

*Cần Thơ, ngày tháng năm 2018*

**ĐỀ CƯƠNG HỌC PHẦN**  
**NĂM HỌC 2018 - 2019**

**Tên học phần:** Marketing và thị trường dược phẩm

**Mã học phần:** 000504

**1. Thông tin về học phần**

**Số tín chỉ:** 2

- Lý thuyết: 2                      Tổng số tiết quy chuẩn: 30

- Thực hành: 0                    Tổng số tiết quy chuẩn: 00

**Phân bổ thời gian:** học kỳ 9

<b>Tổng thời gian học của sinh viên</b>	<b>Giờ lên lớp</b>				<b>Tổng thời gian học trên lớp và tự học</b>
L = Lý thuyết	L	T	P	O	30 + 60 = 90
T = Bài tập	30	0	0	0	
P = Thực hành					
O = Thảo luận/Seminar					

**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

**2. Đơn vị phụ trách:** Bộ môn Quản lý & Kinh tế dược

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

\* Về kiến thức

MT1. Hiểu, phân tích và trình bày được các khái niệm, nguyên tắc, chiến lược, phương pháp trong hoạt động marketing dược.

MT2. Hiểu, phân tích và trình bày được về nhu cầu khách hàng, phân tích môi trường kinh doanh và kế hoạch hóa Marketing.

MT3. Hiểu, phân tích và trình bày được vai trò, nhiệm vụ của nhà quản trị trong điều hành hoạt động Marketing được.

**\* Về kỹ năng**

MT4. Ứng dụng được các nguyên tắc, phương pháp vào thực hiện hoạt động Marketing được ở môi trường thực tế.

MT5. Có khả năng phân tích môi trường kinh doanh và xây dựng kế hoạch trong thực hiện hoạt động Marketing của doanh nghiệp được.

MT6. Thực hiện và hỗ trợ được cho các nhà quản trị trong điều hành hoạt động Marketing được của doanh nghiệp/ tổ chức.

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

MT7. Nhận thức được vai trò, trách nhiệm chuyên môn, luôn tuân thủ hành nghề được theo quy định của pháp luật và chính sách của Đảng, Nhà nước.

MT8. Tự tin, chủ động, cầu tiến trong công việc và học tập nâng cao trình độ, kiến thức và kỹ năng.

MT9. Có kỹ năng, phương pháp trong làm việc cá nhân và phối hợp nhóm.

**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
000504	Marketing và thị trường được phẩm	0	2	0	0	0	2	0
		PO8	PO9	PO10	PO11	PO12	PO13	PO14
		0	0	0	0	0	0	0
		PO15	PO16	PO17	PO18	PO19	PO20	PO21
		0	0	0	1	0	1	1

## 5. Chuẩn đầu ra của học phần (CO)

Mục tiêu HP	CDR của HP	Nội dung CDR của học phần	CDR của CTĐT
<b>Kiến thức</b>			
MT1	CO1	Hiểu, phân tích và trình bày được các khái niệm, nguyên tắc, chiến lược, phương pháp trong hoạt động marketing dược	PO2, PO6
MT2	CO2	Hiểu, phân tích và trình bày được về nhu cầu khách hàng, phân tích môi trường kinh doanh và kế hoạch hóa Marketing	PO2, PO6
MT3	CO3	Hiểu, phân tích và trình bày được vai trò, nhiệm vụ của nhà quản trị trong điều hành hoạt động Marketing dược	PO2, PO6
<b>Kỹ năng</b>			
MT4	CO4	Ứng dụng được các nguyên tắc, phương pháp vào thực hiện hoạt động Marketing dược ở môi trường thực tế	PO6
MT5	CO5	Có khả năng phân tích môi trường kinh doanh và xây dựng kế hoạch trong thực hiện hoạt động Marketing của doanh nghiệp dược	PO6
MT6	CO6	Thực hiện và hỗ trợ được cho các nhà quản trị trong điều hành hoạt động Marketing dược của doanh nghiệp/ tổ chức	PO6
<b>Năng lực tự chủ và trách nhiệm</b>			
MT7	CO7	Nhận thức vai trò, trách nhiệm chuyên môn, luôn tuân thủ hành nghề dược theo quy định của pháp luật và chính sách của Đảng, Nhà nước	PO18, PO20, PO21
MT8	CO8	Tự tin, chủ động, cầu tiến trong công việc và học tập nâng cao trình độ, kiến thức và kỹ năng	PO18, PO20, PO21
MT9	CO9	Có kỹ năng, phương pháp trong làm việc cá nhân và phối hợp nhóm	PO18, PO20, PO21

## 6. Nội dung tóm tắt của học phần

Lĩnh vực Dược học nói chung và hoạt động Marketing dược nói riêng mang nhiều điểm đặc thù và được kiểm soát chặt chẽ với nhiều quy định liên quan. Học phần được xây dựng giúp trang bị sinh viên những kiến thức cơ bản, cần thiết trong thực hiện hoạt động marketing dược, là khâu quan trọng, đòi hỏi đầu tư chi phí lớn, đồng thời đóng vai trò nền tảng, quyết định năng lực cạnh tranh và hiệu quả hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp dược trong bối cảnh chung hiện nay.

