

ĐƠN VỊ ĐỒNG HÀNH & TỔ CHỨC



CLB DOANH NGHIỆP
TƯ VẤN TP. HCM



CÔNG TY TNHH TƯ VẤN VÀ
ĐÀO TẠO DOANH NGHIỆP VANTIS



VIỆN ĐÀO TẠO VÀ PHÁT TRIỂN
DOANH NHÂN VIỆT NAM

ĐƠN VỊ TÀI TRỢ



NGÂN HÀNG TMCP
QUỐC TẾ VIỆT NAM

MINI EMBA CORE TEAM TRONG KỶ NGUYÊN AI



Đồng bộ Core Team trên một
bản đồ chiến lược



Biến chiến lược thành kế hoạch
có thể thực thi



Đồng hành bởi các chuyên gia
thực chiến trong ngành

KIẾN TẠO DOANH NGHIỆP TƯƠNG LAI

TỔNG QUAN CHƯƠNG TRÌNH

Chiến lược tạo ra kết quả khi đội ngũ lãnh đạo cùng hiểu, cùng lựa chọn và cùng hành động. **MINI EMBA Core Team trong Kỷ nguyên AI** là chương trình quản trị dành cho lãnh đạo muốn xây dựng sự đồng thuận và nâng cao năng lực điều hành doanh nghiệp.

Chương trình kết nối chiến lược, kinh doanh, tài chính, con người và công nghệ trong một góc nhìn tổng thể. Học viên học qua tình huống, đối thoại cùng chuyên gia và thực hành trên bài toán của doanh nghiệp mình.

Điểm nhấn là quá trình đội ngũ cùng phân tích, phản biện và xây dựng bản đồ chiến lược trên VST, gắn với kế hoạch hành động 90 ngày. Qua đó, kiến thức được chuyển thành cơ sở ra quyết định và phối hợp thực thi, phù hợp với nguồn lực và định hướng phát triển.



ĐỐI TƯỢNG THAM DỰ

- Chương trình dành cho **đội ngũ lãnh đạo chủ chốt (Core Team)** của doanh nghiệp, gồm CEO, Giám đốc Nhân sự (CHRO), Giám đốc Chiến lược (CSO) và Giám đốc Kinh doanh & Marketing.
- Khuyến khích mỗi doanh nghiệp tham gia theo nhóm 4 thành viên để cùng thống nhất tư duy, kết nối các góc nhìn quản trị và xây dựng định hướng chiến lược chung, tạo nền tảng phối hợp thực thi đồng bộ sau khóa học.

PHƯƠNG PHÁP ĐÀO TẠO

- **Học và áp dụng ngay:** Mỗi nội dung được gắn với bài toán thực tế của doanh nghiệp, giúp học viên chuyển kiến thức thành hành động cụ thể.
- **Kết hợp nhiều hình thức học:** Giảng viên giới thiệu kiến thức cốt lõi, làm mẫu; học viên thực hành theo nhóm, nhận góp ý, chỉnh sửa và phản biện kết quả.
- **Tỷ lệ lý thuyết và thực hành:** 40 - 60, trong đó bao gồm: 70 khung + 80 vận dụng + 30 phản biện.
- **Tích hợp ba nội dung xuyên suốt:** AI hỗ trợ phân tích và nâng cao chất lượng quyết định; phát triển bền vững giúp xem xét giá trị và tác động dài hạn; SBSC kết nối mục tiêu với hành động và bằng chứng thực hiện.
- **Đầu ra có thể theo dõi:** Mỗi nội dung học cần dẫn tới một hành động rõ ràng, gắn với chỉ số, thời hạn và người chịu trách nhiệm.



