

BỘ CÔNG THƯƠNG
TRƯỜNG ĐẠI HỌC SAO ĐỎ

ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN
PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM MỚI

Số tín chỉ: 02

Trình độ đào tạo: Đại học

Ngành đào tạo: Công nghệ thực phẩm

Năm 2020

ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

Trình độ đào tạo: Đại học

Ngành đào tạo: Công nghệ thực phẩm

1. Tên học phần: Phát triển sản phẩm mới

2. Mã học phần: CNTP 028

3. Số tín chỉ: 2 (2, 0)

4. Trình độ cho sinh viên: Năm thứ hai

5. Phân bổ thời gian

- Lên lớp: 30 tiết lý thuyết

- Tự học: 60 giờ

6. Điều kiện tiên quyết: Đã học xong các học phần: Công nghệ chế biến thịt - cá – trứng, Công nghệ chế biến rau quả - lương thực, Công nghệ sản xuất bánh kẹo, Công nghệ chế biến sữa, Công nghệ sản xuất rượu – bia - nước giải khát.

7. Giảng viên

STT	Học hàm, học vị, họ tên	Số điện thoại	Email
1	ThS. Vũ Thị Hồng	0982.095.072	ngocbaochau2812@gmail.com
2	ThS. Nguyễn Công Hiếu	0968.758.855	conghieu.cntp@gmail.com
3	TS. Nguyễn Mạnh Dũng	0912.530.248	dzung3771@gmail.com

8. Mô tả nội dung của học phần

Học phần trang bị cho người học về khái niệm sản phẩm mới, vai trò của phát triển sản phẩm mới, phương thức phát triển sản phẩm mới, điều kiện cần cho phát triển sản phẩm mới; quá trình phát triển một sản phẩm thực phẩm; chính sách sản phẩm, chính sách giá, chính sách phân phối, chính sách xúc tiến hỗn hợp trong phát triển sản phẩm mới.

9. Mục tiêu và chuẩn đầu ra 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 bổ mục tiêu học phần trong CTĐT
MT1	Kiến thức		
MT1.1	Trình bày được các bước để phát triển sản phẩm mới.	2	[1.2.1.2c]
MT1.2	Trình bày được chính sách sản phẩm, chính sách giá, chính sách phân phối, chính sách xúc tiến hỗn hợp.	2	

Mục tiêu	Mô tả	Mức độ theo thang đo Bloom	Phân bố mục tiêu học phần trong CTĐT
MT1.3	Trình bày được các khái niệm sản phẩm mới, phân tích được vai trò của phát triển sản phẩm mới, phương thức để phát triển sản phẩm mới, các điều kiện trong phát triển sản phẩm mới.	4	
MT1.4	Phân tích được các giai đoạn trong chu kỳ sống của sản phẩm.	4	
MT2	Kỹ năng		
MT2.1	Xác định được chu kỳ sống của một sản phẩm.	3	
MT2.2	Đưa ra được ý tưởng sản phẩm mới, lựa chọn được ý tưởng, xây dựng được dự án sản phẩm mới, chiến lược marketing cho sản phẩm mới, xây dựng được quy trình sản xuất, nguyên liệu, thiết bị, đưa ra được phương pháp thử nghiệm thị trường, xác định thời gian đưa sản phẩm mới ra thị trường.	3	[1.2.2.3]
MT2.3	Lựa chọn được chính sách giá, chính sách phân phối và xúc tiến hỗn hợp trong phát triển sản phẩm mới.	4	
MT3	Mức tự chủ và trách nhiệm		
MT3.1	Có khả năng làm việc độc lập hoặc làm việc theo nhóm, chịu trách nhiệm cá nhân và trách nhiệm đối với nhóm trong điều kiện làm việc thay đổi.	2	[1.2.3.1] [1.2.3.2]
MT3.2	Có khả năng tự cập nhật các kiến thức nâng cao liên quan đến học phần.	3	

