc trong công tác xây dựng chiến lược, kế hoạch nhân sự; tiến hành tuyển dụng, đào tạo, quản trị, đánh giá nguồn nhân lực; thực hiện các chế độ, chính sách, đảm bảo quyền lợi của người lao động.

- **Phòng hành chính:** thực hiện công tác hậu cần và tham mưu, tổng hợp. Các công việc chủ yếu: Thực hiện công tác lễ tân, đón tiếp khách; công tác hành chính, văn thư; tham mưu cho Ban Giám đốc về việc xây dựng cơ cấu tổ chức, điều hành hoạt động của Công ty; xây dựng các quy chế, quy định, quy trình cho Công ty; duy trì kỷ luật, nội quy lao động của Công ty; thực hiện công tác quản trị văn phòng, đảm bảo cơ sở vật chất phục vụ công tác sản xuất kinh doanh; thực hiện công tác bảo vệ, vệ sinh; thực hiện toàn bộ các công việc liên quan.

- **Phòng điều phối:** Có nhiệm vụ chịu trách nhiệm trong việc chuẩn bị hàng hóa, điều phối dòng hàng hoá trong công ty, điều tiết hàng hoá và quản lý các kho hàng của công ty.

- **Phòng IT:** với vai trò quản lý hệ thống ERP cho công ty, đảm bảo mạng thông tin cho công ty và quản lý hệ thống thông tin của toàn công ty.

- **Phòng chính sách:** chịu trách nhiệm trong việc hoạch định các chính sách giá của các hãng, kiểm tra độ chính xác của các đơn hàng và các yếu tố liên quan đến đơn hàng.

2. KẾT QUẢ TỔNG HỢP XỬ LÝ KẾT QUẢ ĐIỀU TRA

2.1 Mục tiêu đào tạo

Theo mục tiêu đào tạo được thiết kế, sinh viên tốt nghiệp chuyên ngành Kinh tế thương mại thuộc ngành kinh tế có khả năng làm tốt việc ở các cương vị quản lý kinh tế ở các bộ phận có liên quan đến quản lý vĩ mô các yếu tố kinh tế.

Bên cạnh đó, qua kết quả điều tra tại công ty thì các bộ phận khác mà sinh viên chuyên ngành Kinh tế thương mại có thể làm tốt là phòng kinh doanh, phòng nhân sự, phòng DVKH, phòng điều phối.

2.2 Các kiến thức, kỹ năng cần thiết đối với sinh viên chuyên ngành Kinh tế thương mại

2.2.1 Kiến thức

Đối với kiến thức nền kinh tế, xã hội, nhân văn

Cơ cấu kiến thức	Sự cần thiết		Mức độ quan trọng
	Số phiếu	Tỉ lệ (%)	
Tư tưởng Hồ Chí Minh	1/5	20	2
Đường lối, chính sách của Đảng cộng sản Việt Nam	5/5	100	4
Tổng quan thương mại hàng hóa	5/5	100	1,6
Tổng quan thương mại dịch vụ, đầu tư, sở hữu trí tuệ	5/5	100	2,2
Kinh tế thương mại đại cương	2/5	40	3
Lịch sử kinh tế thế giới và Việt Nam	1/5	20	5
WTO tổ chức và các định chế cơ bản	5/5	100	3,8

Như vậy, qua điều tra, ta có thể thấy môn học được doanh nghiệp đánh giá quan trọng nhất đối với nhóm kiến thức kinh tế-xã hội-nhân văn là môn tổng quan thương mại hàng hóa với số phiếu và mức độ quan trọng như trong bảng trên. Bên cạnh đó, kiến thức được cho là không thực sự quan trọng đối với sinh viên chuyên ngành kinh tế thương mại là Nguyên lý của chủ nghĩa Mac-Lenin.

Đối với kiến thức cơ sở về kinh doanh và quản lý

Cơ cấu kiến thức	Sự cần thiết		Mức độ quan trọng
	Số phiếu	Tỉ lệ (%)	
Môi trường vĩ mô quốc gia và quốc tế	5/5	100	4
Môi trường cạnh tranh ngành	5/5	100	5,2
Các phương pháp phân tích định lượng kinh tế	3/5	60	2,3
Nguyên lý kinh doanh hiện đại- Marketing căn bản	5/5	100	1,25
Khoa học quản lý	5/5	100	3,8
Nguyên lý tài chính-tiền tệ	1/5	20	5
Thị trường chứng khoán	2/5	40	6.5
Thương mại điện tử đại cương	5/5	100	4

Kinh doanh quốc tế đại cương	5/5	100	5,2
------------------------------	-----	-----	-----

Như vậy, Nguyên lý kinh doanh hiện đại-Marketing căn bản là môn mà doanh nghiệp đánh giá là quan trọng nhất. Bên cạnh đó, một số môn không thực sự cần thiết đối với sinh viên chuyên ngành Kinh tế thương mại là Nguyên lý kế toán, Kinh tế lượng.