CẤU TRÚC CHƯƠNG TRÌNH

MODULE	NỘI DUNG TỪNG BUỔI	THỜI LƯỢNG
1. CÙNG NHÌN LẠI DOANH NGHIỆP	Vai trò lãnh đạo và cơ chế ra quyết định	1 Buổi
	Bối cảnh cạnh tranh và mức độ sẵn sàng	1 Buổi
2. CHỌN HƯỚNG VÀ LÍ GIẢI LỰA CHỌN	Tư duy chiến lược và lựa chọn cạnh tranh	1 Buổi
	Định hướng bền vững và bản đồ chiến lược	1 Buổi
3. THIẾT KẾ CÁCH TẠO GIÁ TRỊ	Mô hình kinh doanh và logic kinh tế	1 Buổi
	Tiếp cận thị trường và trải nghiệm khách hàng	1 Buổi
4. TẬP HỢP NGUỒN LỰC ĐỂ THỰC HIỆN	Tài chính, con người và năng lực tổ chức	1 Buổi
	Đối tác, dữ liệu, công nghệ và cơ hội AI	1 Buổi
5. CHIẾN LƯỢC VỐN VÀ MỨC ĐỘ SẴN SÀNG	Chuẩn bị cho hành trình gọi vốn	1 Buổi
	Tiếp cận, đàm phán và chốt deal với nhà đầu tư	1 Buổi
6. CHUYỂN CHIẾN LƯỢC THÀNH HÀNH ĐỘNG	Thực hành xây dựng chiến lược trên công cụ VST	3 Buổi
7. TALKSHOW	Bế giảng và buổi tọa đàm	1 Buổi

MODULE 1: CÙNG NHÌN LẠI DOANH NGHIỆP

I. VAI TRÒ LÃNH ĐẠO VÀ CƠ CHẾ RA QUYẾT ĐỊNH

1. Phân định trách nhiệm trong đội ngũ lãnh đạo

- Phân biệt trách nhiệm chức năng và trách nhiệm chung đối với mục tiêu doanh nghiệp.
- Nhận diện “vùng xám” trách nhiệm và khoảng trống phối hợp giữa các bộ phận.

2. Thiết lập thẩm quyền ra quyết định

- Làm rõ vai trò đề xuất, tham vấn, phê duyệt và thực thi đối với các quyết định quan trọng.
- Xác lập phạm vi thẩm quyền và cơ chế phối hợp trong quyết định liên chức năng.

3. Nâng cao chất lượng quyết định quản trị

- Phân loại quyết định theo khả năng đảo ngược và mức độ ảnh hưởng.
- Lựa chọn cách tiếp cận phù hợp về tốc độ, thông tin và đánh giá rủi ro trước khi quyết định.

4. Quản trị bất đồng và cam kết thực thi

- Phản biện có cơ sở, làm rõ quan điểm khác biệt trước khi thống nhất quyết định.
- Xây dựng cam kết thực thi và nhận diện những bất đồng chưa được trao đổi trong đội ngũ.

II. BỐI CẢNH CẠNH TRANH VÀ MỨC ĐỘ SẴN SÀNG

1. Phân tích chuỗi giá trị doanh nghiệp

- Nhận diện các hoạt động trong chuỗi giá trị, từ đầu vào đến khách hàng cuối.
- Xác định khâu tạo giá trị khách hàng sẵn sàng chi trả và đánh giá mức độ phù hợp trong phân bổ nguồn lực.

2. Đánh giá các áp lực cạnh tranh

- Phân tích sức ép từ khách hàng, nhà cung cấp, đối thủ hiện tại, đối thủ tiềm ẩn và giải pháp thay thế.
- Nhận diện tác động đến vị thế cạnh tranh và khả năng tạo lợi nhuận của doanh nghiệp.

3. Phân biệt dữ kiện, nhận định và giả định

- Phân biệt thông tin đã được kiểm chứng, quan điểm đánh giá và giả định cần xác thực.
- Rà soát cơ sở thông tin để nâng cao chất lượng phân tích và quyết định quản trị.

4. Nhận diện cơ hội ứng dụng AI và yêu cầu phát triển bền vững

- Xác định khâu ưu tiên ứng dụng AI dựa trên đặc điểm công việc và mức độ sẵn sàng của dữ liệu.
- Nhận diện yêu cầu từ khách hàng và chuỗi cung ứng về truy xuất nguồn gốc, minh chứng thực hành và báo cáo phát triển bền vững.