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 bố CDR học phần trong CTĐT
CDR1	Kiến thức		
CDR1.1	Mô tả được các bước để phát triển sản phẩm mới.	2	
CDR1.2	Nêu được chính sách sản phẩm, chính sách giá, chính sách phân phối, chính sách xúc tiến hỗn hợp trong phát triển sản phẩm mới.	2	[2.1.4] [2.1.5]

CDR học phần	Mô tả	Thang đo Bloom	Phân bố CDR học phần trong CTĐT
CDR1.3	Nêu khái niệm sản phẩm mới, phân tích được vai trò của phát triển sản phẩm mới, phương thức để phát triển sản phẩm mới, các điều kiện trong phát triển sản phẩm mới.	4	
CDR1.4	Phân tích được các giai đoạn trong chu kỳ sống của sản phẩm.	4	
CDR2	Kỹ năng		
CDR2.1	Lựa chọn được phương thức để phát triển sản phẩm mới.	3	
CDR2.2	Thực hiện phát triển sản phẩm mới ngành thực phẩm (hình thành ý tưởng, lựa chọn ý tưởng, xây dựng dự án sản phẩm mới, xây dựng chiến lược marketing, quy trình sản xuất, nguyên liệu...); xác định được chu kỳ sống của một sản phẩm,	3	[2.2.6] [2.2.7]
CDR2.3	Lựa chọn được chính sách giá, chính sách phân phối và chính sách xúc tiến hỗn hợp trong phát triển sản phẩm mới.	4	
CDR3	Mức tự chủ và trách nhiệm		
CDR3.1	Có khả năng làm việc độc lập hoặc làm việc theo nhóm, chịu trách nhiệm cá nhân và trách nhiệm đối với nhóm trong điều kiện làm việc thay đổi.	2	[2.3.1] [2.3.2]
CDR3.2	Có khả năng tự cập nhật các kiến thức nâng cao liên quan đến học phần.	3	[2.3.3]

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 2.1	CDR 2.2	CDR 2.3	CDR 3.1	CDR 3.2
1	Chương 1. Tổng quan phát triển sản phẩm mới 1.1. Khái niệm sản phẩm mới 1.2. Vai trò của phát triển sản phẩm mới 1.3. Phương thức phát triển sản phẩm mới 1.4. Điều kiện phát triển sản phẩm mới 1.5. Các tiêu chuẩn đánh giá sự thành công quá trình phát triển sản phẩm mới			X		X			X	X

2	Chương 2. Quá trình phát triển sản phẩm mới 2.1. Hình thành ý tưởng 2.2. Lựa chọn ý tưởng 2.3. Soạn thảo dự án và thẩm định dự án 2.4. Xây dựng chiến lược marketing cho sản phẩm 2.5. Thiết kế sản phẩm mới 2.6. Thử nghiệm sản phẩm trên thị trường 2.7. Thương mại hóa 2.8. Chu kỳ sống của sản phẩm 2.9. Ví dụ phát triển sản phẩm mới	x			x		x		x	x
3	Chương 3. Tiêu thụ sản phẩm 3.1. Chính sách sản phẩm 3.2. Chính sách giá 3.3. Chính sách phân phối 3.4. Chính sách xúc tiến hỗn hợp			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	Thảo luận nhóm, kiểm tra thường xuyên, kiểm tra việc tự học, kiểm tra giữa học phần và thi kết thúc học phần.
CĐR2	Thảo luận nhóm, kiểm tra thường xuyên, kiểm tra việc tự học, kiểm tra giữa học phần và thi kết thúc học phần.
CĐR3	Thảo luận nhóm, kiểm tra việc tự học, kiểm tra thường xuyên.

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, làm bài tập ở nhà, chuyên cần của sinh viên.	01 điểm	20%	Điểm trung bình của các lần đánh giá
2	Kiểm tra giữa học phần.	01 điểm	30%	
3	Thi kết thúc học phần.	01 điểm	50%	

11.3. Phương pháp đánh giá

Học phần sử dụng phương pháp đánh giá điểm thành phần như sau:

- Kiểm tra thường xuyên; đánh giá nhận thức và thái độ tham gia thảo luận; đánh giá phần bài tập; chuyên cần: Vấn đáp.
- Kiểm tra giữa học phần: Tự luận (01 bài kiểm tra, thời gian làm bài: 50 phút).
- Thi kết thúc học phần: Vấn đáp (01 bài thi, thời gian làm bài: 45 phút).

