

## ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

Ngành đào tạo: Quản trị kinh doanh

(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:** Quản trị Marketing Mã học phần: 0101001068

**2. Số tín chỉ:** 3 (3,0,6)

**3. Trình độ:** Cho sinh viên năm thứ tư

**4. Phân bổ thời gian:**

- Lên lớp: 45 tiết (3 tiết lên lớp/tuần)
- + Giảng lý thuyết : 31 tiết
- + Thảo luận, chữa bài tập: 11 tiết
- + Kiểm tra: 01 tiết; Số bài kiểm tra định kỳ: 3 bài
- + Hoàn thiện tiểu luận
- Tự học: 2x 45 = 90 giờ

**5. Điều kiện tiên quyết:** Kinh tế vi mô, Marketing căn bản

**6. Mục tiêu của học phần:**

### **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 quản trị marketing truyền thống và quản trị 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**

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.

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

- + 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.

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

Cung cấp cho sinh viên khối ngành kinh tế các kiến thức cơ bản về quản trị marketing trong điều kiện Việt Nam đang hội nhập sâu vào nền kinh tế của khu vực và thế giới, biết cách xây dựng chiến lược marketing và các phương án quảng bá giới thiệu sản phẩm nhằm đưa sản phẩm tiếp cận với người tiêu dùng.

## 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.
- Tham gia đầy đủ 3 bài kiểm tra, 1 bài tiểu luận và dự 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. Trƣơng Đình Chiến, Giáo trình *Quản trị marketing*, NXB Đại học Kinh tế quốc dân, 2010.

### - Sách tham khảo chính :

[2] PGS.TS Nguyễn Thừa Lộc, *Giáo trình Quản trị doanh nghiệp thương mại*, NXB Đại học Kinh tế quốc dân, 2016.

## 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, làm bài tập ở nhà.	- Số tiết dự học/Tổng số tiết, số bài tập đã làm/tổng số bài tập được giao 10%	10%	
2	Điểm kiểm tra định kỳ và tiểu luận môn học	- 3 bài kiểm tra viết 1 tiết trên lớp - Tiểu luận môn học	30%	

3	Thi kết thúc học phần	- Thi viết, hình thức thi tự luận, 90 phút	60%	
---	-----------------------	--	-----	--

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

**12. Nội dung chi tiết học phần:**

CHƯƠNG	TÊN CHƯƠNG	LÝ THUYẾT (tiết)	Thực hành (tiết)	Kiểm tra (tiết)
1	Bản chất của marketing và quản trị marketing	5	1	0
2	Phát triển các kế hoạch và chiến lược marketing	2	1	0
3	Quản trị hệ thống thông tin và nghiên cứu marketing	2	1	0
4	Phân tích môi trường Marketing	2	1	0
5	Các khách hàng của doanh nghiệp	4	2	0
6	Phân tích đối thủ cạnh tranh và xác định lợi thế cạnh tranh khác biệt	4	1	1
7	Phân đoạn thị trường và lựa chọn thị trường mục tiêu	2	1	0
8	Quản trị sản phẩm và thương hiệu	2	1	0
9	Quản trị giá	4	1	1
10	Quản trị kênh phân phối	2	1	0
11	Quản trị truyền thông marketing tích hợp	2	0	1
<b>Tổng cộng: 45</b>		<b>31</b>	<b>11</b>	<b>3</b>

**13. Hình thức và nội dung chi tiết học phần:**

HT TC DH	Nội dung	Thời gian (Tiết)	Yêu cầu sinh viên chuẩn bị và địa chỉ tư liệu	Ghi chú
Tuần 1		3		

HT TC DH	Nội dung	Thời gian (Tiết)	Yêu cầu sinh viên chuẩn bị và địa chỉ tư liệu	Ghi chú
Lý thuyết	<p align="center"><b>CHƯƠNG 1 BẢN CHẤT CỦA MARKETING VÀ QUẢN TRỊ MARKETING</b></p> <p>1.1. Bản chất của marketing 1.1.1. Khái niệm marketing 1.1.2. Các khái niệm thuộc về bản chất marketing 1.1.3. Vai trò của marketing 1.2. Các quan điểm định hướng kinh doanh 1.2.1. Quan điểm quản trị doanh nghiệp theo định hướng sản xuất 1.2.2. Quan điểm quản trị doanh nghiệp theo định hướng sản phẩm 1.2.3. Quan điểm quản trị doanh nghiệp theo định hướng</p>	3	Chuẩn bị và nghiên cứu trước nội dung tài liệu: Tài liệu [1], Tài liệu [2]	
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 align="center"><b>CHƯƠNG 1 BẢN CHẤT CỦA MARKETING VÀ QUẢN TRỊ MARKETING (tiếp theo)</b></p> <p>1.3. Quản trị marketing <b>1.3.1. Khái niệm</b> <b>1.3.2. Đặc điểm của quản trị marketing</b> <b>1.3.3. Những nhiệm vụ chủ yếu</b> <b>1.3.4. Quan hệ chức năng quản trị marketing với các chức năng khác</b> <b>1.4. Quá trình cung ứng giá trị cho khách hàng và marketing quan hệ</b></p>	2	Chuẩn bị và nghiên cứu trước nội dung tài liệu: Tài liệu [1], Tài liệu [2]	
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	

