

BỘ CÔNG THƯƠNG
TRƯỜNG ĐẠI HỌC SAO ĐỎ

ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN
QUẢN TRỊ MARKETING

Số tín chỉ: 03

Trình độ đào tạo: Đại học

Ngành: Quản trị kinh doanh

Năm 2016

ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

Trình độ đào tạo: Đại học

Ngành: Quản trị kinh doanh

1. Tên học phần: Quản trị marketing

2. Mã học phần: QTRI 321

3. Số tín chỉ: 3 (2, 1)

4. Trình độ cho sinh viên: Năm thứ ba

5. Phân bố thời gian:

- Lên lớp: 30 tiết lý thuyết, 30 tiết thực hành

- Tự học: 90 giờ

6. Điều kiện tiên quyết: Marketing căn bản

7. Giảng viên:

STT	Học hàm, học vị, họ tên	Số điện thoại	Email
1	ThS. Ngô Thị Luyện	0977.336.889	ngothiluyendhsd@gmail.com
2	ThS. Nguyễn Thị Ngọc Mai	0916.143.388	ngocmai242@gmail.com
3	ThS. Vũ Thị Hương	0977.244.097	huongvudhsd20102014@gmail.com

8. Mô tả nội dung của học phần:

Học phần Quản trị marketing giới thiệu các khái niệm và quan điểm về quản trị marketing, phân tích các cơ hội, nguy cơ của thị trường và tiên đoán nhu cầu thị trường, hoạch định chiến lược marketing, quản trị chiến lược marketing, tổ chức thực hiện chương trình marketing, kiểm tra các hoạt động marketing.

9. Mục tiêu và chuẩn đầu ra của học phần:

9.1. Mục tiêu

Mục tiêu học phần thỏa mãn mục tiêu của chương trình đào tạo:

Mục tiêu	Mô tả	Mức độ theo thang đo Bloom	Phân bố mục tiêu học phần trong CTĐT
MT1	Kiến thức		
MT1.1	Trình bày được kiến thức cơ bản về marketing, quản trị marketing: Các khái niệm, bản chất, môi trường marketing, các công cụ marketing mix	2	[1.2.1.1.b]
MT1.2	Trình bày được nội dung: các chính sách	2	[1.2.1.1.b]

Mục tiêu	Mô tả	Mức độ theo thang đo Bloom	Phân bổ mục tiêu học phần trong CTĐT
	marketing mix, hoạt động quản trị các công cụ marketing mix		
MT2	Kỹ năng		
MT2.1	Có kỹ năng phân tích được các chính sách marketing.	4	[1.2.2.3]
MT2.2	Có khả năng vận dụng lý thuyết để làm các bài tập tình huống thuộc lĩnh vực quản trị marketing.	4	
MT2.3	Lập kế hoạch marketing và kế hoạch quản trị marketing.	4	
MT3	Năng lực tự chủ và trách nhiệm		
MT3.1	Có năng lực làm việc độc lập, làm việc theo nhóm và chịu trách nhiệm trong công việc.	4	[1.2.3.1]
MT3.2	Có năng lực hướng dẫn, giám sát người khác cùng thực hiện nhiệm vụ chuyên môn.	4	[1.2.3.2]

9.2. Chuẩn đầu ra

- Sự phù hợp của chuẩn đầu ra học phần với chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo:

CĐR học phần	Mô tả	Thang đo Bloom	Phân bổ CĐR học phần trong CTĐT
CĐR1	Kiến thức		
CĐR1.1	Trình bày được một số khái niệm cơ bản về marketing, bản chất marketing và khái lược nội dung cơ bản về quản trị marketing.	2	[2.1.3]
CĐR1.2	Trình bày nội dung chiến lược marketing cạnh tranh	2	
CĐR1.3	Trình bày được các yếu tố thuộc môi trường marketing	2	
CĐR1.4	Trình bày được nội dung thị trường người tiêu dùng và hành vi mua của người tiêu dùng	2	
CĐR1.5	Trình bày được nội dung hoạch định chính sách sản phẩm.	2	
CĐR1.6	Trình bày được nội dung các quyết định về giá	2	
CĐR1.7	Trình bày được nội dung quản trị hệ thống kênh phân phối	2	

