

CHƯƠNG TRÌNH TRÌNH ĐỘ ĐẠI HỌC
NGÀNH ĐÀO TẠO: CÔNG NGHỆ VÀ KINH DOANH THỰC PHẨM

ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN
KQ03107: MARKETING CĂN BẢN 1 (BASICS OF MARKETING 1)

I. Thông tin về học phần

- Học kỳ: 2
- Số tín chỉ: **02 (Lý thuyết: 02 - Thực hành: 0 – Tự học: 6)**
- Giờ tín chỉ đối với các hoạt động học tập:
 - + Nghe giảng lý thuyết trên lớp: 24 tiết
 - + Thuyết trình và thảo luận trên lớp: 6 tiết
- Tự học: 90 tiết (theo kế hoạch cá nhân hoặc hướng dẫn của giảng viên)
- Đơn vị phụ trách học phần:
 - Bộ môn: Marketing
 - Khoa: Kế toán và Quản trị kinh doanh
- Học phần thuộc khối kiến thức

| Đại cương <input type="checkbox"/> | | Cơ sở ngành <input type="checkbox"/> | | Chuyên ngành <input type="checkbox"/> | |
|------------------------------------|----------------------------------|--|----------------------------------|---------------------------------------|----------------------------------|
| Bắt buộc <input type="checkbox"/> | Tự chọn <input type="checkbox"/> | Bắt buộc <input checked="" type="checkbox"/> | Tự chọn <input type="checkbox"/> | Bắt buộc <input type="checkbox"/> | Tự chọn <input type="checkbox"/> |

- Học phần học song hành: Không
- Học phần tiên quyết: Không
- Ngôn ngữ giảng dạy: tiếng Anh Tiếng Việt

II. Chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo và mục tiêu, kết quả học tập mong đợi của học phần

** Các chuẩn đầu ra và chỉ báo của chương trình đào tạo mà học phần đóng góp:*

| Chuẩn đầu ra Sau khi hoàn tất chương trình, sinh viên có thể: | Chỉ báo đánh giá việc thực hiện được chuẩn đầu ra |
|---|--|
| <i>Kiến thức chuyên môn</i> | |
| CĐR3. Vận dụng kiến thức chuyên sâu quản trị, kế toán, tài chính và marketing vào kinh doanh thực phẩm. | 3.3. Hoạch định chiến lược marketing thực phẩm |
| <i>Kỹ năng chung</i> | |
| CĐR7. Làm việc nhóm đạt mục | 7.2. Chủ động giải quyết các vấn đề trong tổ chức, |

| Chuẩn đầu ra Sau khi hoàn tất chương trình, sinh viên có thể: | Chỉ báo đánh giá việc thực hiện được chuẩn đầu ra |
|---|---|
| tiêu đề ra ở vị trí là thành viên hay người trưởng nhóm. | triển khai công việc. |
| CĐR8. Vận dụng tư duy phản biện và sáng tạo để giải quyết các vấn đề trong nghiên cứu, sản xuất và kinh doanh thực phẩm một cách hiệu quả. | 8.2. Sử dụng tư duy phản biện và sáng tạo để giải quyết các vấn đề trong sản xuất và kinh doanh thực phẩm |
| <i>Kỹ năng chuyên môn</i> | |
| CĐR9. Vận dụng kỹ năng thu thập, phân tích và xử lý thông tin, các phần mềm ứng dụng phục vụ NCKH và khảo sát các vấn đề của thực tiễn sản xuất và kinh doanh thực phẩm | 9.1. Vận dụng kỹ năng thu thập, phân tích và xử lý thông tin các dữ liệu liên quan đến CN&KDT |
| <i>Năng lực tự chủ và trách nhiệm</i> | |
| CĐR13. Thể hiện tinh thần khởi nghiệp và có động cơ học tập suốt đời | 13.2. Thể hiện động cơ học tập suốt đời |
| CĐR 14. Thể hiện trách nhiệm xã hội và đạo đức nghề nghiệp, tuân thủ các quy định và luật về sản xuất và kinh doanh thực phẩm | 14.2. Tuân thủ các quy định và luật về sản xuất và kinh doanh thực phẩm |