HT TC DH	Nội dung	Thời gian (Tiết)	Yêu cầu sinh viên chuẩn bị và địa chỉ tư liệu	Ghi chú
<b>Tuần 3</b>		<b>3</b>		
Lý thuyết	<p style="text-align: center;"><b>CHƯƠNG 2 PHÁT TRIỂN CÁC KẾ HOẠCH VÀ CHIẾN LƯỢC MARKEKTING</b></p> <p><b>2.1. Bản chất của kế hoạch hóa và các cấp lập kế hoạch của doanh nghiệp</b></p> <p><b>2.2. Quá trình lập kế hoạch chiến lược</b></p> <p><b>2.3. Lập kế hoạch marketing</b></p> <p><b>2.4. Mối quan hệ giữa kế hoạch chiến lược và kế hoạch marketing</b></p>	2	Chuẩn bị và nghiên cứu trước nội dung tài liệu: Tài liệu [1], Tài liệu [2]	
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 4</b>		<b>3</b>		
Lý thuyết	<p style="text-align: center;"><b>CHƯƠNG 3 QUẢN TRỊ HỆ THỐNG THÔNG TIN VÀ NGHIÊN CỨU MARKETING</b></p> <p><b>3.1. Hệ thống thông tin marketing hay hệ thống trợ giúp ra quyết định marketing (MDSS)</b></p> <p><b>3.2. Nghiên cứu marketing</b></p> <p><b>3.3. Đo lường và dự báo cầu thị trường và lượng bán</b></p>	2	Chuẩn bị và nghiên cứu trước nội dung tài liệu: Tài liệu [1], Tài liệu [2]	
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>Nội dung 5 (tuần 5)</b>				

HT TC DH	Nội dung	Thời gian (Tiết)	Yêu cầu sinh viên chuẩn bị và địa chỉ tư liệu	Ghi chú
<b>Tuần 5</b>		<b>3</b>		
<b>Lý thuyết</b>	<p style="text-align: center;"><b>CHƯƠNG 4 PHÂN TÍCH MÔI TRƯỜNG MARKETING</b></p> <p>4.1. Khái niệm, đặc điểm và ý nghĩa của việc phân tích môi trường marketing 4.2. Phân tích môi trường marketing vĩ mô 4.3. Phân tích môi trường vi mô hay môi trường cạnh tranh trong ngành 4.4. Phân tích môi trường nội bộ 4.5. Sử dụng môi trường marketing trong phân tích SWOT</p>	<b>2</b>	Chuẩn bị và nghiên cứu trước nội dung tài liệu: Tài liệu [1], Tài liệu [2]	
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 6</b>		<b>3</b>		
<b>Lý thuyết</b>	<p style="text-align: center;"><b>CHƯƠNG 5 CÁC KHÁCH HÀNG CỦA DOANH NGHIỆP</b></p> <p>5.1. Thị trường tiêu dùng cá nhân và hành vi của người tiêu dùng 5.1.1. Quá trình quyết định mua của người tiêu dùng 5.1.2. Người mua và các dạng giải quyết vấn đề 5.1.3. Những ảnh hưởng của hoàn cảnh 5.1.4. Những ảnh hưởng của tâm lý và cá nhân đến hành vi người tiêu dùng 5.1.5. Những ảnh hưởng văn hóa-xã hội đến hành vi mua của người tiêu dùng</p>	<b>2</b>	Chuẩn bị và nghiên cứu trước nội dung tài liệu: Tài liệu [1], Tài liệu [2]	

