

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

**1. Tên học phần:** TÂM LÝ HỌC KINH DOANH (BUSINESS PSYCHOLOGY); **Mã số:** KTTLKD.011

**2. Số tín chỉ:** 03

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

**4. Phân bổ thời gian:**

Tên đơn vị tín chỉ	Phân bổ số tiết				Tổng
	Lý thuyết	Bài tập	Thảo luận	Thực hành, thực tập	
1	15	0	0	0	15
2	15	0	0	0	15
3	15	0	0	0	15

**5. Điều kiện tiên quyết:** Sinh viên hoàn thành các học phần sau: Quản trị học đại cương, Marketing căn bản.

**6. Mục tiêu học phần**

- *Kiến thức:* Có kiến thức về tâm lý học quản trị doanh nghiệp gồm: Những vấn đề chung của tâm lý học kinh doanh, khoa học con người trong kinh doanh, tâm lý học khách hàng, tâm lý học quảng cáo.. 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. Phân tích vấn đề để đề xuất kế hoạch, chiến lược, quyết định kinh doanh cho doanh nghiệp

- *Kỹ năng:* Sinh viên biết vận dụng những kiến thức được trang bị để vận dụng trong đàm phán với đối tác, giao tiếp khách hàng trong thực tiễn và trong việc nghiên cứu học tập các học phần chuyên ngành có liên quan

- *Thái độ và mục tiêu khác:* Tăng cường thái độ tích cực chủ động cho sinh viên bằng việc tự đọc thêm tài liệu ở nhà, giải quyết tình huống thực tiễn bằng kiến thức đã học.

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

Học phần này trình bày những nội dung cơ bản sau: Kiến thức chung về tâm lý học quản trị kinh doanh; vấn đề con người trong kinh doanh; kinh doanh và một số khái niệm liên quan; một số đặc điểm xã hội – tâm lý của giới doanh nhân và những yêu cầu đặt ra về nhân cách giám đốc doanh nghiệp; tâm lý khách hàng; khoa học nhận biết con người và giao tiếp trong kinh doanh.

**8. Nhiệm vụ của sinh viên:**

- *Về Kiến thức:* Sinh viên phải nắm được những kiến thức cơ bản của nội dung chương trình do giảng viên trình bày ở trên lớp. Tham gia đầy đủ các bài kiểm tra trên

lớp, chuyên đề và bài thi kết thúc học phần. 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 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

- Về các điều kiện khác: 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..vv theo những nội dung yêu cầu của Giảng viên. Để tiếp thu kiến thức của một tín chỉ sinh viên phải dành thời gian ít nhất 30 giờ chuẩn bị cá nhân và phải tham gia tối thiểu 75% giờ lên lớp.

## 9. Tài liệu học tập

- Tài liệu chính

[1] Bộ giáo dục và đào tạo, Viện đại học mở Hà Nội (2008), *Giáo trình tâm lý học kinh doanh*, NXB Thống kê.

- Tài liệu tham khảo

[1] Wilkinson, Michael (2012), *Độc vị khách hàng: 4 phong cách bán hàng chinh phục người mua*, NXB Lao động – Xã hội.

[2] Gitomer, Jefffrey (2012), *Kinh thánh về nghệ thuật bán hàng: Nguồn kiến thức đầy đủ nhất về cách thức bán hàng hiệu quả*, NXB Lao động – Xã hội.

[3] Nguyễn Đình Chính (1996), *Bài tập tình huống tâm lý học quản trị kinh doanh*

[4] Hoàng Đức Thân (2006), *Giáo trình giao dịch và đàm phán trong kinh doanh*, NXB Thống kê.

## 10. Tiêu chuẩn đánh giá sinh viên

Điểm học phần được xác định dựa trên kết quả học tập toàn diện của SV trong suốt học kỳ đối với học phần đó thông qua các điểm đánh giá bộ phận, bao gồm: Tinh thần thái độ trong lên lớp, thảo luận và kết quả của bài thu hoạch, kiểm tra thường xuyên, thi học phần...)

TT	Các chỉ tiêu đánh giá	Phương pháp đánh giá	Ghi chú
<b>Chuyên cần thái độ</b>			
1	- Tham gia trên lớp - Chuẩn bị bài tốt - Thuyết trình - Thảo luận	Quan sát, điểm danh, dựa vào việc đặt câu hỏi và trả lời câu hỏi của sinh viên để cho điểm	
<b>Kiểm tra thường xuyên</b>			
2	Tự nghiên cứu: Chương 4, Chương 5, Chương 8	Chấm báo cáo	
3	Hoạt động nhóm, thảo luận: • Nội dung kiến thức: có 2 chuyên đề chia thành 4-8 nhóm sinh viên (tùy điều kiện sĩ số của lớp học phần để chia cho hợp lý)	- Trình bày báo cáo theo dạng Powerpoint và word - Chấm điểm thuyết trình trên lớp (theo phương thức bốc thăm ngẫu nhiên);	

