

## **ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN MARKETING CĂN BẢN**

Ngành đào tạo: Quản trị kinh doanh

Hệ đào tạo: Đại học chính quy

*(Ban hành kèm theo Quyết định số: 640/QĐ-ĐHTB, ngày 14 tháng 12 năm 2019 của  
Hiệu trưởng trường Đại học Thái Bình)*

**1. Tên học phần:** Marketing căn bản Mã học phần: 0101000804

**2. Số tín chỉ:** 3 (3,0,6)

**3. Trình độ:** Sinh viên năm thứ 2

**4. Phân bổ thời gian:**

- **Lên lớp:** 45 tiết (3 tiết lên lớp/1 tuần, 1 tiết =50 phút)

    Lý thuyết: 36 tiết

    Thảo luận, bài tập: 6 tiết

    Kiểm tra: 1 tiết; Số bài kiểm tra định kỳ: 2 bài

    Hoàn thiện tiểu luận học phần: 1 tiết

- **Tự học:** 45 x 2 = 90 giờ

**5. Điều kiện tiên quyết:** Kinh tế vi mô

**6. Mục tiêu của học phần**

Sau khi học xong, người học có khả năng:

### **6.1. Về kiến thức**

Cung cấp cho sinh viên những kiến thức cơ bản về quản trị hoạt động kinh doanh của các tổ chức kinh doanh hoạt động trong nền kinh tế thị trường. Những lý luận cơ bản về marketing truyền thống và marketing hiện đại, về thị trường và hành vi khách hàng để từ đó biết cách phân đoạn và lựa chọn thị trường mục tiêu, thực hiện các chương trình marketing mix có hiệu quả nhất.

### **6.2. Về kỹ năng**

- Góp phần hình thành thế giới quan khoa học marketing, vận dụng nó vào trong cuộc sống và trong công việc.

- Biết cách nghiên cứu, phân tích và dự báo thị trường cho doanh nghiệp

- Hình thành tư duy phản biện, năng lực tự học, tự nghiên cứu khoa học.

- Có sức khỏe tốt, có phẩm chất chính trị và tuân thủ quy định đạo đức nghề nghiệp.

### **6.3. Về năng lực tự chủ và chịu trách nhiệm**

- Rèn luyện cho sinh viên các phẩm chất cần có như khả năng nhận định tình huống, khả năng xây dựng và tổ chức thực hiện các kế hoạch kinh doanh và khả năng ra quyết định để giải quyết các vấn đề phát sinh trong thực tiễn kinh doanh. Các kỹ năng giao tiếp, đàm phán và quan hệ với công chúng cũng được trang bị vững vàng.

- Hình thành cho sinh viên tác phong làm việc chuyên nghiệp, khả năng tư duy sáng tạo, độc lập, luôn học hỏi, nhanh chóng thích nghi với sự phát triển khoa học - công nghệ và kinh tế - xã hội.

- Có khả năng phát hiện và giải quyết các vấn đề phát sinh trong thực tiễn kinh doanh.

- Có khả năng làm việc độc lập cũng như làm việc theo nhóm, biết tập hợp ý kiến đồng nghiệp và luôn chủ động nắm bắt công việc.

## **7. Mô tả tóm tắt các nội dung học phần**

Học phần trang bị các kiến thức cơ bản như: những khái niệm cơ bản về marketing; nghiên cứu, phân đoạn, lựa chọn thị trường mục tiêu; sự khác biệt giữa các thị trường hàng tiêu dùng, hàng công nghiệp... Đồng thời cung cấp các kiến thức về marketing – mix, đó là: các quyết định về sản phẩm, giá cả, phân phối, xúc tiến hỗn hợp.

## **8. Nhiệm vụ của sinh viên**

Tham dự học, thảo luận, kiểm tra, Quyết định số 17/VBHN-BGD&ĐT ngày 15 tháng 5 năm 2014 của Bộ Giáo dục và Đào tạo về quy chế đào tạo đại học và cao đẳng chính quy theo hệ thống tín chỉ, qui chế học vụ hiện hành của trường Đại học Thái Bình

- Dự lớp: Sinh viên phải tham gia tối thiểu 80% số tiết học trên lớp.
- Có đủ 2 bài kiểm tra định kỳ, 1 bài tiểu luận.
- Tham gia dự kỳ thi kết thúc học phần.
- Tự học: 90 giờ.
- Khác: Theo yêu cầu của giảng viên.

