

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 2020

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: QTKD 014
3. Số tín chỉ: 03 (2,1)
4. Trình độ cho sinh viên: Năm thứ ba
5. Phân bổ 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	TS. Nguyễn Thị Kim Nguyên	0984.794.081	kimnguyendhsd1@gmail.com
2	ThS. Ngô Thị Luyện	0977.336.889	ntluyen@saodo.edu.vn
3	ThS. Trần Thị Hằng	0984.696.418	tthang@saodo.edu.vn

8. Mô tả nội dung của học phần

Học phần Quản trị marketing trang bị những kiến thức chung về quản trị marketing (quản trị marketing là gì? Sự khác biệt giữa marketing và quản trị marketing...). Bên cạnh môn học cũng trang bị những kiến thức marketing căn bản chuyên về quản trị như định vị, thiết kế, các chiến lược, phân khúc, nghiên cứu marketing, marketing phối hợp và các quy luật, các chiến lược, các phương trình, các lý thuyết,...

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	Có kiến thức cơ bản về bản về các khái niệm marketing trong hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.	2	[1.2.1.2.a]

Mục tiêu	Mô tả	Mức độ theo thang đo Bloom	Phân bổ mục tiêu học phần trong CTĐT
MT1.2	Có kiến thức chuyên sâu về công tác quản trị marketing của doanh nghiệp.	2	[1.2.1.2.b]
MT2	Kỹ năng		
MT2.1	Có kỹ năng phân tích được các chính sách marketing.	4	[1.2.2.2]
MT2.2	Có khả năng vận dụng lý thuyết để làm các bài tập tình huống thuộc lĩnh vực quản trị marketing.	4	[1.2.2.2]
MT2.3	Có kỹ năng hoạch định, tổ chức, lãnh đạo, kiểm tra, giám sát các hoạt động marketing của doanh nghiệp.	4	[1.2.2.2]
MT3	Mức tự chủ và trách nhiệm		
MT3.1	Có năng lực làm việc độc lập, sáng tạo, làm việc theo nhóm và chịu trách nhiệm trong công việc thuộc lĩnh vực quản trị marketing.	4	[1.2.3.1]
MT3.2	Có năng lực định hướng, lập kế hoạch, tổ chức, lãnh đạo và kiểm tra hoạt động marketing của tổ chức.	4	[1.2.3.2]

9.2. Chuẩn đầu ra của học phần

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	Nhận thức và phân biệt được vai trò và vị trí của chuyên viên marketing và nhà quản trị hoạt động marketing.	2	[2.1.4]
CĐR1.2	Phân tích được môi trường cạnh tranh và có kế hoạch ứng phó trong hoạt động marketing.	4	[2.1.5]
CĐR1.3	Đánh giá các vấn đề chiến lược và quản trị các công cụ marketing hỗn hợp và vai trò và các nội dung cơ bản trong quản trị thương hiệu.	5	[2.1.6]
CĐR2	Kỹ năng		
CĐR2.1	Phân tích được nội dung cơ bản về quản trị	3	[2.2.1]

CĐR học phần	Mô tả	Thang đo Bloom	Phân bố CĐR học phần trong CTĐT
	marketing, môi trường marketing và cách chính sách marketing.		
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	Mức 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 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	
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 vi mô 3.2. Môi trường vĩ mô		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
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		x		x	x	x	x	x

Chương	Nội dung học phần	Chuẩn đầu ra của học phần							
		CDR1			CDR2			CDR3	
		CDR 1.1	CDR 1.2	CDR 1.3	CDR 2.1	CDR 2.2	CDR 2.3	CDR 3.1	CDR 3.2
	5.5. Quyết định về nhãn hiệu 5.6. Marketing dịch vụ								
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
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
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

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
CDR1	Bài tập cá nhân, bài tập nhóm, kiểm tra thường xuyên, điểm thực hành.
CDR2	Bài tập cá nhân, bài tập nhóm, kiểm tra giữa học phần, thi kết thúc học phần
CDR3	Bài tập cá nhân, bài tập nhóm, 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; điểm đánh giá nhận thức; điểm thái độ thảo luận; điểm chuyên cần; điểm thực hành.	01 điểm	20%	Điểm trung bình của các lần đánh giá
2	Điểm kiểm tra giữa học phần	01 điểm	30%	
3	Điểm 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 thông qua ý thức học tập, tỉ lệ hiện diện, tinh thần tác phong xây dựng bài, thực hiện chủ đề tự học và làm các bài tập thực hành.
- Kiểm tra giữa học phần: Tự luận (01 bài kiểm tra, thời gian làm bài 90 phút).
- Thi kết thúc học phần: Tự luận (01 bài thi, thời gian làm bài 90 phút).

