

BỘ CÔNG THƯƠNG
TRƯỜNG ĐẠI HỌC SAO ĐỎ

ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN
QUẢN TRỊ BÁN HÀNG

Số tín chỉ: 03

Trình độ đào tạo: Đại học

Ngành đào tạo: Quản trị kinh doanh

Năm 2016

ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

Trình độ đào tạo: Đại học

Ngành đào tạo: Quản trị kinh doanh

- Tên học phần:** Quản trị bán hàng
- Mã học phần:** QTRI 346
- Số tín chỉ:** 3 (3,0)
- Trình độ cho sinh viên:** Năm thứ 3
- Phân bố thời gian:**
 - Lên lớp: 45 tiết lý thuyết
 - Tự học: 90 giờ
- Điều kiện tiên quyết:** Sinh viên học sau học phần luật kinh tế, marketing căn bản.
- Giảng viên:**

STT	Học hàm, học vị, họ tên	Số điện thoại	Email
1	ThS. Nguyễn Thị Ngọc Mai	0916.143.388	ngocmai242@gmail.com
2	ThS. Vũ Thị Hương	0977.244.097	huongvudhsd20102014@gmail.com
3	ThS. Nguyễn Thị Huế	0984.152.429	nguyenthihue85dhsd@gmail.com

8. Mô tả nội dung của học phần:

- Trong nội dung môn học sinh viên cần nắm vững các kiến thức cơ bản về bán hàng, quản trị bán hàng; hành vi mua hàng của khách hàng tiêu dùng, khách hàng tổ chức; phương pháp bán hàng.

- Sau khi học xong môn quản trị bán hàng sinh viên vận dụng được các kỹ năng bán hàng cơ bản vào trong tình huống thực tế để xử lý tốt các tình huống bán hàng cũng như rèn luyện và nâng cao khả năng thuyết trình, xây dựng được bản mô tả công việc, xây dựng được chương trình khuyến mãi và xây dựng quy trình mua hàng của khách hàng tiêu dùng và khách hàng tổ chức.

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 khái niệm về bán hàng, quản trị bán hàng, các hình thức bán hàng, quy trình quản trị bán hàng.	1	[1.2.1.2a]

Mục tiêu	Mô tả	Mức độ theo thang đo Bloom	Phân bổ mục tiêu học phần trong CTĐT
MT1.2	Vận dụng được các kiến thức cơ bản về quản trị bán hàng, ra quyết định lựa chọn hình thức bán hàng cho doanh nghiệp; tổ chức, thực hiện, kiểm tra, điều chỉnh hoạt động bán hàng của doanh nghiệp.	3	[1.2.1.2b]
MT2	Kỹ năng		
MT2.1	Phân tích môi trường kinh doanh, nghiên cứu hành vi mua của người tiêu dùng và tổ chức, từ đó đưa ra các chiến lược bán hàng hợp lý.	4	[1.2.2.1]
MT2.2	Phân tích và lập kế hoạch bán hàng và kiểm tra, kiểm soát, quản trị bán hàng trong doanh nghiệp.	4	
MT2.3	Phân tích, tổng hợp, đánh giá và năng lực dẫn dắt chuyên môn để giải quyết vấn đề liên quan đến bán hàng của doanh nghiệp.	5	[1.2.2.3]
MT3	Năng lực tự chủ và trách nhiệm		
MT3.1	Vận dụng kiến thức quản trị bán hàng đã học để làm việc độc lập, làm việc theo nhóm, giải quyết công việc, vấn đề phức tạp trong điều kiện làm việc thay đổi.	3	[1.2.3.1]
MT3.2	Phân tích nội dung quản trị bán hàng để định hướng, lập kế hoạch, điều phối, quản lý, hướng dẫn, giám sát, đánh giá và đưa ra kết luận các công việc thuộc chuyên môn nghề nghiệp.	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:

