

NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG KỸ NĂNG BÁN HÀNG CHO HỌC SINH, SINH VIÊN QUA MÔ HÌNH HỌC TẬP GẮN LIỀN VỚI THỰC TIỄN TẠI DOANH NGHIỆP

Mai Thủy Dung
Trường Cao đẳng Điện Biên

Tóm tắt: Bài viết phân tích vai trò của việc đào tạo kỹ năng bán hàng cho học sinh, sinh viên trong bối cảnh thị trường lao động ngày càng đòi hỏi cao về năng lực thực hành nghề nghiệp. Trên cơ sở làm rõ cơ sở lý luận về mô hình học tập gắn liền với thực tiễn tại doanh nghiệp, bài viết đánh giá thực trạng đào tạo kỹ năng bán hàng tại các cơ sở giáo dục hiện nay, chỉ ra những kết quả đạt được cũng như những hạn chế còn tồn tại. Từ đó, đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao chất lượng đào tạo kỹ năng bán hàng thông qua tăng cường hợp tác giữa nhà trường và doanh nghiệp, đổi mới phương pháp giảng dạy và cải thiện môi trường học tập thực tiễn cho sinh viên.

Từ khóa: Kỹ năng bán hàng; học sinh, sinh viên; mô hình học tập; doanh nghiệp.

IMPROVING THE QUALITY OF SALES SKILLS FOR STUDENTS THROUGH A LEARNING MODEL ASSOCIATED WITH PRACTICE AT ENTERPRISES

Abstract: The article analyzes the role of sales skills training for students in the context of the labor market that is increasingly demanding on professional practice capacity. On the basis of clarifying the theoretical basis of the learning model associated with practice at enterprises, the article assesses the current situation of sales skills training at educational institutions, pointing out the achieved results as well as the remaining limitations. From there, a number of solutions are proposed to improve the quality of sales skills training through strengthening cooperation between schools and businesses, innovating teaching methods and improving the practical learning environment for students.

Keywords: Sales skills; students; learning model; Enterprises.

Nhận bài: 21/01/2026

Phản biện: 23/02/2026

Duyệt đăng: 28/02/2026

I. ĐẶT VẤN ĐỀ

Trong bối cảnh nền kinh tế thị trường và quá trình hội nhập kinh tế quốc tế ngày càng sâu rộng, yêu cầu đối với nguồn nhân lực không chỉ dừng lại ở kiến thức chuyên môn mà còn đòi hỏi người lao động phải có các kỹ năng nghề nghiệp thiết thực, trong đó kỹ năng bán hàng giữ vai trò quan trọng. Bán hàng không chỉ là hoạt động trao đổi hàng hóa, dịch vụ mà còn là quá trình giao tiếp, thuyết phục và xây dựng mối quan hệ với khách hàng. Vì vậy, việc trang bị kỹ năng bán hàng cho học sinh, sinh viên, đặc biệt là sinh viên các ngành kinh tế, thương mại và quản trị kinh doanh, là một yêu cầu cần thiết nhằm nâng cao khả năng thích ứng với thị trường lao động sau khi tốt nghiệp. Tuy nhiên, trong thực tế đào tạo tại nhiều cơ sở giáo dục hiện nay, việc giảng dạy kỹ năng bán hàng vẫn còn nặng về lý thuyết, thiếu sự gắn kết với môi trường kinh doanh thực tiễn. Điều này dẫn đến tình trạng nhiều sinh viên sau khi ra trường còn hạn chế về kỹ năng giao tiếp, thuyết phục khách hàng, xử lý tình huống bán hàng cũng như khả năng làm việc trong môi trường doanh nghiệp. Trong khi đó, các doanh nghiệp ngày càng có nhu cầu tuyển dụng những lao động có kỹ năng thực hành tốt và có thể nhanh chóng thích nghi với công việc. Trước yêu cầu đó, việc triển khai mô hình học tập gắn liền với thực tiễn tại doanh nghiệp được xem là một

giải pháp quan trọng nhằm nâng cao chất lượng đào tạo kỹ năng bán hàng cho học sinh, sinh viên. Thông qua việc tham gia các hoạt động thực tập, trải nghiệm thực tế và học tập trong môi trường doanh nghiệp, người học có cơ hội vận dụng kiến thức đã học vào thực tiễn, đồng thời rèn luyện các kỹ năng nghề nghiệp cần thiết. Vì vậy, nghiên cứu về việc nâng cao chất lượng kỹ năng bán hàng cho học sinh, sinh viên thông qua mô hình học tập gắn liền với thực tiễn tại doanh nghiệp có ý nghĩa lý luận và thực tiễn quan trọng trong việc nâng cao chất lượng đào tạo nguồn nhân lực hiện nay.