* **Mục tiêu:** Học phần nhằm cung cấp cho sinh viên những kiến thức cơ bản để vận dụng xây dựng và phân tích chiến lược marketing hỗn hợp cho doanh nghiệp; Bên cạnh đó, học phần nhằm tăng cường cho người học các kỹ năng như làm việc nhóm, thuyết trình, sử dụng máy tính; và nâng cao năng lực tự chủ, trách nhiệm xã hội.

* **Kết quả học tập mong đợi của học phần:**

Học phần đóng góp cho Chuẩn đầu ra sau đây của CTĐT theo mức độ sau

I – Giới thiệu (Introduction); P – Thực hiện (Practice); R – củng cố (Reinforce); M – Đạt được (Master)

| Mã HP | Tên HP | Mức độ đóng góp của học phần cho CDR của CTĐT | | | | | |
|---------|------------------------|---|-----|-----|-----|------|------|
| | | 3.3 | 7.2 | 8.2 | 9.1 | 13.1 | 14.2 |
| KQ03107 | Marketing căn bản 1 | P | P | I | I | I | I |

| Ký hiệu | KQHTMD của học phần Hoàn thành học phần này, sinh viên thực hiện được | CDR của CTĐT |
|--------------------------------|--|--------------|
| Kiến thức | | |
| K1 | Vận dụng được các nguyên lý marketing để ra các quyết định trong kinh doanh | CB3.3 |
| K2 | Phân tích tình huống marketing trong kinh doanh thực tế | CB3.3 |
| Kỹ năng | | |
| K3 | Vận dụng tổ chức và phối hợp thực hiện các hoạt động trong nhóm | CB7.2 |
| K4 | Xác định và giải quyết chính xác một số vấn đề từ các tình huống giao tiếp và phân tích tình huống | CB8.2, CB9.1 |
| Năng lực tự chủ và trách nhiệm | | |
| K5 | Tăng cường thói quen chủ động trong công việc và ý thức học tập suốt đời. | CB13.2 |
| K6 | Tuân thủ các quy tắc và đạo đức nghề nghiệp, có trách nhiệm với môi trường và xã hội. | CB14.2 |

III. Nội dung tóm tắt của học phần

KQ03107. Marketing căn bản 1 (Basics of Marketing 1). (2TC: 2 – 0 - 6).

Mô tả vắn tắt nội dung: Học phần này gồm Tổng quan về marketing; Môi trường marketing; Nghiên cứu hành vi khách hàng; Phân đoạn thị trường, lựa chọn thị trường mục tiêu và định vị hàng hoá; Chiến lược sản phẩm; Chiến lược giá cả hàng hoá; Chiến lược phân phối hàng hoá; Chiến lược xúc tiến hỗn hợp.

IV. Phương pháp giảng dạy và học tập

1. Phương pháp giảng dạy:

Thuyết giảng

Viết tiểu luận và thuyết trình theo nhóm

Thảo luận, sử dụng công cụ học online (MS Teams, E-Learning) trong quá trình học tập để trao đổi, chia sẻ thông tin.

2. Phương pháp học tập: Học đi đôi với hành (learning by doing)

Đọc và chuẩn bị bài trước khi lên lớp

Nghe giảng

Viết báo cáo/tiểu luận và thuyết trình

Tham gia thảo luận

Làm việc nhóm

V. Nhiệm vụ của sinh viên

- Chuyên cần: Tất cả sinh viên đăng ký học phần này phải tham dự các tiết học trên lớp, số tiết học vắng tối đa không quá 1/3 tổng số giờ lên lớp lý thuyết.