MODULE 2: CHỌN HƯỚNG VÀ LÍ GIẢI LỰA CHỌN

I. TƯ DUY CHIẾN LƯỢC VÀ LỰA CHỌN CẠNH TRANH

1. Định hình lựa chọn chiến lược qua năm câu hỏi cốt lõi

- Xác định mục tiêu thành công, thị trường mục tiêu và cách tạo lợi thế cạnh tranh.
- Làm rõ năng lực cốt lõi và hệ thống quản trị cần thiết để thực thi chiến lược.

2. Xác lập ưu tiên và giới hạn chiến lược

- Làm rõ những đánh đổi và các cơ hội, hoạt động doanh nghiệp chủ động không theo đuổi.
- Thống nhất những việc cần ngừng hoặc từ chối để tập trung nguồn lực cho ưu tiên chiến lược.

3. Đánh giá và lựa chọn phương án chiến lược

- So sánh các phương án theo năm tiêu chí thống nhất: giá trị khách hàng, khả năng thực hiện cam kết, nguồn lực tài chính, thời gian triển khai và rủi ro.
- Nhận diện thiên lệch trong đánh giá để bảo đảm lựa chọn có cơ sở và nhất quán.

4. Phân bổ nguồn lực theo ưu tiên chiến lược

- Cân đối ngân sách, thời gian và sự tập trung của ban lãnh đạo giữa các lựa chọn.
- Xác định hoạt động cần ưu tiên, cắt giảm hoặc trì hoãn để bảo đảm khả năng thực thi.

II. ĐỊNH HƯỚNG BỀN VỮNG VÀ BẢN ĐỒ CHIẾN LƯỢC

1. Tổng quan về hệ thống quản trị chiến lược SBSC

- Hiểu BSC và SBSC – Thẻ điểm cân bằng tích hợp phát triển bền vững.
- Phân biệt hệ thống quản trị, bản đồ chiến lược và dashboard; làm rõ mối liên kết giữa mục tiêu, thước đo, mức kết quả cần đạt và sáng kiến.

2. Xây dựng và kiểm chứng logic bản đồ chiến lược

- Nhận diện các giả thuyết nhân quả giữa những mục tiêu chiến lược.
- Sử dụng dữ liệu thực tế để kiểm chứng và điều chỉnh các liên kết trên bản đồ.

3. Tích hợp mục tiêu phát triển bền vững vào chiến lược

- Xác định vị trí của mục tiêu bền vững trong các góc nhìn: năng lực, quy trình, khách hàng và tài chính; cân nhắc góc nhìn riêng khi phù hợp.
- Đánh giá tính trọng yếu theo hai chiều: tác động đến con người, môi trường và ảnh hưởng tài chính đối với doanh nghiệp.

4. Phân biệt mục tiêu và chỉ số đo lường

- Làm rõ kết quả chiến lược cần đạt và chỉ số dùng để đánh giá mức độ hoàn thành.

MODULE 3: THIẾT KẾ CÁCH TẠO GIÁ TRỊ

I. MÔ HÌNH KINH DOANH VÀ LOGIC KINH TẾ

1. Phân tích hiện trạng kinh doanh

- Đánh giá mô hình kinh doanh, danh mục khách hàng và sản phẩm
- Phân tích doanh thu, lợi nhuận và các điểm nghẽn tăng trưởng.

2. Phân khúc khách hàng và lựa chọn thị trường mục tiêu

- Phân tích nhu cầu, hành vi mua và tiềm năng thị trường
- Lựa chọn phân khúc phù hợp với năng lực và định hướng doanh nghiệp.

3. Thiết kế đề xuất giá trị

- Làm rõ vấn đề khách hàng cần giải quyết, lợi ích cốt lõi và yếu tố khác biệt tạo cơ sở để khách hàng lựa chọn doanh nghiệp.

