

ĐỀ CƯƠNG HỌC PHẦN

Tên học phần: Marketing căn bản

Mã học phần: 000715

1. Thông tin về học phần

Số tín chỉ: 3 Tổng số tiết quy chuẩn: 45

Phân bổ thời gian:

Tổng thời gian học của sinh viên	Giờ trên lớp				Tổng thời gian học trên lớp và tự học
L = Lý thuyết T = Bài tập P = Thực hành O = Thảo luận/seminar	L	T	P	O	
	45	0	0	0	45 + 90 = 135

Loại học phần: Bắt buộc

Học phần tiên quyết: Không

Học phần học trước: Không

Học phần học song hành: Không

Ngôn ngữ giảng dạy: Tiếng Việt Tiếng Anh:

Đơn vị phụ trách: Bộ môn Quản trị kinh doanh

2. Thông tin về các giảng viên

Giảng viên Bộ môn Quản trị kinh doanh

3. Mục tiêu của học phần (kí hiệu MT):

*** Về kiến thức**

MT1: Hiểu những kiến thức cơ bản nhất của Marketing, phân tích và nắm bắt được nhu cầu, hành vi của khách hàng, các sản phẩm và dịch vụ của doanh nghiệp sẽ đáp ứng được những gì trên cơ sở thỏa mãn giá trị mong đợi của khách hàng;

MT2: Thực hiện được việc phân khúc thị trường, xác định thị trường mục tiêu, khách hàng mục tiêu và định vị sản phẩm của doanh nghiệp trên thị trường;

MT3: Thiết kế chiến lược Marketing hỗn hợp bao gồm: Sản phẩm, giá, phân phối và các hoạt động chiêu thị cho doanh nghiệp;

MT4: Thực hiện một đề án nghiên cứu, thu thập thông tin, trình bày các kết quả đạt được nhằm hoàn thiện các hoạt động Marketing trong doanh nghiệp.

• Về kỹ năng

MT5: Hình thành và phát triển năng lực thu thập thông tin, kỹ năng tổng hợp, hệ thống hóa các vấn đề trong mối quan hệ tổng thể, kỹ năng so sánh, phân tích, bình luận, đánh giá một chiến lược Marketing mix;

MT6: Phát triển kỹ năng sáng tạo, phân tích dự đoán nhu cầu thị trường và khách hàng;

MT7: Hình thành kỹ năng lập luận, tổ chức và làm việc nhóm thuyết trình trước công chúng.

- **Về năng lực tự chủ và trách nhiệm**

MT8: Có ý thức và trách nhiệm đúng đắn trong việc nhìn nhận, đánh giá một chiến lược marketing của một doanh nghiệp.

4. Mức đóng góp của học phần cho chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo

Học phần đóng góp cho chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo (PO) theo mức độ sau:

0 = Không đóng góp; 1 = Mức thấp; 2 = Mức trung bình; 3 = Mức cao

Mã HP	Tên HP	Mức độ đóng góp của học phần cho CDR của CTĐT							
		PO1	PO2	PO3	PO4	PO5	PO6	PO7	PO8
	Marketing căn bản	0	2	2	3	3	2	2	3
		PO9	PO10	PO11	PO12	PO13	PO14	PO15	PO16
		2	3	3	3	2	3	2	3

5. Chuẩn đầu ra của học phần (CO)

Mục tiêu HP	CDR của HP	Nội dung CDR của học phần Hoàn thành học phần này, sinh viên đạt được:	CDR của CTĐT
Kiến thức			
MT1 MT2 MT6 MT9	CO1	Tổng quan về marketing, nội dung cơ bản của hoạt động Marketing và hệ thống Marketing.	PO2, PO3, PO5, PO12, PO14
MT2 MT6 MT9	CO2	Nghiên cứu thị trường và phân tích hành vi tiêu dùng	PO2, PO3, PO5, PO12, PO14
MT7	CO3	Chiến lược sản phẩm	PO2, PO3, PO5, PO12, PO14
MT3 MT4	CO4	Chiến lược giá	PO2, PO3, PO5, PO12, PO14
MT5 MT7	CO5	Chiến lược phân phối	PO2, PO3, PO5, PO12, PO14

