

CHƯƠNG TRÌNH TRÌNH ĐỘ ĐẠI HỌC
NGÀNH ĐÀO TẠO: CÔNG NGHỆ VÀ KINH DOANH THỰC PHẨM
ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN
**KQ03376: QUẢN TRỊ MARKETING THỰC PHẨM (FOOD MARKETING
MANAGEMENT)**

I. Thông tin về học phần

- Học kỳ: 7
- Tín chỉ: **Tổng số tín chỉ 03 (Lý thuyết 03 – Thực hành 0 – Tự học 09)**
- Giờ tín chỉ đối với các hoạt động học tập:
 - + Học lý thuyết trên lớp: 36 tiết
 - + Làm bài tập trên lớp: 3 tiết
 - + Thuyết trình và thảo luận trên lớp: 6 tiết
- Tự học: 135 tiết (theo kế hoạch cá nhân hoặc hướng dẫn của giảng viên)
- Đơn vị phụ trách:
 - 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 1 <input checked="" type="checkbox"/>		Chuyên ngành 2 <input type="checkbox"/>	
Bắt buộc <input type="checkbox"/>	Tự chọn <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 học trước (chỉ 1 học phần): 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
Kiến thức chuyên môn	
CĐR2. Vận dụng kiến thức khoa học thực phẩm, nguyên lý quản trị, kinh doanh để giải quyết các vấn đề trong doanh nghiệp sản xuất và kinh doanh thực phẩm	2.2. Vận dụng nguyên lý quản trị, kinh doanh để giải quyết các vấn đề trong kinh doanh thực phẩm
CĐR3. Vận dụng kiến thức	3.3. Hoạch định chiến lược marketing thực phẩm

chuyên sâu về quản trị, kế toán, tài chính và marketing vào quản lý các hoạt động kinh doanh thực phẩm	
Kỹ năng chung	
CĐR7. Làm việc nhóm đạt mục tiêu đề ra ở vị trí là thành viên hay người trưởng nhóm	7.2. Chủ động giải quyết các vấn đề trong tổ chức, triển khai công việc
CĐR8. Sử 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
Kỹ năng chuyên môn	
CĐR12. Xây dựng phương án giải quyết các tình huống thực tiễn trong sản xuất và kinh doanh thực phẩm	12.2. Xây dựng phương án giải quyết các tình huống thực tiễn trong kinh doanh thực phẩm
Năng lực tự chủ và trách nhiệm	
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
CĐR14. 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 phân nhằm trang bị cho sinh viên kiến thức, kỹ năng và năng lực cụ thể như sau:

- **Về kiến thức:** Áp dụng kiến thức cơ bản trong quản trị hoạt động marketing thực phẩm của doanh nghiệp, bao gồm quản trị chiến lược sản phẩm, chiến lược giá cả, chiến lược phân phối và chiến lược xúc tiến; Phân tích và rút ra nhận xét từ một số tình huống quản trị marketing trong thực tiễn.

- **Về kỹ năng:** Phân tích và xác định được các vấn đề cần quan tâm từ các tình huống nghiên cứu điển hình; Xác định các vấn đề trong hoạt động quản trị marketing thực phẩm của doanh nghiệp; Tự tìm và đọc tài liệu, tổng hợp kiến thức từ các nguồn tài liệu; cập nhật thông tin; Trao đổi, thuyết trình vấn đề một cách tương đối chủ động, rõ ràng; Dựa trên những chỉ dẫn, có thể tiến hành học tập và nghiên cứu độc lập; Trao đổi các vấn đề nghiên cứu khá rõ ràng bằng văn bản và lời nói; Biết cách truy cập mạng internet để tìm kiếm và chia sẻ thông tin.

- **Về năng lực tự chủ và trách nhiệm:** Có trách nhiệm trong công việc được giao; Tuân thủ quy tắc và đạo đức nghề nghiệp; Tuân thủ pháp luật của Nhà nước; Tuân thủ các quy định của tổ chức làm việc; Có trách nhiệm với xã hội; Thích nghi với các môi trường làm việc khác nhau; Có khả năng áp dụng sáng tạo các kiến thức đã được trang bị phù hợp với điều kiện thực tế nghề nghiệp.