4. Thiết kế mô hình kinh doanh

- Kết nối đề xuất giá trị với khách hàng, sản phẩm, kênh tiếp cận, nguồn doanh thu, cấu trúc chi phí, đối tác và năng lực thực hiện.

II. TIẾP CẬN THỊ TRƯỜNG VÀ TRẢI NGHIỆM KHÁCH HÀNG

1. Lựa chọn thị trường ưu tiên

- Đánh giá quy mô cơ hội, khả năng tiếp cận, mức độ cạnh tranh và năng lực phục vụ để xác định thị trường cần tập trung.

2. Thiết kế mô hình tiếp cận thị trường

- Lựa chọn và phối hợp các kênh trực tiếp, nhà phân phối, đại lý và nền tảng số phù hợp với khách hàng mục tiêu và nguồn lực doanh nghiệp.

3. Thiết kế hành trình khách hàng

- Phân tích các giai đoạn từ nhận biết, cân nhắc đến mua, sử dụng, mua lại và giới thiệu
- Xác định những điểm tiếp xúc cần cải thiện.

4. Tối ưu hiệu quả thương mại

- Phối hợp marketing, bán hàng, phân phối và trải nghiệm khách hàng
- Phân bổ ngân sách gắn với mục tiêu kinh doanh và hiệu quả đầu tư.

5. Kiểm chứng mô hình và giả định kinh doanh

- Thiết kế thử nghiệm, xác định dữ liệu, KPI và tiêu chí đánh giá để quyết định điều chỉnh, mở rộng hoặc dừng triển khai.

MODULE 4: TẬP HỢP NGUỒN LỰC ĐỂ THỰC HIỆN

I. TÀI CHÍNH, CON NGƯỜI VÀ NĂNG LỰC TỔ CHỨC

1. Phân biệt lợi nhuận, dòng tiền và vốn lưu động

- Hiểu bản chất và mối quan hệ giữa lợi nhuận, dòng tiền và vốn lưu động.
- Nhận diện tác động đến khả năng thanh toán và nguồn lực tài trợ cho hoạt động kinh doanh.

2. Xác định nguồn lực triển khai sáng kiến

- Làm rõ nhu cầu về ngân sách, nhân sự, thời gian hỗ trợ của lãnh đạo và năng lực cần bổ sung.
- Đánh giá mức độ đáp ứng của nguồn lực hiện có so với yêu cầu thực thi.

3. Nhận diện khoảng trống trong triển khai dự án

- Xác định điểm nghẽn về năng lực thực hiện và thẩm quyền quyết định.
- Đánh giá khả năng tiếp nhận thay đổi của tổ chức khi triển khai nhiều sáng kiến cùng lúc.

4. Lựa chọn phương án phát triển năng lực

- Đánh giá vai trò chiến lược của năng lực để lựa chọn tự xây dựng, mua giải pháp hoặc hợp tác.
- So sánh tính khả thi theo năng lực hiện có, thời gian, tổng chi phí sở hữu.

II. ĐỐI TÁC, DỮ LIỆU, CÔNG NGHỆ VÀ CƠ HỘI AI

1. Xác định dữ liệu cần thiết cho bài toán ứng dụng AI

- Rà soát dữ liệu hiện có và xác định dữ liệu tối thiểu phù hợp với bài toán cần giải quyết.
- Đánh giá chất lượng, trách nhiệm quản lý và quyền sử dụng dữ liệu.

2. Đánh giá cơ hội ứng dụng AI

- Xác định giá trị kỳ vọng và thước đo hiệu quả về thời gian, chi phí hoặc nguồn lực.
- Đánh giá tính khả thi dựa trên dữ liệu hiện có và mức độ rủi ro khi AI đưa ra kết quả sai.