## **9. Tài liệu học tập**

### **- Giáo trình chính:**

[1] TS.Viên Thị An, giáo trình *Marketing căn bản*, NXB Tài chính, 2016.

### **- Tài liệu khác:**

[2] GS.TS. Trần Minh Đạo, giáo trình *Marketing*, NXB Đại học Kinh tế quốc dân, 2018

[3] ThS. Ngô Minh Cách, giáo trình *Marketing*, NXB Lao động và xã hội, 2011

## **10. Tiêu chuẩn đánh giá sinh viên**

Thực hiện theo Quyết định số 17/VBHN ngày 15/5/2014 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo về việc hợp nhất Quyết định số 43/2007/QĐ-BGDĐT và Thông tư số 57/2012/TT- BGDĐT về “Quy chế đào tạo đại học và cao đẳng hệ chính quy theo hệ thống tín chỉ”; Quyết định số 337/QĐ - ĐHTB ngày 15 tháng 7 năm 2019 của trường Đại học Thái Bình ban hành “Quy chế đào tạo Đại học theo hệ thống tín chỉ tại trường Đại học Thái Bình”.

STT	Điểm thành phần	Quy định	Trọng số	Ghi chú
1	Điểm thường xuyên, đánh giá nhận thức, thái độ thảo luận, chuyên cần, soạn bài ở nhà, làm đề cương, bụi tếp và bài tập tình huống.	+ Số tiết dự học/Tổng số tiết	10 %	
2	Điểm kiểm tra định kỳ	02 bài kiểm tra viết 1 tiết trên lớp	15%	
3	Tiểu luận môn học	01 bài tiểu luận	15%	
4	Thi kết thúc học phần	01 bài thi	60 %	- Thi: Tự luận - Thời gian thi: 90 phút

**11. Thang điểm:** Sử dụng thang điểm điểm 10 cho tất cả các hình thức đánh giá trong học phần.

## 12. Nội dung chi tiết học phần

Học phần bao gồm 9 chương được phân bổ như sau:

CHƯƠNG	TÊN CHƯƠNG	LÝ THUYẾT (tiết)	Thực hành (tiết)	Kiểm tra, tiểu luận (tiết)
1	Những vấn đề chung về marketing	5	1	0
2	Hệ thống thông tin và nghiên cứu marketing	2	1	0
3	Môi trường marketing	6	0	0
4	Thị trường và hành vi mua của khách hàng.	4	1	1
5	Lựa chọn thị trường mục tiêu và định vị sản	5	1	0

	phẩm			
6	Các quyết định về sản phẩm	5	1	0
7	Các quyết định về giá cả	5	0	1
8	Các quyết định về phân phối	2	1	0
9	Các quyết định về xúc tiến hỗn hợp	2	0	1
<b>Tổng cộng:</b>		<b>36</b>	<b>6</b>	<b>3</b>

### 13. Hình thức và nội dung từng phần

Hình thức tổ chức dạy	Nội dung	Thời gian (tiết)	Yêu cầu SV chuẩn bị và địa chỉ tư liệu	Ghi chú
<b>Tuần 1</b>		<b>3</b>		
Lý thuyết	<p style="text-align: center;"><b>CHƯƠNG 1</b> <b>NHỮNG VẤN ĐỀ CHUNG VỀ</b> <b>MARKETING</b></p> <p><b>I. LỊCH SỬ HÌNH THÀNH VÀ PHÁT TRIỂN CỦA MARKETING</b></p> <p>1. Sự hình thành và phát triển của Marketing</p> <p>2. Các khái niệm về Marketing</p> <p>3. Các quan niệm về Marketing</p> <p>3.1. Marketing truyền thống</p> <p>3.2. Marketing hiện đại</p> <p>4. Một số khái niệm cơ bản thường dùng trong marketing</p>	<b>3</b>	Chuẩn bị và nghiên cứu trước nội dung tài liệu: <b>Tài liệu [1], Tài liệu [2], Tài liệu [3]</b>	
Tự học	Ôn tập và chuẩn bị nội dung bài mới	6	Sinh viên chuẩn bị nội dung theo yêu cầu của giảng viên	
<b>Tuần 2</b>		<b>3</b>		
Lý thuyết	<p style="text-align: center;"><b>CHƯƠNG 1</b> <b>NHỮNG VẤN ĐỀ CHUNG VỀ</b> <b>MARKETING</b> <i>(tiếp theo)</i></p> <p><b>II. CÁC QUAN ĐIỂM QUẢN TRỊ MARKETING</b></p> <p>1. Quản trị Marketing là gì?</p>	2	Chuẩn bị và nghiên cứu trước nội dung tài liệu: <b>Tài liệu [1], Tài liệu [2], Tài liệu [3]</b>	