II. NỘI DUNG NGHIÊN CỨU

2.1. Mô hình học tập gắn liền với thực tiễn tại doanh nghiệp

Trong bối cảnh đổi mới giáo dục và đào tạo hiện nay, việc gắn kết giữa lý thuyết và thực tiễn ngày càng trở thành yêu cầu quan trọng nhằm nâng cao chất lượng nguồn nhân lực đáp ứng nhu cầu của thị trường lao động. Một trong những hướng tiếp cận được nhiều cơ sở giáo dục quan tâm là mô hình học tập gắn liền với thực tiễn tại doanh nghiệp. Đây là phương thức đào tạo giúp người học không chỉ tiếp cận môi trường làm việc thực tế mà còn có cơ hội vận dụng kiến thức đã học để giải quyết các vấn đề nghề nghiệp cụ thể.

Học tập gắn với thực tiễn, thường được gọi là Experiential Learning hoặc Work-integrated Learning, là sự kết hợp giữa quá trình học tập tại nhà trường với các hoạt động trải nghiệm trong môi trường làm việc. Thông qua mô hình này, sinh viên không chỉ tiếp thu tri thức từ bài giảng lý thuyết mà còn trực tiếp tham gia vào các hoạt động nghề nghiệp tại doanh nghiệp, từ đó tích lũy kinh nghiệm thực tiễn và phát triển kỹ năng cần thiết. Việc nhấn mạnh vai trò của trải nghiệm thực tế giúp người học hiểu sâu hơn lĩnh vực chuyên môn, nâng cao khả năng vận dụng kiến thức, phát triển tư duy thực hành, khả năng giải quyết vấn đề và thích ứng tốt hơn với môi trường làm việc sau khi tốt nghiệp.

Trong thực tế, mô hình này được triển khai qua nhiều hình thức khác nhau. Phổ biến nhất là thực tập tại doanh nghiệp, giúp sinh viên trực tiếp tham gia vào công việc thực tế, quan sát và thực hiện các nhiệm vụ liên quan đến chuyên ngành đào tạo. Quá trình thực tập không chỉ tạo điều kiện áp dụng kiến thức vào công việc mà còn rèn luyện các kỹ năng nghề nghiệp như giao tiếp, làm việc nhóm, xử lý tình huống và quản lý thời gian, đồng thời giúp sinh viên hiểu rõ hơn về văn hóa doanh nghiệp, quy trình làm việc và yêu cầu của nhà tuyển dụng. Một hình thức quan trọng khác là đào tạo theo dự án thực tế, trong đó sinh viên tham gia các dự án có sự phối hợp giữa nhà trường và doanh nghiệp để giải quyết những vấn đề cụ thể trong sản xuất, kinh doanh. Hình thức này giúp củng cố kiến thức chuyên môn, phát triển tư duy sáng tạo, kỹ năng phân tích, lập kế hoạch, hợp tác nhóm và nâng cao năng lực thích ứng với môi trường nghề nghiệp.

Bên cạnh đó, hợp tác đào tạo giữa nhà trường và doanh nghiệp cũng giữ vai trò quan trọng. Sự hợp tác này thể hiện qua việc xây dựng chương trình đào tạo phù hợp với nhu cầu doanh nghiệp, mời chuyên gia tham gia giảng dạy, tổ chức hội thảo nghề nghiệp, cũng như tạo điều kiện cho sinh viên thực tập và trải nghiệm thực tế. Nhờ đó, chương trình đào tạo được cập nhật kịp thời theo yêu cầu của thị trường lao động. Có thể thấy, mô hình học tập gắn liền với thực tiễn tại doanh nghiệp có ý nghĩa lớn trong phát triển kỹ năng nghề nghiệp, rèn luyện kỹ năng mềm, thu hẹp khoảng cách giữa đào tạo và nhu cầu xã hội, đồng thời góp phần nâng cao chất lượng đào tạo và phát triển nguồn nhân lực cho nền kinh tế hiện đại.

