

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

**1. Tên học phần:** MARKETING CƠ BẢN (PRINCIPLES OF MARKETING);

**Mã số:** KTMACB.008

**2. Số tín chỉ:** 03

**3. Đối tượng:** Sinh viên ngành Quản trị Kinh doanh  
Hệ Đại học 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	10	0	05	0	15
2	10	0	05	0	15
3	10	0	05	0	15

**5. Điều kiện tiên quyết**

Sinh viên đã hoàn thành các học phần:

- Kinh tế vi mô
- Kinh tế vĩ mô
- Quản trị học

**6. Mục tiêu học phần**

- *Về kiến thức:* Học phần cung cấp cho người học những nội dung cơ bản về marketing như: Bản chất Marketing, phương pháp nghiên cứu marketing, phương pháp nghiên cứu thị trường, các quyết định về sản phẩm, giá cả, phân phối,...

- *Về kỹ năng:* Áp dụng được các lý thuyết Marketing đã được học để giải thích, vận dụng được vào các tình huống thực tế; Phân tích vấn đề để đề xuất kế hoạch, chiến lược, quyết định kinh doanh cho doanh nghiệp; 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.

- *Thái độ và các 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 tóm tắt nội dung học phần**

Học phần này nhằm trang bị cho sinh viên những kiến thức cơ bản về các quan niệm, định nghĩa, hệ thống thông tin, lập kế hoạch, chiến lược, tổ chức Marketing, quá trình phân đoạn thị trường, các hành vi khách hàng, hành vi mua của người tiêu dùng và doanh nghiệp; các khái niệm, vai trò và thuộc tính của sản phẩm, hệ thống định vị, phân phối sản phẩm

**8. Nhiệm vụ của sinh viên**

- Dự lớp: Đọc trước giáo trình, phát hiện vấn đề, nghe giảng, nêu các câu hỏi và tham gia thảo luận về các vấn đề do giảng viên và sinh viên khác đặt ra. Sinh viên phải tham gia tối thiểu 75% giờ lên lớp và tham gia đầy đủ các bài kiểm tra trên lớp và bài thi kết thúc học phần.

- Bài tập: Chuẩn bị bài tập hoặc các nội dung thảo luận được giao, phát hiện vấn đề, tham gia thảo luận và sửa bài tập trên lớp.

- Nghiên cứu: Đọc tài liệu tham khảo, tham gia thuyết trình các vấn đề chuyên ngành.

## 9. Tài liệu học tập

- Tài liệu chính:

[1] GS.TS Trần Minh Đạo (2006), *Giáo trình Marketing căn bản*, NXB Đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội.

- Tài liệu tham khảo:

[1] TS. Trương Đình Chiến (2002), *Quản trị Marketing trong doanh nghiệp*, NXB Thống Kê, Hà Nội.

[2] Tổng Cục Du lịch (1998), *Marketing trong lĩnh vực Lữ hành và Khách sạn*, NXB Hà Nội

[3] Douglas – Leonard John Wilay & Sons (1992), *Marketing Management: Strategy And Cases*.

[4] Philip Kotler (2014), *Marketing Management*, Prentice Hall.

## 10. Tiêu chuẩn đánh giá sinh viên

- Mô tả tiêu chuẩn: 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: Điểm chuyên cần, điểm kiểm tra thường xuyên và điểm thi kết thúc 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...	Quan sát, điểm danh...	
<i>Kiểm tra thường xuyên</i>			
2	Hoạt động nhóm, thảo luận - Nội dung kiến thức liên quan - Kỹ năng thuyết trình	Trình bày báo cáo và nhóm khác đánh giá theo thang điểm cho trước...	
3	Bài kiểm tra: - Nội dung 1 Chương 1, 2 và tình huống liên quan	Viết	
	- Nội dung 2 Chương 3, 4, 5 và tình huống liên quan	Viết	

	- Nội dung 3 Chương 6 và tình huống liên quan	Viết	
<i>Các bài thi</i>			
4	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