12. Yêu cầu học phần

- Ý thức, thái độ học tập: Sinh viên tham dự tối thiểu 80% thời lượng của học phần, đi học đúng giờ, không bỏ tiết, nghỉ học có phép, có thái độ tích cực trong giờ học, có đóng góp ý kiến xây dựng bài, có tinh thần tự học, hỗ trợ bạn cùng lớp trong học tập, tổ chức học nhóm.

- Về nghiên cứu tài liệu: Sinh viên đọc trước tài liệu theo hướng dẫn của giảng viên trước khi đến lớp.

- Kiểm tra đánh giá: Sinh viên phải hoàn thành các bài tập được giao, đạt chất lượng theo yêu cầu của giảng viên; tham gia đầy đủ, đạt chất lượng các bài kiểm tra trên lớp và thi kết thúc học phần.

13. Tài liệu phục vụ học phần

- **Tài liệu bắt buộc:**

[1] Trường Đại học Sao Đỏ (2020), *Giáo trình Quản trị marketing*, Hải Dương.

- **Tài liệu tham khảo:**

[2] Kotler Keller (2020), *Quản trị marketing (Phiên bản lần thứ 15)*, NXB Hồng Đức.

[3] Trương Đình Chiến (2012), *Quản trị Marketing*, NXB Đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội.

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	<p>Chương 1. Bản chất của marketing và quản trị marketing</p> <p>Mục tiêu chương: Sau khi học xong chương này, sinh viên đạt được các yêu cầu cơ bản sau:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Trình bày được khái niệm và nội dung cơ bản về marketing và quản trị marketing. - Phân tích quá trình quản trị marketing. <p>Nội dung cụ thể:</p> <ol style="list-style-type: none"> 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 <p>Bài tập lớn:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Lựa chọn chủ đề nghiên cứu, xác định mục tiêu, phạm vi, phương pháp và kết cấu của nội dung nghiên cứu. - Tìm hiểu tình hình thực tiễn ngoài doanh nghiệp và viết đề cương chi tiết cho vấn đề nghiên cứu đã lựa chọn. 	8 (4LT, 4TH)	<p>Thuyết trình, dạy học dựa trên vấn đề, tổ chức học theo nhóm</p> <ul style="list-style-type: none"> - Giảng viên: <ul style="list-style-type: none"> + Giải thích các khái niệm. + Nêu vấn đề, hướng dẫn sinh viên giải quyết vấn đề. + Giao bài tập cho cá nhân, các nhóm. - Sinh viên: <ul style="list-style-type: none"> + Đọc trước tài liệu: <ul style="list-style-type: none"> [1] Chương 1. [2] Chương 1, 2, 3, 4. [3] Chương 1. + Lắng nghe, ghi chép và giải quyết các vấn đề. + Sinh viên thực hiện ở nhà và viết báo cáo thu hoạch 	<p>CĐR1.1</p> <p>CĐR2.1</p> <p>CĐR3.1</p>
2	<p>Chương 2. Các chiến lược marketing cạnh tranh</p> <p>Mục tiêu chương: Sau khi học xong chương</p>	8 (4LT, 4TH)	<p>Thuyết trình, phương pháp động não, tổ chức học theo nhóm</p> <ul style="list-style-type: none"> - Giảng viên: 	<p>CĐR1.2</p> <p>CĐR2.1</p> <p>CĐ.2</p> <p>CĐR2.3</p>

