

CHƯƠNG TRÌNH TRÌNH ĐỘ ĐẠI HỌC
NGÀNH ĐÀO TẠO: CHĂN NUÔI
CHUYÊN NGÀNH 1: KHOA HỌC VẬT NUÔI
CHUYÊN NGÀNH 2: DINH DƯỠNG & CÔNG NGHỆ THỨC ĂN
CHĂN NUÔI

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: 4)**
- 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: 60 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 checked="" 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"/>

- Học phần học song hành: Không
- Học phần tiên quyết (chỉ 1 học phần): Không
- Ngôn ngữ giảng dạy: tiếng Anh Tiếng Việt

II. Mục tiêu và kết quả học tập mong đợi

* **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									
		CDR1	CDR2	CDR3	CDR4	CDR5	CDR6	CDR7	CDR8	CDR9	CDR10
KQ03107	Marketing căn bản 1	P									P
		CDR11	CDR12	CDR13	CDR14						
					P						

Ký hiệu	KQHTMD của học phần Hoàn thành học phần này, sinh viên thực hiện được	CDR của CTĐT
Kiến thức		
K1	Áp dụng kiến thức của học phần để phân tích và đánh giá các vấn đề đơn giản của thực tiễn	CDR1.2
Kỹ năng chuyên môn		
K2	Sử dụng công nghệ thông tin và trang thiết bị ngành chăn nuôi vào sản xuất và kinh doanh trong ở quy mô nhỏ	CDR10.2
Năng lực tự chủ và trách nhiệm		
K3	Thích ứng với môi trường làm việc thay đổi và đề ra các mục tiêu rõ ràng phát triển nghề nghiệp và bản thân trong tương lai	CDR14.2

III. Nội dung tóm tắt của học phần

KQ03107. Marketing căn bản 1 (Basics of Marketing 1). (2TC: 2 – 0 - 4).

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 hóa; Chiến lược phân phối hàng hóa; 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

Rubric	KQHTMĐ được đánh giá	Trọng số (%)	Tuần
Đánh giá quá trình			
Rubric 1: Tham dự lớp	K1, K2, K3	10	Cả kỳ
Rubric 2: Làm việc nhóm	K1, K2, K3	Đề tính điểm cho cá nhân	Cả kỳ
Rubric 3: Tiểu luận nhóm	K1, K2, K3	30	Cuối kỳ
Hoặc Rubric 4: Seminar nhóm	K1, K2, K3	30	Cả kỳ
Hoặc Rubric 5: Thi giữa kỳ	K1	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

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 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.
- 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	Phân tích chưa rõ ràng tầm quan

					quan trọng của vấn đề	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 ra, có số liệu minh hoạ phong phú	Thực hiện được khá đầy đủ và rõ ràng các mục tiêu nghiên cứu đã đề ra, có số liệu minh hoạ khá phù hợp	Thực hiện được tương đối đầy đủ các mục tiêu nghiên cứu đã đề ra, số liệu tương đối đầy đủ	Chưa thực hiện đầy đủ các mục tiêu nghiên cứu đề ra, không có 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 lề, fomate...)	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 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
	10	Mạch lạc, rõ ràng	Khá mạch lạc, rõ ràng	Tương đối rõ ràng	Thiếu rõ ràng

Trình bày báo cáo	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 kì (thi tự luận)

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: Bản chất của marketing	Chỉ báo 1: Bản chất của marketing	K1, K2
Chương 2: Môi trường marketing	Chỉ báo 2: Các yếu tố của môi trường marketing và ảnh hưởng của chúng tới hoạt động marketing	K1, K2
Chương 3: Nghiên cứu hành vi của khách hàng	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

Chương 4: Phân đoạn thị trường, lựa chọn thị trường mục tiêu và định vị hàng hoá	Chỉ báo 4: Khái niệm, tiêu chí và cách thức phân đoạn thị trường, lựa chọn thị trường mục tiêu và định vị hàng hoá	K1, K2
Chương 5: Chiến lược sản phẩm hàng hóa	Chỉ báo 5: Nội dung của các quyết định cơ bản về sản phẩm hàng hoá	K1, K2

Rubric 6: Đánh giá cuối kì (thi tự luận)

