

CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO TRÌNH ĐỘ ĐẠI HỌC
NGÀNH ĐÀO TẠO: THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN
KE94080: ĐỒ ÁN KẾ HOẠCH MARKETING
(PROJECT OF MARKETING PLAN)

I. Thông tin về học phần

- Học kì: Học kỳ 7
- Tín chỉ: 03 (2,5 Lý thuyết; 0,5 Thực hành; 09 tự học)
- Giờ tín chỉ đối với các hoạt động học tập
 - + Lý thuyết: 37,5 tiết
 - + Thực hành: 15 tiết
 - + Tự thực hiện đồ án: 120 tiết (theo hướng dẫn của giáo viên)
- Đơn vị phụ trách:
 - Bộ môn: Marketing
 - Khoa: Kế toán và Quản trị kinh doanh
- Học phần thuộc khối kiến thức:

Đại cương ☐		Cơ sở ngành ☐		Chuyên ngành ☒		Chuyên ngành ... ☐	
Bắt buộc	Tự chọn	Bắt buộc	Tự chọn	Bắt buộc	Tự chọn	Bắt buộc	Tự chọn

- Học phần tiên quyết: Không
- Ngôn ngữ giảng dạy: tiếng Anh ☐ Tiếng Việt ☒

II. Chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo mà học phần đáp ứng
* Các chuẩn đầu ra và chỉ báo của chương trình đào tạo mà học phần đóng góp:

Chuẩn đầu ra của CTĐT		Chỉ báo của chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo
Kiến thức chung		
CBD2. Vận dụng các kiến thức chuyên sâu về thương mại, quản trị, kinh doanh và công nghệ thông tin vào giải quyết các vấn đề thực tiễn trong lĩnh vực thương mại điện tử trong các đơn vị sản xuất kinh doanh và trong các cơ quan, tổ chức		2.1. Vận dụng các kiến thức về về quản trị, kinh doanh, marketing, thương mại vào giải quyết các vấn đề thực tiễn trong lĩnh vực thương mại điện tử.
Kiến thức chuyên môn		
CBD3. Đề xuất các giải pháp phục vụ ra quyết định của các bên liên quan trong lĩnh vực thương mại điện tử.		3.2. Đề xuất giải pháp hấp thu tích về thương mại điện tử cho các bên liên quan.
Kỹ năng chung		
CBD4. Giao tiếp đa phương tiện, đa văn hóa, sử dụng hiệu quả công nghệ thông tin và ngoại ngữ trong lĩnh vực thương mại điện tử		4.2. Sử dụng hiệu quả công nghệ thông tin và các thiết bị đa phương tiện trong công việc chuyên môn.
CBD5. Làm việc nhóm và làm việc độc lập hiệu quả		5.1. Vận dụng hiệu quả kỹ năng làm

Ký hiệu	Hoàn thành học phần này, sinh viên thực hiện được	Kiến thức	K1	Vận dụng các kiến thức về về quản trị, kinh doanh, marketing, thương mại vào giải quyết các vấn đề thực tiễn của doanh nghiệp.	2.1. Vận dụng các kiến thức về về quản trị, kinh doanh, marketing, thương mại vào giải quyết các vấn đề thực tiễn trong lĩnh vực thương mại điện tử	K2	Đề xuất giải pháp hữu ích về thương mại điện tử
	CDR của CTBT						3.2. Đề xuất giải pháp hữu ích

Mã HP	Học phần	Mức độ đóng góp của học phần cho CDR của CTBT				
		Đồ án Kế hoạch marketing	M	R	R	P
KE94080	Đồ án Kế hoạch marketing	2.1	3.2	4.3	5.1	6.2
						9.2
						M

(Master)

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

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

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

đáp ứng với sự thay đổi nhanh của KH&CN.

- Học phần hình thành cho người học sẵn sàng học tập suốt đời, có tinh thần đổi mới và sáng tạo,

viên; Trao đổi các vấn đề khá rõ ràng bằng văn bản và lời nói.

thành viên và tổ chức thực hiện các công việc được giao; Đánh giá kết quả công việc của từng thành

- Học phần rèn luyện cho người học các kỹ năng như thu thập, xử lý và phân tích số liệu, tập hợp

xuất kinh doanh;

- Học phần nhằm cung cấp người học kiến thức xây dựng được kế hoạch marketing cho đơn vị sản

* **Mục tiêu:**

III. Mục tiêu và kết quả học tập mong đợi

Chỉ báo của chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo	Sau khi hoàn tất chương trình, sinh viên có thể:	
	qua trong lĩnh vực thương mại điện tử	
Kỹ năng chuyên môn	CDR6. Thực hiện thảo luận các kỹ năng thu thập, phân tích thông tin phục vụ viết, trình bày báo cáo dựa trên các thông tin được thu thập, phân tích nhằm giải quyết các vấn đề trong lĩnh vực thương mại điện tử.	
	Năng lực tự chủ và trách nhiệm	
9.2. Giữ gìn đạo đức nghề nghiệp	CDR9. Tuân thủ pháp luật và giữ gìn đạo đức nghề nghiệp trong lĩnh vực thương mại điện tử.	
	hiện nhiệm vụ và đạt mục tiêu đề ra.	