2.2. Thực trạng đào tạo kỹ năng bán hàng cho học sinh, sinh viên hiện nay

Trong bối cảnh nền kinh tế thị trường ngày càng phát triển và cạnh tranh ngày càng gay gắt, kỹ năng bán hàng trở thành một trong những năng lực quan trọng đối với nguồn nhân lực trong lĩnh vực kinh doanh, thương mại và dịch vụ. Nhận thức được tầm quan trọng của kỹ năng này, nhiều cơ sở giáo dục, đặc biệt là các trường cao đẳng, đại học đào tạo các ngành kinh tế, quản trị kinh doanh, marketing và thương mại đã chú trọng đưa nội dung đào tạo kỹ năng bán hàng vào chương trình giảng dạy. Tuy nhiên, bên cạnh những kết quả tích cực đã đạt được, công tác đào tạo kỹ năng bán hàng cho học sinh, sinh viên hiện nay vẫn còn tồn tại một số hạn chế cần được khắc phục.

Về những kết quả đạt được

Trong những năm qua, nhiều cơ sở giáo dục đã từng bước quan tâm xây dựng và hoàn thiện chương trình đào tạo liên quan đến lĩnh vực bán hàng. Các học phần như kỹ năng bán hàng, quản trị bán hàng, marketing bán hàng hay chăm sóc khách hàng đã được đưa vào chương trình đào tạo của nhiều ngành học. Thông qua các môn học này, sinh viên được trang bị những kiến thức cơ bản về quy trình bán hàng, hành vi khách hàng, kỹ năng giao tiếp và thuyết phục, cũng như các phương pháp tiếp cận và chăm sóc khách hàng. Việc tích hợp nội dung đào tạo kỹ năng bán hàng trong chương trình học đã góp phần giúp sinh viên hình thành nhận thức ban đầu về hoạt động bán hàng trong môi trường kinh doanh.

Bên cạnh đó, một số cơ sở giáo dục đã bắt đầu chú trọng đến việc đổi mới phương pháp giảng dạy nhằm nâng cao hiệu quả đào tạo kỹ năng bán hàng. Nhiều giảng viên đã áp dụng các phương pháp giảng dạy tích cực như thảo luận nhóm, mô phỏng tình huống bán hàng, đóng vai (role-play) hay phân tích các tình huống thực tế trong hoạt động kinh doanh. Những phương pháp này giúp sinh viên có cơ hội thực hành các kỹ năng giao tiếp, thuyết phục và xử lý tình huống bán hàng trong môi trường học tập. Đồng thời, một số trường cũng tổ chức các cuộc thi kỹ năng bán hàng, các buổi hội thảo nghề nghiệp hoặc các chương trình giao lưu với doanh nghiệp nhằm tạo cơ hội cho sinh viên tiếp cận với thực tiễn hoạt động kinh doanh.

Ngoài ra, nhiều cơ sở giáo dục đã tăng cường hợp tác với doanh nghiệp để tổ chức các chương trình thực tập, trải nghiệm thực tế cho sinh viên.

Thông qua các đợt thực tập tại doanh nghiệp, sinh viên có cơ hội tiếp cận môi trường làm việc thực tế, quan sát quy trình bán hàng và tham gia vào một số hoạt động liên quan đến công việc kinh doanh. Những trải nghiệm này giúp sinh viên hiểu rõ hơn về yêu cầu của nghề nghiệp, đồng thời góp phần rèn luyện các kỹ năng giao tiếp, làm việc nhóm và giải quyết vấn đề trong môi trường doanh nghiệp. Ví dụ mô hình đào tạo gắn với thực tiễn doanh nghiệp tại Khoa Tài chính - Ngân hàng, Trường Đại học Nguyễn Trãi giúp sinh viên hình thành tư duy nghề nghiệp vững vàng và nâng cao khả năng thích ứng với môi trường làm việc. Chương trình đào tạo được xây dựng theo triết lý “5 Độ”: Đức độ, Thái độ, Trình độ, Phong độ và Tốc độ, kết hợp giữa kiến thức, kỹ năng và trải nghiệm thực tế. Sinh viên được tiếp cận môi trường doanh nghiệp từ sớm thông qua hoạt động kiến tập, làm cộng tác viên tại ngân hàng và doanh nghiệp. Nhiều sinh viên được doanh nghiệp đánh giá cao và tuyển dụng trước khi tốt nghiệp. Mô hình này góp phần giúp sinh viên phát triển năng lực nghề nghiệp, mở rộng cơ hội việc làm và khởi nghiệp trong lĩnh vực tài chính - ngân hàng [3].