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: Bản chất của marketing	Chỉ báo 1: Bản chất của marketing	K1, K2
Chương 2: Môi trường marketing	Chỉ báo 2: Các yếu tố của môi trường marketing và ảnh hưởng của chúng tới hoạt động marketing	K1, K2
Chương 3: Nghiên cứu hành vi của khách hàng	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
Chương 4: Phân đoạn thị trường, lựa chọn thị trường mục tiêu và định vị hàng hoá	Chỉ báo 4: Khái niệm, tiêu chí và cách thức phân đoạn thị trường, lựa chọn thị trường mục tiêu và định vị hàng hoá	K1, K2
Chương 5: Chiến lược sản phẩm hàng hóa	Chỉ báo 5: Nội dung của các quyết định cơ bản về sản phẩm hàng hoá	K1, K2
Chương 6: Chiến lược giá cả hàng hóa	Chỉ báo 6: Phân tích các yếu tố ảnh hưởng tới định giá Chỉ báo 7: Các phương pháp định giá cả hàng hoá	K1, K2
Chương 7: Chiến lược phân phối hàng hóa	Chỉ báo 8: Cấu trúc kênh phân phối Chỉ báo 9: Nội dung quản trị kênh phân phối	K1, K2
Chương 8: Chiến lược xúc tiến hỗn hợp	Chỉ báo 10: Giải thích đặc điểm của từng công cụ xúc tiến hỗn hợp	K1, K2

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), *Giáo trình marketing căn bản*, Nhà xuất bản Đại học Nông nghiệp, Hà Nội

Philip Kotler (2007). *Marketing căn bản*, Nhà xuất bản Lao Động Xã Hội

Đặng Văn Tiến và Trần Hữu Cường (2011). 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	KQHTMD 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
	B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (6 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	K3
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)	K1, K2, K3

	<p>2.1 Khái niệm môi trường marketing</p> <p>2.2 Môi trường marketing vi mô</p> <p>2.3 Môi trường marketing vĩ mô</p> <p>Nội dung semina/thảo luận: (0,5 tiết)</p> <p>Môi trường marketing vĩ mô ở VN</p>	
	<p>B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (6 tiết)</p> <p>Tìm hiểu môi trường marketing ở một số nước trên thế giới</p>	K3
3	<p>Chương 3: Nghiên cứu hành vi của khách hàng</p>	
	<p>A/ Tóm tắt các nội dung chính trên lớp: (3 tiết)</p> <p>Nội dung GD lý thuyết: (2,5 tiết)</p> <p>3.1 Thị trường người tiêu dùng và hành vi mua của người tiêu dùng</p> <p>3.2 Hành vi của các khách hàng tổ chức</p> <p>Nội dung semina/thảo luận: (0,5 tiết)</p>	K1, K2, K3
	<p>B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (6 tiết)</p> <p>Tìm hiểu hành vi mua của người tiêu dùng qua nghiên cứu trường hợp</p>	K3
4	<p>Chương 4: Phân đoạn thị trường, lựa chọn thị trường mục tiêu và định vị hàng hoá</p>	
	<p>A/ Tóm tắt các nội dung chính trên lớp: (3 tiết)</p> <p>Nội dung GD lý thuyết: (2,5 tiết)</p> <p>4.1 Phân đoạn thị trường</p> <p>4.2 Lựa chọn thị trường mục tiêu</p> <p>4.3 Định vị hàng hoá</p> <p>Nội dung semina/thảo luận: (0,5 tiết)</p> <p>Sự cần thiết phải có định vị và tái định vị hàng hoá</p>	K1, K2, K3
	<p>B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (6 tiết)</p> <p>Tìm hiểu thị trường mục tiêu và cách định vị sản phẩm hàng hoá của một số doanh nghiệp trong và ngoài nước</p>	K3
5	<p>Chương 5: Chiến lược sản phẩm hàng hoá</p>	
	<p>A/ Tóm tắt các nội dung chính trên lớp: (4 tiết)</p> <p>Nội dung GD lý thuyết: (3 tiết)</p> <p>5.1 Nhận thức chung về sản phẩm theo quan điểm marketing</p> <p>5.2 Các quyết định về sản phẩm hàng hoá</p> <p>5.3 Chu kỳ sống của sản phẩm</p> <p>5.4 Vấn đề khác biệt và sản phẩm mới</p> <p>Nội dung semina/thảo luận: (1 tiết)</p> <p>Chiến lược sản phẩm hàng hoá của một số doanh nghiệp</p>	K1, K2, K3
	<p>B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (8 tiết)</p> <p>Đọc và lấy các ví dụ về chiến lược khác biệt sản phẩm của một số hãng trên thế giới</p>	K3