Đối với kiến thức chung ngành kinh tế

Cơ cấu kiến thức	Sự cần thiết		Mức độ quan trọng
	Số phiếu	Tỉ lệ (%)	
Kinh tế học vĩ mô căn bản và nâng cao	3/5	60	3
Kinh tế học vi mô căn bản và nâng cao	5/5	100	1,8
Kinh tế học phát triển	1/5	20	2
Kinh tế và quản lý công	1/5	20	5
Kinh tế và quản lý môi trường	1/5	20	6
Kinh tế quốc tế	4/5	80	3,75
Thị trường tài chính khu vực và toàn cầu	3/5	60	4
Nguyên lý thống kê kinh tế	3/5	60	5
Quản trị chiến lược kinh doanh	5/5	100	2,2

Vậy, theo kết quả điều tra thì môn học mà doanh nghiệp đánh giá là quan trọng nhất trong khối kiến thức chung về ngành kinh tế là môn Kinh tế học vi mô căn bản và nâng cao.

Đối với kiến thức chuyên môn, chuyên ngành

Cơ cấu kiến thức	Sự cần thiết		Mức độ quan trọng
	Số phiếu	Tỉ lệ (%)	
Kinh tế thương mại Việt Nam	5/5	100	3
WTO-Các cam kết và lộ trình thực hiện của VN	4/5	80	6

Chiến lược và chính sách phát triển thương mại nội địa và XNK của Việt Nam	5/5	100	4,2
Quản lý kênh phân phối và kết cấu hạ tầng TM	4/5	80	2,25
Quản lý nhà nước về thương mại	1/5	20	3
Kinh tế doanh nghiệp thương mại dịch vụ	5/5	100	2,6
Kinh tế các nguồn nhân lực thương mại dịch vụ	5/5	100	2,8

Theo doanh nghiệp thì tất cả các môn học trên đều cần thiết, tuy nhiên, môn học được đánh giá là quan trọng nhất trong khối kiến thức chuyên ngành là môn Kinh tế doanh nghiệp thương mại dịch vụ.

Như vậy theo kết quả điều tra từ các nhà quản lý cho thấy: Về cơ bản khung kết cấu kiến thức của chương trình đào tạo cử nhân chuyên ngành kinh tế thương mại nhìn chung là khá phù hợp với những yêu cầu của doanh nghiệp sử dụng lao động. Tuy nhiên bên cạnh đó vẫn còn có một số kiến thức được các nhà quản lý doanh nghiệp đánh giá là không thực sự cần thiết cho công việc của các cử nhân khi ra làm việc như: Nguyên lý chủ nghĩa Mac-Lênin, Kinh tế lượng, nguyên lý kế toán... Các nhà quản lý cho rằng nên thay thế các kiến thức này bằng các kiến thức có liên quan đến thương mại, phát triển kênh phân phối, phân tích dự báo thị trường.

2.2.2 Kỹ năng

Đối với kỹ năng nghề nghiệp

Tên kỹ năng	Sự cần thiết		Mức độ quan trọng
	Số phiếu	Tỉ lệ (%)	
Nghiên cứu, phát hiện và giải quyết vấn đề kinh tế	5/5	100	1
Giao tiếp và truyền thông kinh tế - quản lý	5/5	100	1
Quan hệ công chúng, xã hội	5/5	100	1
Phân tích định lượng kinh tế bằng phần mềm STATA	3/5	60	2

Làm việc theo nhóm	5/5	100	2
Làm báo cáo nghiên cứu và trình diễn vấn đề	5/5	100	2
Lập dự án phát triển kinh doanh của ngành kinh doanh/địa phương	2/5	40	1,5
Tự học và phát triển kiến thức	5/5	100	2

Các kỹ năng nghề nghiệp mà doanh nghiệp đánh giá cao nhất là Nghiên cứu, phát hiện và giải quyết các vấn đề kinh tế; Giao tiếp và truyền thông kinh tế-quản lý; Quan hệ công chúng, xã hội. Bên cạnh đó, các kỹ năng mà doanh nghiệp thấy không thật sự cần thiết là Hoạch định chiến lược, chính sách phát triển kinh tế thương mại; Đăng ký thành lập doanh nghiệp.