TT	Nội dung giảng dạy	Số tiết	Phương pháp dạy - học	CĐR học phần
	<p>này, sinh viên đạt được các yêu cầu cơ bản sau:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Trình bày nội dung cơ bản về chiến lược marketing cạnh tranh. - Phân tích đối thủ cạnh tranh và mô hình năm lực lượng cạnh tranh. - Xây dựng các chiến lược marketing cạnh tranh. <p>Nội dung cụ thể:</p> <p>2.1. Phân tích đối thủ cạnh tranh</p> <p>2.2. Các vị thế cạnh tranh</p> <p>2.3. Các chiến lược marketing cạnh tranh</p> <p>Bài tập lớn: Xây dựng cơ sở lý luận cho đề tài nghiên cứu đã lựa chọn.</p>		<ul style="list-style-type: none"> + Giải thích các khái niệm. + Nêu vấn đề cần giải quyết. + Giao bài tập cho cá nhân, các nhóm. <p>- Sinh viên:</p> <ul style="list-style-type: none"> + Đọc trước tài liệu: <ul style="list-style-type: none"> [1] Chương 2. [2] Chương 10, 12. [3] Chương 6. + Lắng nghe, ghi chép và giải quyết các vấn đề. <ul style="list-style-type: none"> - Sinh viên thực hiện ở nhà và viết báo cáo thu hoạch 	<p>CĐR3.1</p> <p>CĐR3.2</p>
3	<p>Chương 3. Phân tích môi trường marketing</p> <p>Mục tiêu chương:</p> <p>Sau khi học xong chương này, sinh viên đạt được các yêu cầu cơ bản sau:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Trình bày được các nhân tố thuộc môi trường marketing của doanh nghiệp. - Phân tích được môi trường vi mô và môi trường vĩ mô của doanh nghiệp. <p>Nội dung cụ thể:</p> <p>3.1. Môi trường vi mô</p> <p>3.2. Môi trường vĩ mô</p> <p>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)</p>	6 (3LT, 3TH)	<p>Thuyết trình, phương pháp động não, tổ chức học theo nhóm</p> <p>- Giảng viên:</p> <ul style="list-style-type: none"> + Giải thích các khái niệm. + Đưa nội dung tranh luận. + Giao bài tập cho các nhóm. <p>- Sinh viên:</p> <ul style="list-style-type: none"> + Đọc trước tài liệu: <ul style="list-style-type: none"> [1] Chương 3. [2] Chương 6, 7, 8. [3] Chương 4. + Lắng nghe, ghi chép, tranh luận và phản biện. - Sinh viên thực hiện ở nhà và viết báo cáo thu hoạch 	<p>CĐR1.2</p> <p>CĐR2.1</p> <p>CĐR2.2</p> <p>CĐR2.3</p> <p>CĐR3.1</p> <p>CĐR3.2</p>

TT	Nội dung giảng dạy	Số tiết	Phương pháp dạy - học	CĐR học phần
4	<p>Chương 4. Thị trường người tiêu dùng và hành vi mua của người tiêu dùng</p> <p>Mục tiêu chương:</p> <p>Sau khi học xong chương này, sinh viên đạt được các yêu cầu cơ bản sau:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Trình bày được nội dung khái quát về thị trường người tiêu dùng và hành vi người tiêu dùng. - Phân tích được quá trình thông qua quyết định mua của người tiêu dùng. - Phân tích sự khác nhau giữa thị trường người tiêu dùng với thị trường các tổ chức. <p>Nội dung cụ thể:</p> <p>4.1. Thị trường người tiêu dùng và hành vi mua của người tiêu dùng</p> <p>4.2. Thị trường các tổ chức và hành vi mua của các tổ chức</p> <p>Bài tập lớn:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Thu thập thông tin, dữ liệu cho vấn đề nghiên cứu ở doanh nghiệp đã lựa chọn. - Phân tích thông tin, số liệu thu thập được và viết báo cáo nội dung thực trạng cho vấn đề nghiên cứu. 	10 (3LT, 5TH, 2KT)	<p>Thuyết trình, dạy học dựa trên vấn đề, tổ chức học theo nhóm</p> <p>- Giảng viên:</p> <ul style="list-style-type: none"> + Giải thích các khái niệm. + Nêu vấn đề, hướng dẫn sinh viên giải quyết vấn đề. + Giao bài tập cho cá nhân, các nhóm. <p>- Sinh viên:</p> <ul style="list-style-type: none"> + Đọc trước tài liệu: [1] Chương 4 [2] Chương 6 [3] Chương 5. + Lắng nghe, ghi chép và giải quyết các vấn đề. + Làm bài kiểm tra. - Sinh viên thực hiện ở nhà và viết báo cáo thu hoạch 	CĐR1.2 CĐR2.1 CĐR2.2 CĐR2.3 CĐR3.1 CĐR3.2
5	<p>Chương 5. Hoạch định chính sách sản phẩm</p> <p>Mục tiêu chương:</p> <p>Sau khi học xong chương này, sinh viên đạt được các yêu cầu cơ bản sau:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Trình bày được nội dung 	8 (4LT, 4TH)	<p>Thuyết trình, tổ chức cho sinh viên tranh luận, tổ chức học theo nhóm</p> <p>- Giảng viên:</p> <ul style="list-style-type: none"> + Giải thích các khái niệm, bản chất. + Đưa nội dung tranh luận. + Tổ chức thảo luận 	CĐR1.2 CĐR2.1 CĐR2.2 CĐR2.3 CĐR3.1 CĐR3.2