### 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 giảng	Cung cấp cho sinh viên hệ thống kiến thức nền tảng của môn học một cách khoa học, logic.	CO1, CO2, CO3
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, CO9
Nghiên cứu bài học, đọc tài liệu tham khảo	Giúp người học tăng cường năng lực tự học, tự nghiên cứu.	CO7, CO8, CO9

### 8. Nhiệm vụ của sinh viên

- Dự lớp: đọc trước giáo trình, phát hiện vấn đề, nghe giảng.
- Thảo luận theo nhóm các vấn đề liên quan đến bài học; tham gia đóng góp ý kiến, xây bài tại lớp.
- Nghiên cứu: đọc tài liệu tham khảo
- Tham khảo các tài liệu do giảng viên hướng dẫn.
- Tự học, tự nghiên cứu ở nhà những vấn đề đã được nghe giảng tại lớp.

### 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	CO1, CO2, CO3, CO4, CO5, CO6	10
		10	Thời gian tham dự buổi học bắt buộc, vắng không quá 20% số tiết học. Tùy số tiết vắng, GV quyết định số điểm theo tỷ lệ vắng	CO1, CO2, CO3, CO4, CO5, CO6	10

TT	Hình thức	Trọng số (%)	Tiêu chí đánh giá	CDR của HP	Điểm tối đa
2	Kiểm tra giữa kỳ	30	- Sinh viên làm một bài kiểm tra cá nhân - Tiêu chí đánh giá bài kiểm tra (giảng viên nêu cụ thể)	CO1, CO2, CO3	10
3	Thi kết thúc HP	50	- Thi kết thúc học phần + Hình thức thi: trắc nghiệm + Tiêu chí đánh giá bài thi: theo đáp án của giảng viên ra đề	CO1, CO2, CO3	10

## 10. Học liệu

### 10.1 Tài liệu học tập

[1] Bộ môn Quản lý & Kinh tế dược Đại học Nam Cần Thơ (2018), *Marketing dược*.

### 10.2. Tài liệu tham khảo

[2] Phạm Trí Dũng (2011), *Marketing bệnh viện*, NXB Y Học.

[3] Philip Kotler (2011), *Quản trị Marketing*, NXB Lao động – Xã hội.

## 11. Nội dung chi tiết học phần

Tuần	Nội dung	Tài liệu	CDR của HP
1	Bài 1: Tổng quan về hoạt động Marketing	[1] (Trang 3)	CO1, CO2, CO3
	Bài 2: Hệ thống thông tin và nghiên cứu Marketing	[1] (Trang 22)	CO1, CO2, CO3
	Bài 3: Môi trường Marketing	[1] (Trang 35)	CO1, CO2, CO3
	Bài 4: Hành vi của khách hàng	[1] (Trang 49)	CO1, CO2, CO3
2	Bài 5: Phân đoạn thị trường – thị trường mục tiêu – định vị sản phẩm	[1] (Trang 54)	CO1, CO2, CO3, CO4, CO5, CO6
	Bài 6: Kế hoạch hóa Marketing	[1] (Trang 75)	CO1, CO2, CO3, CO4, CO5, CO6
3	Bài 7: Các quyết định về sản phẩm	[1] (Trang 89)	CO1, CO2, CO3, CO4, CO5, CO6

<b>Tuần</b>	<b>Nội dung</b>	<b>Tài liệu</b>	<b>CDR của HP</b>
	Bài 8: Các quyết định về giá	[1] (Trang 102)	CO1, CO2, CO3, CO4, CO5, CO6
	Bài 9: Các quyết định về phân phối	[1] (Trang 118)	CO1, CO2, CO3, CO4, CO5, CO6
4	Bài 10: Các quyết định về xúc tiến	[1] (Trang 133)	CO1, CO2, CO3, CO4, CO5, CO6
	Bài 11: Việc triển khai hoạt động Marketing của các doanh nghiệp được tại Việt Nam	[1] (Trang 155)	CO1, CO2, CO3, CO4, CO5, CO6

## **12. Yêu cầu của giảng viên đối với học phần**

- Phòng học có bảng lớn, phấn, micro, máy chiếu và loa.

**TRƯỞNG BỘ MÔN**  
(Đã ký)

**TRƯỞNG KHOA**  
(Đã ký)

**HIỆU TRƯỞNG**  
(Đã ký)