3. Thiết lập cơ chế quản trị và kiểm soát sáng kiến AI

- Vận dụng khung quản trị rủi ro AI của NIST để xác lập trách nhiệm, bối cảnh và giới hạn sử dụng.
- Xây dựng tiêu chí kiểm thử, phương án xử lý lỗi và điều kiện dừng phù hợp với thực tế triển khai.

4. Phân biệt đầu tư phần mềm và chuyển đổi số

- Làm rõ sự khác biệt giữa trang bị công nghệ và thay đổi cách thức vận hành doanh nghiệp.
- Nhận diện vai trò của quy trình, con người và dữ liệu trong chuyển đổi số.

MODULE 5: CHIẾN LƯỢC VỐN VÀ MỨC ĐỘ SẴN SÀNG

I. CHUẨN BỊ CHO HÀNH TRÌNH GỌI VỐN

1. Khi nào doanh nghiệp nên (và không nên) huy động vốn?

- Dấu hiệu doanh nghiệp sẵn sàng gọi vốn
- Mục tiêu gọi vốn_ tăng trưởng, R&D, mở rộng thị trường,...
- Các loại hình nhà đầu tư: Nhà đầu tư thiên thần (Angel), Quỹ đầu tư mạo hiểm (Venture Capital), Quỹ đầu tư tư nhân (Private Equity)...
- Những sai lầm phổ biến khi gọi vốn

2. Chuẩn bị nội lực doanh nghiệp

- Kiểm tra sức khỏe tài chính và pháp lý
- Chuẩn hóa cấu trúc sở hữu, quản trị, báo cáo tài chính 3 năm
- Lộ trình, kế hoạch phát triển kinh doanh 3–5 năm

3. Lập kế hoạch gọi vốn (Fundraising Roadmap)

- Xác định quy mô, thời điểm, nguồn vốn mục tiêu
- Chuẩn bị hồ sơ gọi vốn: teaser, information memorandum - IM, financial model, data room
- Timeline và cách quản lý quy trình gọi vốn

II. TIẾP CẬN, ĐÀM PHÁN VÀ CHỐT DEAL VỚI NHÀ ĐẦU TƯ

1. Định giá doanh nghiệp và chiến lược chia sẻ cổ phần

- Các phương pháp định giá phổ biến (phương pháp tài sản, phương pháp thị trường, phương pháp thu nhập...)
- Cách xác định mức định giá hợp lý khi gọi vốn
- Tỷ lệ pha loãng, kế hoạch sử dụng vốn, và lộ trình gọi vốn theo vòng

2. Thẩm định chi tiết (Due Diligence)

- Thẩm định chi tiết là gì
- Những bước cần chuẩn bị cho Thẩm định chi tiết

3. Đàm phán điều khoản đầu tư

- Chiến thuật đàm phán win-win với quỹ đầu tư
- Các thỏa thuận quan trọng ký kết với nhà đầu tư: Hợp đồng mua bán cổ phần (Share Purchase Agreement - SPA), Hợp đồng phát hành thêm cổ phần (Share Subscription Agreement - SSA), Thỏa thuận cổ đông (Shareholders' Agreement - SHA)
- Các điều khoản cần lưu ý khi thương lượng hợp đồng với nhà đầu tư

MODULE 6: CHUYỂN CHIẾN LƯỢC THÀNH HÀNH ĐỘNG

XÂY DỰNG BẢN ĐỒ CHIẾN LƯỢC TRÊN VST

1. Xác lập hệ thống mục tiêu chiến lược

- Thiết lập mục tiêu theo bốn phương diện: Tài chính, Khách hàng, Quy trình và Con người.
- Làm rõ mối liên kết giữa các mục tiêu, phù hợp với định hướng phát triển doanh nghiệp.

2. Kết nối chiến lược với thực thi

- Liên kết mục tiêu doanh nghiệp với mục tiêu phòng ban và cá nhân.
- Đề xuất KPI và xác định trách nhiệm thực hiện để theo dõi kết quả.