	Chương 6: Chiến lược giá cả hàng hóa	
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 hóa 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 hóa của một số doanh nghiệp, xác định giá bán cho một số trường hợp cụ thể	K1, K2, K3
	B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (10 tiết) Đọc và lấy các ví dụ về các kiểu định giá của một số doanh nghiệp trên thế giới	K3
	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
	B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (8 tiết) Đọc và lấy các ví dụ về hệ thống phân phối của một số doanh nghiệp	K3
	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
	B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (10 tiết) Suu tầm các hình thức xúc tiến hỗn hợp của các doanh nghiệp trong nước và trên thế giới	K3

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 25 tháng 7 năm 2022

TRƯỞNG BỘ MÔN

(Ký và ghi rõ họ tên)

TS. Trần Thị Thu Hương

GIẢNG VIÊN BIÊN SOẠN

(Ký và ghi rõ họ tên)

TS. Nguyễn Hùng Anh

TRƯỞNG KHOA

(Ký và ghi rõ họ tên)

TS. Nguyễn Hải Núi



PHÓ GIÁM ĐỐC
GS.TS. Phạm Văn Cường

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

Giảng viên phụ trách học phần

Họ và tên: Nguyễn Hùng Anh	Học hàm, học vị: Tiến sĩ
Địa chỉ cơ quan: Bm Marketing, Khoa Kế toán và quản trị kinh doanh	Điện thoại liên hệ: 0866521235
Email: nghunganh@gmail.com	Trang web: http://khoaketoan.vnua.edu.vn/vi/
Cách liên lạc với giảng viên: email trực tiếp, gặp trực tiếp tại Bm	

Họ và tên: Nguyễn Trọng Tuynh	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 (thông nhất lịch gặp qua email hoặc điện thoại trước)

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 (thông nhất lịch gặp qua email hoặc điện thoại trước)

BẢNG TÓM TẮT TƯƠNG THÍCH GIỮA KQHTMĐ, DẠY- HỌC VÀ ĐÁNH GIÁ

KQHTMĐ	K1	K2	K3
DẠY VÀ HỌC			
Trình chiếu & thuyết trình	x	x	x
Case study	x	x	x
Làm việc nhóm			x
Hỏi đáp	x	x	
ĐÁNH GIÁ			
Rubric 1. Tham dự lớp (10%)			
Rubric 2. Làm việc nhóm	x	x	x
Rubric 3. Tiểu luận nhóm hoặc Rubric 4. Thuyết trình nhóm (10%)	x	x	x
Rubric 5. Thi giữa kỳ (20%)	x	x	
Rubric 6. Thi cuối kì (60%)	x	x	x

CÁC LẦN CẢI TIẾN ĐỀ CƯƠNG

Sau khi thực hiện cải tiến lớn về CDR và CTĐT được ban hành, hàng năm các môn học đều rà soát và thực hiện các cải tiến nhỏ ở một trong các lĩnh vực sau (nhưng không thay đổi KQHTMĐ của học phần):

- Rà soát và cập nhật nội dung và kiến thức học phần, bài giảng theo xu hướng của ngành
- Rà soát và cập nhật phương pháp giảng dạy và phương pháp đánh giá (rubric)
- Rà soát và cập nhật tài liệu tham khảo
- Bổ sung các kết quả nghiên cứu khoa học của giảng viên vào bài giảng

- Lần 1: 7/ 2019

- Bổ sung thêm học liệu e-learning
- Cập nhật nội dung cho sát thực tế

- Lần 2: 7/ 2020

Bổ sung rubric đánh giá thuyết trình theo nhóm để đa dạng lựa chọn đánh giá tùy theo từng kỳ học

- Lần 3: 7/ 2021

Rà soát nội dung, bổ sung thông tin về một số định chế quốc tế và phân bổ lại số tiết cho phù hợp hơn; cập nhật tài liệu tham khảo, bổ sung tài liệu học tập là các kết quả nghiên cứu của giáo viên

- Lần 4: 7/ 2022

Rà soát nội dung, bổ sung tài liệu tham khảo, bổ sung tài liệu học tập