

ĐỀ CƯƠNG HỌC PHẦN

Tên học phần: Nghiên cứu Marketing

Mã học phần: 000725

1. Thông tin về học phần

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

Phân bố 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 30	T 15	P 0	O 0	45 + 90 = 135

Loại học phần: Bắt buộc

Học phần tiên quyết: Marketing căn bản, Lý thuyết xác suất thống kê

Học phần học trước: Không

Học phần học song hành: Không

Ngôn ngữ giảng dạy: Tiếng Việt

Tiếng Anh:

Đơn vị phụ trách: 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: Biết được các bước của tiến trình nghiên cứu Marketing;

MT2: Xây dựng được đề cương và cách tiếp cận nghiên cứu marketing;

MT3: Nắm được các kỹ thuật thu thập số liệu thứ cấp và sơ cấp;

MT4: Tổ chức tiến hành thu thập, xử lý và phân tích thông tin thị trường một cách khoa học;

MT5: Viết báo cáo kết quả nghiên cứu marketing phục vụ cho quá trình ra quyết định kinh doanh

• Về kỹ năng

MT6: Nâng cao kỹ năng giao tiếp, đàm phán thông qua công việc phỏng vấn, thu thập số liệu và báo cáo kết quả;

MT7: Phát triển kỹ năng làm việc nhóm, kỹ năng lãnh đạo và quản trị thời gian để có thể tổ chức và sắp xếp thời gian hoàn thành một dự án nghiên cứu.

• Về năng lực tự chủ và trách nhiệm

MT8: Rèn luyện tinh thần trách nhiệm đối với bản thân và khách hàng trong tương lai, xây dựng lòng tin và đạo đức trong nghiên cứu khi tiến hành một dự án nghiên cứu.

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
	Nghiên cứu Marketing	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	CO1	Biết được các bước của tiến trình nghiên cứu Marketing.	PO2, PO3, PO5, PO12, PO14
MT1 MT2 MT3	CO2	Nắm được các kỹ thuật thu thập phân tích số liệu thứ cấp và sơ cấp	PO2, PO3, PO5, PO12, PO14
MT1 MT2 MT3 MT4	CO3	Tổ chức tiến trình nghiên cứu một dự án	PO2, PO3, PO5, PO12, PO14
MT4 MT5	CO4	Viết báo cáo nghiên cứu marketing	PO2, PO3, PO5, PO12, PO14
MT5 MT7	CO5	Năng lực thu thập thông tin, phân tích, bình luận, đánh giá một nghiên cứu Marketing	PO2, PO3, PO5, PO12, PO14
Kỹ năng			
MT7	CO6	Kỹ năng phân tích dự đoán nhu cầu thị trường và khách hàng	PO2, PO3, PO5, PO12, PO14
MT5 MT7	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
Năng lực tự chủ và trách nhiệm			
MT8	CO8	Trách nhiệm đối với bản thân và khách hàng trong tương lai, xây dựng lòng tin và đạo đức trong nghiên cứu khi tiến hành một dự án nghiên cứu	PO12, PO13, PO14, PO15, PO16

6. Nội dung tóm tắt của học phần

Nghiên cứu Marketing là môn học cung cấp những kiến thức về tiến trình của một dự án nghiên cứu marketing: xác định vấn đề nghiên cứu và thiết kế nghiên cứu; Chọn mẫu và các vấn đề liên quan, tiến trình thu thập dữ liệu, thiết kế bản câu hỏi, chuẩn bị dữ liệu và phân tích dữ liệu, một số tình huống thực hành nghiên cứu marketing, viết báo cáo kết quả nghiên cứu.

7. Phương pháp, hình thức tổ chức dạy học

Phương pháp, hình thức tổ chức dạy học	Mục đích	CDR 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 nhóm	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 - Tham dự buổi học bắt buộc	CO1, CO2, CO3, CO4, CO5, CO6, CO7, CO8	5 5
2	Bài tập nhóm	15	Chất lượng sản phẩm giao nộp	CO5, CO6, CO7, CO8	10
3	Thuyết trình	25	Theo thang điểm của giảng viên	CO1, CO2, CO3, CO4, CO5, CO6, CO7, CO8	10
4	Bài thi kết thúc HP. Tự luận	50	Theo đáp án, thang điểm của giảng viên.	CO1, CO2, CO3, CO4, CO5, CO6, CO7, CO8	10

10. Học liệu

10.1. Tài liệu học tập

[1] David J. Luck, Ronald S. Rubin. Phan Văn Thăng, Nguyễn Văn Hiến (biên soạn). Nghiên cứu marketing. NXB Lao Động – Xã Hội. [658.8007 D251]

10.2. Tài liệu tham khảo

[2] Nguyễn Đình Thọ, Nguyễn thị Mai Trang. 2011. Nghiên cứu Marketing. NXB Lao Động – Xã hội. [658.8007 Th400]

11. Nội dung chi tiết học phần

Tuần	Nội dung	Tài liệu	CDR của HP
	Tổng quan về nghiên cứu Marketing		
1	- Định nghĩa, vai trò nghiên cứu Marketing. - Nguồn cung cấp dịch vụ Marketing. - Tiến trình nghiên cứu Marketing.	[1] Chương 1. [2] Chương 1, 2	CO1, CO2, CO3, CO4, CO5, CO6, CO7, CO8, CO9.
	Xác định vấn đề nghiên cứu và thiết kế nghiên cứu.		
2-3	- Tầm quan trọng của xác định vấn đề nghiên cứu. Tiến trình xác định vấn đề và tiếp cận vấn đề nghiên cứu. Định nghĩa, phân loại thiết kế nghiên cứu. Nguồn sai số	[1] Chương 2. [2] Chương 1, 2	CO1, CO2, CO3, CO4, CO5, CO6, CO7, CO8, CO9.
	Chọn mẫu và các vấn đề liên quan		
4	- Các vấn đề liên quan điều tra mẫu. Sai số điều tra mẫu. Phương pháp chọn mẫu.	[1] Chương 3 [3] Chương 2	CO4, CO5, CO6, CO7, CO8, CO9.
5	Bài tập: Xác định một vấn đề NC MKT và thiết kế chọn mẫu.		
	Tiến trình thu thập dữ liệu		
6-7	- Phân loại dữ liệu. Dữ liệu thứ cấp, sơ cấp. - Các phương pháp điều tra và đánh giá so sánh các phương pháp điều tra.	[1] Chương 4 [2] Chương 3	CO1, CO2, CO3, CO4, CO5, CO6, CO7, CO8, CO9.
	Thiết kế bản câu hỏi		
8-9	- Số đo và thang đo. Bảng câu hỏi và các hình thức quan sát. Xác định thông tin cần biết. Hình thức phỏng vấn, nội dung câu hỏi	[1] Chương 5 [2] Chương 4	CO1, CO2, CO3, CO4, CO5, CO6, CO7, CO8, CO9.
10	Bài tập nhóm		
	Chuẩn bị dữ liệu và phân tích dữ liệu		
11-12-13	- Kiểm tra chỉnh lý, mã hóa dữ liệu - Phân tích thống kê mô tả, phân tích hồi quy, phân tích nhân tố, bảng chéo	[1] Chương 6. [2] Chương 5	CO1, CO2, CO3, CO4, CO5, CO6, CO7, CO8, CO9.
	Một số tình huống nghiên cứu marketing		
14-15	- Nghiên cứu sản phẩm, giá cả sản phẩm, hiệu quả quảng cáo, viết báo cáo		

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