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

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						
		2.2	3.3	7.2	8.2	12.2	13.2	14.2
KQ03376	Quản trị marketing thực phẩm	R	M	R	R	M	R	R

Ký hiệu	KQHTMĐ của học phần Hoàn thành học phần này, sinh viên thực hiện được	CDR của CTĐT
Kiến thức		
K1	Vận dụng kiến thức khoa học thực phẩm, nguyên lý quản trị, kinh doanh để giải quyết các vấn đề trong doanh nghiệp sản xuất và kinh doanh thực phẩm	CB2.2
K2	Vận dụng kiến thức chuyên sâu về quản trị, kế toán, tài chính và marketing vào quản lý các hoạt động kinh doanh thực phẩm	CB3.3
Kỹ năng		
K3	Làm việc nhóm đạt mục tiêu đề ra ở vị trí là thành viên hay người trưởng nhóm	CB7.2
K4	Xây dựng phương án giải quyết các tình huống thực tiễn trong sản xuất và kinh doanh thực phẩm	CB12.2
Năng lực tự chủ và trách nhiệm		
K5	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	CB14.2

III. Nội dung tóm tắt của học phần

KQ03376 Quản trị marketing thực phẩm (Food marketing management). (Tổng số tín chỉ 03: Tổng số tín chỉ lý thuyết 03 – Tổng số tín chỉ thực hành 0 – Tổng số tín chỉ tự học 09). Học phần này gồm Tổng quan về marketing thực phẩm; Môi trường marketing; Thị trường và hành vi mua của người tiêu dùng; Phân khúc, lựa chọn thị trường mục tiêu và định vị; Sản phẩm; Giá cả; Phân phối; Xúc tiến hỗn hợp.

IV. Phương pháp giảng dạy và học tập

1. Phương pháp giảng dạy

Thuyết giảng

Viết tiểu luận và/hoặc báo cáo chuyên đề theo nhóm

Thảo luận, hỏi đáp

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

Đọc và chuẩn bị bài trước khi lên lớp

Nghe giảng

Báo cáo chuyên đề hoặc viết tiểu luận

Tham gia thảo luận, trả lời câu hỏi

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.

- Tiểu luận và báo cáo chuyên đề: Sinh viên được phân chia thành các nhóm, chuẩn bị bài tiểu luận hoặc báo cáo chuyên đề theo yêu cầu của giảng viên. Các sinh viên trong một nhóm phải cùng nhau chuẩn bị nội dung và trả lời câu hỏi (nếu có).

- Thi giữa kỳ: Tuỳ theo điều kiện thực tế ở từng kỳ học, sinh viên có thể được yêu cầu làm 01 bài kiểm tra giữa kỳ thay thế cho tiểu luận hay báo cáo chuyên đề.

- Thi cuối kỳ: 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

Hoạt động đánh giá	KQHTMD được đánh giá	Trọng số (%)	Thời gian/Tuần học
Đánh giá quá trình			
Rubric 1: Tham dự lớp	K1, K2, K3, K5	10	Cả kỳ
Rubric 2: Làm việc nhóm	K1, K2, K3, K4, K5	30	Cả kỳ
Rubric 3: Tiểu luận nhóm	K1, K2, K3, K4, K5		Cuối kỳ
Hoặc Rubric 4: Seminar nhóm	K1, K2, K3, K4, K5		Cả kỳ
Hoặc Rubric 5: Thi giữa kỳ	K1, K2, K3, K4, K5		Giữa kỳ
Đánh giá cuối kỳ			
Rubric 6: Thi cuối kỳ	K1, K2, K3, K4, K5	60	Theo lịch thi HV

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

KQHTMD	Chỉ báo thực hiện KQHTMD
Đánh giá giữa kỳ	
K1	Chỉ báo 1: Trình bày nội dung và ứng dụng của marketing thực phẩm
K1	Chỉ báo 2: Giải thích khái niệm và nội dung quản trị marketing thực phẩm
K2	Chỉ báo 3: Trình bày hệ thống và môi trường marketing

K2	Chỉ báo 4: Giải thích hệ thống và môi trường marketing
K3	Chỉ báo 5: Giải thích thị trường và hành vi mua của người tiêu dùng
K3	Chỉ báo 6: Phân tích thị trường và hành vi mua của người tiêu dùng
K4	Chỉ báo 7: Phân tích thị trường và hành vi mua của người tiêu dùng
K4	Chỉ báo 8: Trình bày nội dung phân khúc, lựa chọn thị trường mục tiêu và định vị
K5	Chỉ báo 9: Phân tích nội dung phân khúc, lựa chọn thị trường mục tiêu và định vị
Đánh giá cuối kỳ	
K1	Chỉ báo 1: Trình bày nội dung chiến lược sản phẩm
K1	Chỉ báo 2: Giải thích nội dung chiến lược sản phẩm
K2	Chỉ báo 3: Trình bày nội dung chiến lược giá cả
K2	Chỉ báo 4: Giải thích nội dung chiến lược giá cả
K3	Chỉ báo 5: Trình bày nội dung chiến lược phân phối
K3	Chỉ báo 6: Giải thích nội dung chiến lược phân phối
K4	Chỉ báo 7: Trình bày nội dung chiến lược xức tiến hỗn hợp
K4	Chỉ báo 8: Giải thích nội dung chiến lược xức tiến hỗn hợp
K5	Chỉ báo 5: Phân tích nội dung marketing hỗn hợp của doanh nghiệp