V. Nhiệm vụ của sinh viên

- Chuyên cần: Tất cả sinh viên tham dự học phần này phải đạt bằng và lớn hơn 75% số giờ lên lớp; Hỏi và trả lời câu hỏi do giáo viên và sinh viên đặt ra.
- Chuẩn bị cho bài giảng: Tất cả sinh viên tham dự học phần này phải đọc bài giảng, tài liệu tham do giảng viên yêu cầu trước khi đến lớp.
- Bảo cáo kế hoạch marketing: Tất cả sinh viên tham dự học phần này phải tham gia làm việc nhóm từ 3-5 sinh viên; Tìm lại liệu, lựa chọn kế hoạch; chuẩn bị bài trình bày; và thuyết trình (thời gian thuyết trình từ 20-30 phút), trả lời câu hỏi của giảng và sinh viên.

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 1: đánh giá chuyên cần (tham dự lớp)

Rubric đánh giá	KQHTMD được đánh giá	Trọng số (%)	Thời gian/Tuần học
Đánh giá quá trình	K6	10	Cả kỳ
			Cả kỳ
Đánh giá tiến trình	K4, K5, nhóm	40	Cả kỳ
Đánh giá cuối kỳ	K1, K2, K3	15	Cuối kỳ

Tiêu chí	Trọng số (%)	Tốt	Khả	Trung bình	Kém
Thái độ tham dự	50	Luôn chủ ý và tham gia các hoạt động	Khả chủ ý, có tham gia	Có chủ ý, ít tham gia	Không chủ ý/không tham gia
Thời gian tham dự	50	Tốt: 8.5-10; Khả: 6.5-8.4; TB: 4.0-6.4; Kém: 0-3.9			

Rubric 2: Làm việc 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	
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 còn lơ lửng, 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 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 bằng 1 phiếu Rubric này, nhóm cùng ký tên 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.

Điểm cá nhân = điểm bài làm của nhóm x kết quả nhóm đánh giá cá nhân (quy thành %)

Rubric 3: Đánh giá PROJECT

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
Thái độ tham gia	05	Tích cực tìm kiếm và chủ động đưa ra ý tưởng mang tính mới	Tìm kiếm và đưa ra được ý tưởng khá tốt	Chọn ý tưởng trong số được đề nghị	Không quan tâm lựa chọn ý tưởng
Nêu ý tưởng	05	Hoàn toàn hợp lý, không cần điều chỉnh	Khả hợp lý, điều chỉnh chút ít theo góp ý	Chưa hợp lý, có điều chỉnh theo góp ý	Không hợp lý và không điều chỉnh theo góp ý
Lập kế hoạch thực hiện	05	Chuẩn bị tốt mọi	Chuẩn bị được	Chuẩn bị được	Không chuẩn
Giai đoạn	10				
Quá trình					

Tuần	Nội dung	1 - 2
KQHTMB của học phần		Chương 1: Tổng quan về kế hoạch Marketing

VIII. Nội dung chi tiết của học phần

*** Tài liệu tham khảo khác:**

Trần Hữu Cường (2017). Textbook of Agribusiness Plan. NXB Đại học Nông nghiệp Hà Nội.

Malcolm McDonald và Hugh Wilson (2017). (Eight Edition). Marketing Plans. Wiley.

Nguyễn Văn Phương và cộng sự (2019). Giáo trình Marketing căn bản. NXB Đại học Nông nghiệp Hà Nội.

Nguyễn Văn Phương và Cộng sự (2021). Bài giảng Giáo tiếp và đàm phán trong kinh doanh. NXB Đại học Nông nghiệp Hà Nội.

*** Sách giáo trình/Bài giảng:**

Trần Hữu Cường (2024). Tập bài giảng hướng dẫn làm đồ án kế hoạch marketing. Bộ môn Marketing. Khoa Kế toán và Quản trị kinh doanh. Học viện Nông nghiệp Việt Nam.

Trần Hữu Cường. (2022). Bài giảng Xây dựng kế hoạch Marketing. Bộ môn Marketing. Khoa Kế toán và Quản trị kinh doanh. Học viện Nông nghiệp Việt Nam.

VII. Giáo trình/tài liệu tham khảo

Tham dự: bằng hoặc lớn hơn 75% giờ giảng, hỏi và trả lời các câu hỏi;

Tham gia hình thành nhóm chuẩn bị và trình bày Project: bất buộc

Yêu cầu về đạo đức: thái độ nghiêm túc trong nghe giảng, chia sẻ, học hỏi, đóng góp tích cực đối với các nhóm hoặc sinh viên khác.