Về những hạn chế, tồn tại

Cùng với những kết quả đạt được, công tác đào tạo kỹ năng bán hàng cho học sinh, sinh viên hiện nay vẫn còn bộc lộ một số hạn chế nhất định.

Thứ nhất, chương trình đào tạo ở nhiều cơ sở giáo dục vẫn còn nặng về lý thuyết, chưa chú trọng đúng mức đến việc rèn luyện kỹ năng thực hành. Nội dung giảng dạy trong một số học phần còn mang tính khái quát, thiếu các tình huống thực tế và chưa gắn chặt với yêu cầu của hoạt động kinh doanh trong môi trường doanh nghiệp. Điều này dẫn đến tình trạng nhiều sinh viên sau khi tốt nghiệp vẫn gặp khó khăn trong việc vận dụng kiến thức vào thực tiễn công việc.

Thứ hai, sự liên kết giữa nhà trường và doanh nghiệp trong đào tạo kỹ năng bán hàng ở nhiều nơi vẫn còn hạn chế. Mặc dù một số trường đã tổ chức các chương trình thực tập cho sinh viên, nhưng thời gian thực tập thường ngắn và chưa có sự phối hợp chặt chẽ giữa nhà trường và doanh nghiệp trong việc hướng dẫn và đánh giá kết quả thực tập. Trong nhiều trường hợp, sinh viên chỉ tham gia các công việc mang tính hỗ trợ hoặc quan sát, chưa được trực tiếp tham gia vào các hoạt động bán hàng thực tế. Điều này khiến cho hiệu quả của quá trình thực tập chưa thực sự cao.

Thứ ba, kỹ năng mềm của nhiều sinh viên còn chưa đáp ứng được yêu cầu của môi trường kinh doanh hiện đại. Nhiều sinh viên còn thiếu tự tin trong giao tiếp, chưa có khả năng thuyết phục khách hàng, cũng như còn hạn chế trong việc xử lý các tình huống phát sinh trong quá trình bán hàng. Ngoài ra, khả năng sử dụng các công cụ bán hàng hiện đại, đặc biệt là các nền tảng bán hàng trực tuyến và truyền thông số, của một bộ phận sinh viên còn chưa cao, trong khi đây là những kỹ năng ngày càng quan trọng trong hoạt động kinh doanh hiện nay.

Thứ tư, phương pháp đánh giá kết quả đào tạo kỹ năng bán hàng ở một số cơ sở giáo dục vẫn còn chủ yếu dựa trên các bài kiểm tra lý thuyết, chưa phản ánh đầy đủ năng lực thực hành của sinh viên. Việc thiếu các tiêu chí đánh giá cụ thể đối với kỹ năng thực tế khiến cho quá trình đào tạo chưa thực sự chú trọng đến việc phát triển năng lực nghề nghiệp cho người học.

2.3. Giải pháp nâng cao chất lượng kỹ năng bán hàng cho học sinh, sinh viên thông qua mô hình học tập gắn với thực tiễn doanh nghiệp

Trong bối cảnh thị trường lao động ngày càng cạnh tranh và yêu cầu về kỹ năng nghề nghiệp ngày càng cao, việc nâng cao chất lượng đào tạo kỹ năng bán hàng cho học sinh, sinh viên trở thành một nhiệm vụ quan trọng của các cơ sở giáo dục. Mô hình học tập gắn với thực tiễn tại doanh nghiệp được xem là một hướng tiếp cận hiệu quả nhằm thu hẹp khoảng cách giữa đào tạo và nhu cầu của thị trường lao động. Để triển khai hiệu quả mô hình này, cần thực hiện đồng bộ nhiều giải pháp liên quan đến chương trình đào tạo, phương pháp giảng dạy, môi trường học tập, đội ngũ giảng viên và phương thức đánh giá kết quả học tập của sinh viên.

Một là, tăng cường hợp tác giữa nhà trường và doanh nghiệp

Một trong những giải pháp quan trọng nhằm nâng cao chất lượng đào tạo kỹ năng bán hàng là tăng cường sự hợp tác giữa nhà trường và doanh nghiệp. Sự hợp tác này giúp bảo đảm rằng chương trình đào tạo được xây dựng phù hợp với yêu cầu thực tiễn của thị trường lao động. Trước hết, các cơ sở giáo dục cần phối hợp với doanh nghiệp trong việc xây dựng và cập nhật chương trình đào tạo. Doanh nghiệp có thể tham gia đóng góp ý kiến về nội dung đào tạo, các kỹ năng cần thiết trong hoạt động bán hàng cũng như các xu hướng mới trong lĩnh vực kinh doanh. Thông qua đó, chương trình

đào tạo sẽ trở nên sát với thực tế hơn, giúp sinh viên được trang bị những kiến thức và kỹ năng phù hợp với nhu cầu của doanh nghiệp.