Đối với kỹ năng công cụ

Tên kỹ năng	Sự cần thiết		Mức độ quan trọng
	Số phiếu	Tỉ lệ (%)	
Tiếng Anh (Pháp, Trung) đạt chuẩn TOEIC tương đương 450	5/5	100	1
Đọc, dịch thành thạo các văn bản chuyên môn tiếng Anh (Pháp, Trung)	2/5	40	1
Sử dụng thành thạo máy tính phục vụ chuyên môn đạt chuẩn (70/100 điểm) tin học (tin học văn phòng Word, Exel, sử dụng phần mềm PowerPoint, Stata, quản lý cơ sở dữ liệu, khai thác internet...)	5/5	100	1
Truyền thông online (truy cập, khai thác, chia sẻ thông tin trực tuyến)	5/5	100	1

Thông qua điều tra ta có thể thấy, doanh nghiệp đánh giá cao tất cả các kỹ năng công cụ trên, vì nó là những công cụ rất cần thiết trong quá trình làm việc, nhất là trong thời đại hội nhập kinh tế toàn cầu như hiện nay.

2.2.3 Phẩm chất nghề nghiệp

Tiêu chí phẩm chất nghề nghiệp	Sự cần thiết		Mức độ quan trọng
	Số phiếu	Tỉ lệ (%)	
Tôn trọng và chấp hành pháp luật, nội quy DN	5/5	100	7,2
Ý thức trách nhiệm, tinh thần vượt khó, dấn thân hoàn thành nhiệm vụ	5/5	100	6,2
Khả năng hội nhập và thích nghi với sự đổi mới, thay đổi	5/5	100	4,4
Khả năng làm việc trong môi trường có áp lực	4/5	80	5
Khả năng làm việc trong môi trường quốc tế	3/5	60	6
Yêu nghề và có ý thức cầu thị học tập vươn lên với nghề nghiệp	4/5	80	5
An tâm làm việc, trung thành với doanh nghiệp	2/5	40	9
Tôn trọng, trung thực với cấp quản lý và đồng nghiệp	2/5	40	10
Tôn trọng, có ý thức phục vụ đúng nhu cầu khách hàng, bạn hàng, đối tác	2/5	40	9
Tinh thần trách nhiệm, gương mẫu tham gia công tác, sinh hoạt chung	2/5	40	8,5
Quan hệ đúng mực và ý thức xây dựng DN	1/5	20	15
Tác phong hiện đại trong công tác	4/5	80	3,5
Khả năng độc lập, tự trọng và trung thực với công việc	5/5	100	3,6
Tinh thần năng động và sáng tạo trong đổi mới	5/5	100	3,2
Khả năng tự ý thức, tự quản lý bản thân	5/5	100	9,6

Tóm lại, qua điều tra có thể thấy, doanh nghiệp thấy tất cả các phẩm chất trên đều quan trọng, tuy nhiên phẩm chất được đánh giá cao nhất là Tinh thần năng động và sáng tạo trong đổi mới. Đó là do làm việc trong môi trường hội nhập, thay

đổi từng ngày từng giờ như hiện nay thì tinh thần năng động và khả năng sáng tạo là rất quan trọng, nếu không sẽ làm mất các thời cơ quý báu của doanh nghiệp.

Những phẩm chất trên cần được nhà trường và khoa chú trọng phát triển thông qua các hoạt động như:

- Xây dựng đoàn kết trong trường lớp, nơi làm việc.
- Nâng cao ý thức kỷ luật.
- Các hoạt động tập thể, xây dựng văn hóa trường lớp, doanh nghiệp.
- Chủ động tiếp thu kiến thức và nâng cao hiệu quả của từng sinh viên giúp sinh viên tự tìm kiếm cơ hội, kỹ năng quản lý, hội họp, tư duy phản biện....

2.3 Quá trình sử dụng cử nhân đại học Thương mại

Hiện nay, doanh nghiệp sử dụng 3 sinh viên đại học Thương Mại, trong đó có: 1 cử nhân chuyên ngành Kinh tế thương mại làm tại phòng kinh doanh, 1 cử nhân chuyên ngành Marketing thương mại làm tại phòng Marketing và 1 cử nhân chuyên ngành kế toán tài chính DNTM làm tại phòng kế toán.