MT5 MT8	CO6	Chiến lược chiêu thị	PO2, PO3, PO5, PO12, PO14
Kỹ năng			
MT5 MT8	CO7	Năng lực thu thập thông tin, kỹ năng tổng hợp, hệ thống hóa các vấn đề trong mối quan hệ tổng thể, kỹ năng so sánh, phân tích, bình luận, đánh giá một chiến lược Marketing mix	PO2, PO3, PO5, PO12, PO14
MT8	CO8	Kỹ năng phân tích dự đoán nhu cầu thị trường và khách hàng	PO2, PO3, PO5, PO12, PO14
Năng lực tự chủ và trách nhiệm			
MT9	CO9	Có trách nhiệm đúng đắn trong việc nhìn nhận, đánh giá một chiến lược marketing của một doanh nghiệp	PO12, PO13, PO14, PO15, PO16

6. Nội dung tóm tắt của học phần

Marketing căn bản cung cấp những kiến thức cơ bản nhất về marketing, tầm quan trọng của Marketing trong doanh nghiệp, xu hướng của tiếp thị trong xu thế toàn cầu, môi trường và thông tin về Marketing, nắm được kiến thức môn Marketing, sinh viên có thể phân khúc thị trường, xác định thị trường mục tiêu và định vị sản phẩm, phân tích hành vi khách hàng. Môn học còn giúp cho người học nắm bắt được 4 phối thức quan trọng trong việc phân tích, xây dựng chiến lược Marketing mix bao gồm sản phẩm, giá, phân phối, chiêu thị.

7. Phương pháp, hình thức tổ chức dạy học

Phương pháp, hình thức tổ chức dạy học	Mục đích	CĐR của HP đạt được
Thuyết trình	Cung cấp cho sinh viên hệ thống kiến thức nền tảng của môn học một cách khoa học, logic.	CO1, CO2, CO3, CO4, CO5, CO6, CO8.
Thảo luận	Thông qua việc hỏi đáp giữa giáo viên và sinh viên để làm rõ các nội dung kiến thức trong môn học.	CO1, CO2, CO3, CO4, CO5, CO6, CO7, CO8.
Bài tập	Giúp sinh viên hiểu rõ và biết vận dụng các nội dung môn học vào các vấn đề thực tiễn.	CO7
Nghiên cứu bài học, đọc tài liệu tham khảo	Giúp người học tăng cường năng lực tự học, tự nghiên cứu.	CO7, CO8.

8. Nhiệm vụ của sinh viên

- Tham dự tối thiểu 80% số tiết học lý thuyết.
- Thực hiện đầy đủ các bài tập nhóm/bài tập và được đánh giá kết quả thực hiện.
- Tham dự kiểm tra giữa kỳ.
- Chủ động tổ chức thực hiện giờ tự học.

- Có ý thức và thái độ tích cực khi tham gia buổi học.
- Thi kết thúc học phần.

9. Đánh giá kết quả học tập của sinh viên (thang điểm 10)

TT	Hình thức	Trọng số (%)	Tiêu chí đánh giá	CDR của HP	Điểm tối đa
1	Chuyên cần	10	- Tính chủ động, mức độ tích cực chuẩn bị bài và tham gia các hoạt động trong giờ học - Thời gian tham dự buổi học bắt buộc	CO1, CO2, CO3, CO4, CO5, CO6, CO7, CO8, CO9	5 5
2	Bài tập nhóm	15	Chất lượng sản phẩm giao nộp	CO1, CO2, CO3, CO4, CO5, CO6, CO7, CO8, CO9	10
3	Thuyết trình	25	Theo thang điểm của giảng viên	CO1, CO2, CO3, CO4, CO5, CO6, CO7, CO8, CO9	10
4	Bài thi kết thúc HP	50	Bài thi tự luận. Theo đáp án, thang điểm của giảng viên	CO1, CO2, CO3, CO4, CO5, CO6, CO7, CO8, CO9	10

10. Học liệu

10.1. Tài liệu học tập

[1] Nguyễn Thị Mai Trang, Nguyễn Đình Thọ. 2009. Nguyên lý Marketing. NXB Lao Động [658.8001 Tr106].

10.2. Tài liệu tham khảo

[2] Đinh Tiên Minh (chủ biên), Quách Thị Bửu Châu, Nguyễn Văn Trung, Đào Hoài Nam. 2012. Giáo trình Marketing căn bản. NXB Lao Động [658.8001 M312].

