

ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN**1. Thông tin chung về học phần**

- **Tên học phần:** Nguyên lý Marketing
- **Mã số học phần:** 2010022
- **Số tín chỉ học phần:** 2 tín chỉ
- Thuộc chương trình đào tạo của bậc, ngành: Đại học, Tài chính-Ngân hàng
- **Số tiết học phần:**
 - Nghe giảng lý thuyết : 10 tiết
 - Làm bài tập trên lớp : 5 tiết
 - Thảo luận : 5 tiết
 - Thực hành, thực tập (ở phòng thực hành, phòng Lab,...): 0 tiết
 - Hoạt động theo nhóm : 5 tiết
 - Thực tế: : 5 tiết
 - Tự học : 24 giờ
- **Đơn vị phụ trách học phần:** Khoa Kinh Tế - Tài Chính; Bộ môn cơ sở

2. Học phần trước: Kinh tế vi mô, Kinh tế vĩ mô**3. Mục tiêu của học phần:**

Giúp sinh viên nắm được: Chiến lược phát triển sản phẩm (Product), chiến lược định giá sản phẩm (Price), chiến lược phân phối (Place), chiến lược chiêu thị (Promotion).

4. Chuẩn đầu ra:

	Nội dung	Đáp ứng CĐR CTĐT
Kiến thức	4.1.1. Hiểu mục tiêu xây dựng mối quan hệ khách hàng. Hiểu về môi trường tiếp thị, và hành vi người mua.	K1
	4.1.2. Lựa chọn khách hàng để phục vụ (Phân khúc, mục tiêu), và xác định giá trị (Khác biệt, định vị).	K2, K3
Kỹ năng	4.2.1. Kỹ năng nghề nghiệp: Hình thành và phát triển năng lực thu thập thông tin, kỹ năng tổng	S2

	<p>hợp, hệ thống hóa các vấn đề trong mối quan hệ tổng thể; kỹ năng so sánh, phân tích, bình luận, đánh giá một kế hoạch Marketing.</p> <p>- Phát triển kỹ năng lập luận, thuyết trình trước công chúng.</p>	
	<p>4.2.2. Kỹ năng cá nhân: Có khả năng vận dụng những kiến thức đã học vào lập kế hoạch Marketing cho một sản phẩm.</p> <p>- Có kiến thức nền tảng cho các môn học tiếp theo.</p>	S1,S3
Thái độ	<p>4.3.1 Ứng xử phù hợp với môi trường giáo dục, tuân thủ các quy định của nhà trường và có ý thức cộng đồng.</p>	A1
	<p>4.3.2 Có trách nhiệm với bản thân, tinh thần hợp tác làm việc nhóm.</p>	A2,A3

5. Mô tả tóm tắt nội dung học phần:

Học phần này cung cấp những kiến thức cơ bản về lý thuyết marketing trong hoạt động kinh doanh; nắm được việc xây dựng chiến lược marketing; nắm vững các đặc trưng sản phẩm của kinh doanh.

6. Nội dung và lịch trình giảng dạy:

- Các học phần lý thuyết:

Buổi/Tiết	Nội dung	Hoạt động của giảng viên	Hoạt động của sinh viên	Giáo trình chính	Tài liệu tham khảo	Ghi chú
1	<p>Chương 1: Tạo dựng và nắm bắt giá trị khách hàng.</p> <p>1.1 Các quan điểm marketing</p> <p>1.2 Thấu hiểu thị trường và nhu cầu khách</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Thuyết giảng - Xem video - Hướng dẫn làm việc nhóm - 	<ul style="list-style-type: none"> -Nghe giảng, ghi chú Trả lời câu hỏi Thảo luận nhóm theo chủ đề 	Trang 5-31 cuốn [1]	<p>Trang 67 cuốn [3]</p> <p>Trang 73 cuốn [2]</p>	Giải quyết mục tiêu 4.1.1