Hình thức tổ chức dạy	Nội dung	Thời gian (tiết)	Yêu cầu SV chuẩn bị và địa chỉ tư liệu	Ghi chú
	2. Các quan điểm quản trị Marketing trong KD 3. Quản trị quá trình Marketing <b>III. VAI TRÒ CỦA MARKETING TRONG KINH DOANH</b> 1. Vai trò marketing đối với DN 2. Vai trò marketing đối với NTD 3. Vai trò marketing đối với xã hội			
Thảo luận	Sinh viên thảo luận theo sự phân công của GV	1	Chuẩn bị nội dung thảo luận	
Tự học	Ôn tập và chuẩn bị nội dung bài mới	6	Sinh viên chuẩn bị nội dung theo yêu cầu của giảng viên	
<b>Tuần 3</b>		<b>3</b>		
Lý thuyết	<b>CHƯƠNG 2</b> <b>HỆ THỐNG THÔNG TIN VÀ NGHIÊN CỨU MARKETING</b>  <b>I. HỆ THỐNG THÔNG TIN MARKETING</b> 1. Khái niệm 2. Trọng tâm hệ thống thông tin MKT 2.1. Hệ thống báo cáo nội bộ 2.2. Hệ thống thu thập thông tin Marketing bên ngoài 2.3. Hệ thống nghiên cứu MKT 2.4. Hệ thống phân tích MKT 3. Quyết định marketing <b>II. NGHIÊN CỨU MKT</b> 1. Phát hiện vấn đề và hình thành mục tiêu nghiên cứu 2. Lập kế hoạch nghiên cứu	2	Chuẩn bị và nghiên cứu trước nội dung tài liệu: <b>Tài liệu [1], Tài liệu [2], Tài liệu [3]</b>	

Hình thức tổ chức dạy	Nội dung	Thời gian (tiết)	Yêu cầu SV chuẩn bị và địa chỉ tư liệu	Ghi chú
	3. Thu thập dữ liệu 4. Xử lý các dữ liệu nghiên cứu 5. Báo cáo kết quả nghiên cứu			
Thảo luận	Sinh viên thảo luận theo sự phân công của GV	1	Chuẩn bị nội dung thảo luận	
Tự học	Ôn tập và chuẩn bị nội dung bài mới	6	Sinh viên chuẩn bị nội dung theo yêu cầu của giảng viên	
<b>Tuần 4</b>				
Lý thuyết	<p align="center"><b>CHƯƠNG 3: MÔI TRƯỜNG MARKETING</b></p> <p><b>I. HỆ THỐNG HOẠT ĐỘNG</b></p> <p>1. Môi trường marketing 2. Phân loại môi trường</p> <p><b>II. NHỮNG YẾU TỐ CƠ BẢN CỦA MÔI TRƯỜNG VI MÔ</b></p> <p>1. Doanh nghiệp 2. Người cung ứng 3. Các trung gian MKT 4. Khách hàng 5. Đối thủ cạnh tranh 6. Công chúng trực tiếp</p>	3	Chuẩn bị và nghiên cứu trước nội dung tài liệu: <b>Tài liệu [1], Tài liệu [2], Tài liệu [3]</b>	
Tự học	Ôn tập và chuẩn bị nội dung bài mới	6	Sinh viên chuẩn bị nội dung theo yêu cầu của giảng viên	
<b>Tuần 5</b>				
Lý thuyết	<p align="center"><b>CHƯƠNG 3: MÔI TRƯỜNG MARKETING</b></p> <p align="center"><i>(tiếp theo)</i></p> <p><b>III. MÔI TRƯỜNG VĨ MÔ</b></p> <p>1. Môi trường nhân khẩu học</p>	3	Chuẩn bị và nghiên cứu trước nội dung tài liệu: [1] Chương 3, Mục III từ tr56-tr64 [2] từ tr112-tr131 [4] từ tr108- tr118	