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Chuyên đề 1: Khoa học nhận dạng con người trong kinh doanh; Văn hóa kinh doanh các nước trên thế giới</li> <li>- Chuyên đề 2: Sử dụng kiến thức của tâm lý học để phân tích Quảng cáo của một sản phẩm, hay một doanh nghiệp; Các loại tính khí, tính cách thường gặp của khách hàng và cách ứng xử</li> <li>• <i>Kỹ năng:</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Làm việc nhóm;</li> <li>- Sử dụng công nghệ thông tin để làm bài thuyết trình dạng Powerpoint và Word;</li> <li>- Thảo luận nhóm để trả lời câu hỏi của giảng viên và các thành viên trong lớp;</li> <li>- Đặt câu hỏi.</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Trả lời câu hỏi;</li> <li>- Đặt câu hỏi</li> </ul>	
4	Bài kiểm tra: Có 03 bài kiểm tra khi kết thúc Chương 3, Chương 7, Chương 9	Viết	
5	Thực hành		Không
<i>Bài thi</i>			
6	Thi giữa kỳ		Không
7	Thi kết thúc học phần	Viết	

## 11. Thang điểm

Sử dụng thang điểm 10 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-BGDĐT 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 được mô tả ở bảng sau (*Tỷ lệ trọng số điểm do Bộ môn quyết định*).

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 NHỮNG VẤN ĐỀ CHUNG VỀ TÂM LÝ HỌC (12 TIẾT)

1.1. Khái quát về tâm lý

1.2. Một số hiện tượng tâm lý cơ bản

### CHƯƠNG 2 NHỮNG VẤN ĐỀ CHUNG VỀ TÂM LÝ KINH DOANH (3 tiết)

2.1 Tâm lý học

2.2 Sơ lược lịch sử hình thành tâm lý học kinh doanh

2.3 Tâm lý học kinh doanh

2.4 Phương pháp nghiên cứu của tâm lý học kinh doanh	
CHƯƠNG 3 VẤN ĐỀ CON NGƯỜI TRONG KINH DOANH (4 tiết)	
3.1 Các thuộc tính của con người	
3.2 Con người trong tâm lý học	
3.3 Con người Việt Nam	
3.4 Các nhân tố quy định tâm lý người Việt Nam	
CHƯƠNG 4 KHOA HỌC VÀ NGHỆ THUẬT KINH DOANH (4 tiết)	
4.1 Khái niệm kinh doanh	
4.2 Kinh doanh là một “Siêu nghề”	
4.3 Phân loại kinh doanh – các loại hình kinh doanh	
4.4 Công ty và văn hóa công ty	
4.5 Khoa học và nghệ thuật kinh doanh	
CHƯƠNG 5 ĐẶC ĐIỂM XÃ HỘI- TÂM LÝ CỦA DOANH NHÂN VÀ NHỮNG YÊU CẦU ĐẶT RA ĐỐI VỚI NHÂN CÁCH DOANH NHÂN (4 tiết)	
5.1 Nhà kinh doanh và hoạt động kinh doanh	
5.2 Một số đặc điểm xã hội và đặc điểm tâm lý của giới doanh nhân Việt Nam	
5.3 Những yêu cầu về nhân cách nhà kinh doanh ở Việt Nam hiện nay	
CHƯƠNG 6 TÂM LÝ KHÁCH HÀNG (6 tiết)	
6.1 Khái niệm và phân loại người tiêu dùng	
6.2 Những vấn đề tâm lý người tiêu dùng	
6.3 Chân dung tâm lý người tiêu dùng Việt nam và biện pháp bảo vệ quyền lợi của họ	
CHƯƠNG 7 TIẾP THỊ KINH DOANH TRONG THỜI ĐẠI NGÀY NAY (3 tiết)	
7.1 Tiếp thị và những khía cạnh tâm lý của tiếp thị	
7.2 Quảng cáo và cơ sở tâm lý của nó	
CHƯƠNG 8 KHOA HỌC NHẬN BIẾT, SỬ DỤNG, ĐỘNG VIÊN CON NGƯỜI TRONG HOẠT ĐỘNG KINH DOANH (4 tiết)	
8.1. Khoa học nhận biết con người	
8.2. Những quy luật tâm lý của việc sử dụng con người theo khoa học	
8.3. Nhân tài và chế độ sử dụng	
8.4. Động viên và phát huy nhân tố con người trong kinh doanh	
CHƯƠNG 9 GIAO TIẾP TRONG KINH DOANH (5 tiết)	
9.1. Đặc điểm chung của giao tiếp và giao tiếp trong kinh doanh	
9.2. Giao tiếp trong quản lý doanh nghiệp	
9.3. Những yếu tố ảnh hưởng đến giao tiếp trong quản lý doanh nghiệp	
9.4. Giao tiếp trong bán hàng	

*Quảng Bình, ngày      tháng      năm 20*

**HIỆU TRƯỞNG**

**PGS.TS Hoàng Dương Hùng**