- Chuẩn bị cho bài học: Tất cả sinh viên tham dự học phần này phải đọc tài liệu khi giảng viên yêu cầu.

- Thuyết trình và thảo luận: Sinh viên được phân chia thành các nhóm, chuẩn bị bài tiểu luận (hoặc báo cáo) sau đó thuyết trình theo yêu cầu của giảng viên. Các sinh viên trong một nhóm phải cùng nhau chuẩn bị nội dung, trả lời câu hỏi (thảo luận) của các nhóm khác sau khi thuyết trình.

- Thi cuối kì: Sinh viên phải tham dự 01 bài kiểm tra cuối kỳ

VI. Đánh giá và cho điểm

1. Thang điểm: 10

2. Điểm trung bình của học phần là tổng điểm của các rubric nhân với trọng số tương ứng của từng rubric

3. Phương pháp đánh giá

Bảng 1: Kế hoạch đánh giá và trọng số

| Rubric | KQHTMD được đánh giá | Trọng số (%) | Tuần |
|--|------------------------|--------------------------|------------------|
| Đánh giá quá trình | | | |
| Rubric 1: Tham dự lớp | K1, K2, K5, K6 | 10 | Cả kỳ |
| Rubric 2: Làm việc nhóm | K1, K2, K3, K4, K5, K6 | Để tính điểm cho cá nhân | Cả kỳ |
| Rubric 3: Tiểu luận nhóm | K1, K2, K3, K4, K5, K6 | 30 | Cả kỳ |
| Hoặc Rubric 4: Đánh giá báo cáo chuyên đề seminar (bài làm theo nhóm) | K1, K2, K3, K4, K5, K6 | 30 | Cả kỳ |
| Hoặc Rubric 5: Thi giữa kỳ | K1, K2, K3, K4, K5, K6 | 30 | Giữa kỳ |
| Đánh giá cuối kì | | | |
| Rubric 6: Thi cuối kì | K1, K2 | 60 | Theo lịch thi HV |

Ghi chú: Tùy từng kỳ học hay giảng viên dạy mà sử dụng Rubric 2 hoặc Rubric 3 hoặc Rubric 4 hoặc Rubric 5 để đánh giá điểm tiến trình

Bảng 2. Chỉ báo thực hiện các kết quả học tập mong đợi của học phần

| KQHTMD | Chỉ báo thực hiện KQHTMD |
|--------|--------------------------|
|--------|--------------------------|

| | |
|--------|--|
| K1 | Chỉ báo 1: Trình bày và giải thích bản chất của marketing |
| K1 | Chỉ báo 2: Phân tích các yếu tố của môi trường marketing và ảnh hưởng của chúng tới hoạt động marketing |
| K1, K2 | Chỉ báo 3: Phân tích các giai đoạn trong tiến trình mua hàng và các yếu tố ảnh hưởng tới hành vi mua của khách hàng |
| K1, K2 | Chỉ báo 4: Trình bày và giải thích khái niệm, tiêu chí và cách thức phân đoạn thị trường, lựa chọn thị trường mục tiêu và định vị hàng hoá |
| K1, K2 | Chỉ báo 5: Phân tích nội dung của các quyết định cơ bản về sản phẩm hàng hoá |
| K1, K2 | Chỉ báo 6: Phân tích các yếu tố ảnh hưởng tới định giá Chỉ báo 7: Phân tích các phương pháp định giá cả hàng hoá |
| K1, K2 | Chỉ báo 8: Phân tích cấu trúc kênh phân phối Chỉ báo 9: Phân tích nội dung quản trị kênh phân phối |
| K1, K2 | Chỉ báo 10: Giải thích và phân tích đặc điểm của từng công cụ xúc tiến hỗn hợp |