CĐR học phần	Mô tả	Thang đo Bloom	Phân bổ CĐR học phần trong CTĐT
CĐR1.8	Trình bày được nội dung quản trị quảng cáo và xúc tiến bán hàng	2	
CĐR2	Kỹ năng		
CĐR2.1	Phân tích được nội dung cơ bản về quản trị marketing, môi trường marketing và cách chính sách marketing.	3	[2.2.1]
CĐR2.2	Lập được kế hoạch marketing mix: Sản phẩm, giá, phân phối, xúc tiến.	4	
CĐR2.3	Sử dụng linh hoạt chính sách marketing vào xử lý tình huống giả định và tình huống trong thực tế thuộc lĩnh vực quản trị marketing.	5	
CĐR3	Năng lực tự chủ và trách nhiệm		
CĐR3.1	Có khả năng làm việc độc lập hoặc làm việc theo nhóm, có ý thức chịu trách nhiệm và tư duy phân tích quản trị marketing.	4	[2.3.1]
CĐR3.2	Có năng lực hướng dẫn, giám sát những người khác thực hiện nhiệm vụ, đánh giá chất lượng công việc, chịu trách nhiệm cá nhân, trách nhiệm đối với nhóm và trách nhiệm đối với tổ chức.	5	[2.3.2]

10. Ma trận liên kết nội dung với chuẩn đầu ra học phần:

Chương	Nội dung học phần	Chuẩn đầu ra của học phần												
		CĐR1								CĐR2			CĐR3	
		CĐR 1.1	CĐR 1.2	CĐR 1.3	CĐR 1.4	CĐR 1.5	CĐR 1.6	CĐR 1.7	CĐR 1.8	CĐR 2.1	CĐR 2.2	CĐR 2.3	CĐR 3.1	CĐR 3.2
1	Chương 1: Bản chất của marketing và quản trị marketing 1.1. Những khái niệm cơ bản của marketing 1.2. Quản trị marketing 1.3. Các mục tiêu của hệ thống marketing 1.4. Quá trình quản trị marketing 1.5. Những nhiệm vụ chủ yếu của quản trị marketing	x								x			x	x
2	Chương 2: Các chiến lược marketing cạnh tranh 2.1. Phân tích đối thủ cạnh tranh 2.2. Các vị thế cạnh tranh 2.3. Các chiến lược marketing cạnh tranh	x	x							x		x	x	x
3	Chương 3: Phân tích môi trường marketing 3.1. Môi trường vĩ mô 3.2. Môi trường vi mô	x	x	x						x		x	x	x
4	Chương 4: Thị trường người tiêu dùng và hành vi mua của người tiêu dùng 4.1. Thị trường người tiêu dùng và hành vi mua của người tiêu dùng 4.2. Thị trường các tổ chức và hành vi mua của các tổ chức	x	x	x	x					x		x	x	x
5	Chương 5: Hoạch định chính sách sản phẩm 5.1. Khái niệm về sản phẩm 5.2. Quyết định về danh mục sản phẩm 5.3. Quyết định về loại sản phẩm 5.4. Chiến lược phát triển sản phẩm mới 5.5. Quyết định về nhãn hiệu 5.6. Marketing dịch vụ	x	x	x	x	x				x	x	x	x	x
6	Chương 6: Các quyết định về giá 6.1. Một số mục tiêu định giá 6.2. Các chiến lược định giá 6.3. Chiến lược điều chỉnh giá	x	x	x	x	x	x			x	x	x	x	x

Chương	Nội dung học phần	Chuẩn đầu ra của học phần												
		CĐR1						CĐR2			CĐR3			
		CĐR 1.1	CĐR 1.2	CĐR 1.3	CĐR 1.4	CĐR 1.5	CĐR 1.6	CĐR 1.7	CĐR 1.8	CĐR 2.1	CĐR 2.2	CĐR 2.3	CĐR 3.1	CĐR 3.2
7	Chương 7: Quản trị hệ thống kênh phân phối 7.1. Vai trò, chức năng của kênh phân phối 7.2. Cấu trúc và hoạt động của kênh phân phối 7.3. Các hình thức và biện pháp quản lý kênh phân phối	x	x	x	x	x	x	x		x	x	x	x	x
8	Chương 8: Quản trị quảng cáo và xúc tiến bán hàng 8.1. Khái niệm về xúc tiến yểm trợ bán hàng 8.2. Các hình thức xây dựng ngân sách xúc tiến yểm trợ 8.3. Quảng cáo và kế hoạch chiến lược 8.4. Xúc tiến bán hàng	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x

