

BỘ CÔNG THƯƠNG
TRƯỜNG ĐẠI HỌC SAO ĐỎ

ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN
PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM

Số tín chỉ: 02

Trình độ đào tạo: Đại học

Ngành đào tạo: Công nghệ thực phẩm

Năm 2022

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

2. Mã học phần: CNTP 028

3. Số tín chỉ: 2 (2, 0)

4. Trình độ cho sinh viên: Năm thứ tư

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	ThS. Trần Thị Dịu	0985.173.894	nguyendangdiunhu@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 bổ 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 bổ 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	[2.2.5]
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	
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] [2.3.3]
CDR3.2	Có khả năng tự cập nhật các kiến thức nâng cao liên quan đến học phần.	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			4		3			2	3

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	2		4		3		2	3	
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			4				4	2	3

11. Đánh giá học phần

11.1. Ma trận phương pháp kiểm tra đánh giá với chuẩn đầu ra học phần

STT	Điểm thành phần	Quy định	Trọng số	Phương pháp kiểm tra đánh giá (Hình thức, thời gian, thời điểm)	CĐR của học phần			Ghi chú
					CĐR1	CĐR2	CĐR3	
1	Điểm kiểm tra thường xuyên; điểm đánh giá nhận thức và thái độ tham gia thảo luận; điểm đánh giá phân bài tập; điểm chuyên cần.	01 điểm	20%	+ Hình thức: Vấn đáp; + Thời điểm: Trong các giờ học trên lớp.	CĐR1.1, CĐR1.2, CĐR1.3, CĐR1.4.	CĐR2.1, CĐR2.2, CĐR2.3.	CĐR3.1, CĐR3.2.	Điểm trung bình của các lần đánh giá
2	Điểm kiểm tra giữa học phần	01 điểm	30%	+ Hình thức: Tự luận; + Thời gian: 90 phút; + Thời điểm: Giờ học 13 - 14 trên lớp.		CĐR2.1, CĐR2.2, CĐR2.3.		01 bài kiểm tra
3	Điểm thi kết thúc học phần	01 điểm	50%	+ Hình thức: Vấn đáp; + Thời gian: 45 phút; + Thời điểm: Theo lịch thi học kỳ.		CĐR2.1, CĐR2.2, CĐR2.3.		01 bài thi

11.2. Cách tính điểm học phần

Điểm học phần là trung bình cộng các điểm thành phần đã nhân trọng số. Tính theo thang điểm 10, làm tròn đến một chữ số thập phân. Sau đó chuyển thành thang điểm chữ và thang điểm 4.

12. Yêu cầu học phần

Sinh viên thực hiện những yêu cầu sau:

- Tham gia tối thiểu 80% số giờ học trên lớp dưới sự hướng dẫn của giảng viên.
- Đọc và nghiên cứu tài liệu phục vụ học phần, hoàn thành các bài tập cá nhân và bài tập nhóm.
- Chủ động ôn tập theo đề cương ôn tập được giảng viên cung cấp.
- Tham gia kiểm tra giữa học phần, thi kết thúc học phần.
- Dụng cụ học tập: Máy tính, vở ghi, bút, thước kẻ,...

13. Tài liệu phục vụ học tập

Tài liệu bắt buộc:

[1] - Đại học Sao Đỏ (2022), *Bài giảng Phát triển sản phẩm*.

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] – Philip Kotler, Kevin Keller (2017), *Quản trị marketing*, 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	CDR 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	8 (8LT, 0TH)	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	CDR1.3 CDR2.1 CDR3.1 CDR3.2

TT	Nội dung giảng dạy	Số tiết	Phương pháp dạy-học	CĐR học phần
	phẩm mới 1.3. Phương thức phát triển sản phẩm mới 1.4. Điều kiện phát triển sản phẩm mới 1.4.1. Nghiên cứu thị trường 1.4.2. Chất lượng thực phẩm 1.4.3. Người tiêu dùng trong phát triển sản phẩm 1.5. Các tiêu chuẩn đánh giá sự thành công của quá trình phát triển sản phẩm		những nội dung liên quan đến bài học; nhận xét, đánh giá hoạt động của sinh viên. - Sinh viên: + Đọc trước tài liệu: [1]: Chương 1. [2]: Trang 93÷157. Khái niệm, vai trò, phương thức phát triển sản phẩm mới. + Lắng nghe, trả lời câu hỏi, quan sát, ghi chép và giải quyết các vấn đề. + Thực hiện nhiệm vụ về nhà [1]: Câu hỏi ôn tập chương 1. + Chuẩn bị nội dung thảo luận giảng viên giao.	
2	Chương 2. Quá trình phát triển sản phẩm mới Mục tiêu chương: Sau khi học xong chương này sinh viên sẽ: - 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. Nội dung cụ thể: 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	14 (13LT, 1KT, 0TH)	Thuyết trình; phát vấn; dạy học dựa trên vấn đề; tổ chức thảo luận theo nhóm. - Giảng viên: + 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. - Sinh viên: + Đọc trước tài liệu: [1]: Chương 2. [2]: Trang 209 ÷ 230, 257 ÷ 257.	CĐR1.1 CĐR1.4 CĐR2.2 CĐR3.1 CĐR3.2

TT	Nội dung giảng dạy	Số tiết	Phương pháp dạy-học	CDR học phần
	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		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	8 (8LT, OTH)	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 234 ÷ 256, 264 ÷ 397. [3]: Trang 353 ÷ 455. Chính sách sản phẩm, giá, phân phối, xúc tiến hỗn hợp. + Lắng nghe, trả lời phát	CDR1.3 CDR2.3 CDR3.1 CDR3.2

TT	Nội dung giảng dạy	Số tiết	Phương pháp dạy-học	CDR 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 09 tháng 8 năm 2022

**KT. HIỆU TRƯỞNG
PHÓ HIỆU TRƯỞNG**



TS. Nguyễn Thị Kim Nguyên

TRƯỞNG KHOA



Hoàng Thị Hòa

TRƯỞNG BỘ MÔN



Bùi Văn Tú