TT	Nội dung giảng dạy	Số tiết	Phương pháp dạy - học	CĐR học phần
	<p>ơ bản về chính sách sản phẩm.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Xây dựng được danh mục sản phẩm và chiến lược phát triển sản phẩm. - Đưa ra được quyết định về nhãn hiệu sản phẩm và loại sản phẩm. <p>Nội dung cụ thể:</p> <p>5.1. Khái niệm về sản phẩm</p> <p>5.2. Quyết định về danh mục sản phẩm</p> <p>5.3. Quyết định về loại sản phẩm</p> <p>5.4. Chiến lược phát triển sản phẩm mới</p> <p>5.5. Quyết định về nhãn hiệu</p> <p>5.6. Marketing dịch vụ</p> <p>Bài tập lớn: Đánh giá kết quả đạt được, những mặt hạn chế của vấn đề nghiên cứu ở doanh nghiệp.</p>		<ul style="list-style-type: none"> + Giao bài tập cho cá nhân và các nhóm. + Hướng dẫn làm bài tập lớn <p>- Sinh viên:</p> <ul style="list-style-type: none"> + Đọc trước tài liệu: [1] Chương 5. [2] Chương 13. [3] Chương 9, 11. + Lắng nghe, ghi chép, thảo luận, tranh luận và phản biện. - Sinh viên thực hiện ở nhà và viết báo cáo thu hoạch 	
6	<p>Chương 6. Các quyết định về giá</p> <p>Mục tiêu chương:</p> <p>Sau khi học xong chương này, sinh viên đạt được các yêu cầu cơ bản sau:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Trình bày được nội dung cơ bản về mục tiêu định giá và các loại định giá. - Phân tích được các phương pháp định giá. - Xây dựng được chiến lược giá và chiến lược điều chỉnh giá. <p>Nội dung cụ thể:</p> <p>6.1. Một số mục tiêu định giá</p> <p>6.2. Các chiến lược định giá</p> <p>6.3. Chiến lược điều chỉnh</p>	8 (4LT, 4TH)	<p>Thuyết trình, dạy học dựa trên vấn đề, tổ chức học theo nhóm</p> <p>- Giảng viên:</p> <ul style="list-style-type: none"> + Giải thích các định nghĩa. + Nêu vấn đề, hướng dẫn sinh viên giải quyết vấn đề. + Giao bài tập cho cá nhân, các nhóm. + Hướng dẫn làm bài tập lớn <p>- Sinh viên:</p> <ul style="list-style-type: none"> + Đọc trước tài liệu: [1] Chương 6. [3] Chương 12. + Lắng nghe, ghi chép và giải quyết các vấn đề. - Sinh viên thực hiện ở nhà và viết báo cáo thu hoạch 	<p>CĐR1.2</p> <p>CĐR2.1</p> <p>CĐR2.2</p> <p>CĐR2.3</p> <p>CĐR3.1</p> <p>CĐR3.2</p>