	<p>hàng.</p> <p>1.3 Phát triển chiến lược hướng đến khách hàng.</p> <p>1.4 Chuẩn bị chương trình và chiến lược marketing.</p>		Làm bài tập			
2	<p>Chương 2: Hợp tác xây dựng quan hệ khách hàng</p> <p>2.1 Vai trò marketing</p> <p>2.2 Hoạch định kế hoạch marketing</p> <p>2.3 Chiến lược marketing và marketing hỗn hợp</p> <p>2.4 Quản lý nỗ lực tiếp thị.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Thuyết giảng - Xem video - Hướng dẫn làm việc nhóm 	<p>-Nghe giảng, ghi chú</p> <p>Trả lời câu hỏi</p> <p>Thảo luận nhóm theo chủ đề</p> <p>Làm bài tập</p>	Trang 32-51 cuốn [1]	Trang 97 cuốn [3] Trang 93 cuốn [2]	Giải quyết mục tiêu 4.1.1
3	<p>Chương 3: Phân tích môi trường marketing</p> <p>3.1 Môi trường vi mô</p> <p>3.2 Môi trường vĩ mô</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Thuyết giảng - Xem video - Hướng dẫn làm việc nhóm 	<p>-Nghe giảng, ghi chú</p> <p>Trả lời câu hỏi</p> <p>Thảo luận nhóm theo chủ đề</p> <p>Làm bài tập</p>	Trang 52-71 cuốn [1]	Trang 107 cuốn [3] Trang 103 cuốn [2]	Giải quyết mục tiêu 4.1.1 4.1.2
4	<p>Chương 4: Thị trường và hành vi của người tiêu dùng</p> <p>4.1 Mô hình hành vi người tiêu dùng</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Thuyết giảng - Xem video - Hướng dẫn làm việc nhóm 	<p>-Nghe giảng, ghi chú</p> <p>Trả lời câu hỏi</p> <p>Thảo luận nhóm theo chủ</p>	Trang 75-101 cuốn [1]		Giải quyết mục tiêu 4.1.1

			đề			
			Làm bài tập			
5.	<p>Chương 5: Xây dựng chiến lược dựa trên nhu cầu và mong muốn của khách hàng.</p> <p>5.1 Phân khúc thị trường.</p> <p>5.2 Mục tiêu tiếp thị.</p> <p>5.3 Tạo sự khác biệt và định vị sản phẩm.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Thuyết giảng - Xem video - Hướng dẫn làm việc nhóm 		Trang 105-131 cuốn [1]		Giải quyết mục tiêu 4.1.1 4.1.2
6	<p>Chương 6: Chiến lược phát triển sản phẩm mới, và vòng đời sản phẩm.</p> <p>6.1 Chiến lược phát triển sản phẩm.</p> <p>6.2 Quy trình phát triển sản phẩm.</p> <p>6.3 Quản lý phát triển sản phẩm.</p> <p>6.4 Chiến lược vòng đời sản phẩm.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Thuyết giảng - Xem video - Hướng dẫn làm việc nhóm 	<p>-Nghe giảng, ghi chú</p> <p>Trả lời câu hỏi</p> <p>Thảo luận nhóm theo chủ đề</p> <p>Làm bài tập</p>	Trang 135-181 cuốn [1]	Trang 267 cuốn [3] Trang 173 cuốn [2]	Giải quyết mục tiêu 4.1.1 4.1.2
7	<p>Chương 7: Định giá sản phẩm.</p> <p>7.1 Chiến lược định giá.</p> <p>7.2 Các yếu tố chủ yếu ảnh hưởng đến quyết định giá.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Thuyết giảng - Xem video - Hướng dẫn làm việc nhóm 	<p>-Nghe giảng, ghi chú</p> <p>Trả lời câu hỏi</p> <p>Thảo luận nhóm theo chủ đề</p> <p>Làm bài tập</p>	Trang 182-231 cuốn [1]		Giải quyết mục tiêu 4.1.1 4.1.2

8	<p>Chương 8: Kênh phân phối.</p> <p>8.1 Chuỗi cung ứng, và mạng lưới phân phối.</p> <p>8.2 Vai trò của kênh phân phối.</p> <p>8.3 Hành vi trong kênh phân phối, và tổ chức.</p> <p>8.4 Thiết kế kênh phân phối.</p> <p>8.5 Quản lý kênh phân phối.</p> <p>8.6 Marketing logistics, và quản lý chuỗi cung ứng.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Thuyết giảng - Xem video - Hướng dẫn làm việc nhóm 	<p>-Nghe giảng, ghi chú</p> <p>Trả lời câu hỏi</p> <p>Thảo luận nhóm theo chủ đề</p> <p>Làm bài tập</p>	Trang 235-291 cuốn [1]	Trang 267 cuốn [3] Trang 273 cuốn [2]	Giải quyết mục tiêu 4.1.1 4.1.2
9	<p>Chương 9: Chiến lược truyền thông marketing tích hợp.</p> <p>9.1Hỗn hợp khuyến mãi.</p> <p>9.2 Truyền thông marketing tích hợp.</p> <p>9.3 Quá trình truyền thông.</p> <p>9.4 Các bước phát triển marketing truyền thông.</p> <p>9.5 Thiết lập ngân sách.</p> <p>9.6 Trách nhiệm xã hội trong marketing truyền thông.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Thuyết giảng - Xem video - Hướng dẫn làm việc nhóm 	<p>-Nghe giảng, ghi chú</p> <p>Trả lời câu hỏi</p> <p>Thảo luận nhóm theo chủ đề</p> <p>Làm bài tập</p>	Trang 295-310 cuốn [1]		Giải quyết mục tiêu 4.1.1 4.1.2
10	<p>Chương 10: LẬP KẾ HOẠCH, TỔ</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Thuyết giảng - Xem 	<p>-Nghe giảng, ghi chú</p>	Trang 315-350 cuốn [1]		Giải quyết mục tiêu