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	Luôn chú ý và tham gia các hoạt động	Khá chú ý, có tham gia	Có chú ý, ít tham gia	Không chú ý/không tham gia
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	Khá	Trung bình	Kém
----------	----------	-----	-----	------------	-----

	(%)	8,5-10 điểm	6,5-8,4 điểm	4-6,4 điểm	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 nhóm	Kết nối tốt với thành viên khác	Có kết nối nhưng đôi khi còn lơ là, phải nhắc nhở	Không kết nối
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. 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.

Điểm cá nhân = Điểm bài làm của nhóm x Kết quả nhóm đánh giá cá nhân

(Ghi chú: quy thành %)

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 nghiên cứu đề	Thực hiện được khá đầy đủ và rõ ràng các mục tiêu nghiên cứu đã	Thực hiện được tương đối đầy đủ các mục tiêu nghiên cứu đã đề ra, số liệu	Chưa thực hiện đầy đủ các mục tiêu nghiên cứu đề ra, không có số liệu minh họa

			ra, có số liệu minh hoạ phong phú	đề ra, có số liệu minh hoạ khá phù hợp	tương đối đầy đủ	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 lề, format...)	Format	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 đánh máy cầu thả

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

Tiêu chí	Trọng số (%)	Mức chất lượng			
		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

Rubric 5: Đánh giá giữa kỳ

Nội dung kiểm tra	Chỉ báo thực hiện của học phần được đánh giá qua câu hỏi	KQHTMĐ của môn học được đánh giá
Chương 1	Chỉ báo 1: Nội dung và ứng dụng của marketing thực phẩm Chỉ báo 2: Quản trị marketing thực phẩm	K1, K2, K3, K4
Chương 2	Chỉ báo 3: Hệ thống marketing và môi trường marketing	K1, K2, K3, K4
Chương 3	Chỉ báo 4: Thị trường và hành vi mua của người tiêu dùng	K1, K2, K3, K4
Chương 4	Chỉ báo 5: Phân khúc, lựa chọn thị trường mục tiêu và định vị	K1, K2, K3, K4

Rubric 6: Đánh giá cuối kỳ

Nội dung kiểm tra	Chỉ báo thực hiện của học phần được đánh giá qua câu hỏi	KQHTMĐ của môn học được đánh giá qua câu hỏi
Chương 1	Chỉ báo 1: Nội dung và ứng dụng của marketing thực phẩm Chỉ báo 2: Quản trị marketing thực phẩm	K1, K2, K3, K4
Chương 2	Chỉ báo 3: Hệ thống marketing và môi trường marketing	K1, K2, K3, K4
Chương 3	Chỉ báo 4: Thị trường và hành vi mua của người tiêu dùng	K1, K2, K3, K4
Chương 4	Chỉ báo 5: Phân khúc, lựa chọn thị trường mục tiêu và định vị	K1, K2, K3, K4
Chương 5	Chỉ báo 6: Sản phẩm	K1, K2, K3, K4
Chương 6	Chỉ báo 7: Giá cả	K1, K2, K3, K4
Chương 7	Chỉ báo 8: Phân phối	K1, K2, K3, K4
Chương 8	Chỉ báo 9: Xúc tiến hỗn hợp	K1, K2, K3, K4

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

- *Nộp bài tập chặm*: 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

* *Sách giáo trình/Bài giảng*:

- Trương Đình Chiến (2013). *Giáo trình Quản trị marketing*. NXB Đại học Kinh tế quốc dân
- Nguyễn Văn Đình (2016). *Giáo trình Quản trị marketing*. NXB Đại học Quốc gia Hà Nội