CDR học phần	Mô tả	Thang đo Bloom	Phân bổ CDR học phần trong CTĐT
CDR1	Kiến thức		
CDR1.1	Trình bày được khái niệm về bán hàng, quản trị bán hàng, nghiên cứu hành vi mua của khách hàng.	1	[2.1.5]
CDR1.2	Trình bày được các kỹ thuật cơ bản sử dụng khi bán hàng và quy trình bán hàng	1	

CĐR học phần	Mô tả	Thang đo Bloom	Phân bổ CĐR học phần trong CTĐT
CĐR1.3	Trình bày được những điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội, nguy cơ khi nghiên cứu môi trường kinh doanh và tiềm lực bán hàng của doanh nghiệp.	1	
CĐR1.4	Trình bày được nội dung các mô hình tổ chức bán hàng của doanh nghiệp.	1	
CĐR1.5	Trình bày được các loại lực lượng bán hàng và quy mô lực lượng bán hàng của doanh nghiệp.	1	
CĐR1.6	Trình bày được khái niệm tuyển dụng, đào tạo và tạo động lực cho lực lượng bán hàng của doanh nghiệp	1	
CĐR1.7	Trình bày được các trình bày được các tiêu chuẩn và phương pháp kiểm tra hoạt động bán hàng của doanh nghiệp.	1	
CĐR2	Kỹ năng		
CĐR2.1	Phân tích môi trường kinh doanh tác động đến hoạt động bán hàng và quy trình quản trị bán hàng của doanh nghiệp	4	[2.2.1]
CĐR2.2	Phân tích hành vi mua hàng của khách hàng.	4	
CĐR2.3	Lựa chọn chiến lược bán hàng và lập kế hoạch bán hàng; tổ chức thực hiện, kiểm tra, đánh giá và điều chỉnh hoạt động bán hàng.	5	[2.2.2]
CĐR2.4	Có kỹ năng bán hàng và giải quyết vấn đề liên quan đến quản trị bán hàng tại doanh nghiệp.	5	[2.2.5]
CĐR3	Năng lực tự chủ và trách nhiệm		
CĐR3.1	Vận dụng kiến thức đã học về quản trị bán hàng để có khả năng làm việc độc lập hoặc làm việc theo nhóm, có ý thức chịu trách nhiệm và tư duy phản biện khoa học.	3	[2.3.1]
CĐR3.2	Phân tích nội dung quản trị bán hàng để hướng dẫn, giám sát những người khác thực hiện nhiệm vụ, đánh giá chất lượng công việc, chịu trách nhiệm cá nhân và với nhóm.	4	[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												
		CDR1							CDR2				CDR3	
		CDR 1.1	CDR 1.2	CDR 1.3	CDR 1.4	CDR 1.5	CDR 1.6	CDR 1.7	CDR 2.1	CDR 2.2	CDR 2.3	CDR 2.4	CDR 3.1	CDR 3.2
1	Chương 1: Tổng quan về bán hàng và quản trị bán hàng 1.1. Tổng quan về bán hàng 1.2. Tổng quan về quản trị bán hàng	X							X				X	X
2	Chương 2: Kỹ năng và phương pháp bán hàng 2.1. Nghiên cứu hành vi mua của khách hàng 2.2. Kỹ thuật bán hàng 2.3. Bán hàng qua trung gian 2.4. Chế độ khách hàng lớn 2.5. Quản lý quan hệ khách hàng 2.6. Hoạt động chăm sóc khách hàng	X	X							X		X	X	X
3	Chương 3: Xây dựng kế hoạch bán hàng 3.1. Các dạng kế hoạch bán hàng 3.2. Quy trình xây dựng kế hoạch bán hàng 3.3. Các công cụ hỗ trợ lập kế hoạch bán hàng			X					X	X	X	X	X	X
4	Chương 4: Tổ chức bán hàng 4.1. Tổ chức mạng lưới bán hàng 4.2. Tổ chức lực lượng bán hàng				X	X	X				X	X	X	X
5	Chương 5: Kiểm soát bán hàng 5.1. Kiểm soát hoạt động bán hàng của doanh nghiệp 5.2. Giám sát và đánh giá thành tích của nhân viên bán hàng							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	Điểm thường xuyên.
CĐR2	Kiểm tra giữa học phần, thi kết thúc học phần.
CĐR3	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, chuyên cần của sinh viên, ...	01 điểm	20%	
2	Kiểm tra giữa học phần	01 điểm	30%	
3	Thi kết thúc học phần	01 điểm	50%	

11.3. Phương pháp đánh giá

- Điểm kiểm tra thường xuyên; điểm đánh giá nhận thức; điểm thái độ; điểm chuyên cần được đánh giá theo phương pháp quan sát.