	CHỨC, THỰC HIỆN VÀ KIỂM SOÁT MARKETING 10.1 Tổ chức theo chức năng 10.2. Tổ chức theo địa lý 103. Tổ chức theo nhãn hiệu, sản phẩm 10.4.Tổ chức theo thị trường	video - Hướng dẫn làm việc nhóm	Trả lời câu hỏi Thảo luận nhóm theo chủ đề Làm bài tập			4.1.1 4.1.2
--	--	--	--	--	--	----------------

7. Nhiệm vụ của sinh viên:

Sinh viên phải thực hiện các nhiệm vụ như sau:

- Tham dự tối thiểu 80% số tiết học lý thuyết.
- Tham gia đầy đủ 100% giờ thực hành/thí nghiệm/ thực tập và có báo cáo kết quả.
- Thực hiện đầy đủ các bài tập nhóm/ bài tập và được đánh giá kết quả thực hiện.
- Tham dự kiểm tra giữa học kỳ.
- Tham dự thi kết thúc học phần.
- Chủ động tổ chức thực hiện giờ tự học.

8. Đánh giá kết quả học tập của sinh viên:

8.1. Cách đánh giá

Sinh viên được đánh giá tích lũy học phần như sau:

TT	Điểm thành phần	Quy định	Trọng số	Mục tiêu
I	Điểm quá trình học		40%	
1	Điểm chuyên cần	Tính trên số tiết học	10%	3.3.1; 3.3.2
2	Điểm bài tập, phát biểu	Trả lời câu hỏi và làm bài tập	40%	3.1.1 đến 3.1.3
3	Điểm thi giữa kì	Thi viết + trắc nghiệm	50%	3.1.1; 3.2.1
II	Điểm thi cuối kì	Thi viết + trắc nghiệm	60%	3.1.1 đến 3.1.3

8.2. Cách tính điểm

- Điểm đánh giá thành phần và điểm thi kết thúc học phần được chấm theo thang điểm 10 (từ 0 đến 10), làm tròn đến 0.5.

- Điểm học phần là tổng điểm của tất cả các điểm đánh giá thành phần của học phần nhân với trọng số tương ứng. Điểm học phần theo thang điểm 10 làm tròn đến một chữ số thập phân.

9. Tài liệu học tập:

9.1. Giáo trình chính:

[1] Giáo trình Marketing căn bản, Trường Đại học Kinh Tế TP. HCM, Nhà xuất bản Lao Động 2010