*** Tài liệu tham khảo khác: (Liệt kê ít nhất 3 tài liệu tham khảo)**

- Trần Thị Thập (2015). *Truyền thông marketing tích hợp*. NXB Thông tin và Truyền thông.
- Trương Đình Chiến (2012). *Quản trị kênh phân phối*, NXB Đại học Kinh tế Quốc dân.
- Nguyễn Duy Thịnh. *Bài giảng Quản trị marketing thực phẩm*. Trường Đại học Bách khoa Hà Nội.
- **Anh Tru Nguyen (2020)**. *Does contract farming enhance income of farmers? Evidence in tea production of Vietnam*. *The Journal of Agricultural Sciences - Sri Lanka*, 15(1), 37-49. Available at <http://doi.org/10.4038/jas.v15i1.8670>.
- **Anh Tru Nguyen (2020)**. *The relationship between food production, agricultural land, rice production, and rice price: An empirical study on Thailand and Viet Nam*. *International Journal of Sustainable Agricultural Research*, 7(3), 98-108. DOI: 10.18488/journal.70.2020.73.98.108.

VIII. Nội dung chi tiết của học phần

Tuần	Nội dung	KQHTMĐ của học phần
1	Chương 1: Tổng quan về marketing thực phẩm	
	A/ Các nội dung chính trên lớp: (6 tiết) Nội dung GD lý thuyết: (5 tiết) 1.1. Marketing thực phẩm 1.2. Nội dung và ứng dụng của marketing thực phẩm 1.3. Quản trị marketing thực phẩm Nội dung semina/thảo luận: (1 tiết) <i>Thuyết trình và thảo luận để hiểu quản trị marketing thực phẩm trong tổ chức kinh doanh</i>	K1, K2, K3, K4
	B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (12 tiết) Tìm kiếm và phân tích các tình huống quản trị marketing tại các doanh nghiệp thực phẩm	K3, K4, K5
2	Chương 2: Hoạch định chiến lược marketing	
	A/ Tóm tắt các nội dung chính trên lớp: (6 tiết) Nội dung GD lý thuyết: (5 tiết) 2.1. Tổng quan về hệ thống marketing và môi trường marketing 2.2. Môi trường marketing vi mô 2.3. Môi trường marketing vĩ mô Nội dung semina/thảo luận: (1 tiết) <i>Thuyết trình và thảo luận về các kỹ năng kỹ năng phân tích hệ thống và môi trường marketing</i>	K1, K2, K3, K4

	B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (12 tiết) Sưu tập và đọc tài liệu về phân tích hệ thống marketing và đánh giá môi trường marketing	K3, K4, K5
3	Chương 3: Thị trường và hành vi mua của người tiêu dùng	
	A/ Tóm tắt các nội dung chính trên lớp: (6 tiết) Nội dung GD lý thuyết: (5 tiết) 3.1. Khái quát về thị trường 3.2. Thị trường và hành vi mua của người tiêu dùng 3.3. Thị trường và hành vi mua của tổ chức Nội dung semina/thảo luận: (1 tiết) <i>Thuyết trình và thảo luận về các bước trong mô hình hành vi mua của người tiêu dùng</i>	K1, K2, K3, K4
	B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (12 tiết) Tìm hiểu và phân tích các đặc điểm của thị trường và hành vi mua của người tiêu dùng	K3, K4, K5
4	Chương 4: Phân khúc, lựa chọn thị trường mục tiêu và định vị	
	A/ Tóm tắt các nội dung chính trên lớp: (6 tiết) Nội dung GD lý thuyết: (5 tiết) 4.1. Phân đoạn thị trường 4.2. Lựa chọn thị trường mục tiêu 4.3. Định vị sản phẩm Nội dung semina/thảo luận: (1 tiết) <i>Thuyết trình và thảo luận các quyết định phân đoạn thị trường, lựa chọn thị trường mục tiêu và định vị sản phẩm</i>	K1, K2, K3, K4
	B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (12 tiết) Tìm hiểu thêm về các quyết định phân đoạn thị trường, lựa chọn thị trường mục tiêu và định vị sản phẩm	K3, K4, K5
5	Chương 5: Sản phẩm	
	A/ Tóm tắt các nội dung chính trên lớp: (5 tiết) Nội dung GD lý thuyết: (4 tiết) 5.1. Khái niệm, cấp độ và phân loại sản phẩm 5.2. Quyết định về sản phẩm 5.3. Chu kỳ sống của sản phẩm Nội dung semina/thảo luận: (1 tiết) Phân tích chiến lược sản phẩm của một số đơn vị kinh doanh	K1, K2, K3, K4
	B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (12 tiết) Các bước trong chiến lược phát triển sản phẩm mới	K3, K4, K5