Bên cạnh đó, nhà trường cần phối hợp với doanh nghiệp tổ chức các chương trình thực tập và trải nghiệm nghề nghiệp cho sinh viên. Thực tập tại doanh nghiệp giúp sinh viên tiếp cận môi trường làm việc thực tế, quan sát và tham gia vào các hoạt động bán hàng cụ thể. Trong quá trình này, sinh viên có cơ hội áp dụng những kiến thức đã học vào thực tiễn, đồng thời rèn luyện các kỹ năng quan trọng như giao tiếp với khách hàng, thuyết phục khách hàng, xử lý tình huống và làm việc nhóm. Việc tổ chức các chương trình trải nghiệm nghề nghiệp như tham quan doanh nghiệp, thực tập ngắn hạn hoặc chương trình “một ngày làm nhân viên bán hàng” cũng giúp sinh viên hiểu rõ hơn về công việc trong lĩnh vực kinh doanh.

Hai là, đổi mới phương pháp giảng dạy kỹ năng bán hàng

Bên cạnh việc tăng cường hợp tác với doanh nghiệp, việc đổi mới phương pháp giảng dạy cũng đóng vai trò quan trọng trong việc nâng cao hiệu quả đào tạo kỹ năng bán hàng. Các phương pháp giảng dạy truyền thống chủ yếu tập trung vào việc truyền đạt kiến thức lý thuyết, trong khi kỹ năng bán hàng đòi hỏi người học phải được thực hành và trải nghiệm thực tế. Do đó, các cơ sở giáo dục cần áp dụng các phương pháp giảng dạy tích cực nhằm tạo điều kiện cho sinh viên tham gia chủ động vào quá trình học tập.

Một trong những phương pháp hiệu quả là học tập theo dự án (project-based learning). Trong phương pháp này, sinh viên được giao thực hiện các dự án bán hàng hoặc marketing cụ thể, chẳng hạn như xây dựng kế hoạch bán hàng cho một sản phẩm hoặc triển khai chiến dịch tiếp thị cho một doanh nghiệp. Thông qua quá trình thực hiện dự án, sinh viên có cơ hội vận dụng kiến thức lý thuyết vào thực tiễn, đồng thời phát triển các kỹ năng như phân tích thị trường, lập kế hoạch kinh doanh và làm việc nhóm.

Ngoài ra, việc sử dụng các phương pháp mô phỏng tình huống bán hàng và hoạt động role-play cũng giúp sinh viên rèn luyện kỹ năng giao tiếp và thuyết phục khách hàng. Trong các hoạt động này, sinh viên có thể đóng vai người bán hàng hoặc khách hàng để thực hành các tình huống bán hàng khác nhau. Bên cạnh đó, các workshop chuyên đề với sự tham gia của doanh nghiệp cũng giúp sinh viên tiếp cận với những kinh nghiệm thực tiễn trong hoạt động bán hàng.

Ba là, xây dựng môi trường học tập thực tiễn
Một môi trường học tập mang tính thực tiễn sẽ giúp sinh viên rèn luyện kỹ năng bán hàng một cách hiệu quả hơn. Các cơ sở giáo dục có thể xây dựng các phòng mô phỏng bán hàng hoặc phòng thực hành kinh doanh, nơi sinh viên có thể thực hành các hoạt động như tư vấn sản phẩm, giao tiếp với khách hàng và xử lý các tình huống bán hàng. Các phòng mô phỏng này có thể được thiết kế giống như một cửa hàng hoặc trung tâm bán hàng thực tế, giúp sinh viên trải nghiệm môi trường làm việc gần với thực tế.

Ngoài ra, nhà trường có thể tổ chức các cuộc thi kỹ năng bán hàng hoặc marketing thực tế cho sinh viên. Các cuộc thi này có thể yêu cầu sinh viên xây dựng kế hoạch bán hàng, thực hiện chiến lược tiếp thị hoặc trực tiếp tham gia bán hàng cho một sản phẩm cụ thể. Thông qua các hoạt động này, sinh viên không chỉ có cơ hội rèn luyện kỹ năng mà còn phát triển tinh thần sáng tạo, khả năng làm việc nhóm và kỹ năng giải quyết vấn đề.