9.2. Tài liệu tham khảo:

[2] Nguyên lý tiếp thị: TS Nguyễn Đình Thọ và TS Nguyễn Thị Mai Trang

[3] Quản trị tiếp thị lý thuyết và thực tiễn: Th.s Nguyễn Thế Dũng

10. Hướng dẫn sinh viên tự học:

Tuần /Buổi	Nội dung	Lý thuyết (tiết)	Thực hành (tiết)	Nhiệm vụ của sinh viên
1	<p>Chương 1: Tạo dựng và nắm bắt giá trị khách hàng.</p> <p>1.1 Các quan điểm marketing</p> <p>1.2 Thấu hiểu thị trường và nhu cầu khách hàng.</p> <p>1.3 Phát triển chiến lược hướng đến khách hàng.</p> <p>1.4 Chuẩn bị chương trình và chiến lược marketing.</p>	3	0	<p>-Nghiên cứu trước:</p> <p>+Tài liệu [1]: nội dung từ mục 1.1 đến 1.3, Chương 1</p> <p>+Tra cứu nội dung về các quan điểm marketing</p> <p>-Tìm hiểu ví dụ 1.1 ở tài liệu [1]</p>
2	<p>Chương 2: Hợp tác xây dựng quan hệ khách hàng</p> <p>2.1 Vai trò marketing</p> <p>2.2 Hoạch định kế hoạch marketing</p> <p>2.3 Chiến lược marketing và marketing hỗn hợp</p> <p>2.4 Quản lý nỗ lực tiếp thị.</p>	3	5	<p>-Nghiên cứu trước:</p> <p>+Tài liệu [1]: nội dung từ mục 2.1 đến 2.2, Chương 2</p> <p>+Ôn lại nội dung 1.1 – 1.4 đã học ở học ở chương 1</p> <p>+Tra cứu nội dung về hoạch định kế hoạch marketing</p> <p>-Tài liệu [2]: tìm hiểu Phần 1 (trang 23 đến trang 51) về chiến lược marketing hỗn hợp</p> <p>-Làm bài tập số 1, 2, 3 và 4 của Chương 2, tài liệu [1]</p> <p>-Làm việc nhóm (<i>theo danh sách phân nhóm</i>):</p>
3	<p>Chương 3: Phân tích môi trường marketing</p> <p>3.1 Môi trường vi mô</p> <p>3.2 Môi trường vĩ mô</p>	3	5	<p>-Nghiên cứu trước:</p> <p>+Tài liệu [1]: nội dung từ mục 3.1 đến 3.2 của Chương 3</p> <p>+Xem lại nội dung 2.1 và 2,2 đã học ở học ở chương 2</p>

				<ul style="list-style-type: none"> +Tra cứu nội dung về phân tích môi trường vi mô, vĩ mô -Tìm hiểu tài liệu [2] để rõ hơn về phân tích môi trường marketing -Làm bài tập số 1, 2, 3 của Chương 3, tài liệu [1] -Làm việc nhóm: làm bài tập số 4 và 5 của Chương 3, tài liệu [1]
4	<p>Chương 4: Thị trường và hành vi của người tiêu dùng</p> <p>4.1 Mô hình hành vi người tiêu dùng</p> <p>4.2 Quá trình ra quyết định của người tiêu dùng</p>	2	5	<ul style="list-style-type: none"> -Nghiên cứu trước: +Tài liệu [1]: nội dung từ mục 4.1 đến 4.2 của Chương 4 +Xem lại nội dung 2.1 và 2,2 đã học ở học ở chương 2 +Tra cứu nội dung về hành vi người tiêu dùng -Tìm hiểu tài liệu [2] để rõ hơn về hành vi người tiêu dùng -Làm bài tập số 1, 2, 3 của Chương 4, tài liệu [1] -Làm việc nhóm: làm bài tập số 4 và 5 của Chương 4, tài liệu [1]
5	<p>Chương 5: Xây dựng chiến lược dựa trên nhu cầu và mong muốn của khách hàng.</p> <p>5.1 Phân khúc thị trường.</p> <p>5.2 Mục tiêu tiếp thị.</p> <p>5.3 Tạo sự khác biệt và định vị sản phẩm.</p>	2	5	<ul style="list-style-type: none"> -Nghiên cứu trước: +Tài liệu [1]: nội dung từ mục 5.1 đến 5.2 của Chương 5 +Xem lại nội dung 4.1 và 4.2 đã học ở học ở chương 4 +Tra cứu nội dung về phân khúc thị trường -Tìm hiểu tài liệu [2] để rõ hơn về phân khúc thị trường -Làm bài tập số 1, 2, 3 của Chương 5, tài liệu [1] -Làm việc nhóm: làm bài tập số 2 và 5 của Chương 4, tài liệu [1]
6	<p>Chương 6: Chiến lược phát triển sản phẩm mới, và vòng đời sản phẩm.</p> <p>6.1 Chiến lược phát triển sản phẩm.</p> <p>6.2 Quy trình phát triển sản phẩm.</p> <p>6.3 Quản lý phát triển sản phẩm.</p> <p>6.4 Chiến lược vòng đời sản phẩm.</p>	2	5	<ul style="list-style-type: none"> -Nghiên cứu trước: +Tài liệu [1]: nội dung từ mục 6.1 đến 6.4 của Chương 6 +Xem lại nội dung 5.1 và 5.3 đã học ở học ở chương 5 +Tra cứu nội dung về hành vi người tiêu dùng -Tìm hiểu tài liệu [2] để rõ hơn vòng đời sản phẩm -Làm bài tập số 1, 2, 3 của Chương 6, tài liệu [1] -Làm việc nhóm: làm bài tập số 1 và 5 của Chương 6, tài liệu [1]