Các rubric đánh giá

Rubric 1: Đánh giá tham dự lớp

| Tiêu chí | Trọng số (%) | Tốt 8,5-10 điểm | Khá 6,5-8,4 điểm | Trung bình 4-6,4 điểm | Kém 0-3,9 điểm |
|-------------------|--------------|--|--|---|--|
| Thái độ tham dự | 50 | Thái độ luôn chú ý và tham gia các hoạt động Trả lời được trên 80% câu hỏi trên lớp của giáo viên | Khá chú ý, có tham gia Trả lời được trên 65% câu hỏi trên lớp của giáo viên | Có chú ý, ít tham gia Trả lời được trên 40% câu hỏi trên lớp của giáo viên | Không chú ý/không tham gia Trả lời được dưới 40% câu hỏi trên lớp của giáo viên |
| Thời gian tham dự | 50 | Tham dự 75% buổi học trở lên | Tham dự từ 50 -75% buổi học | Tham dự từ 30 -50% buổi học | Tham dự dưới 30% buổi học |

Rubric 2: Làm việc nhóm

| Tiêu chí | Trọng số (%) | Tốt 8,5-10 điểm | Khá 6,5-8,4 điểm | Trung bình 4-6,4 điểm | Kém 0-3,9 điểm |
|-----------------------------|--------------|---------------------------------------|---------------------------------|---|-------------------|
| Thời gian tham gia họp nhóm | 15 | Chia đều cho số lần họp nhóm | | | |
| Thái độ tham gia | 15 | Tích cực kết nối các thành viên trong | Kết nối tốt với thành viên khác | Có kết nối nhưng đôi khi còn lơ là, phải nhắc nhở | Không kết nối |

| | | | | | |
|------------------------------|----|---------------------------------------|--|---|---|
| | | nhóm | | | |
| Ý kiến đóng góp | 20 | Sáng tạo/rất hữu ích | Hữu ích | Tương đối hữu ích | Không hữu ích |
| Thời gian giao nộp sản phẩm | 20 | Đúng hạn | Trễ ít, không gây ảnh hưởng đến chất lượng chung | Trễ nhiều, có gây ảnh hưởng đến chất lượng chung nhưng có thể khắc phục | Không nộp/Trễ gây ảnh hưởng lớn đến chất lượng chung, không thể khắc phục |
| Chất lượng sản phẩm giao nộp | 30 | Sáng tạo/Đáp ứng tốt yêu cầu của nhóm | Đáp ứng khá tốt yêu cầu của nhóm | Đáp ứng một phần yêu cầu của nhóm, có điều chỉnh theo góp ý | Không sử dụng được |

Cách sử dụng:

- GV giải thích Rubric cho tất cả SV trước khi tổ chức SV làm việc nhóm
- Mỗi SV được nhóm đánh giá theo các tiêu chí của Rubric này. Cuối kỳ, nhóm trưởng tập hợp điểm của từng thành viên, ký xác nhận và gửi lại cho GV. SV vắng buổi họp đánh giá của nhóm xem như không có ý kiến về kết quả đánh giá.
- GV chấm điểm bài làm của nhóm và căn cứ vào kết quả đánh giá của nhóm về mỗi SV để tính thành điểm riêng của SV.

Rubric 3. Đánh giá tiểu luận nhóm

| Tiêu chí | | Trọng số % | Tốt 8,5-10 điểm | Khá 6,5-8,4 điểm | Trung bình 4-6,4 điểm | Kém 0-3,9 điểm |
|----------|-------------------------|------------|---|--|---|---|
| Cấu trúc | | 05 | Cân đối, hợp lý | Khá cân đối, hợp lý | Tương đối cân đối, hợp lý | Không cân đối, thiếu hợp lý |
| Nội dung | Nêu vấn đề | 10 | Phân tích rõ ràng tầm quan trọng của vấn đề | Phân tích khá rõ ràng tầm quan trọng của vấn đề | Phân tích tương đối rõ ràng tầm quan trọng của vấn đề | Phân tích chưa rõ ràng tầm quan trọng của vấn đề |
| | Nền tảng lý thuyết | 10 | Trình bày quan điểm lý thuyết phù hợp | Trình bày quan điểm lý thuyết khá phù hợp | Trình bày quan điểm lý thuyết tương đối phù hợp | Trình bày chưa rõ quan điểm lý thuyết phù hợp |
| | Các nội dung thành phần | 40 | Thực hiện được rất đầy đủ và rõ ràng các mục tiêu | Thực hiện được khá đầy đủ và rõ ràng các mục tiêu nghiên cứu | Thực hiện được tương đối đầy đủ các mục tiêu nghiên cứu | Chưa thực hiện đầy đủ các mục tiêu nghiên cứu đề ra, không có |