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

* Sự phối hợp trong nhóm				
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	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
20	Nhóm phối hợp tốt, thực sự chia sẻ và hỗ trợ nhau trong khi báo cáo và trả lời	Trả lời sai đa số các câu hỏi đặt đúng	Không thể hiện sự kết nối trong nhóm	

7 - 10	3.5. Trình bày kế hoạch Marketing Nội dung semina/thảo luận: (18 tiết) 3.4. Ví dụ về kế hoạch marketing 3.3. Dự thảo tài chính 3.2. Chiến lược marketing và chương trình hành động 3.1. Xác định mục tiêu Nội dung GD lý thuyết: (2 tiết) A/Tóm tắt các nội dung chính trên lớp: (20 tiết)	3 - 7	B/Các nội dung cần tự học ở nhà: (56 tiết) 2.7. Phân tích tình hình tiêu thụ, đối thủ cạnh tranh, khách hàng... Chương 3: Lập kế hoạch Marketing		A/Tóm tắt các nội dung chính trên lớp: (12 tiết) 1.1. Khái niệm về kế hoạch marketing 1.2. Lý do cần một kế hoạch marketing 1.3. Các bước trong quá trình lập kế hoạch marketing 1.4. Nguồn thông tin và công cụ đánh giá 1.5. Kết cấu kế hoạch marketing Nội dung semina/thảo luận: (21 tiết) 1.6. Lựa chọn chủ đề kế hoạch Marketing và cách thực hiện B/Các nội dung cần tự học ở nhà: (24 tiết) 1.7. Lựa chọn chủ đề kế hoạch Marketing, liên hệ địa điểm, thu thập thông tin ban đầu cho đồ án n ban đầu cho đồ án	K1, K2, K3, K4	K1, K2, K3, K4	K5, K6

	B/Các nội dung cần tự học ở nhà: (40 tiết) 3.6. Hoàn thiện kế hoạch Marketing theo góp ý; 3.7. Hoàn thiện Đồ án kế hoạch Marketing đề nộp.
Mô tả đồ án 1) Tóm tắt 2) Phân tích thực trạng • Tóm tắt về thị trường (nhân khẩu học, nhu cầu, xu hướng, tốc độ tăng trưởng,...) • Phân tích SWOT • Cạnh tranh • Tiêu thụ sản phẩm • Những yếu tố dẫn đến thành công • Những vấn đề cần quan tâm 3) Chiến lược marketing • Nhiệm vụ • Mục tiêu marketing • Mục tiêu tài chính • Thị trường mục tiêu • Định vị thị trường • Các chiến lược • Marketing hỗn hợp • Nghiên cứu marketing (nếu có) 4) Phân tích tài chính • Phân tích điểm hòa vốn • Dự tính doanh số và doanh thu bán hàng • Dự tính chi phí 5) Giám sát thực hiện • Tổ chức thực hiện • Tổ chức hoạt động marketing • Dự kiến các tình huống	

IX. Yêu cầu của giảng viên đối với học phần

- Phòng học: đủ bàn ghế, đảm bảo yên tĩnh, mát về mùa hè, ấm vào mùa đông
- Phương tiện phục vụ giảng dạy: máy chiếu, micro, internet
- Các phương tiện khác: bảng, phòng, phần (bút)

- E- learning: phần mềm dạy trực tuyến (MIS Teams...), máy tính, hệ thống máy chủ và hạ tầng kết nối mạng Internet với bảng thông đáp ứng nhu cầu người dùng, không để xảy ra nghẽn mạng hay quá tải. Phòng học trực tuyến đầy đủ ánh sáng, cách âm tốt, thông thoáng, ngăn nắp, gọn gàng, sạch sẽ.

Hà Nội, ngày 25 tháng 6 năm 2024

GIẢNG VIÊN BIÊN SOẠN

(Ký và ghi rõ họ tên)

Trần Hữu Cường

TRƯỜNG BỘ MÔN

(Ký và ghi rõ họ tên)

Trần Hữu Cường

Bùi Hoàng Quý

TRƯỜNG KHOA

(Ký và ghi rõ họ tên)

Trần Hữu Cường

PGS.TS. *Trần Hữu Cường*

GIẢNG VIÊN

(Ký và ghi rõ họ tên)

PHÓ GIÁM ĐỐC

Trần Hữu Cường

PHỤ LỤC: DANH SÁCH GIẢNG VIÊN, GIẢNG VIÊN HỖ TRỢ CÓ THỂ THAM GIA
GIẢNG DẠY HỌC PHẦN

Giảng viên chính phụ trách môn học

Họ và tên: Trần Hữu Cường	Học hàm, học vị: GVCC.PGS.TS
Địa chỉ cơ quan: BM Marketing, Khoa Kế toán và Quản trị kinh doanh, Học viện Nông nghiệp Việt Nam	Điện thoại liên hệ: 0915268514
Email: trancuong@vnua.edu.vn	Trang web:
Cách liên lạc với giảng viên:	Email, điện thoại, gặp trực tiếp