3. Thực hành xây dựng bản đồ chiến lược trên VST

- Sử dụng tài khoản VST được cấp để thiết lập mục tiêu, thể hiện liên kết và tổ chức bản đồ chiến lược.
- Thực hành quản lý, cập nhật bản đồ dưới sự hướng dẫn của giảng viên.

4. Rà soát và hoàn thiện theo thực trạng doanh nghiệp

- Điều chỉnh mục tiêu, KPI và các liên kết chiến lược thông qua góp ý của giảng viên.
- Thảo luận khó khăn thực tế và trao đổi kinh nghiệm triển khai giữa các học viên.

MODULE 7: TALKSHOW - TOẠ ĐÀM CÙNG CHUYÊN GIA

ĐỐI THOẠI CHUYÊN GIA: TỪ CHIẾN LƯỢC ĐẾN THỰC TIỄN

1. Đối thoại và giải đáp chuyên sâu

- Gặp lại các chuyên gia, giảng viên để làm rõ những câu hỏi và vấn đề liên quan đến nội dung khóa học.
- Trao đổi những vướng mắc khi vận dụng kiến thức vào thực tế quản trị doanh nghiệp.

2. Học hỏi kinh nghiệm thực tiễn

- Tiếp cận bài học quản trị từ các chuyên gia có kinh nghiệm điều hành, tư vấn và triển khai tại những doanh nghiệp lớn ở Việt Nam.
- Hiểu thêm cách đánh giá tình huống, cân nhắc lựa chọn và xử lý thách thức trong những bối cảnh khác nhau.

3. Mở rộng góc nhìn và định hướng vận dụng

- Thảo luận đa chiều cùng chuyên gia và các học viên để nhận diện hướng giải quyết phù hợp.
- Rút ra những gợi ý hành động gắn với đặc thù, nguồn lực và ưu tiên của doanh nghiệp.



PLATFORM THỜI GIAN THỰC

XÂY DỰNG BẢN ĐỒ CHIẾN LƯỢC BSC - KPI

Cho chính doanh nghiệp của Anh/Chị

Từng học viên Từng ngành Ngay tại lớp

01



THỰC HÀNH NGAY TẠI LỚP

Xây dựng từng bước dưới sự hướng dẫn của đội ngũ giảng viên.

02



XÂY DỰNG GIẢI PHÁP RIÊNG BIỆT

Làm trực tiếp trên trường hợp thực tế của chính Anh/Chị.

03



BÁM SÁT ĐẶC THÙ NGÀNH

Phân tích đúng bối cảnh cạnh tranh và cách tạo giá trị.

04



XÂY DỰNG KẾ HOẠCH HÀNH ĐỘNG

Kết nối mục tiêu, nguồn lực và cơ chế theo dõi thực thi.

05



DASHBOARD REALTIME QUAN SÁT TOÀN CẢNH

Theo dõi tiến độ BSC - KPI, nhận diện điểm nghẽn và cảnh báo để ra quyết định kịp thời.

SẢN PHẨM ĐEM VỀ SAU KHOÁ ĐÀO TẠO

Sau khóa học, học viên không chỉ được trang bị kiến thức quản trị cốt lõi mà còn mang về bộ sản phẩm chiến lược được xây dựng theo thực trạng doanh nghiệp, làm cơ sở để đội ngũ thống nhất định hướng, phối hợp thực thi và theo dõi kết quả.