11. Đánh giá học phần

11.1. Kiểm tra và đánh giá trình độ

Chuẩn đầu ra	Mức độ thành thạo được đánh giá bởi
CĐR1	Bài tập áp dụng, điểm thường xuyên, điểm thực hành trên lớp.
CĐR2	Bài tập áp dụng, kiểm tra giữa học phần, thi kết thúc học phần.
CĐR3	Bài tập áp dụng, điểm thường xuyên, thi kết thúc học phần.

11.2. Cách tính điểm học phần: Tính theo thang điểm 10 sau đó chuyển thành thang điểm chữ và thang điểm 4

STT	Điểm thành phần	Quy định	Trọng số	Ghi chú
1	Điểm thường xuyên, đánh giá nhận thức, thái độ thảo luận, chuyên cần của sinh viên, bài tập lớn...	02 điểm đánh giá	20%	
2	Kiểm tra giữa học phần	01 bài	30%	
3	Thi kết thúc học phần	01 bài	50%	

11.3. Phương pháp đánh giá

- Điểm thường xuyên, đánh giá nhận thức, thái độ thảo luận, chuyên cần của sinh viên, bài tập lớn... được đánh giá thông qua ý thức học tập, tỉ lệ hiện diện của sinh viên trên lớp, tinh thần tác phong xây dựng bài, thái độ thảo luận, hoạt động nhóm và tinh thần thực hiện nhiệm vụ tự học, làm bài tập lớn.

- Kiểm tra giữa học phần được thực hiện vào tuần số 8 theo chương trình học phần và được đánh giá theo hình thức tự luận.

- Thi kết thúc học phần diễn ra sau khi kết thúc học phần theo kế hoạch của phòng Đào tạo. Đề thi được trưởng bộ môn chọn một cách ngẫu nhiên và được in sao đề tại phòng TT,KT&ĐBCL và đóng dấu niêm phong. Điểm chấm được đánh giá theo đáp án trong ngân hàng câu hỏi thi kết thúc học phần đã được phê duyệt, ban hành.

12. Phương pháp dạy và học

- Giảng viên giới thiệu học phần, tài liệu học tập, tài liệu tham khảo, các địa chỉ website để tìm tư liệu liên quan đến học phần. Nêu nội dung cốt lõi của chương và tổng kết chương, sử dụng bài giảng điện tử và các giáo cụ trực quan trong giảng dạy. Tập trung hướng dẫn học, phản hồi kết quả thảo luận, bài tập lớn, kết quả kiểm tra và các nội dung lý thuyết chính mỗi chương.

- Các phương pháp giảng dạy có thể áp dụng: Phương pháp thuyết trình; phương pháp thảo luận nhóm; phương pháp mô phỏng; phương pháp minh họa; phương pháp miêu tả, làm mẫu.

- Sinh viên chuẩn bị bài từng chương, làm bài tập lớn đầy đủ, trau dồi kỹ năng làm việc nhóm để chuẩn bị bài thảo luận.

- Sinh viên tích cực, chủ động nắm bắt kiến thức lý thuyết để vận dụng và phát triển kỹ năng, tư duy về quản trị marketing trong việc thực hiện nhiệm vụ do giảng viên yêu cầu, đồng thời sinh viên phải thể hiện được khả năng sáng tạo trong việc nghiên cứu quản trị marketing. Cụ thể là: phân tích, lập kế hoạch, thực hiện và kiểm tra việc thi hành các biện pháp marketing, đồng thời vận dụng vào làm bài tập lớn. Trong quá trình học tập, sinh viên được khuyến khích đặt câu hỏi phản biện, trình bày quan điểm, các ý tưởng mới dưới nhiều hình thức khác nhau.

