

**CHƯƠNG TRÌNH TRÌNH ĐỘ ĐẠI HỌC**  
**NGÀNH ĐÀO TẠO: QUẢN TRỊ KINH DOANH**  
**CHƯƠNG TRÌNH CHI TIẾT HỌC PHẦN**

**1. Tên học phần:** QUẢN TRỊ BÁN HÀNG (SALES MANAGEMENT)

**Mã học phần:** KTQTBH.031

**2. Số tín chỉ:** 02

**3. Đối tượng:** Sinh viên Đại học ngành Quản trị kinh doanh hệ chính quy.

**4. Phân bố thời gian**

Tên đơn vị tín chỉ	Phân bố số tiết				Tổng
	Lý thuyết	Bài tập	Thảo luận	Thực hành, thực tập	
1	9	0	6	0	15 tiết
2	9	0	6	0	15 tiết

**5. Điều kiện tiên quyết** Học phần quản trị bán hàng được triển khai học tập khi sinh viên đã nắm chắc những kiến thức ở học phần quản trị học, marketing căn bản.

**6. Mục tiêu học phần**

*Về kiến thức:* Cung cấp các kiến thức về môi trường kinh doanh trong nền kinh tế thị trường; mối liên hệ giữa chiến lược kinh doanh, chiến lược marketing với quản trị bán hàng; các kiến thức về xây dựng chương trình lực lượng bán hàng, xây dựng kế hoạch bán hàng, tuyển dụng, đào tạo, và bố trí lực lượng bán hàng; lý thuyết về lựa chọn mô hình bán hàng, quản lý quan hệ khách hàng, lựa chọn kỹ năng bán hàng cho nhân viên...

*Về kỹ năng:* Rèn luyện các kỹ năng phân tích, đánh giá và xây dựng mô hình lực lượng bán hàng, kỹ năng tổ chức hệ thống bán hàng, kỹ năng lãnh đạo, quản lý lực lượng bán hàng, kỹ năng kiểm soát hoạt động bán hàng; Điều hành công tác quản trị chung của doanh nghiệp cũng như các lĩnh vực quản trị riêng biệt (marketing, nhân sự, sản xuất, tài chính, văn phòng...); Giao tiếp và chia sẻ thông tin hiệu quả bằng văn bản, thuyết trình và viết; Làm việc độc lập, làm việc theo nhóm, xây dựng và phát triển mối quan hệ với tập thể; Phân tích vấn đề đề xuất kế hoạch, chiến lược, quyết định kinh doanh cho doanh nghiệp

*Thái độ và mục tiêu khác:* Rèn luyện cho sinh viên thái độ học tập và nghiên cứu một cách khoa học và nghiêm túc.

**7. Mô tả vắn tắt nội dung học phần**

Quản trị bán hàng là môn học nghiên cứu các hoạt động tổ chức, xây dựng, và quản lý hoạt động của lực lượng bán hàng trong doanh nghiệp. Đây là môn học giúp cho học viên hiểu được kiến thức và vận dụng tốt các kỹ năng cơ bản về quản trị bán hàng, nhận thức về người quản lý bán hàng và nhân viên bán hàng trong công ty, nắm được cách thức xây dựng và quản trị đội ngũ bán hàng, hiểu được quy trình mua hàng và các mối quan hệ với khách hàng, nắm vững các kỹ năng lãnh đạo, tuyển dụng, huấn luyện, và

đánh giá thành tích lực lượng bán hàng, nhận thức được tương lai phát triển của quản trị bán hàng.

## 8. Nhiệm vụ của sinh viên

*Dự lớp:* Sinh viên phải nắm được những kiến thức cơ bản của nội dung chương trình do giảng viên trình bày ở trên lớp. Sinh viên phải tự nghiên cứu tài liệu ở nhà trước giờ giảng, ghi chú các vấn đề chưa rõ và phải đặt ra những vấn đề cần hỏi, thảo luận trong quá trình giảng dạy. Sinh viên phải tham gia tối thiểu 75% giờ trên lớp và đầy đủ các bài kiểm tra, chuyên đề và bài thi kết thúc học phần.

*Bài tập:* Chuẩn bị bài tập, tham gia giải và sửa bài tập trên lớp.

*Nghiên cứu:* Trên cơ sở tài liệu bài giảng chính của Giảng viên, sinh viên phải đọc và nghiên cứu những tài liệu tham khảo trong và ngoài nước khác để viết báo cáo, viết tiểu luận hoặc viết thu hoạch..

## 9. Tài liệu học tập

- Tài liệu chính

[1] Trần Đình Hải, (2005-in lại), *Bán hàng và Quản trị bán hàng*, NXB Thống kê, Hà Nội.

[2] Lê Đăng Lãng, (2009), *Kỹ năng và Quản trị bán hàng*, NXB Thống kê, Hà Nội.

- Tài liệu tham khảo

[1] James M. Comer, (1990), *Quản trị bán hàng* (dịch giả: Lê Thị Hiệp Thương và Nguyễn Việt Quyên), NXB Hồng Đức.