- Kiểm tra giữa học phần được thực hiện sau khi học xong nội dung 2.6 chương 2, được đánh giá theo hình thức trắc nghiệm:

- + Thời gian làm bài: 50 phút
- + Sinh viên không sử dụng tài liệu

- Thi kết thúc học phần theo hình thức trắc nghiệm:

- + Thời gian làm bài: 50 phút
- + Sinh viên không sử dụng tài liệu

12. Phương pháp dạy và học

- 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 đầy đủ, trau dồi kỹ năng làm việc nhóm để chuẩn bị bài thảo luận. Tích cực, chủ động nắm bắt kiến thức lý thuyết để vận dụng và phát triển kỹ năng nghề nghiệp. Trong quá trình học tập, sinh viên được khuyến khích đặt câu hỏi phản biện, trình bày quan điểm, các ý tưởng sáng tạo 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 bán hàng.

- Yêu cầu về làm bài tập: Làm đầy đủ các bài tập áp dụng, các chủ đề tự học theo nhóm.

- 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 học phần 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] Trường Đại học Sao Đỏ (2016), Giáo trình *Quản trị bán hàng*.

- **Tài liệu tham khảo**

[2] Trần Thị Thập, *Quản trị bán hàng* (2012), Nhà xuất bản thông tin và truyền thông.

[3] Lưu Đan Thọ, Nguyễn Vũ Quân, *Quản trị bán hàng hiện đại* (2016), Nhà xuất bản 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	Chương 1: Tổng quan về bán hàng và quản trị bán hàng Mục tiêu chương: Trình bày được khái lược về bán hàng, quản trị bán hàng. Phân tích và vận dụng được các bước quản trị bán hàng vào thực tiễn. Nội dung cụ thể: 1.1. Tổng quan về bán hàng 1.1.1. Khái niệm bán hàng 1.1.2. Quá trình phát triển của bán hàng 1.1.3. Bản chất, vai trò của hoạt động bán hàng 1.1.4. Các loại hình bán hàng trong doanh nghiệp	3		[1] [2] [3]	- Nghiên cứu tài liệu [1], chương 1, mục 1.1.1 đến 1.1.4. - Đọc tài liệu [2], chương 1, trang 6 - 19. - Đọc tài liệu [3], chương 1, trang 2 - 13.
2	1.1.5. Nhân viên bán hàng 1.2. Tổng quan về quản trị bán hàng 1.2.1. Khái niệm quản trị bán hàng 1.2.2. Quy trình quản trị bán hàng 1.2.3. Người quản trị bán hàng chuyên nghiệp	3		[1] [2] [3]	- Nghiên cứu tài liệu [1], chương 1, mục 1.1.5 đến mục 1.2. - Đọc tài liệu [2], chương 1 trang 19 - 42. - Đọc tài liệu [3], chương 1, trang 33 - 43.
3	Chương 2: Kỹ năng và phương pháp bán hàng Mục tiêu chương: Nghiên cứu được hành vi mua hàng của khách hàng. Xác định được các kỹ thuật bán hàng cơ bản. Vận dụng quy trình bán hàng trong thực tế. Phân tích được các hoạt động quản trị quan hệ khách hàng và chăm sóc khách hàng lớn.	3		[1] [2] [3]	- Nghiên cứu tài liệu [1], chương 2, mục 2.1. - Đọc tài liệu [2], chương 2, trang 44 - 112. - Đọc tài liệu [3], chương 3, trang 116 - 155.