HT TC DH	Nội dung	Thời gian (Tiết)	Yêu cầu sinh viên chuẩn bị và địa chỉ tư liệu	Ghi chú
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>		
<b>Lý thuyết</b>	<p style="text-align: center;"><b>CHƯƠNG 5</b> <b>CÁC KHÁCH HÀNG CỦA</b> <b>DOANH NGHIỆP (tiếp theo)</b></p> <p>5.2. Thị trường và hành vi mua của các tổ chức</p> <p>5.2.1. Những ảnh hưởng của sản phẩm đến việc mua của tổ chức</p> <p>5.2.2. Sự ảnh hưởng của cấu trúc đến việc mua của tổ chức</p> <p>5.2.3. Những ảnh hưởng của hành vi đến việc mua</p> <p>5.2.4. Các giai đoạn trong quá trình mua</p> <p>5.2.5. Xác định các tiêu chuẩn lựa chọn nhà cung cấp</p> <p>5.3. Sử dụng kết quả nghiên cứu hành vi mua trong quản trị marketing</p>	<b>2</b>	Chuẩn bị và nghiên cứu trước nội dung tài liệu: Tài liệu [1], Tài liệu [2]	
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 8</b>		<b>3</b>		
<b>Lý thuyết</b>	<p style="text-align: center;"><b>CHƯƠNG 6</b> <b>PHÂN TÍCH ĐỐI THỦ CẠNH</b> <b>TRANH VÀ XÁC ĐỊNH LỢI</b> <b>THẾ CẠNH TRANH KHÁC</b> <b>BIỆT</b></p> <p>6.1. Quan điểm marketing cạnh tranh</p> <p>6.1.1. Cạnh tranh là tất yếu</p> <p>6.1.2. Cạnh tranh và chiến lược marketing</p>	<b>2</b>	Chuẩn bị và nghiên cứu trước nội dung tài liệu: Tài liệu [1], Tài liệu [2]	

HT TC DH	Nội dung	Thời gian (Tiết)	Yêu cầu sinh viên chuẩn bị và địa chỉ tư liệu	Ghi chú
	6.1.3. Nhận dạng đối thủ cạnh tranh 6.2. Nghiên cứu đối thủ cạnh tranh 6.2.1. Nhận dạng chiến lược của đối thủ cạnh tranh 6.2.2. Xác định mục tiêu của đối thủ 6.2.3. Xác định điểm mạnh và điểm yếu 6.2.4. Đánh giá các phản ứng của đối thủ cạnh tranh			
Kiểm tra Đánh giá	SV vận dụng kiến thức đã học làm bài kiểm tra số 1	1	Chuẩn bị nội dung 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 9</b>		<b>3</b>		
Lý thuyết	<p style="text-align: center;"><b>CHƯƠNG 6</b> <b>PHÂN TÍCH ĐỐI THỦ CẠNH TRANH VÀ XÁC ĐỊNH LỢI THẾ CẠNH TRANH KHÁC BIỆT (tiếp theo)</b></p> <p>6.3. Quản trị thông tin về đối thủ cạnh tranh và xác định lợi thế cạnh khác biệt của doanh nghiệp 6.4. Xác định lợi thế khác biệt dài hạn và ứng xử của doanh nghiệp trước các đối thủ cạnh tranh 6.4.1. Xác định lợi thế cạnh tranh khác biệt dài hạn 6.4.2. Học tập kinh nghiệm từ nghiên cứu các đối thủ cạnh tranh 6.4.3. Lựa chọn đối thủ cạnh tranh để tấn công hoặc né tránh 6.4.4. Cân bằng giữa quan điểm định hướng khách hàng và quan điểm định hướng cạnh tranh</p>	2	Chuẩn bị và nghiên cứu trước nội dung tài liệu: Tài liệu [1], Tài liệu [2]	
Thảo luận	SV thảo luận theo sự phân công của GV	1	Chuẩn bị nội dung thảo luận	



HT TC DH	Nội dung	Thời gian (Tiết)	Yêu cầu sinh viên 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 10</b>		<b>3</b>		
<b>Lý thuyết</b>	<p style="text-align: center;"><b>CHƯƠNG 7</b> <b>PHÂN ĐOẠN THỊ</b> <b>TRƯỜNG VÀ LỰA CHỌN</b> <b>THỊ TRƯỜNG MỤC TIÊU</b></p> <p>7.1. Xác định vị thế hiện tại của doanh nghiệp trên thị trường sản phẩm 7.2. Xác định đối tượng khách hàng hay thị trường cần phân đoạn 7.3. Phân chia thị trường theo tiêu thức phù hợp 7.4. Đánh giá tiềm năng của các đoạn thị trường 7.5. Lựa chọn các phương thức marketing nhằm khai thác các đoạn thị trường mục tiêu 7.6. Hoạch định chiến lược marketing và marketing mix</p>	2	Chuẩn bị và nghiên cứu trước nội dung tài liệu: Tài liệu [1], Tài liệu [2]	
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 11</b>		<b>3</b>		
<b>Lý thuyết</b>	<p style="text-align: center;"><b>CHƯƠNG 8</b> <b>QUẢN TRỊ SẢN PHẨM VÀ</b> <b>THƯƠNG HIỆU</b></p> <p>8.1. Các vấn đề cơ bản trong quản trị sản phẩm 8.2. Quản trị thương hiệu 8.3. Kiểm tra sản phẩm 8.4. Tổ chức và quản trị sản phẩm thương hiệu</p>	2	Chuẩn bị và nghiên cứu trước nội dung tài liệu: Tài liệu [1], Tài liệu [2]	
Thảo	SV thảo luận theo sự phân công	1	Chuẩn bị nội dung thảo luận	