Trong quá trình làm việc tại công ty, sinh viên chuyên ngành Kinh tế thương mại được đánh giá các mặt mạnh và mặt yếu sau đây

2.3.1 Mặt mạnh

- ***Về phẩm chất:*** cử nhân chuyên ngành Kinh tế thương mại có ý thức trách nhiệm cao; chăm chỉ, cần cù, ham học hỏi; có lòng yêu nghề; năng động và sáng tạo.
- ***Về kiến thức:*** cử nhân chuyên ngành Kinh tế thương mại nắm được những kiến thức cơ bản phục vụ cho công tác được giao.
- ***Về kỹ năng:*** cử nhân chuyên ngành Kinh tế thương mại có kỹ năng làm việc theo nhóm, tự học và phát triển kiến thức tốt.

2.3.2 Mặt yếu

- ***Về phẩm chất:*** cử nhân chuyên ngành Kinh tế thương mại còn yếu về khả năng làm việc trong môi trường áp lực.

- **Về kiến thức:** cử nhân chuyên ngành Kinh tế thương mại còn yếu về kiến thức quản lý cấp doanh nghiệp.
- **Về kỹ năng:** cử nhân chuyên ngành Kinh tế thương mại còn yếu về ngoại ngữ, kỹ năng trình diễn vấn đề trước đám đông.

2.3.3 Mặt thiếu

- **Về phẩm chất:** cử nhân chuyên ngành Kinh tế thương mại do yếu về ngoại ngữ nên thiếu khả năng làm việc trong môi trường quốc tế.
- **Về kiến thức:** cử nhân chuyên ngành Kinh tế thương mại còn thiếu kiến thức thực tế, lý thuyết nắm được nhưng sự vận dụng chưa linh hoạt.
- **Về kỹ năng:** cử nhân chuyên ngành Kinh tế thương mại còn thiếu kỹ năng ứng dụng sử dụng các chương trình phần mềm mới trong tác nghiệp.

2.3.4 Đánh giá cho điểm mức độ đáp ứng yêu cầu công việc

Tiêu chuẩn đáp ứng	Mức đánh giá tổng hợp				
	5 Rất tốt	4 Khá	3 Trung bình	2 Yếu	1 Kém
Phẩm chất	X				
	X				
Kiến thức		X			
		X			
Kỹ năng		X			
			X		

3. KẾT QUẢ TỔNG HỢP XỬ LÝ KẾT QUẢ PHỎNG VẤN

Dưới đây là bảng thống kê đánh giá về năng lực đảm nhiệm các công việc của sinh viên thuộc chuyên ngành Kinh tế thương mại với các mức độ : 1-Tốt, 2-Khá, 3-TB, 4-Kém

Nội dung đánh giá	1	2	3	4	Ghi chú
-------------------	---	---	---	---	---------

1. Phân tích thị trường, môi trường kinh tế, xã hội... và ảnh hưởng của nó tới sự phát triển các hoạt động thương mại trong nước và quốc tế?			X		
2. Nghiên cứu, xây dựng và triển khai các chiến lược, quy hoạch, kế hoạch, các chính sách phát triển thương mại của một địa phương, vùng hoặc của quốc gia hay đơn vị?		X			
3. Phân tích và đánh giá các lợi thế so sánh để xây dựng chiến lược phát triển ngành hàng cho các địa phương, vùng, quốc gia hoặc đơn vị?			X		
4. Phân tích và đánh giá các chỉ tiêu hiệu quả kinh tế, thương mại ở tầm vĩ mô và doanh nghiệp?			X		
5. Triển khai thực hiện các nội dung quản lý Nhà nước về thương mại, đặc biệt là các định chế pháp lý trong quản lý Nhà nước về thương mại?		X			
6. Phân tích tình hình thực thi các chương trình và chính sách hội nhập trong phát triển thương mại quốc gia hoặc của doanh nghiệp?		X			
7. Vận dụng kiến thức kinh tế học hiện đại trong phân tích, dự báo kinh tế, thương mại vĩ mô hoặc doanh nghiệp?		X			
8. Sử dụng các công cụ tin học và phần mềm kinh tế lượng để phân tích, dự báo các chỉ tiêu kinh tế, thương mại và hoạt động đầu tư của nền kinh tế hoặc của doanh nghiệp?			X		

9. Phân tích và đánh giá các nguồn lực sử dụng trong thương mại của một địa phương, vùng và quốc gia hoặc của doanh nghiệp?		X			
---	--	---	--	--	--

Như vậy, có thể nói, doanh nghiệp đánh giá năng lực đảm nhiệm các công việc trên của sinh viên chuyên ngành Kinh tế thương mại ở mức trung bình khá. Điều này cho thấy, về mặt kiến thức thì cử nhân chuyên ngành nắm được khá chắc, nhưng lại thiếu các kỹ năng mềm như tin học, ngoại ngữ, tính linh hoạt trong vận dụng... để có thể hoàn thành công việc một cách hiệu quả hơn. Vì vậy, sinh viên cần phải tự học hỏi để trau dồi thêm kiến thức để đáp ứng yêu cầu của công việc đòi hỏi trong điều kiện nền kinh tế ngày phát triển càng hội nhập sâu rộng vào nền kinh tế thế giới.