Hình thức tổ chức dạy	Nội dung	Thời gian (tiết)	Yêu cầu SV chuẩn bị và địa chỉ tư liệu	Ghi chú
	2. Môi trường kinh tế 3. Môi trường tự nhiên 4. Môi trường khoa học kỹ thuật 5. Môi trường chính trị 6. Môi trường văn hóa			
Tự học	Ôn tập và chuẩn bị nội dung bài mới	6	Sinh viên chuẩn bị nội dung theo yêu cầu của giảng viên	
<b>Tuần 6</b>		<b>3</b>		
Lý thuyết	<p style="text-align: center;"><b>CHƯƠNG 4</b> <b>THỊ TRƯỜNG VÀ HÀNH VI MUA CỦA KHÁCH HÀNG</b></p> I. THỊ TRƯỜNG NGƯỜI TIÊU DÙNG VÀ HÀNH VI MUA CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG 1. Khái niệm 2. Mô hình và hành vi mua của người tiêu dùng 3. Những đặc tính của người mua 4. Quy trình thông qua quyết định mua	2	Chuẩn bị và nghiên cứu trước nội dung tài liệu: <b>Tài liệu [1], Tài liệu [2]</b>	
Thảo luận	SV thảo luận theo sự phân công của GV	1	Chuẩn bị nội dung thảo luận	
Tự học	Ôn tập và chuẩn bị nội dung bài mới	6	Sinh viên chuẩn bị nội dung theo yêu cầu của giảng viên	
<b>Tuần 7</b>		<b>3</b>		
	<p style="text-align: center;"><b>CHƯƠNG 4</b> <b>THỊ TRƯỜNG VÀ HÀNH VI MUA KHÁCH HÀNG</b> <i>(tiếp theo)</i></p>	2	Chuẩn bị và nghiên cứu trước nội dung tài liệu: <b>Tài liệu [1], Tài liệu [2]</b>	

Hình thức tổ chức dạy	Nội dung	Thời gian (tiết)	Yêu cầu SV chuẩn bị và địa chỉ tư liệu	Ghi chú
Lý thuyết	<p>II. THỊ TRƯỜNG CÁC DOANH NGHIỆP VÀ HÀNH VI MUA CỦA TỔ CHỨC</p> <p>1. Thị trường hàng tư liệu sản xuất</p> <p>1.1. Thành phần tham gia</p> <p>1.2. Hành vi mua hàng TLSX</p> <p>1.3. Người thông qua quyết định mua hàng TLSX</p> <p>1.4. Những yếu tố chủ yếu ảnh hưởng đến người mua hàng TLSX</p> <p>1.5. Các bước của tiến trình mua</p> <p>2. Thị trường các tổ chức thương mại</p> <p>3. Thị trường các cơ quan nhà nước</p>			
Kiểm tra Đánh giá	Sinh viên vận dụng kiến thức đã được trang bị làm bài kiểm tra số 1	1	Chuẩn bị ND kiểm tra	
Tự học	Ôn tập và chuẩn bị nội dung bài mới	6	Sinh viên chuẩn bị nội dung theo yêu cầu của giảng viên	
<b>Tuần 8</b>		<b>3</b>		
Lý thuyết	<p style="text-align: center;"><b>CHƯƠNG 5</b></p> <p style="text-align: center;"><b>LỰA CHỌN THỊ TRƯỜNG MỤC TIÊU VÀ ĐỊNH VỊ THỊ TRƯỜNG</b></p> <p>I. SỰ HÌNH THÀNH MARKETING MỤC TIÊU</p> <p>1. Sự cần thiết</p> <p>2. Sự hình thành MKT mục tiêu</p> <p>3. Ba bước cơ bản của MKT mục tiêu</p> <p>II. PHÂN ĐOẠN THỊ TRƯỜNG</p> <p>1. Khái niệm</p> <p>2. Quan điểm chung về phân đoạn thị</p>	3	Chuẩn bị và nghiên cứu trước nội dung tài liệu: <b>Tài liệu [1], Tài liệu [2], Tài liệu [3]</b>	