7	<p>Chương 7: Định giá sản phẩm.</p> <p>7.1 Chiến lược định giá.</p> <p>7.2 Các yếu tố chủ yếu ảnh hưởng đến quyết định giá.</p>	2	5	<p>-Nghiên cứu trước:</p> <p>+Tài liệu [1]: nội dung từ mục 7.1 đến 7.2 của Chương 47</p> <p>+Xem lại nội dung 6.1 và 6.2 đã học ở học ở chương 6</p> <p>+Tra cứu nội dung về hành vi người tiêu dùng</p> <p>-Tìm hiểu tài liệu [2] để rõ hơn định giá sản phẩm.</p> <p>-Làm bài tập số 1, 2, 3 của Chương 7, tài liệu [1]</p> <p>-Làm việc nhóm: làm bài tập số 4 và 6 của Chương 7, tài liệu [1]</p>
8	<p>Chương 8: Kênh phân phối.</p> <p>8.1 Chuỗi cung ứng, và mạng lưới phân phối.</p> <p>8.2 Vai trò của kênh phân phối.</p> <p>8.3 Hành vi trong kênh phân phối, và tổ chức.</p> <p>8.4 Thiết kế kênh phân phối.</p> <p>8.5 Quản lý kênh phân phối.</p> <p>8.6 Marketing logistics, và quản lý chuỗi cung ứng.</p>	2	5	<p>-Nghiên cứu trước:</p> <p>+Tài liệu [1]: nội dung từ mục 8.1 đến 8.2 của Chương 8</p> <p>+Xem lại nội dung 7.1 và 7.2 đã học ở học ở chương 7</p> <p>+Tra cứu nội dung về hành vi người tiêu dùng</p> <p>-Tìm hiểu tài liệu [2] để rõ hơn về kênh phân phối</p> <p>-Làm bài tập số 1, 2, 3 của Chương 8, tài liệu [1]</p> <p>-Làm việc nhóm: làm bài tập số 4 và 5 của Chương 8, tài liệu [1]</p>
9	<p>Chương 9: Chiến lược truyền thông marketing tích hợp.</p> <p>9.1 Hỗn hợp khuyến mãi.</p> <p>9.2 Truyền thông marketing tích hợp.</p> <p>9.3 Quá trình truyền thông.</p> <p>9.4 Các bước phát triển marketing truyền thông.</p> <p>9.5 Thiết lập ngân sách.</p> <p>9.6 Trách nhiệm xã hội trong marketing truyền thông.</p>	2	5	<p>-Nghiên cứu trước:</p> <p>+Tài liệu [1]: nội dung từ mục 9.1 đến 9.2 của Chương 4</p> <p>+Xem lại nội dung 2.1 và 2.2 đã học ở học ở chương 8</p> <p>+Tra cứu nội dung về hành vi người tiêu dùng</p> <p>-Tìm hiểu tài liệu [2] để rõ hơn về hành vi người tiêu dùng</p> <p>-Làm bài tập số 1, 2, 3 của Chương 9, tài liệu [1]</p> <p>-Làm việc nhóm: làm bài tập số 4 và 5 của Chương 9, tài liệu [1]</p>
10	<p>Chương 10: LẬP KẾ HOẠCH, TỔ CHỨC, THỰC HIỆN VÀ KIỂM SOÁT MARKETING</p> <p>10.1 Tổ chức theo chức năng</p> <p>10.2. Tổ chức theo địa lý</p> <p>10.3. Tổ chức theo nhãn hiệu, sản phẩm</p>	2	5	<p>-Nghiên cứu trước:</p> <p>+Tài liệu [1]: nội dung từ mục 10.1 đến 10.2 của Chương 4</p> <p>+Xem lại nội dung 9.1 và 9.2 đã học ở học ở chương 2</p> <p>+Tra cứu nội dung về hành vi người tiêu dùng</p> <p>-Tìm hiểu tài liệu [2] để rõ hơn về kiểm soát marketing</p>

	10.4. Tổ chức theo thị trường			-Làm bài tập số 1, 2, 3 của Chương 4, tài liệu [1] -Làm việc nhóm: làm bài tập số 4 và 5 của Chương 4, tài liệu [1]
--	-------------------------------	--	--	--

Ngày... tháng.... Năm 201

Trưởng khoa

Ngày... tháng.... Năm 201

Trưởng Bộ môn

Ngày... tháng.... Năm 201

Người biên soạn

Ngày... tháng.... Năm 201

Ban giám hiệu