13. Yêu cầu học phần

- Yêu cầu về nghiên cứu tài liệu: Đọc các tài liệu về quản trị marketing.
- Yêu cầu về làm bài tập: Làm đầy đủ bài tập lớn, các chủ đề tự học theo nhóm, các câu hỏi ôn tập.
- Yêu cầu về thái độ học tập: Chuẩn bị đầy đủ tài liệu và dụng cụ trước khi đến lớp. Ghi chép và tích cực làm các chủ đề tự học, tự nghiên cứu.
- Yêu cầu về chuyên cần: Sinh viên tham dự tối thiểu 80% thời lượng của học phần.
- Yêu cầu về kiểm tra giữa kỳ và thi kết thúc học phần: Sinh viên thực hiện theo kế hoạch tiến độ, quy chế.

14. Tài liệu phục vụ học phần

- **Tài liệu bắt buộc:**

[1] Đại học Sao Đỏ (2016), *Giáo trình Quản trị marketing*.

- **Tài liệu tham khảo:**

[2] Trương Đình Chiến (2012), *Quản trị Marketing*, NXB Đại học Kinh tế quốc dân.

[3] Lê Thế Giới, Nguyễn Xuân Lãn, Võ Quang Trí, Đinh Thị Lệ Trâm, Phạm Ngọc Ái (2011), *Quản trị Marketing*, NXB Tài Chính.

15. Nội dung chi tiết học phần:

Tuần	Nội dung giảng dạy	Lý thuyết	Thực hành	Tài liệu đọc trước	Nhiệm vụ của SV
1	<p>Chương 1: Bản chất của marketing và quản trị marketing</p> <p>1.1. Những khái niệm cơ bản của marketing</p> <p>1.2. Quản trị marketing</p> <p>1.3. Các mục tiêu của hệ thống marketing</p>	2		<p>[1]</p> <p>[2]</p> <p>[3]</p>	<p>Nghiên cứu tài liệu:</p> <p>- [1]: Chương 1/Mục 1.1 đến 1.3;</p> <p>- [2]: Chương 1;</p> <p>- [3]: Chương 1;</p> <p>- Trả lời câu hỏi 1-3 chương 1 [1].</p>

Tuần	Nội dung giảng dạy	Lý thuyết	Thực hành	Tài liệu đọc trước	Nhiệm vụ của SV
	Bài tập lớn: Lựa chọn chủ đề nghiên cứu, xác định mục tiêu, phạm vi, phương pháp và kết cấu của nội dung nghiên cứu.		2	[1] [2] [3]	Sinh viên thực hiện ở nhà và viết báo cáo thu hoạch
2	Chương 1: (tiếp) 1.4. Quá trình quản trị marketing 1.5. Những nhiệm vụ chủ yếu của quản trị marketing	2		[1] [2] [3]	Nghiên cứu tài liệu: - [1]: Chương 1/Mục 1.4 đến 1.5; - [2]: Chương 1; - [3]: Chương 2; - Trả lời câu hỏi 4-5 chương 1 [1].
	Bài tập lớn: Tìm hiểu tình hình thực tiễn ngoài doanh nghiệp và viết đề cương chi tiết cho vấn đề nghiên cứu đã lựa chọn.		2	[1] [2] [3]	Sinh viên thực hiện ở nhà và viết báo cáo thu hoạch
3	Chương 2: Các chiến lược marketing cạnh tranh 2.1. Phân tích đối thủ cạnh tranh 2.2. Các vị thế cạnh tranh	2		[1] [2] [3]	Nghiên cứu tài liệu: - [1]: Chương 2/Mục 2.1 đến 2.2; - [2]: Chương 6; - [3]: Chương 6; - Trả lời câu hỏi 1-2 chương 2 [1].
	Bài tập lớn: Xây dựng cơ sở lý luận cho đề tài nghiên cứu đã lựa chọn.		2	[1] [2] [3]	Sinh viên thực hiện ở nhà và viết báo cáo thu hoạch
4	Chương 2: (tiếp) 2.3. Các chiến lược marketing cạnh tranh	2		[1] [3]	Nghiên cứu tài liệu: - [1]: Chương 2/Mục 2.3; - [3]: Chương 6; - Trả lời câu hỏi 3-6 chương 2 [1].
	Bài tập lớn: Tìm hiểu thực trạng hoạt động quản trị marketing ở một số doanh nghiệp, bài học kinh nghiệm (theo chủ đề lựa chọn)		2	[1] [2] [3]	Sinh viên thực hiện ở nhà và viết báo cáo thu hoạch