Hình thức tổ chức dạy	Nội dung	Thời gian (tiết)	Yêu cầu SV chuẩn bị và địa chỉ tư liệu	Ghi chú
	trường 3. Yêu cầu của phân đoạn thị trường 4. Những nguyên tắc cơ bản về phân đoạn thị trường 4.1. Phân đoạn thị trường NTD 4.2. Phân đoạn thị trường hàng TLSX			
Tự học	Ôn tập và chuẩn bị nội dung bài mới	6	Sinh viên chuẩn bị nội dung theo yêu cầu của giảng viên	
<b>Tuần 9</b>		<b>3</b>		
Lý thuyết	<p style="text-align: center;"><b>CHƯƠNG 5</b> <b>LỰA CHỌN THỊ TRƯỜNG MỤC TIÊU VÀ ĐỊNH VỊ THỊ TRƯỜNG</b> <i>(tiếp theo)</i></p> <p>IV. LỰA CHỌN THỊ TRƯỜNG MỤC TIÊU</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Định nghĩa</li> <li>Đánh giá các đoạn thị trường</li> </ol> <p>V. ĐỊNH VỊ THỊ TRƯỜNG</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Định vị thị trường</li> <li>Các hoạt động trọng tâm của chiến lược định vị</li> <li>Các bước của tiến trình định vị</li> </ol>	2	Chuẩn bị và nghiên cứu trước nội dung tài liệu: <b>Tài liệu [1], Tài liệu [2], Tài liệu [3]</b>	
Thảo luận	SV thảo luận theo sự phân công của GV	1	Chuẩn bị nội dung thảo luận	
Tự học	Ôn tập và chuẩn bị nội dung bài mới	6	Sinh viên chuẩn bị nội dung theo yêu cầu của giảng viên	
<b>Tuần 10</b>		<b>3</b>		
	<p style="text-align: center;"><b>CHƯƠNG 6</b> <b>CÁC QUYẾT ĐỊNH VỀ SẢN</b></p>		Chuẩn bị và nghiên cứu trước nội dung tài liệu:	

Hình thức tổ chức dạy	Nội dung	Thời gian (tiết)	Yêu cầu SV chuẩn bị và địa chỉ tư liệu	Ghi chú
Lý thuyết	<p style="text-align: center;"><b>PHẨM</b></p> <p><b>I. SẢN PHẨM THEO QUAN ĐIỂM MARKETING</b></p> <p>1. Sản phẩm là gì?</p> <p>2. Cấp độ các đơn vị cấu thành sản phẩm</p> <p>2.1. Sản phẩm theo ý tưởng</p> <p>2.2. Sản phẩm hiện thực</p> <p>2.3. Sản phẩm hoàn chỉnh</p> <p>3. Các cách phân loại về sản phẩm</p> <p><b>II. CÁC QUY ĐỊNH VỀ NHÃN HIỆU</b></p> <p>1. Khái niệm</p> <p>2. Các qui định đối với nhãn hiệu</p> <p><b>III. QUY ĐỊNH VỀ BAO GÓI VÀ DỊCH VỤ</b></p> <p>1. Quy định về bao gói</p> <p>2. Những qui định về dịch vụ đối với khách hàng</p>	3	Chuẩn bị và nghiên cứu trước nội dung tài liệu: <b>Tài liệu [1], Tài liệu [2], Tài liệu [3]</b>	
Tự học	Ôn tập và chuẩn bị nội dung bài mới	6	Sinh viên chuẩn bị nội dung theo yêu cầu của giảng viên	
<b>Tuần 11</b>				
Lý thuyết	<p style="text-align: center;"><b>CHƯƠNG 6</b></p> <p style="text-align: center;"><b>CÁC QUYẾT ĐỊNH VỀ SẢN PHẨM (tiếp theo)</b></p> <p><b>IV. QUY ĐỊNH VỀ CHỦNG LOẠI VÀ DANH MỤC SẢN PHẨM</b></p> <p>1. Khái niệm chủng loại sản phẩm</p> <p>2. Quy định về bề rộng của chủng loại sản phẩm</p> <p>3. Quy định về danh mục sản phẩm</p> <p><b>V. QUÁ TRÌNH NGHIÊN CỨU VÀ</b></p>	2	Chuẩn bị và nghiên cứu trước nội dung tài liệu: <b>Tài liệu [1], Tài liệu [2], Tài liệu [3]</b>	