Nội dung	Chuyên cần, thái độ	Kiểm tra thường xuyên	Thi kết thúc học phần
Trọng số	5%	45%	50%

## 12. Nội dung chi tiết học phần

### CHƯƠNG 1 BẢN CHẤT CỦA MARKETING ( LT 5t)

#### 1.1 Vai trò của Marketing

##### 1.1.1 Sự ra đời của Marketing

##### 1.1.2 Các khái niệm cơ bản của Marketing

##### 1.1.3 Vị trí của Marketing trong các hoạt động chức năng cốt yếu của doanh nghiệp.

#### 1.2 Quản trị Marketing

##### 1.2.1 Khái niệm

##### 1.2.2. Các quan điểm quản trị Marketing

##### 1.2.3 Quản trị quá trình Marketing

### CHƯƠNG 2 HỆ THỐNG THÔNG TIN VÀ NGHIÊN CỨU MARKETING (LT 5t, TL 2t)

#### 2.1 Hệ thống thông tin Marketing (MIS)

##### 2.1.1 Nguyên nhân hình thành MIS

##### 2.1.2 Khái niệm và các bộ phận cấu thành MIS

#### 2.2 Nghiên cứu Marketing

##### 2.2.1 Phát hiện vấn đề và hình thành mục tiêu nghiên cứu

##### 2.2.2 Lập kế hoạch nghiên cứu

##### 2.2.3 Thu thập thông tin

##### 2.2.4 Xử lý và phân tích thông tin thu thập được

##### 2.2.5 Báo cáo kết quả nghiên cứu

### CHƯƠNG 3 MÔI TRƯỜNG MARKETING ( LT 4t, TL 2t)

#### 3.1 Tổng quan về hệ thống hoạt động Marketing và môi trường Marketing

##### 3.1.1 Hệ hống hoạt động Marketing

##### 3.1.2 Tổng quan về môi trường Marketing của doanh nghiệp

#### 3.2 Tác động của môi trường vi mô tới hoạt động Marketing

##### 3.2.1 Các lực lượng bên trong công ty

- 3.2.2 Các lực lượng bên ngoài công ty
- 3.3 Tác động của môi trường vĩ mô tới hoạt động Marketing
  - 3.3.1 Nhân khẩu
  - 3.3.2 Kinh tế
  - 3.3.3 Tự nhiên
  - 3.3.4 Khoa học kỹ thuật
  - 3.3.5 Chính trị
  - 3.3.6 Văn hóa

## CHƯƠNG 4 HÀNH VI KHÁCH HÀNG (LT 5t, TL 2t)

- 4.1 Thị trường NTD và hành vi của NTD
  - 4.1.1 Khái quát về thị trường NTD
  - 4.1.2 Hành vi mua của NTD
  - 4.1.3 Những nhân tố cơ bản ảnh hưởng đến hành vi của NTD
  - 4.1.4 Qua trình thông qua quyết định mua
- 4.2 Thị trường và hành vi mua của tổ chức
  - 4.2.1 Thị trường và hành vi mua của doanh nghiệp sản xuất
  - 4.2.2 Thị trường và hành vi mua của tổ chức thương mại
  - 4.2.3 Thị trường và hành vi mua của tổ chức nhà nước

## CHƯƠNG 5 LỰA CHỌN THỊ TRƯỜNG MỤC TIÊU VÀ ĐỊNH VỊ THỊ TRƯỜNG (LT 3t, TL 2t)

- 5.1. Đo lường và dự báo cầu thị trường
  - 5.1.1 Các khái niệm chính trong đo lường và dự báo cầu
  - 5.1.2 Ước tính cầu hiện tại
  - 5.1.3 Ước tính cầu tương lai
- 5.2 Lựa chọn thị trường mục tiêu
  - 5.2.1 Tổng quan về phân đoạn thị trường, lựa chọn thị trường mục tiêu và định vị
  - 5.2.2 Phân đoạn thị trường
  - 5.2.3 Lựa chọn thị trường mục tiêu
- 5.3 Định vị thị trường
  - 5.3.1 Khái niệm
  - 5.3.2 Các hoạt động trọng tâm của chiến lược định vị
  - 5.3.3 Các bước của tiến trình định vị