Tuần	Nội dung giảng dạy	Lý thuyết	Thực hành	Tài liệu đọc trước	Nhiệm vụ của SV
5	Chương 3: Phân tích môi trường marketing 3.1. Môi trường vi mô 3.2. Môi trường vĩ mô	2		[1] [2] [3]	Nghiên cứu tài liệu: - [1]: Chương 3/Mục 3.1 đến 3.2; - [2]: Chương 4; - [3]: Chương 4; - Trả lời câu hỏi 1-2 chương 3 [1].
	Bài tập lớn: Thu thập thông tin, dữ liệu cho vấn đề nghiên cứu ở doanh nghiệp đã lựa chọn.		2	[1] [2] [3]	Sinh viên thực hiện ở nhà và viết báo cáo thu hoạch
6	Chương 3: (tiếp) 3.2. Môi trường vĩ mô (tiếp) Chương 4: Thị trường người tiêu dùng và hành vi mua của người tiêu dùng 4.1. Thị trường người tiêu dùng và hành vi mua của người tiêu dùng	2		[1] [2] [3]	Nghiên cứu tài liệu: - [1]: Chương 3/Mục 3.2.3 đến 3.2.6; Chương 4/Mục 4.1.1 đến 4.1.2; - [2]: Chương 4; - [3]: Chương 4; Chương 5; - Trả lời câu hỏi 3-4 chương 3; câu hỏi 1-3 chương 4 [1].
	Bài tập lớn: Phân tích thông tin, số liệu thu thập được và viết báo cáo nội dung thực trạng cho vấn đề nghiên cứu.		2	[1] [2] [3]	Sinh viên thực hiện ở nhà và viết báo cáo thu hoạch
7	Chương 4: (tiếp) 4.2. Thị trường các tổ chức và hành vi mua của các tổ chức	2		[1] [2] [3]	Nghiên cứu tài liệu: - [1]: Chương 4/Mục 4.1 đến 4.2; - [2]: Chương 9; - [3]: Chương 5; - Trả lời câu hỏi 4-5 chương 4; - Ôn tập nội dung kiến thức đã học từ tuần 1 đến hết tuần 7 chuẩn bị kiểm tra giữa học phần.
	Bài tập lớn: Đánh giá kết quả		2	[1]	Sinh viên thực hiện ở nhà

Tuần	Nội dung giảng dạy	Lý thuyết	Thực hành	Tài liệu đọc trước	Nhiệm vụ của SV
	đạt được, những mặt hạn chế của vấn đề nghiên cứu ở doanh nghiệp.			[2] [3]	và viết báo cáo thu hoạch
8	Kiểm tra giữa học phần	2		[1] [2] [3]	Làm bài kiểm tra giữa học phần
	Bài tập lớn: Đánh giá kết quả đạt được, những mặt hạn chế của vấn đề nghiên cứu ở doanh nghiệp.		2	[1] [2] [3]	Sinh viên thực hiện ở nhà và viết báo cáo thu hoạch
9	Chương 5: Hoạch định chính sách sản phẩm 5.1. Khái niệm về sản phẩm 5.2. Quyết định về danh mục sản phẩm 5.3. Quyết định về loại sản phẩm 5.4. Chiến lược phát triển sản phẩm mới	2		[1] [2] [3]	Nghiên cứu tài liệu: - [1]: Chương 5/Mục 5.1 đến 5.4; - [2]: Chương 9; - [3]: Chương 9; - Trả lời câu hỏi 1-4 chương 5 [1].
	Bài tập lớn: Xác định nguyên nhân dẫn đến những hạn chế của của vấn đề nghiên cứu ở doanh nghiệp.		2	[1] [2] [3]	Sinh viên thực hiện ở nhà và viết báo cáo thu hoạch
10	Chương 5: (tiếp) 5.5. Quyết định về nhãn hiệu 5.6. Marketing dịch vụ	2		[1] [2] [3]	Nghiên cứu tài liệu: - [1]: Chương 5/Mục 5.5 đến 5.6; - [2]: Chương 11; - [3]: Chương 9; - Trả lời câu hỏi 5 chương 5 [1].
	Bài tập lớn: Xác định mục tiêu, phương hướng của vấn đề nghiên cứu ở doanh nghiệp đã lựa chọn.		2	[1] [2] [3]	Sinh viên thực hiện ở nhà và viết báo cáo thu hoạch
11	Chương 6: Các quyết định về giá 6.1. Một số mục tiêu định giá	2		[1]	Nghiên cứu tài liệu: - [1]: Chương 6/Mục 6.1 đến 6.2;