| | | | | | | |
|--|--------------------|----|--|--|--|---|
| | | | ngiên cứu đề ra, có số liệu minh hoạ phong phú | đã đề ra, có số liệu minh hoạ khá phù hợp | đã đề ra, số liệu tương đối đầy đủ | số liệu minh hoạ hợp lý |
| | Lập luận | 10 | Hoàn toàn chặt chẽ, logic | Khá chặt chẽ, logic; còn sai sót nhỏ không gây ảnh hưởng | Tương đối chặt chẽ, logic; có phần chưa đảm bảo gây ảnh hưởng | Không chặt chẽ, logic |
| Kết luận | | 15 | Phù hợp và đầy đủ | Khá phù hợp và đầy đủ | Tương đối phù hợp và đầy đủ | Không phù hợp và đầy đủ |
| Hình thức trình bày (font chữ, căn lê, fomat...) | Forma t | 05 | Nhất quán về format trong toàn bài | Vài sai sót nhỏ về format | Vài chỗ không nhất quán | Rất nhiều chỗ không nhất quán |
| | Lỗi chính tả | 05 | Không có lỗi chính tả | Một vài lỗi nhỏ | Lỗi chính tả khá nhiều | Lỗi rất nhiều và do sai chính tả và typing cấu thả |

Rubric 4: Đánh giá báo cáo chuyên đề seminar (bài làm theo nhóm)

| Tiêu chí | Trọng số (%) | Tốt 8.5 – 10 điểm | Khá 6.5 – 8.4 điểm | Trung bình 4.0 – 6.4 điểm | Kém 0 – 3.9 điểm |
|-------------------------|-------------------------|---|--|---|---|
| Nội dung | 40 | Phong phú hơn yêu cầu | Đầy đủ theo yêu cầu | Khá đầy đủ, thiếu 1 nội dung quan trọng | Thiếu nhiều nội dung quan trọng |
| Trình bày báo cáo | 10 | Mạch lạc, rõ ràng | Khá mạch lạc, rõ ràng | Tương đối rõ ràng | Thiếu rõ ràng |
| | 10 | Lập luận có căn cứ khoa học và logic vững chắc | Lập luận có căn cứ khoa học và logic nhưng còn một vài sai sót nhỏ | Lập luận có chú ý đến sử dụng căn cứ khoa học và tuân theo logic nhưng còn một vài sai sót quan trọng | Lập luận không có căn cứ khoa học và logic |

| | | | | | |
|--------------------------|----|--|--|--|---|
| Tương tác với người nghe | 10 | Tương tác bằng mắt, cử chỉ tốt | Tương tác bằng mắt, cử chỉ khá tốt | Tương tác bằng mắt, cử chỉ tương đối tốt, còn vài sai sót nhỏ | Không có tương tác bằng mắt và cử chỉ/sai sót lớn trong tương tác |
| | 10 | Các câu hỏi được trả lời đầy đủ, rõ ràng, và thỏa đáng | Trả lời đúng đa số các câu hỏi đặt đúng và nêu được định hướng phù hợp đối với những câu hỏi chưa trả lời được | Trả lời đúng đa số các câu hỏi đặt đúng, phần chưa nêu được định hướng phù hợp | Trả lời sai đa số các câu hỏi đặt đúng |
| Sự phối hợp trong nhóm | 20 | Nhóm phối hợp tốt, thực sự chia sẻ và hỗ trợ nhau trong khi báo cáo và trả lời | Nhóm có phối hợp khi báo cáo và trả lời nhưng còn vài chỗ chưa đồng bộ | Nhóm ít phối hợp trong khi báo cáo và trả lời | Không thể hiện sự kết nối trong nhóm |