## CHƯƠNG 6 MARKETING HỖN HỢP ( LT 10t; TL 5t)

- 6.1 Các quyết định về sản phẩm
  - 6.1.1 Quyết định về nhãn hiệu
  - 6.1.2 Quyết định về bao gói
  - 6.1.3 Quyết định về chủng loại và danh mục sản phẩm
- 6.2 Các quyết định về giá
  - 6.2.1 Những vấn đề chung về giá
  - 6.2.2 Nhân tố ảnh hưởng đến giá
- 6.3 Các quyết định về phân phối
  - 6.3.1 Bản chất và tầm quan trọng của kênh phân phối

6.3.2 Cấu trúc kênh  
6.4 Xúc tiến hỗn hợp

Quảng Bình, ngày ..... tháng ..... năm 20  
**HIỆU TRƯỞNG**

**PGS.TS Hoàng Dương Hùng**

Mẫu 2

KHOA  
**BỘ MÔN**

**CỘNG HOÀ XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM**  
**Độc lập - Tự do - Hạnh phúc**

**BIÊN BẢN NGHIỆM THU CHƯƠNG TRÌNH CHI TIẾT HỌC PHẦN**

Tên học phần:

Mã học phần:

Số tín chỉ:

Trình độ đào tạo:

Đối tượng đào tạo: Sinh viên ngành:

Hệ:

**1. Thông tin hoạt động nghiệm thu**

Thời gian nghiệm thu:

Địa điểm nghiệm thu:

Thành phần và nhiệm vụ của thành viên Hội đồng nghiệm thu:

1....

2.....

3.....

## 2. Ý kiến Hội đồng nghiệm thu

- Phản biện 1: (Gửi văn bản nhận xét đính kèm)

- Phản biện 2: (Gửi văn bản nhận xét đính kèm)

- Ý kiến thảo luận, bổ sung của thành viên Hội đồng:

.....  
.....  
.....

## 3. Kết luận của Hội đồng nghiệm thu

**Về hình thức** (Đã đáp ứng đúng mẫu quy định hay chưa? Trình bày rõ ràng dễ hiểu chưa? Lỗi chính tả nào cần chỉnh sửa? Lỗi văn phong, câu, từ nào cần chỉnh sửa?)

.....  
.....  
.....

### Về nội dung

(- Mục tiêu học phần có bám sát chuẩn đầu ra và chương trình đào tạo hay không? Cần chỉnh sửa vấn đề gì?

- Nội dung chương trình đảm bảo tính khoa học, chính xác chưa, có phát huy được năng lực của người học hay không, có khả năng đo lường được không, có thể thực hiện các hoạt động thu thập minh chứng cho việc đạt được mục tiêu học phần không? Đề nghị chỉnh sửa như thế nào?

- Kiến thức cơ bản, kỹ năng mà học phần mô tả có rõ ràng và đáp ứng được yêu cầu đào tạo chưa? Cần chỉnh sửa bổ sung như thế nào?

- Các tiêu chuẩn sử dụng để đánh giá sinh viên có thể hiện mức độ đạt được các mục tiêu trong từng tín chỉ, từng học phần và có khả năng phân loại trình độ của sinh viên chưa?

- Quy định các hình thức kiểm tra đã phù hợp và đúng quy định chưa?

- Những vấn đề cần chỉnh sửa ở các mục khác)

.....  
.....  
.....  
.....

Quảng Bình, ngày ..... tháng ..... năm 2014

CHỦ TỊCH HỘI ĐỒNG

THƯ KÝ

THÀNH VIÊN HỘI ĐỒNG