4. NHỮNG VẤN ĐỀ PHÁT HIỆN TỪ THỰC TIỄN HOẠT ĐỘNG CỦA CÔNG TY

4.1 Những vấn đề cấp thiết đặt ra trên bình diện chung về kinh tế và quản lý của thị trường và thương mại ngành kinh doanh/địa phương

- Do tác động của khủng hoảng kinh tế khiến cho sức tiêu thụ sản phẩm giảm
- Hàng điện máy càng về thời gian cuối năm càng có những đợt giảm giá rất lớn, điều này làm tăng sức mua nhưng cũng lại tạo tâm lý nghi ngờ chất lượng những sản phẩm được giảm giá này đối với một nhóm những người tiêu dùng không quá chuộng hàng rẻ, vấn đề đặt ra đối với các nhà quản lý của các doanh nghiệp kinh doanh điện máy là làm sao để giảm tối đa sự nghi ngờ này.
- Sự lên xuống thất thường của giá Đôla khiến cho các giá trị của lô hàng được nhập về trước đó có thể bị tăng đột ngột nhưng doanh nghiệp lại không thể tăng giá sản phẩm đã niêm yết, gây lỗ cho các doanh nghiệp.

4.2 Những vấn đề cụ thể đặt ra đối với Công ty Cổ phần PICO

Những vấn đề mà ngành điện máy gặp phải cũng chính là các vấn đề mà Công ty cổ phần PICO gặp phải. Bên cạnh đó, PICO còn có những vấn đề riêng xuất phát từ tình hình thực tế hoạt động của công ty như:

- Các chiến lược khuyến mại, giảm giá, kích cầu tiêu dùng của PICO khá rầm rộ, tuy nhiên do sự bất cân xứng thông tin giữa công ty và khách hàng dẫn đến tình trạng một số khách hàng hiểu khác đi về nội dung các chương trình khuyến mại nên khi đến công ty mua hàng không được hưởng sự khuyến mại như dự kiến. Điều này làm mất lòng tin của khách và giảm doanh thu của công ty.

- PICO có rất nhiều đợt giảm giá, khuyến mại mà được người tiêu dùng đánh giá là giảm giá rất lớn, điều này đặt ra một vấn đề đối với công ty là xác định mức giảm giá, chiến lược khuyến mại như thế nào để làm tăng doanh số nhưng không làm giảm doanh thu, lợi nhuận của công ty.

5. ĐĂNG KÝ TÊN ĐỀ TÀI LUẬN VĂN

Trên cơ sở các mục đã nêu ở mục 4.2, em xin đề xuất hướng đề tài làm luận văn tốt nghiệp như sau:

“Ước lượng cầu về các sản phẩm điện máy và kiểm định mối quan hệ giữa chi phí khuyến mãi và lợi nhuận của mặt hàng này tại công ty cổ phần PICO.”

Ngoài ra, em cũng đề xuất 1 hướng đề tài tham khảo khác như sau:

“Tác động của chính sách khuyến mãi tới cầu của sản phẩm điện máy tại công ty cổ phần PICO.”

Bộ môn đề xuất làm luận văn: ***Kinh tế vi mô.***

NHẬN XÉT VÀ XÁC NHẬN CỦA ĐƠN VỊ THỰC TẬP

هصصهصصه

Đơn vị thực tập : Công ty Cổ phần PICO

Sinh viên thực tập : Nguyễn Phương Phương

Trường - Lớp : K42F2 – ĐH Thương Mại

1. NHẬN XÉT VỀ Ý THỨC THỰC TẬP VÀ CHẤP HÀNH NỘI QUY, QUY CHẾ CỦA ĐƠN VỊ THỰC TẬP

.....

.....

.....

.....

.....

2. XÁC NHẬN VỀ SỐ LIỆU, TÌNH HÌNH DO ĐƠN VỊ CUNG CẤP

.....

.....

.....

.....

.....

Hà Nội, ngày tháng năm 2010

Người nhận xét

(ghi rõ chức vụ, đóng dấu, ký tên)