TT	Nội dung giảng dạy	Số tiết	Phương pháp dạy - học	CDR học phần
	<p>giá</p> <p>Bài tập lớn: Đánh giá kết quả đạt được, những mặt hạn chế của vấn đề nghiên cứu ở doanh nghiệp.</p>			
7	<p>Chương 7. Quản trị hệ thống kênh phân phối</p> <p>Mục tiêu chương:</p> <p>Sau khi học xong chương này, sinh viên đạt được các yêu cầu cơ bản sau:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Trình bày được nội dung cơ bản về cấu trúc kênh phân phối. - Phân tích được các hình thức quản lý kênh phân phối và đưa ra được biện pháp quản lý kênh phân phối phù hợp. <p>Nội dung cụ thể:</p> <p>7.1. Vai trò, chức năng của kênh phân phối</p> <p>7.2. Cấu trúc và hoạt động của kênh phân phối</p> <p>7.3. Các hình thức và biện pháp quản lý kênh phân phối</p> <p>Bài tập lớn:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Xác định nguyên nhân dẫn đến những hạn chế của của vấn đề nghiên cứu ở doanh nghiệp. - Xác định mục tiêu, phương hướng của vấn đề nghiên cứu ở doanh nghiệp đã lựa chọn. 	6 (3LT, 3TH)	<p>Thuyết trình, dạy học dựa trên vấn đề, tổ chức học theo nhóm</p> <p>- Giảng viên:</p> <ul style="list-style-type: none"> + Giải thích các định nghĩa. + Nêu vấn đề, hướng dẫn sinh viên giải quyết vấn đề. + Giao bài tập cho cá nhân, các nhóm. <p>- Sinh viên:</p> <ul style="list-style-type: none"> + Đọc trước tài liệu: [1] Chương 7. [2] Chương 17, 18. [7] Chương 13. + Lắng nghe, ghi chép và giải quyết các vấn đề. - Sinh viên thực hiện ở nhà và viết báo cáo thu hoạch 	<p>CDR1.2</p> <p>CDR2.1</p> <p>CDR2.2</p> <p>CDR2.3</p> <p>CDR3.1</p> <p>CDR3.2</p>
8	<p>Chương 8. Quản trị quảng cáo và xúc tiến bán hàng</p> <p>Mục tiêu chương:</p> <p>Sau khi học xong chương này, sinh viên đạt được các yêu cầu cơ bản sau:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Trình bày được nội dung cơ 	6 (3LT, 3TH)	<p>Thuyết trình, dạy học dựa trên vấn đề, tổ chức học theo nhóm</p> <p>- Giảng viên:</p> <ul style="list-style-type: none"> + Giải thích các định nghĩa. + Nêu vấn đề, hướng dẫn 	<p>CDR1.2</p> <p>CDR2.1</p> <p>CDR2.2</p> <p>CDR2.3</p> <p>CDR3.1</p> <p>CDR3.2</p>

TT	Nội dung giảng dạy	Số tiết	Phương pháp dạy - học	CĐR học phần
	<p>bản về xúc tiến yểm trợ bán hàng.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Xây dựng được ngân sách xúc tiến yểm trợ. - Lựa chọn được hình thức quảng cáo phù hợp. <p>Nội dung cụ thể:</p> <p>8.1. Khái niệm về xúc tiến yểm trợ bán hàng</p> <p>8.2. Các hình thức xây dựng ngân sách xúc tiến yểm trợ</p> <p>8.3. Quảng cáo và kế hoạch chiến lược</p> <p>8.4. Xúc tiến bán hàng</p> <p>Bài tập lớn:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Xây dựng các giải pháp - Hoàn thiện nội dung kết luận, khuyến nghị (nếu có) và hoàn thiện, in báo cáo bài tập lớn. 		<p>sinh viên giải quyết vấn đề.</p> <ul style="list-style-type: none"> + Giao bài tập cho cá nhân, các nhóm. <p>- Sinh viên:</p> <ul style="list-style-type: none"> + Đọc trước tài liệu: <ul style="list-style-type: none"> [1] Chương 7. [2] Chương 20, 21, 22. [3] Chương 14. + Lắng nghe, ghi chép và giải quyết các vấn đề. - Sinh viên thực hiện ở nhà và hoàn thiện báo cáo nộp cho giảng viên. 	

Hải Dương, ngày 24 tháng 9 năm 2020

**KT.HIỆU TRƯỞNG
PHÓ HIỆU TRƯỞNG**

TRƯỞNG KHOA

TRƯỞNG BỘ MÔN



TS. Nguyễn Thị Kim Nguyên

Nguyễn Minh Tuấn

Nguyễn Thị Ngọc Mai