HT TC DH	Nội dung	Thời gian (Tiết)	Yêu cầu sinh viên chuẩn bị và địa chỉ tư liệu	Ghi chú
luận	của GV			
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 style="text-align: center;"><b>CHƯƠNG 9</b></p> <p style="text-align: center;"><b>QUẢN TRỊ GIÁ</b></p> <p>9.1. Xác định giá bán sản phẩm</p> <p>9.1.1. Mục tiêu định giá</p> <p>9.1.2. Phân tích yếu tố cầu thị trường ảnh hưởng đến giá bán</p> <p>9.1.3. Phân tích các yếu tố của doanh nghiệp ảnh hưởng tới giá bán</p> <p>9.1.4. Phân tích cạnh tranh chi phối đến giá bán</p> <p>9.1.5. Phân tích các yếu tố môi trường ảnh hưởng đến giá bán</p> <p>9.1.6. Mô hình quyết định giá tổng quát</p>	2	Chuẩn bị và nghiên cứu trước nội dung tài liệu: Tài liệu [1], Tài liệu [2]	
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 13</b>		<b>3</b>		
Lý thuyết	<p style="text-align: center;"><b>CHƯƠNG 9</b></p> <p style="text-align: center;"><b>QUẢN TRỊ GIÁ (tiếp theo)</b></p> <p>9.2. Chiến lược giá và phân biệt giá</p> <p>9.2.1. Chiến lược giá cho sản</p>	2	Chuẩn bị và nghiên cứu trước nội dung tài liệu: Tài liệu [1], Tài liệu [2]	

<b>HT TC DH</b>	<b>Nội dung</b>	<b>Thời gian (Tiết)</b>	<b>Yêu cầu sinh viên chuẩn bị và địa chỉ tư liệu</b>	<b>Ghi chú</b>
	<p>phẩm mới</p> <p>9.2.2. Phân biệt giá theo dòng và theo hỗn hợp sản phẩm</p> <p>9.2.3. Phân biệt giá thành phần cứng và phần linh hoạt</p> <p>9.2.4. Phân biệt giá trọn gói và giá sản phẩm riêng lẻ</p> <p>9.2.5. Phân biệt giá theo khu vực địa lý</p> <p>9.2.6. Một số loại phân biệt giá khác.</p> <p>9.3. Các quyết định về thay đổi hay điều chỉnh giá</p>			
Kiểm tra Đánh giá	SV vận dụng kiến thức đã học làm bài kiểm tra số 2	1	Chuẩn bị nội dung 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 14</b>		<b>3</b>		
<b>Lý thuyết</b>	<p><b>CHƯƠNG 10</b></p> <p><b>QUẢN TRỊ KÊNH PHÂN PHỐI</b></p> <p>10.1. Bản chất và chức năng của kênh phân phối</p> <p>10.2. Cấu trúc và hoạt động của kênh phân phối</p> <p>10.3. Tổ chức (xây dựng) kênh phân phối</p> <p>10.4. Quản lý kênh phân phối</p>	2	Chuẩn bị và nghiên cứu trước nội dung tài liệu: Tài liệu [1], Tài liệu [2]	
Thảo luận	SV thảo luận theo sự phân công	1	Chuẩn bị nội dung thảo luận	

HT TC DH	Nội dung	Thời gian (Tiết)	Yêu cầu sinh viên chuẩn bị và địa chỉ tư liệu	Ghi chú
	của GV			
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>		3		
Lý thuyết	<p style="text-align: center;"><b>CHƯƠNG 11</b></p> <p style="text-align: center;"><b>QUẢN TRỊ TRUYỀN THÔNG MARKETING</b></p> <p style="text-align: center;"><b>TÍCH HỢP</b></p> <p>11.1. Bản chất của truyền thông tích hợp</p> <p>11.2. Quảng cáo: kế hoạch và chiến lược</p> <p>11.3. Xúc tiến bán hàng (khuyến mại)</p> <p>11.4. Quan hệ công chúng (PR)</p>	2	Chuẩn bị và nghiên cứu trước nội dung tài liệu: Tài liệu [1], Tài liệu [2]	
Kiểm tra	SV vận dụng kiến thức đã học làm bài kiểm tra số 3	1	Chuẩn bị nội dung kiểm tra	
Tự học	Ôn tập và hệ thống lại kiến thức	6	Sinh viên chuẩn bị nội dung theo yêu cầu của giảng viên	

#### 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	TS. Viên Thị An	0978.005.035	vienthian@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

*Thái Bình, ngày tháng năm 2019*

**TRƯỞNG KHOA**

**TRƯỞNG BỘ MÔN**

**Phạm Thị Ánh Nguyệt**

**Viên Thị An**