Tuần	Nội dung giảng dạy	Lý thuyết	Thực hành	Tài liệu đọc trước	Nhiệm vụ của SV
	Nội dung cụ thể: 2.1. Nghiên cứu hành vi mua của khách hàng 2.1.1. Khái niệm hành vi khách hàng 2.1.2. Hành vi mua của người tiêu dùng 2.1.3. Hành vi mua của tổ chức				
4	Chương 2 (tiếp) 2.2. Kỹ thuật bán hàng 2.2.1. Các kỹ thuật cơ bản sử dụng khi bán hàng 2.2.2. Quy trình bán hàng	3		[1] [2] [3]	- Nghiên cứu tài liệu [1], chương 2, mục 2.2. - Đọc tài liệu [2], chương 2, trang 113 - 138. - Đọc tài liệu [3], chương 4, trang 205 – 211.
5	Chương 2 (tiếp) 2.3. Bán hàng qua trung gian 2.3.1. Các loại trung gian phân phối 2.3.2. Lựa chọn trung gian phân phối có hiệu quả 2.4. Chế độ khách hàng lớn 2.4.1. Khái niệm khách hàng lớn 2.4.2. Quản trị mối quan hệ với khách hàng lớn	3		[1] [2]	- Nghiên cứu tài liệu [1], chương 2, mục 2.3 đến mục 2.4. - Đọc tài liệu [2], chương 2, trang 138 – 153.
6	Chương 2 (tiếp) 2.5. Quản lý quan hệ khách hàng 2.5.1. Khái niệm quản lý quan hệ khách hàng 2.5.2. Nguyên lý của quản lý quan hệ khách hàng 2.5.3. Nội dung cơ bản của quản lý quan hệ khách hàng 2.6. Hoạt động chăm sóc khách hàng 2.6.1. Khái niệm chăm sóc khách hàng	3		[1] [2] [3]	- Nghiên cứu tài liệu [1], chương 2, mục 2.5 đến mục 2.6. - Đọc tài liệu [2], chương 2, trang 153 – 177. - Đọc tài liệu [3], chương 4, trang 222 - 223. - Ôn tập chuẩn bị kiểm tra giữa học phần.
7	Kiểm tra giữa học phần 2.6.2. Các nguyên tắc chăm sóc	3		[1] [2]	Làm bài kiểm tra giữa học phần

Tuần	Nội dung giảng dạy	Lý thuyết	Thực hành	Tài liệu đọc trước	Nhiệm vụ của SV
	<i>khách hàng</i> 2.6.3. Các quyết định về chăm sóc khách hàng của doanh nghiệp			[3]	
8	Chương 3: Xây dựng kế hoạch bán hàng Mục tiêu chương: Trình bày được khái niệm kế hoạch bán hàng. Xác định được các dạng kế hoạch bán hàng và quy trình xây dựng kế hoạch bán hàng. Phân tích môi trường kinh doanh và tiềm lực bán hàng của doanh nghiệp. Vận dụng các công cụ hỗ trợ lập kế hoạch bán hàng. Nội dung cụ thể: 3.1. Các dạng kế hoạch bán hàng 3.1.1. Khái niệm kế hoạch bán hàng 3.1.2. Các dạng kế hoạch bán hàng của doanh nghiệp 3.2. Quy trình xây dựng kế hoạch bán hàng 3.2.1. Nghiên cứu nhiệm vụ, mục tiêu của doanh nghiệp 3.2.2. Phân tích môi trường kinh doanh và tiềm lực bán hàng của doanh nghiệp 3.2.3. Xác định mục tiêu và chỉ tiêu bán hàng	3		[1] [2]	- Nghiên cứu tài liệu [1], chương 3, mục 3.1.1 đến 3.2.3. - Đọc tài liệu [2], chương 3 trang 179 - 195.
9	Chương 3 (tiếp) 3.2.4. Xác định các hoạt động và chương trình bán hàng 3.2.5. Xây dựng ngân sách bán hàng 3.2.6. Hoàn chỉnh kế hoạch bán hàng	3		[1] [2] [3]	- Nghiên cứu tài liệu [1], chương 3, mục 3.2.4 đến 3.2.6. - Đọc tài liệu [2] trang 195 – 211 - Đọc tài liệu [3], chương 7, trang 330 - 338.
10	Chương 3 (tiếp) 3.3. Các công cụ hỗ trợ lập kế hoạch bán hàng	3		[1] [2]	- Nghiên cứu tài liệu [1], chương 3, mục 3.3 - Đọc tài liệu [2]