4. Các yêu cầu, quy định đối với học phần

- *Nộp bài tập chậm*: Sinh viên phải tham gia đầy đủ, đúng tiến độ các yêu cầu của giảng viên. Tất cả các trường hợp nộp bài muộn so thời hạn đưa ra đều bị trừ điểm, tùy tính chất của bài làm và thời gian nộp muộn mà bị trừ từ 10-90% điểm.

- *Tham dự các bài thi, tiểu luận hay seminar*: Sinh viên không tham gia làm tiểu luận hay báo cáo chuyên đề seminar, không dự thi đều bị không điểm (điểm 0)

- *Thời gian tham gia lớp học*: Nếu nghỉ quá 1/3 số buổi học trên lớp, sinh viên sẽ không được dự thi cuối kỳ

- *Yêu cầu về đạo đức*: Sinh viên cần có thái độ học tập nghiêm túc, đi học đúng giờ và không làm việc riêng trong lớp; không được có hành vi gian lận trong học tập như copy bài bạn, sử dụng tài liệu trong khi thi; trang phục phù hợp; giao tiếp đúng mực

VII. Giáo trình/ tài liệu tham khảo

* Giáo trình:

Nguyễn Văn Phương và cộng sự (2021). Bài giảng Marketing căn bản. Nhà xuất bản Nông nghiệp.

Philip Kotler (1994). Marketing căn bản. Nhà xuất bản Thống kê, Hà Nội

Don Sexton (2017). Marketing Căn Bản. Nhà xuất bản Alphabooks

* Các tài liệu khác:

Bill Malcolm, Jack Makeham, Vic Wright (2006). The Farming Game: Agricultural Management and Marketing, Cambridge university press

Walter J. Armbruster, Ronald D. Knutson (2013). US Programs Affecting Food and Agricultural Marketing, Springer-Verlag New York

Trần Minh Đạo (2003). Marketing. Nhà xuất bản Thống kê, Hà Nội.

VIII. Nội dung chi tiết của học phần

| Tuần | Nội dung | KQHTM Đ của học phần |
|------|--|------------------------|
| 1 | Chương 1: Bản chất của marketing | |
| | A/ Các nội dung chính trên lớp: (3 tiết) Nội dung GD lý thuyết: (2,5 tiết) 1.1 Hiểu biết chung về marketing 1.2 Các định nghĩa về marketing 1.3 Một số khái niệm, thuật ngữ cơ bản 1.4 Các quan điểm định hướng kinh doanh Nội dung semina/thảo luận: (0,5 tiết) Phân biệt khái niệm nhu cầu, cầu và mong muốn Sự khác nhau trong quan điểm định hướng kinh doanh | K1, K2, K3, K4, K5, K6 |
| | B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (9 tiết) Tìm hiểu về quá trình phát triển của marketing, các khái niệm về marketing của một số tác giả ở các giai đoạn khác nhau và cho biết sự khác biệt của chúng | K4, K5, K6 |
| 2 | Chương 2: Môi trường marketing | |
| | A/ Tóm tắt các nội dung chính trên lớp: (3 tiết) Nội dung GD lý thuyết: (2,5 tiết) 2.1 Khái niệm môi trường marketing 2.2 Môi trường marketing vĩ mô 2.3 Môi trường marketing vĩ mô Nội dung semina/thảo luận: (0,5 tiết) Môi trường marketing vĩ mô ở VN | K1, K2, K3, K4, K5, K6 |
| | B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (9 tiết) Tìm hiểu môi trường marketing ở một số nước trên thế giới | K4, K5, K6 |
| 3 | Chương 3: Nghiên cứu hành vi của khách hàng | |
| | A/ Tóm tắt các nội dung chính trên lớp: (3 tiết) Nội dung GD lý thuyết: (2,5 tiết) 3.1 Thị trường người tiêu dùng và hành vi mua của người tiêu dùng 3.2 Hành vi của các khách hàng tổ chức Nội dung semina/thảo luận: (0,5 tiết) | K1, K2, K3, K4, K5, K6 |
| | B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (9 tiết) Tìm hiểu hành vi mua của người tiêu dùng qua nghiên cứu trường hợp | K4, K5, K6 |