Hình thức tổ chức dạy	Nội dung	Thời gian (tiết)	Yêu cầu SV chuẩn bị và địa chỉ tư liệu	Ghi chú
	<p>THIẾT KẾ SẢN PHẨM MỚI</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Hình thành ý tưởng</li> <li>Lựa chọn ý tưởng</li> <li>Soạn thảo và thẩm định dự án</li> <li>Soạn thảo chiến lược marketing và phân tích khả năng sản xuất tiêu thụ</li> <li>Thiết kế sản phẩm hàng hóa</li> <li>Thử nghiệm trong điều kiện thị trường</li> <li>Triển khai sản xuất đại trà</li> </ol> <p>VI. CHU KỲ SỐNG CỦA SẢN PHẨM</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Chu kỳ sống là gì</li> <li>Các giai đoạn của chu kỳ sống sản phẩm</li> </ol>			
Thảo luận	SV thảo luận theo sự phân công của GV	1	Chuẩn bị nội dung thảo luận	
Tự học	Ôn tập và chuẩn bị nội dung bài mới	6	Sinh viên chuẩn bị nội dung theo yêu cầu của giảng viên	
<b>Tuần 12</b>		<b>3</b>		
Lý thuyết	<p><b>CHƯƠNG 7</b></p> <p><b>CÁC QUYẾT ĐỊNH VỀ GIÁ CẢ</b></p> <p>I. MARKETING GIÁ CẢ (NHỮNG VẤN ĐỀ CHUNG VỀ GIÁ CẢ)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Giá cả là gì?</li> <li>Các hình thái giá cả trong các thị trường khác nhau</li> </ol> <p>II. CÁC NHÂN TỐ CHỦ YẾU ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH VỀ GIÁ</p>	3	Chuẩn bị và nghiên cứu trước nội dung tài liệu: <b>Tài liệu [1], Tài liệu [2], Tài liệu [3]</b>	

Hình thức tổ chức dạy	Nội dung	Thời gian (tiết)	Yêu cầu SV chuẩn bị và địa chỉ tư liệu	Ghi chú
	1. Các nhân tố bên trong 1.1. Các mục tiêu marketing 1.2. Các chiến lược định vị và các biến số khác của marketing mix 1.3. Chi phí sản xuất 1.4. Các nhân tố khác <b>2. Các nhân tố bên ngoài</b> 2.1. Đặc điểm của thị trường và cầu 2.2. Cấu trúc cạnh tranh 2.3. Các yếu tố bên ngoài khác			
Tự học	Ôn tập và chuẩn bị nội dung bài mới	6	Sinh viên chuẩn bị nội dung theo yêu cầu của giảng viên	
<b>Tuần 13</b>				
Lý thuyết	<p style="text-align: center;"><b>CHƯƠNG 7</b> <b>CÁC QUYẾT ĐỊNH VỀ GIÁ CẢ</b> <i>(tiếp theo)</i></p> <p><b>III. XÁC ĐỊNH CÁC MỨC GIÁ CƠ BẢN</b></p> 1. Sự cần thiết 2. Tiến trình xác định mức giá cơ bản <p><b>IV. CÁC CHIẾN LƯỢC GIÁ</b></p> 1. Xác định giá cho sản phẩm mới 2. Chiến lược giá dành cho danh mục hàng hóa 3. Các chiến lược điều chỉnh giá cơ bản 4. Thay đổi giá 5. Lựa chọn các phản ứng về giá cạnh tranh	2	Chuẩn bị và nghiên cứu trước nội dung tài liệu: <b>Tài liệu [1], Tài liệu [2], Tài liệu [3]</b>	
Kiểm tra	SV vận dụng kiến thức đã học làm bài	1	Chuẩn bị nội dung kiểm	

Hình thức tổ chức dạy	Nội dung	Thời gian (tiết)	Yêu cầu SV chuẩn bị và địa chỉ tư liệu	Ghi chú
Đánh giá	kiểm tra số 2		tra	
Tự học	Ôn tập và chuẩn bị nội dung bài mới	6	Sinh viên chuẩn bị nội dung theo yêu cầu của giảng viên	
<b>Tuần 14</b>				
Lý thuyết	<p style="text-align: center;"><b>CHƯƠNG 8</b> <b>CÁC QUYẾT ĐỊNH VỀ PHÂN PHỐI</b></p> <p>I. BẢN CHẤT KÊNH PHÂN PHỐI</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Định nghĩa</li> <li>2. Vai trò trung gian thương mại</li> <li>3. Chức năng các thành viên thuộc kênh phân phối</li> </ol> <p>II. CẤU TRÚC VÀ TỔ CHỨC HOẠT ĐỘNG CỦA KÊNH PHÂN PHỐI</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Cấu trúc kênh</li> <li>2. Các hình thức tổ chức kênh phân phối <ol style="list-style-type: none"> <li>2.1. Kênh phân phối truyền thống</li> <li>2.2. Các kênh phân phối liên kết dọc</li> </ol> </li> </ol> <p>III. LỰA CHỌN VÀ QUẢN LÝ KÊNH PHÂN PHỐI</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Lựa chọn và xây dựng kênh phân phối</li> <li>2. Tuyển chọn thành viên kênh</li> <li>3. Xác lập kênh</li> <li>4. Quản lý kênh phân phối</li> <li>5. Đánh giá và lựa chọn kênh</li> </ol>	2	Chuẩn bị và nghiên cứu trước nội dung tài liệu: <b>Tài liệu [1], Tài liệu [2], Tài liệu [3]</b>	
Thảo luận	SV thảo luận theo sự phân công của GV	1	Chuẩn bị nội dung thảo luận	