Bốn là, phát triển đội ngũ giảng viên và chuyên gia doanh nghiệp

Đội ngũ giảng viên đóng vai trò quan trọng trong việc nâng cao chất lượng đào tạo kỹ năng bán hàng. Do đó, các cơ sở giáo dục cần chú trọng phát triển đội ngũ giảng viên có trình độ chuyên môn cao và có kinh nghiệm thực tiễn trong lĩnh vực kinh doanh. Một trong những giải pháp hiệu quả là mời các chuyên gia doanh nghiệp tham gia giảng dạy hoặc chia sẻ kinh nghiệm thực tế với sinh viên. Sự tham gia của các chuyên gia doanh nghiệp sẽ giúp sinh viên tiếp cận với những kiến thức và kỹ năng thực tiễn mà họ khó có thể học được từ sách vở.

Bên cạnh đó, các cơ sở giáo dục cũng cần tổ chức các chương trình bồi dưỡng cho giảng viên về kỹ năng bán hàng và phương pháp giảng dạy thực hành. Việc tham gia các khóa đào tạo, hội thảo hoặc chương trình trao đổi với doanh nghiệp sẽ giúp giảng viên cập nhật những xu hướng mới trong lĩnh vực kinh doanh và nâng cao năng lực giảng dạy.

Năm là, đánh giá kỹ năng bán hàng dựa trên năng lực thực tiễn

Một yếu tố quan trọng khác trong việc nâng cao chất lượng đào tạo kỹ năng bán hàng là đổi mới phương thức đánh giá kết quả học tập của sinh viên. Thay vì chỉ đánh giá dựa trên các bài kiểm tra lý thuyết, các cơ sở giáo dục cần áp dụng phương pháp đánh giá dựa trên năng lực

(competency-based assessment). Phương pháp này tập trung vào việc đánh giá khả năng thực hiện các nhiệm vụ thực tế của sinh viên, chẳng hạn như kỹ năng giao tiếp với khách hàng, khả năng thuyết phục khách hàng hoặc kỹ năng giải quyết tình huống bán hàng.

Ngoài ra, việc kết hợp đánh giá giữa nhà trường và doanh nghiệp cũng giúp bảo đảm tính khách quan và toàn diện trong quá trình đánh giá. Doanh nghiệp có thể tham gia đánh giá sinh viên trong quá trình thực tập hoặc khi tham gia các dự án thực tế. Những phản hồi từ doanh nghiệp sẽ giúp nhà trường hiểu rõ hơn về năng lực thực tế của sinh viên, từ đó có những điều chỉnh phù hợp trong chương trình đào tạo.

III. KẾT LUẬN

Kỹ năng bán hàng là một trong những năng lực quan trọng đối với học sinh, sinh viên trong bối cảnh thị trường lao động ngày càng cạnh tranh và đòi hỏi cao về kỹ năng nghề nghiệp. Việc đào tạo kỹ năng bán hàng thông qua mô hình học tập gắn liền với thực tiễn tại doanh nghiệp là hướng tiếp cận hiệu quả nhằm thu hẹp khoảng cách giữa lý thuyết và thực hành. Thông qua sự hợp tác giữa nhà trường và doanh nghiệp, đổi mới phương pháp giảng dạy, xây dựng môi trường học tập thực tiễn và đổi mới phương thức đánh giá, sinh viên có cơ hội phát triển toàn diện các kỹ năng nghề nghiệp cần thiết. Do đó, việc tiếp tục đẩy mạnh mô hình học tập gắn với thực tiễn doanh nghiệp sẽ góp phần nâng cao chất lượng đào tạo và đáp ứng tốt hơn nhu cầu nguồn nhân lực của xã hội.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Nguyễn Hữu Dũng (2018), “Mô hình gắn kết giữa trường Đại học với doanh nghiệp trong đào tạo đại học ở nước ta”, *Tạp chí Công sản điện tử*, ngày 10/10/2018.
- Trịnh Huyền Mai, Nguyễn Phương Anh (2025),
- PV (2026), “Khoa Tài chính Ngân hàng, Trường Đại học Nguyễn Trãi: Mô hình đào tạo gắn với thực tiễn doanh nghiệp”, <https://baotintuc.vn>, ngày 9/1/2026.