Bản đồ chiến lược được xây dựng trên VST



Danh mục sáng kiến ưu tiên và kế hoạch hành động 90 ngày

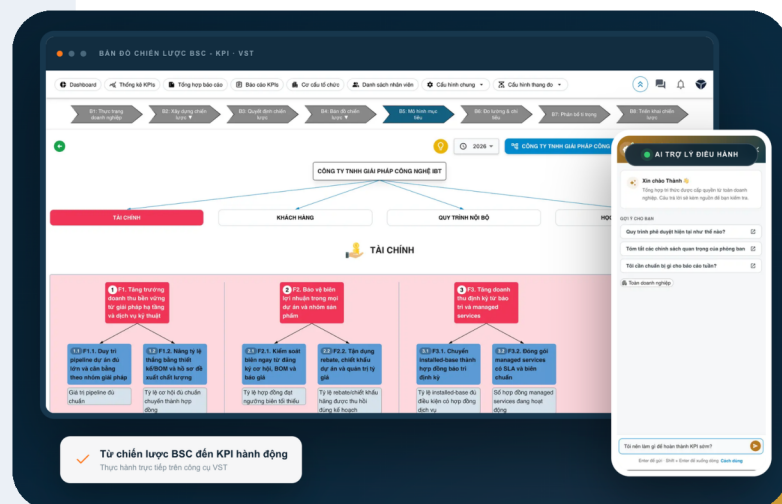


Bản định hướng chiến lược của core team

CÔNG CỤ XÂY DỰNG CHIẾN LƯỢC BSC-KPI

Biến chiến lược thành kế hoạch hành động.

- ✓ Xây dựng bản đồ chiến lược BSC có cấu trúc
- ✓ Chuyển mục tiêu chiến lược thành hệ thống KPI
- ✓ Core Team cùng theo dõi và điều chỉnh thực thi
- ✓ AI hỗ trợ phân tích và ra quyết định



ĐỘI NGŨ CHUYÊN GIA



Chuyên gia MÃ THANH DANH

Chuyên gia chiến lược doanh nghiệp & quản trị hiệu suất

- Phó Tổng Giám đốc Tập đoàn KIDO.
- Cố vấn cấp cao của Auxesia Holdings.
- Có hơn 28 năm kinh nghiệm quản lý cấp cao, đồng thời tham gia cố vấn cho các doanh nghiệp trong và ngoài nước.
- Tác giả hai cuốn sách về quản trị rủi ro: “Chinh phục cơn hoảng loạn” và “Cuộc khủng hoảng kế tiếp”.
- Đối tác triển khai AI và Chuyển đổi số của Oracle tại Việt Nam.
- Tác giả bản quyền một sản phẩm thương mại điện tử chống hoảng loạn toàn cầu trong mùa COVID-19.
- Có kinh nghiệm trong việc kết nối giữa chiến lược và thực thi.

ĐỘI NGŨ CHUYÊN GIA



Chuyên gia NGUYỄN KIÊN TRÌ

Chuyên gia huấn luyện lãnh đạo cấp cao

- Được vinh danh Business Coach số 1 Việt Nam năm 2023 và từng thuộc Top 3 Coach xuất sắc thế giới năm 2018.
- Nhà sáng lập Global Edutainment và cộng đồng doanh nhân ActionLEADERS Club.
- Senator BNI Việt Nam và Chairman Premium Therapy.
- Điều hành đơn vị huấn luyện doanh nghiệp đạt Top 1 tại Việt Nam năm 2023.
- Có thành tích trong cuộc triển khai cuộc vận động Xây dựng Văn hóa Phát triển Doanh nghiệp Việt Nam 2020.
- Chuyên đào tạo, huấn luyện về chiến lược kinh doanh, năng lực lãnh đạo đội ngũ, kỹ năng quản lý, bán hàng và trải nghiệm khách hàng.

ĐỘI NGŨ CHUYÊN GIA



Chuyên gia NGUYỄN HOÀNG KHANG

Chuyên gia tăng trưởng & đổi mới kinh doanh

- National Trade Marketing & Ecommerce Head tại Tập Đoàn Coca - Cola.
- 20 năm kinh nghiệm trong lĩnh vực Marketing, Thương hiệu và Thương mại Điện tử
- Brand & Category Management Manager, phụ trách xây dựng và phát triển thương hiệu cho nhiều ngành hàng chiến lược tại Unilever.
- Từng là Trade Marketing Lead, Modern Trade Lead và Management Trainee tại Heineken Việt Nam.
- Các chương trình đào tạo và huấn luyện của ông đã thu hút sự tham gia của hàng nghìn học viên đến từ nhiều doanh nghiệp và tổ chức lớn trong và ngoài nước.