12. Yêu cầu học phần

- Yêu cầu về nghiên cứu tài liệu: Đọc các tài liệu bắt buộc và tài liệu tham khảo.
- Yêu cầu về chuẩn bị bài: Chuẩn bị đầy đủ các nội dung giảng viên giao và 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 bài tập và các chủ đề tự học, tự nghiên cứu.
- Yêu cầu về chuyên cần: Sinh viên tham dự ít nhất 80% thời lượng học phần theo quy chế.
- Yêu cầu về kiểm tra giữa học phần và thi kết thúc học phần: Sinh viên thực hiện theo quy chế.

13. Tài liệu phục vụ học tập

Tài liệu bắt buộc:

[1] - Đại học Sao Đỏ (2020), *Bài giảng Phát triển sản phẩm mới*.

Tài liệu tham khảo:

[2] Trần Minh Đạo (chủ biên) (2006), *Giáo trình marketing căn bản*, Nhà xuất bản Đại học kinh tế quốc dân- Hà Nội.

[3] Nguyễn Thành Độ (chủ biên) (2007), *Quản trị kinh doanh*, Nhà xuất bản Đại học Kinh tế quốc dân.

[4] Bùi Văn Đông (dịch) (2005), *Chiến lược & sách lược kinh doanh*, Nhà xuất bản lao động – xã hội.

14. Nội dung chi tiết học phần và phương pháp dạy học

TT	Nội dung giảng dạy	Số tiết	Phương pháp dạy-học	CĐR học phần
1	Chương 1. Tổng quan phát triển sản phẩm mới Mục tiêu chương: Sau khi học xong chương này sinh viên sẽ: - Trình bày được khái niệm sản phẩm mới, các tiêu chuẩn đánh giá sự thành công của quá trình phát triển sản phẩm. - Phân tích được vai trò, phương thức, điều kiện của phát triển sản phẩm mới. Nội dung cụ thể: 1.1. Khái niệm sản phẩm mới 1.2. Vai trò của phát triển sản	8LT	Thuyết trình; phát vấn; dạy học dựa trên vấn đề; tổ chức thảo luận theo nhóm. - Giảng viên: + Làm rõ được khái niệm, vai trò, phương thức phát triển sản phẩm mới; điều kiện phát triển sản phẩm mới; các tiêu chuẩn đánh giá sự thành công trong phát triển sản phẩm mới. + Phát vấn sinh viên về	CĐR1.3 CĐR2.1 CĐR3.1 CĐR3.2

TT	Nội dung giảng dạy	Số tiết	Phương pháp dạy-học	CĐR học phần
	<p>phẩm mới</p> <p>1.3. Phương thức phát triển sản phẩm mới</p> <p>1.4. Điều kiện phát triển sản phẩm mới</p> <p>1.4.1. Nghiên cứu thị trường</p> <p>1.4.2. Chất lượng thực phẩm</p> <p>1.4.3. Người tiêu dùng trong phát triển sản phẩm</p> <p>1.5. Các tiêu chuẩn đánh giá sự thành công của quá trình phát triển sản phẩm</p>		<p>những nội dung liên quan đến bài học; nhận xét, đánh giá hoạt động của sinh viên.</p> <p>- Sinh viên:</p> <p>+ Đọc trước tài liệu: [1]: Chương 1. [2]: Trang 93÷238. [3]: Trang 217÷351.</p> <p>Khái niệm, vai trò, phương thức phát triển sản phẩm mới.</p> <p>+ Lắng nghe, trả lời câu hỏi, quan sát, ghi chép và giải quyết các vấn đề.</p> <p>+ Thực hiện nhiệm vụ về nhà [1]: Câu hỏi ôn tập chương 1.</p> <p>+ Chuẩn bị nội dung thảo luận giảng viên giao.</p>	
2	<p>Chương 2. Quá trình phát triển sản phẩm mới</p> <p>Mục tiêu chương: Sau khi học xong chương này sinh viên sẽ:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Trình bày được các bước để phát triển sản phẩm mới. - Phân tích được chu kỳ sống của sản phẩm. - Thực hiện phát triển một sản phẩm mới ngành thực phẩm. <p>Nội dung cụ thể:</p> <p>2.1. Hình thành ý tưởng</p> <p>2.2. Lựa chọn ý tưởng</p> <p>2.3. Soạn thảo dự án và thẩm định dự án</p>	13LT, 1KT	<p>Thuyết trình; phát vấn; dạy học dựa trên vấn đề; tổ chức thảo luận theo nhóm.</p> <p>- Giảng viên:</p> <ul style="list-style-type: none"> + Giới thiệu bảy bước để phát triển sản phẩm mới, chu kỳ sống của sản phẩm. + Phát vấn sinh viên, nhận xét, đánh giá hoạt động của sinh viên. <p>- Sinh viên:</p> <ul style="list-style-type: none"> + Đọc trước tài liệu: [1]: Chương 2. [2]: Trang 196÷261. 	CĐR1.1 CĐR1.4 CĐR2.2 CĐR3.1 CĐR3.2