11. Nội dung chi tiết học phần

Tuần	Nội dung	Tài liệu	CDR của HP
	Tổng quan về Marketing		
1-2	- Sự ra đời và phát triển của Marketing. - Vai trò và chức năng của Marketing trong thực tiễn kinh doanh. - Marketing hỗn hợp. - Nội dung cơ bản của hoạt động Marketing và hệ thống Marketing.	[1] Chương 1. [2] Chương 1, 2	CO1, CO2, CO3, CO4, CO5, CO6, CO7, CO8, CO9.

	Nghiên cứu thị trường và phân tích hành vi người tiêu dùng.		
3-4-5	<ul style="list-style-type: none"> - Nghiên cứu thị trường mục tiêu. - Phân khúc thị trường. - Xác định nhu cầu tiêu dùng hiện tại và dự báo nhu cầu thị trường. - Phân tích hành vi người tiêu dùng. 	<p>[1] Chương 2.</p> <p>[2] Chương 1, 2</p>	CO1, CO2, CO3, CO4, CO5, CO6, CO7, CO8, CO9.
	Chiến lược sản phẩm		
6-7-8	<ul style="list-style-type: none"> - Hoạch định sản phẩm và phát triển sản phẩm. - Chu kỳ đời sống sản phẩm - Chiến lược sản phẩm. - Vấn đề nhãn hiệu – thương hiệu - Vấn đề bao bì sản phẩm. 	<p>[1] Chương 3</p> <p>[2] Chương 3</p>	CO1, CO2, CO3, CO4, CO5, CO6, CO7, CO8, CO9.
	Bài tập: Phân tích chiến lược sản phẩm của một sản phẩm thực tế trên thị trường.		
	Chiến lược giá		
9-10	<ul style="list-style-type: none"> - Mục tiêu định giá - Các phương pháp định giá. - Những nhân tố ảnh hưởng đến việc định giá. 	[1] Chương 4	CO1, CO2, CO3, CO4, CO5, CO6, CO7, CO8, CO9.
	Bài tập: Phân tích chiến lược giá của một sản phẩm thực tế trên thị trường.		
	Chiến lược phân phối		
11-12	<ul style="list-style-type: none"> - Tầm quan trọng của nhà phân phối và nhà trung gian. - Các chức năng của quá trình phân phối. - Nhà buôn sỉ - Nhà buôn lẻ - Đại lý môi giới - Hệ thống kênh phân phối. 	[1] Chương 5	CO1, CO2, CO3, CO4, CO5, CO6, CO7, CO8, CO9.
	Bài tập: Phân tích chiến lược phân phối của một sản phẩm thực tế trên thị trường.		
	Chiến lược chiêu thị, cổ động bán hàng		
13-14-15	<ul style="list-style-type: none"> - Tầm quan trọng và ý nghĩa của chiêu thị. - Sự pha trộn chiêu thị. - Phương pháp xác định khoản chi phí dành riêng cho chiêu thị. - Quảng cáo. - Khuyến mãi, chiêu hàng, đẩy mạnh tiêu thụ. 	[1] Chương 6.	CO1, CO2, CO3, CO4, CO5, CO6, CO7, CO8, CO9.

	- Chào hàng cá nhân – Marketing trực tiếp. - Tuyên truyền – quan hệ công chúng.		
	Bài tập: Phân tích chiến lược chiêu thị của một sản phẩm thực tế trên thị trường.		

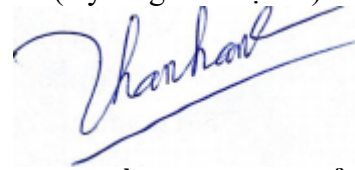
12. Yêu cầu của giảng viên đối với học phần

- Phòng học có bảng lớn, máy chiếu
- Phương tiện: tăng âm

Cần Thơ, ngày 06 tháng 8 năm 2018

P. TRƯỞNG BỘ MÔN

(Ký và ghi rõ họ tên)



ThS. Trần Trung Chuyên

TRƯỞNG KHOA
(Ký và ghi rõ họ tên)



PGS.TS. Nguyễn Tri Khiêm

HIỆU TRƯỞNG
(Ký tên, đóng dấu)



NGND.GS.TS. Võ Tòng Xuân