Hình thức tổ chức dạy	Nội dung	Thời gian (tiết)	Yêu cầu SV chuẩn bị và địa chỉ tư liệu	Ghi chú
Tự học	Ôn tập và chuẩn bị nội dung bài mới	6	Sinh viên chuẩn bị nội dung theo yêu cầu của giảng viên	
<b>Tuần 15</b>				
Lý thuyết	<p style="text-align: center;"><b>CHƯƠNG 9</b> <b>QUYẾT ĐỊNH VỀ XÚC TIẾN HỖN HỢP</b></p> <p><b>I. KHÁI QUÁT CHUNG</b></p> <p>1. Bản chất của xúc tiến hỗn hợp</p> <p>2. Các mối quan hệ trong quá trình truyền thông</p> <p><b>II. SỰ CẦN THIẾT CỦA CHÍNH SÁCH XÚC TIẾN YÊM TRỢ</b></p> <p>1. Khái niệm</p> <p>2. Sự cần thiết của hoạt động xúc tiến yêm trợ</p> <p><b>III. CÁC HOẠT ĐỘNG CỦA CHÍNH SÁCH XÚC TIẾN, YÊM TRỢ</b></p> <p>1. Hoạt động quảng cáo</p> <p>2. Xúc tiến bán hàng</p> <p>3. Yêm trợ bán hàng</p> <p>4. Bán hàng cá nhân</p> <p>5. Những nguyên tắc cơ bản của nhân viên bán hàng</p> <p>6. Quản lý tiến trình bán</p> <p>7. Quá trình bán hàng</p>	2	Chuẩn bị và nghiên cứu trước nội dung tài liệu: <b>Tài liệu [1], Tài liệu [2], Tài liệu [3]</b>	
Kiểm tra Đánh giá	Hoàn thiện tiểu luận học phần	1	Sinh viên hoàn thiện và nộp tiểu luận.	
Tự học	Ôn tập và hệ thống lại kiến thức	6	Sinh viên hoàn thiện các nội dung theo yêu cầu của giảng viên	

Hình thức tổ chức dạy	Nội dung	Thời gian (tiết)	Yêu cầu SV chuẩn bị và địa chỉ tư liệu	Ghi chú
<b>Tổng:</b>		<b>45</b>		

#### 14. Nguồn lực giảng dạy học phần:

##### 14.1. Cơ sở vật chất, trang thiết bị:

- Phòng học: Phòng lý thuyết
- Trang thiết bị: Máy tính, máy chiếu, âm thanh

##### 14.2. Giảng viên giảng dạy:

TT	Học hàm, học vị. Họ và tên	Điện thoại	Email
1	Th.s Vũ Hải Thúy	0904.991.771	vuhaithuy706@gmail.com
2	Th.s Lại Phương Mai	0826.336.555	mailp0488@gmail.com

#### 15. Các quy định chung

Cam kết của giảng viên	Giảng đúng kế hoạch giảng dạy, đúng đề cương chi tiết học phần và đúng thời lượng tiết học, thời gian quy định
Quy định về tham dự lớp học	Trang phục theo quy định của Trường, Khoa; có giáo trình, tài liệu môn học
Quy định về hành vi trong lớp học	Nghiêm túc, tích cực
Quy định về học vụ	Làm đầy đủ các yêu cầu của giảng viên.
Các quy định khác	Thực hiện đúng quy tắc ứng xử của Trường

**TRƯỞNG KHOA**

*(Ký và ghi rõ họ tên)*

**Phạm Thị Ánh Nguyệt**

**TRƯỞNG BỘ MÔN**

*(Ký và ghi rõ họ tên)*