TT	Nội dung giảng dạy	Số tiết	Phương pháp dạy-học	CĐR học phần
	2.4. Xây dựng chiến lược marketing cho sản phẩm 2.5. Thiết kế sản phẩm mới 2.5.1. Nội dung của thiết kế sản phẩm mới 2.5.2. Những yếu tố quan trọng trong thiết kế sản phẩm mới 2.5.3. Nhu cầu ứng dụng công nghệ mới 2.6. Thử nghiệm sản phẩm trên thị trường 2.7. Thương mại hóa 2.8. Chu kỳ sống của sản phẩm 2.9. Ví dụ phát triển sản phẩm mới		[3]: Trang 266÷368. [4]: Trang 258÷265. Các bước để phát triển sản phẩm mới, chu kỳ sống của sản phẩm. + Lắng nghe, quan sát ghi chép và giải quyết các vấn đề. + Thực hiện nhiệm vụ về nhà [1]: Câu hỏi ôn tập chương 2. + Chuẩn bị nội dung giảng viên giao nhiệm vụ về nhà.	
3	Chương 3. Tiêu thụ sản phẩm Mục tiêu chương: Sau khi học xong chương này sinh viên sẽ: - Trình bày được chính sách sản phẩm, chính sách giá, chính sách phân phối, chính sách xúc tiến hỗn hợp. - Đưa ra được chính sách phân phối, giá, xúc tiến hỗn hợp trong phát triển sản phẩm mới. Nội dung cụ thể: 3.1. Chính sách sản phẩm 3.2. Chính sách giá 3.3. Chính sách phân phối 3.4. Chính sách xúc tiến hỗn hợp	8LT	Thuyết trình; phát vấn; dạy học dựa trên vấn đề; tổ chức thảo luận theo nhóm. - Giảng viên: + Giới thiệu chính sách sản phẩm, giá, phân phối, xúc tiến hỗn hợp. + Phát vấn sinh viên về nội dung bài học, nhận xét, đánh giá hoạt động của sinh viên. - Sinh viên: + Đọc trước tài liệu: [1]: Chương 3. [2]: Trang 264÷385. [3]: Trang 158÷363s. Chính sách sản phẩm, giá, phân phối, xúc tiến hỗn hợp. + Lắng nghe, trả lời phát	CĐR1.3 CĐR2.3 CĐR3.1 CĐR3.2

TT	Nội dung giảng dạy	Số tiết	Phương pháp dạy-học	CĐR học phần
			vấn, quan sát ghi chép và giải quyết các vấn đề. + Thực hiện nhiệm vụ về nhà [1]: Câu hỏi ôn tập chương 3.	

Hải Dương, ngày 02 tháng 8 năm 2020



TS. Nguyễn Thị Kim Nguyên

TRƯỞNG KHOA

Hoàng Thị Hòa

TRƯỞNG BỘ MÔN

Bùi Văn Tú