	Chương 6: Giá cả	
6	<p>A/ Tóm tắt các nội dung chính trên lớp: (5 tiết) Nội dung GD lý thuyết: (4 tiết) 6.1. Khái quát chung về giá cả 6.2. Các yếu tố ảnh hưởng tới giá cả 6.3. Các phương pháp định giá 6.4. Các chiến lược định giá</p> <p>Nội dung semina/thảo luận: (1 tiết) Phân tích các yếu tố ảnh hưởng tới giá cả của sản phẩm thực phẩm</p>	K1, K2, K3, K4
	<p>B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (12 tiết) Liên hệ thực tế các chiến lược và phương pháp định giá sản phẩm thực phẩm trong các đơn vị kinh doanh</p>	K3, K4, K5
	Chương 7: Phân phối	
7	<p>A/ Tóm tắt các nội dung chính trên lớp: (5 tiết) Nội dung GD lý thuyết: (4 tiết) 7.1. Khái niệm, vai trò và chức năng của phân phối 7.2. Kênh phân phối 7.3. Bán buôn và bán lẻ 7.4. Quyết định phân phối hành hóa</p> <p>Nội dung semina/thảo luận: (1 tiết) Phân tích chiến lược phân phối sản phẩm thực phẩm của một số đơn vị kinh doanh</p>	K1, K2, K3, K4
	<p>B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (12 tiết) Tìm và đọc các tài liệu về chiến lược phân phối sản phẩm thực phẩm</p>	K3, K4, K5
	Chương 8: Xúc tiến hỗn hợp	
8	<p>A/ Tóm tắt các nội dung chính trên lớp: (6 tiết) Nội dung GD lý thuyết: (4 tiết) 8.1. Quá trình truyền thông marketing 8.2. Quảng cáo, khuyến mại, quan hệ công chúng, bán hàng cá nhân và marketing trực tiếp</p> <p>Nội dung semina/thảo luận: (2 tiết) Các chiến lược truyền thông của một số doanh nghiệp thực phẩm</p>	K1, K2, K3, K4

	B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (12 tiết) Xây dựng và triển khai quảng cáo, khuyến mại, quan hệ công chúng, bán hàng cá nhân và marketing trực tiếp tại các doanh nghiệp thực phẩm	K3, K4, K5
--	--	------------

IX. 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.
- Yêu cầu của giảng viên đối với sinh viên:
 - + Sinh viên nghỉ học quá 9 tiết trên lớp sẽ không được dự thi kết thúc học phần.
 - + Sinh viên cần chuẩn bị bài và tham gia làm việc nhóm theo yêu cầu của giảng viên.

Hà Nội, ngày tháng năm

TRƯỞNG BỘ MÔN
(Ký và ghi rõ họ tên)

GIẢNG VIÊN BIÊN SOẠN
(Ký và ghi rõ họ tên)

TRƯỞNG KHOA
(Ký và ghi rõ họ tên)

GIÁM ĐỐC
(Ký và ghi rõ họ tên)

THÔNG TIN VỀ ĐỘI NGŨ GIẢNG VIÊN GIẢNG DẠY HỌC PHẦN

Giảng viên phụ trách học phần

Họ và tên: Nguyễn Văn Hường	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: 0366 819 819
Email: nghuonghd76@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 phòng 426, Bộ môn Marketing, Khoa Kế toán và Quản trị kinh doanh, Học viện Nông nghiệp Việt Nam (thống nhất lịch gặp qua email hoặc điện thoại trước)

Giảng viên giảng dạy học phần

Họ và tên: Đặng Thị Kim Hoa	Học hàm, học vị: Thạc sĩ
Địa chỉ cơ quan: Bộ môn Marketing, Khoa Kế toán và Quản trị kinh doanh	Điện thoại liên hệ: 0972 725 541
Email: dangthikimhoa@gmail.com	Trang web: http://khoaketoan.vnua.edu.vn/vi/
Cách liên lạc với giảng viên	Qua email hoặc gặp mặt trực tiếp tại phòng 426, Bộ môn Marketing, Khoa Kế toán và Quản trị kinh doanh, Học viện Nông nghiệp Việt Nam (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: 7/2018
Bổ sung phương pháp học tập làm việc nhóm
- Lần 2: 7/2019
Rà soát và hoàn thiện các chỉ báo đánh giá thực hiện chuẩn đầu ra
- Lần 3: 7/2020
Rà soát và hoàn thiện các chỉ báo đánh giá thực hiện chuẩn đầu ra
- Lần 4: 7/2021
Bổ sung 02 bài báo vào tài liệu tham khảo