Tuần	Nội dung giảng dạy	Lý thuyết	Thực hành	Tài liệu đọc trước	Nhiệm vụ của SV
	3.3.1. Phân tích dữ liệu bán hàng 3.3.2. Dự báo bán hàng				chương 3 trang 212 – 226.
11	Chương 4: Tổ chức bán hàng Mục tiêu chương: Trình bày được nội dung tổ chức mạng lưới bán hàng và tổ chức lực lượng bán hàng. Phân tích được các nội dung xác định quy mô lực lượng bán hàng. 4.1. Tổ chức mạng lưới bán hàng 4.1.1. Các quyết định về kênh phân phối của doanh nghiệp 4.1.2. Các mô hình tổ chức bán hàng của doanh nghiệp 4.1.3. Phân chia khu vực bán hàng và quản lý địa bàn bán hàng	3		[1] [2] [3]	- Nghiên cứu tài liệu [1], chương 4, mục 4.1. - Đọc tài liệu [2] chương 4 trang 227 - 248. - Đọc tài liệu [3], chương 5, trang 234 - 242.
12	Chương 4 (tiếp) 4.2. Tổ chức lực lượng bán hàng 4.2.1. Khái niệm lực lượng bán hàng 4.2.2. Phân loại lực lượng bán hàng 4.2.3. Xác định quy mô của lực lượng bán hàng	3		[1] [2] [3]	- Nghiên cứu tài liệu [1], chương 4 mục 4.2. - Đọc tài liệu [2] chương 4 trang 248 – 256. - Đọc tài liệu [3], chương 5, trang 243 - 261.
13	Chương 4 (tiếp) 4.2.4. Tuyển dụng, huấn luyện và tạo động lực cho lực lượng bán hàng	3		[1] [2] [3]	- Nghiên cứu tài liệu [1], chương 4, mục 4.2.4. - Đọc tài liệu [2] chương 4 trang 256 – 269. - Đọc tài liệu [3], chương 6, trang 280 - 317.
14	Chương 5: Kiểm soát bán hàng Mục tiêu chương: Trình bày được các nội dung kiểm soát hoạt động bán hàng. Trình bày được các nội dung về giám sát và đánh giá thành tích của nhân viên bán hàng.	3		[1] [2]	- Nghiên cứu tài liệu [1], chương 5, mục 5.1. - Đọc tài liệu [2] chương 5 trang 271 – 276.


Tuần	Nội dung giảng dạy	Lý thuyết	Thực hành	Tài liệu đọc trước	Nhiệm vụ của SV
	Nội dung cụ thể: 5.1. Kiểm soát hoạt động bán hàng của doanh nghiệp 5.1.1. Tiêu chuẩn kiểm soát hoạt động bán hàng 5.1.2. Các phương pháp kiểm soát hoạt động bán hàng				
15	Chương 5 (tiếp) 5.2. Giám sát và đánh giá thành tích của nhân viên bán hàng 5.2.1. Giám sát hoạt động bán hàng của nhân viên 5.2.2. Đánh giá thành tích của nhân viên bán hàng	3		[1] [2]	- Nghiên cứu tài liệu [1], chương 5, mục 5.2. - Đọc tài liệu [2] chương 5 trang 276 – 288.

Hải Dương, ngày 19 tháng 8 năm 2016

TRƯỜNG KHOA

TRƯỜNG BỘ MÔN

KT. HIỆU TRƯỞNG
PHÓ HIỆU TRƯỞNG




TRƯỜNG
ĐẠI HỌC
SAO ĐỎ

TS. Phí Đăng Tuệ



Nguyễn Thị Nhàn



Tô Thu thủy