ĐỘI NGŨ CHUYÊN GIA



Chuyên gia HUỲNH THANH ĐIỀN

Tiến sĩ kinh tế - Chuyên gia tư vấn chính sách

- Tiến sĩ, chuyên gia kinh tế và giảng viên giàu kinh nghiệm nghiên cứu, tư vấn.
- Có các công trình nghiên cứu, sách và bài viết về kinh tế, quản trị, chính sách phát triển.
- Xuất bản nhiều cuốn sách giá trị liên quan đến: *Khởi nghiệp, Kinh tế, quản trị,....*
- Trưởng nhóm tư vấn “Đề án hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa tỉnh Bến Tre” năm 2018, do Sở Kế hoạch và Đầu tư tỉnh Bến Tre chủ trì.
- Nhiều công trình nghiên cứu nổi bật và nhiều lần tham gia chia sẻ góc nhìn chuyên môn với báo chí về những vấn đề kinh tế và doanh nghiệp.

ĐỘI NGŨ CHUYÊN GIA



Chuyên gia MÃ THANH LOAN

Chuyên gia tài chính doanh nghiệp & chiến lược vốn

- Tổng Giám đốc Auxesia Holdings.
- Phó Chủ tịch Thường trực CLB Doanh Nghiệp Tư Vấn TP. HCM (HOCA).
- MBA - Trường đào tạo Quản lý Toàn cầu Thunderbird.
- Đồng Chủ tịch Trung tâm Đầu tư tư nhân Thunderbird tại Châu Á, Hiệp hội hơn 40.000 thành viên gồm các quỹ đầu tư với tổng quản lý của các thành viên khoảng 50 tỷ USD.
- Hơn 20 năm kinh nghiệm trong lĩnh vực tài chính và đầu tư, hỗ trợ tái cấu trúc và thu xếp vốn với giá trị giao dịch hàng trăm triệu USD cho các doanh nghiệp Việt Nam trong nhiều lĩnh vực như FMCG, thực phẩm và đồ uống, y tế, giáo dục, sản xuất, bất động sản, công nghệ.

ĐỘI NGŨ CHUYÊN GIA



Chuyên gia PHẠM QUANG QUÝ

Tiến sĩ QTKD - Chuyên gia chuyển đổi số & AI

- Tiến sĩ Quản trị Kinh doanh
- Từng là Co-Founder kiêm Giám đốc Kinh doanh tại YouNet SI, đến Giám đốc Phát triển Doanh nghiệp tại Lạc Việt Computing.
- Nhà sáng lập và Chuyên gia đào tạo tại Sales Design (Quy Pham Trading).
- Ông tập trung ứng dụng công nghệ, dữ liệu và AI để chuyển hóa chiến lược thành hệ thống hành động có thể theo dõi.
- Chuyên gia đào tạo, cố vấn và mentor trong lĩnh vực xây dựng hệ thống kinh doanh, phát triển đội ngũ bán hàng B2B và thiết kế phòng kinh doanh cho doanh nghiệp SMEs.

ĐƠN VỊ ĐỒNG HÀNH & TỔ CHỨC



CLB DOANH NGHIỆP
TƯ VẤN TP. HCM



CÔNG TY TNHH TƯ VẤN VÀ
ĐÀO TẠO DOANH NGHIỆP VANTIS



VIỆN ĐÀO TẠO VÀ PHÁT TRIỂN
DOANH NHÂN VIỆT NAM

ĐƠN VỊ TÀI TRỢ



NGÂN HÀNG TMCP
QUỐC TẾ VIỆT NAM

MINI EMBA CORE TEAM TRONG KỶ NGUYÊN AI

LIÊN HỆ TƯ VẤN



1800 0007



emba.vantis.edu.vn



131 Trần Huy Liệu, Phường Phú Nhuận, TP.HCM

Quét QR đăng ký



KIẾN TẠO DOANH NGHIỆP TƯƠNG LAI