| | | |
|---|---|------------------------------|
| | Chương 4: Phân đoạn thị trường, lựa chọn thị trường mục tiêu và định vị hàng hoá | |
| 4 | A/ Tóm tắt các nội dung chính trên lớp: (3 tiết) Nội dung GD lý thuyết: (2,5 tiết) 4.1 Phân đoạn thị trường 4.2 Lựa chọn thị trường mục tiêu 4.3 Định vị hàng hoá Nội dung semina/thảo luận: (0,5 tiết) Sự cần thiết phải có định vị và tái định vị hàng hoá | K1, K2, K3, K4, K5, K6 |
| | B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (9 tiết) Tìm hiểu thị trường mục tiêu và cách định vị sản phẩm hàng hoá của một số doanh nghiệp trong và ngoài nước | K4, K5, K6 |
| | Chương 5: Chiến lược sản phẩm hàng hoá | |
| 5 | A/ Tóm tắt các nội dung chính trên lớp: (4 tiết) Nội dung GD lý thuyết: (3 tiết) 5.1 Nhận thức chung về sản phẩm theo quan điểm marketing 5.2 Các quyết định về sản phẩm hàng hoá 5.3 Chu kỳ sống của sản phẩm 5.4 Vấn đề khác biệt và sản phẩm mới Nội dung semina/thảo luận: (1 tiết) Chiến lược sản phẩm hàng hoá của một số doanh nghiệp | K1, K2, K3, K4, K5, K6 |
| | B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (12 tiết) Đọc và lấy các ví dụ về chiến lược khác biệt sản phẩm của một số hãng trên thế giới | K4, K5, K6 |
| | Chương 6: Chiến lược giá cả hàng hoá | |
| 6 | A/ Tóm tắt các nội dung chính trên lớp: (5 tiết) Nội dung GD lý thuyết: (4 tiết) 6.1 Bản chất của giá cả trong kinh doanh 6.2 Vai trò của giá cả trong hoạt động sản xuất kinh doanh 6.3 Các yếu tố ảnh hưởng đến giá cả hàng hoá 6.4 Tiến trình xác định mức giá ban đầu 6.5 Các kiểu định giá 6.6 Chủ động và phản ứng đối với sự thay đổi giá Nội dung semina/thảo luận: (1 tiết) Chiến lược giá hàng hoá của một số doanh nghiệp, xác định giá bán cho một số trường hợp cụ thể | K1, K2, K3, K4, K5, K6 |
| | B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (15 tiết) Đọc và lấy các ví dụ về các kiểu định giá của một số doanh nghiệp trên thế giới | K4, K5, K6 |