Tuần	Nội dung giảng dạy	Lý thuyết	Thực hành	Tài liệu đọc trước	Nhiệm vụ của SV
	6.2. Các chiến lược định giá			[2] [3]	- [2]: Chương 12; - [3]: Chương 10; - Trả lời câu hỏi 1-2 chương 6 [1].
	Bài tập lớn: Xác định các nhóm giải pháp chủ yếu khắc phục những hạn chế trong vấn đề nghiên cứu ở doanh nghiệp.		2	[1] [2] [3]	Sinh viên thực hiện ở nhà và viết báo cáo thu hoạch
12	Chương 6: (tiếp) 6.2. Các chiến lược định giá (tiếp) 6.3. Chiến lược điều chỉnh giá	2		[1] [2] [3]	Nghiên cứu tài liệu: - [1]: Chương 6/Mục 6.2, 6.3; - [2]: Chương 12; - [3]: Chương 10; Chương 11; - Trả lời câu hỏi 3 chương 6 [1].
	Bài tập lớn: Hoàn thiện nội dung giải pháp 1		2	[1] [2] [3]	Sinh viên thực hiện ở nhà và viết báo cáo thu hoạch
13	Chương 7: Quản trị hệ thống kênh phân phối 7.1. Vai trò, chức năng của kênh phân phối 7.2. Cấu trúc và hoạt động của kênh phân phối 7.3. Các hình thức và biện pháp quản lý kênh phân phối	2		[1] [2] [3]	Nghiên cứu tài liệu: - [1]: Chương 7/Mục 7.1 đến 7.3; - [2]: Chương 13; - [3]: Chương 11; - Trả lời câu hỏi 1-3 chương 7 [1].
	Bài tập lớn: Hoàn thiện nội dung giải pháp 2		2	[1] [2] [3]	Sinh viên thực hiện ở nhà và viết báo cáo thu hoạch
14	Chương 8: Quản trị quảng cáo và xúc tiến bán hàng 8.1. Khái niệm về xúc tiến yểm trợ bán hàng 8.2. Các hình thức xây dựng	2		[1] [2]	Nghiên cứu tài liệu: - [1]: Chương 8/Mục 8.1 đến 8.2; - [2]: Chương 14; Chương 12;

Tuần	Nội dung giảng dạy	Lý thuyết	Thực hành	Tài liệu đọc trước	Nhiệm vụ của SV
	ngân sách xúc tiến yểm trợ			[3]	- [3]: Chương 12; - Trả lời câu hỏi 4-5 chương 7, câu hỏi 1 chương 8 [1].
	Bài tập lớn: Hoàn thiện nội dung giải pháp 3		2	[1] [2] [3]	Sinh viên thực hiện ở nhà và viết báo cáo thu hoạch
15	Chương 8: (tiếp) 8.3. Quảng cáo và kế hoạch chiến lược 8.4. Xúc tiến bán hàng	2		[1] [2] [3]	Nghiên cứu tài liệu: - [1]: Chương 8/Mục 8.3 đến 8.4; - [2]: Chương 14; - [3]: Chương 12; - Trả lời câu hỏi 2-5 chương 8 [1].
	Bài tập lớn: Hoàn thiện nội dung kết luận, khuyến nghị (nếu có) và hoàn thiện, in báo cáo bài tập lớn.		2	[1] [2] [3]	Sinh viên thực hiện ở nhà và hoàn thiện báo cáo nộp cho giảng viên.

Hải Dương, ngày 19 tháng 8 năm 2016



TS. Phí Đăng Tuệ

TRƯỞNG KHOA

Nguyễn Thị Nhân

TRƯỞNG BỘ MÔN

Tô Thu Thủy