[2] Lê Đăng Lãng, (2009), *Kỹ năng và Quản trị bán hàng*, NXB Thống kê, Hà Nội.

[3] Nguyễn Việt Lâm, (2008), *Nghệ thuật bán hàng cá nhân*, NXB đại học kinh tế quốc dân, Hà Nội.

[4] Phạm Thị Thu Phương, (2005), *Bán hàng trong kỷ nguyên hợp tác và Marketing trực tuyến* (2nd Ed.), NXB Khoa học kỹ thuật.

## 10. Tiêu chuẩn đánh giá sinh viên

- **Mô tả tiêu chuẩn đánh giá:** Tiêu chuẩn đánh giá sinh viên được thực hiện theo văn bản hợp nhất số 17/VBHN-BGDĐT ngày 15/5/2014 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo. Điểm học phần được xác định dựa trên kết quả học tập toàn diện của sinh viên trong suốt học kỳ đối với học phần đó thông qua các điểm đánh giá bộ phận, bao gồm: Tinh thần thái độ trong giờ lên lớp, thảo luận và kết quả của bài thu hoạch, kiểm tra thường xuyên, thi học phần.

- Quy định các hình thức kiểm tra, thi

TT	Các chỉ tiêu đánh giá	Phương pháp đánh giá	Ghi chú
<i>Chuyên cần, thái độ</i>			
1	- Tham gia trên lớp - Chuẩn bị bài tốt - Tích cực thảo luận	- Điểm danh buổi học - Kiểm tra - Quan sát	
<i>Kiểm tra thường xuyên</i>			

2	Tự nghiên cứu - Bán hàng theo chiến lược -Hoạch định ngân sách bán hàng	- Bài tập	
3	Hoạt động nhóm, thảo luận - Tổ chức lực lượng bán hàng - Khách hàng lớn	Trình bày báo cáo và các nhóm khác tham gia đánh giá	
4	Bài kiểm tra - Bài kiểm tra 1 - Bài kiểm tra 2	- Viết - Viết	
<i>Bài thi</i>			
6	- Thi kết thúc học phần	Thi viết 60 phút	

## 11. Thang điểm

Thang điểm 10 (với một số lẻ thập phân) và thang điểm chữ theo Quy chế đào tạo đại học và cao đẳng hệ chính quy theo hệ thống tín chỉ ban hành tại văn bản hợp nhất số 17/VBHN-BGDDĐT ngày 15/5/2014 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo.

Điểm học phần là tổng điểm của tất cả các điểm đánh giá thành phần của học phần nhân với trọng số tương ứng, cụ thể:

Nội dung	Chuyên cần, thái độ	Kiểm tra thường xuyên	Thi kết thúc học phần
Trọng số (%)	5%	25%	70%

## 12. Nội dung chi tiết học phần

### CHƯƠNG 1 TỔNG QUAN VỀ BÁN HÀNG VÀ QUẢN TRỊ BÁN HÀNG (4 LT)

- 1.1 Khái niệm và quy trình bán hàng
- 1.2 Các chức quan niệm về bán hàng
- 1.3 Các phương thức và thủ thuật bán hàng
- 1.4 Bán hàng theo chiến lược
- 1.5 Khái niệm và các quan điểm tiếp cận quản trị bán hàng

### CHƯƠNG 2 HOẠCH ĐỊNH BÁN HÀNG (3 LT, 2 TL)

- 2.1. Khái niệm và phân loại hoạch định bán hàng
- 2.2. Nội dung các hoạch định bán hàng
- 2.3. Hoạch định ngân sách bán hàng
- 2.4. Xác định quy mô lực lượng bán hàng

### CHƯƠNG 3 TỔ CHỨC BÁN HÀNG (2 LT, 4 TL)

- 3.1. Khái niệm và vai trò của công tác tổ chức bán hàng
- 3.2. Lựa chọn kênh phân phối hàng hóa
- 3.3. Xây dựng cơ cấu tổ chức lực lượng bán hàng
- 3.4. Tổ chức lực lượng bán hàng

#### CHƯƠNG 4 LÃNH ĐẠO TRONG QUẢN TRỊ BÁN HÀNG (3 LT, 1 TL)

- 4.1. Khái niệm, vai trò và nguyên tắc của lãnh đạo trong quản trị bán hàng
- 4.2. Mô hình lãnh đạo trong quản trị bán hàng
- 4.3. Động viên, khuyến khích lực lượng bán hàng

#### CHƯƠNG 5 KIỂM SOÁT BÁN HÀNG (4 LT, 2 TL)

- 5.1. Khái niệm, mục tiêu và sự cần thiết của kiểm soát bán hàng
- 5.2. Các giai đoạn của kiểm soát bán hàng

#### CHƯƠNG 6 QUẢN TRỊ BÁN HÀNG CHO KHÁCH HÀNG LỚN (2 LT, 3 TL)

- 6.1. Khái niệm về khách hàng lớn
- 6.2. Quản trị chế độ khách hàng lớn

*Quảng Bình, ngày    tháng    năm 20*

**HIỆU TRƯỞNG**

**PGS.TS HOÀNG DƯƠNG HÙNG**