| | | |
|---|--|------------------------------|
| | Chương 7: Chiến lược phân phối hàng hóa | |
| 7 | A/ Tóm tắt các nội dung chính trên lớp: (4 tiết) Nội dung GD lý thuyết: (3 tiết) 7.1 Một số vấn đề chung 7.2 Cấu trúc kênh phân phối và các kiểu kênh phân phối 7.3 Lựa chọn kênh phân phối 7.4 Quản trị kênh phân phối hàng hóa 7.5 Phân phối hàng hóa vật chất 7.6 Hệ thống kênh phân phối Nội dung semina/thảo luận: (1 tiết) Chiến lược phân phối hàng hóa của một số doanh nghiệp | K1, K2, K3, K4, K5, K6 |
| | B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (12 tiết) Đọc và lấy các ví dụ về hệ thống phân phối của một số doanh nghiệp | K4, K5, K6 |
| | Chương 8: Chiến lược xúc tiến hỗn hợp | |
| 8 | A/ Tóm tắt các nội dung chính trên lớp: (5 tiết) Nội dung GD lý thuyết: (3 tiết) 8.1 Khái quát chung về xúc tiến hỗn hợp 8.2 Hệ thống xúc tiến hỗn hợp Nội dung semina/thảo luận: (2 tiết) Hình thức xúc tiến hỗn hợp của một số doanh nghiệp | K1, K2, K3, K4, K5, K6 |
| | B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (15 tiết) Sưu tầm các hình thức xúc tiến hỗn hợp của các doanh nghiệp trong nước và trên thế giới | K4, K5, K6 |

X. Yêu cầu của giảng viên đối với học phần:

- Yêu cầu của giảng viên về điều kiện để tổ chức giảng dạy học phần:

+ Phòng học cần được trang bị đầy đủ ánh sáng, 01 máy projector, 01 máy tính, 01 màn chiếu, 01 micro, 01 bảng và phấn. Phòng học cần đầy đủ bàn ghế cho sinh viên, thoáng mát vào mùa hè và ấm vào mùa đông.

- Sinh viên sử dụng công cụ học online (MS Teams, E-Learning) trong quá trình học tập để trao đổi, chia sẻ thông tin.

Hà Nội, ngày.....tháng.....năm

TRƯỞNG BỘ MÔN

(Ký và ghi rõ họ tên)

GIẢNG VIÊN BIÊN SOẠN

(Ký và ghi rõ họ tên)

Bùi Hồng Quý

TRƯỞNG KHOA
(Ký và ghi rõ họ tên)

GIÁM ĐỐC
(Ký và ghi rõ họ tên)

PHỤ LỤC
THÔNG TIN VỀ ĐỘI NGŨ GIẢNG VIÊN GIẢNG DẠY HỌC PHẦN

Giảng viên phụ trách học phần

| | |
|-----------------------------------|---|
| Họ và tên: Nguyễn Trọng Tuyền | Học hàm, học vị: Thạc sĩ |
| Địa chỉ cơ quan: Bộ môn Marketing | Điện thoại liên hệ: 0978.969.959 |
| Email: nttuynh@vnua.edu.vn | Trang web: http://www.vnua.edu.vn/khoa/ketoan/vi/ |

| | |
|-------------------------------|---|
| Cách liên lạc với giảng viên: | Qua email hoặc gặp mặt trực tiếp tại văn phòng bộ môn (thống nhất lịch gặp qua email hoặc điện thoại trước) |
|-------------------------------|---|

Giảng viên giảng dạy học phần:

| | |
|---|---|
| Họ và tên: Trần Thị Thu Hương | Học hàm, học vị: Giảng viên, Tiến sĩ |
| Địa chỉ cơ quan: Bộ môn Marketing, Khoa Kế toán và Quản trị kinh doanh | Điện thoại liên hệ: 097 329 5812 |
| Email: ttthuong79@gmail.com | Trang web: http://www.vnua.edu.vn/khoa/ketoan/vi/ |
| Cách liên lạc với giảng viên: | Qua email hoặc gặp mặt trực tiếp tại văn phòng bộ môn (thống nhất lịch gặp qua email hoặc điện thoại trước) |

X. Các lần cải tiến (đề cương được cải tiến hàng năm theo qui định của Học viện):

- Lần 1: 7/2019

Bổ sung phương pháp học tập làm việc nhóm

- Lần 2: 7/2020

- Lần 3: 7/2021

- Lần 4: 7/2022

Bổ sung tài liệu tham khảo

- Lần 5: 9/2023