

**BỘ TÀI CHÍNH**  
**TRƯỜNG ĐẠI HỌC - TÀI CHÍNH QUẢN TRỊ KINH DOANH**



**ĐỀ CƯƠNG GIẢNG DẠY HỌC PHẦN**  
**(Dành cho bậc Đại học)**

**HỌC PHẦN: QUẢN TRỊ VÀ PT SẢN PHẨM MỚI**

**Số tín chỉ: 2 (2,0)**

**Bộ môn: Quản trị kinh doanh**

**Khoa: Quản trị kinh doanh**

**Hưng Yên, tháng .... năm 2019**

## **ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN**

*(Ban hành kèm theo Quyết định số ...../QĐ-ĐHTCQTKD ngày ...../2019 của Hiệu trưởng trường Đại học Tài chính – Quản trị kinh doanh)*

### **1. Thông tin chung về học phần:**

- Tên học phần: Quản trị và phát triển sản phẩm mới
- Tên tiếng Anh: New product development and administration
- Mã học phần: 003413
- Số tín chỉ: 02, Số tín chỉ lý thuyết: 02, Số tín chỉ thực hành: 0
- Môn học tiên quyết: Quản trị học
- Môn học song hành: Quản trị marketing, quản trị quan hệ khách hàng, Marketing khách hàng tổ chức

### **2. Đối tượng áp dụng:**

- Môn học bắt buộc cho ngành: Quản trị kinh doanh
- Môn học tự chọn cho ngành:
- Trình độ: Đại học.
- Hệ đào tạo: Chính quy.

### **3. Nội dung tóm tắt của học phần:**

Học phần giúp trang bị cho sinh viên những kiến thức khái quát về quản trị và phát triển sản phẩm mới, các yếu tố chiến lược phát triển sản phẩm mới, quy trình phát triển sản phẩm mới, xác định cơ hội cho sản phẩm mới đồng thời quản lý và cải tiến phát triển sản phẩm mới.

### **4. Mục tiêu của học phần:**

#### *4.1. Kiến thức:*

- Trang bị cho sinh viên những kiến thức cơ bản về quản trị và phát triển sản phẩm mới.
- Trang bị cho sinh viên những kiến thức về quy trình phát triển sản phẩm mới, xác định cơ hội cho sản phẩm mới đồng thời quản lý và cải tiến phát triển sản phẩm mới.

#### *4.2. Kỹ năng:*

- + Có khả năng ứng dụng các kiến thức về quản trị và phát triển sản phẩm mới vào hoạt động sản xuất kinh doanh trong các doanh nghiệp;

+ Có kỹ năng tư duy phân tích để ra các quyết định về phát triển sản phẩm mới trong doanh nghiệp.

+ Có kỹ năng quản lý và cải tiến phát triển sản phẩm mới.

#### 4.3. Thái độ:

+ Có tinh thần trách nhiệm và hoàn thành các nhiệm vụ được giao liên quan đến môn học;

+ Sinh viên cần xác định rõ hướng học tập và thảo luận các vấn đề liên quan đến quản trị và phát triển sản phẩm mới;

+ Rèn luyện tính kiên trì và có đạo đức nghề nghiệp trong các hoạt động, nghiệp vụ liên quan đến quản trị và phát triển sản phẩm mới.

### 5. Chuẩn đầu ra của học phần:

STT	Mã CDR	Nội dung chuẩn đầu ra	CDR của CTĐT
<b><i>Về kiến thức</i></b>			
1	CDR1	Trang bị cho sinh viên những kiến thức cơ bản về quản trị và phát triển sản phẩm mới	(5), (6), (7)
2	CDR2	Trang bị cho sinh viên những kiến thức về quy trình phát triển sản phẩm mới, xác định cơ hội cho sản phẩm mới đồng thời quản lý và cải tiến phát triển sản phẩm mới	(8)
<b><i>Về kỹ năng</i></b>			
3	CDR3	Có khả năng ứng dụng các kiến thức về quản trị và phát triển sản phẩm mới vào hoạt động sản xuất kinh doanh trong các doanh nghiệp	(10), (11), (13)
4	CDR4	Có kỹ năng tư duy phân tích để ra các quyết định về phát triển sản phẩm mới trong doanh nghiệp	(9), (12), (13)
5	CDR5	Có kỹ năng quản lý và cải tiến phát triển sản phẩm mới	(9), (10), (11)
<b><i>Năng lực tự chủ và trách nhiệm (thái độ)</i></b>			
6	CDR6	Có tinh thần trách nhiệm và hoàn thành các nhiệm vụ được giao liên quan đến môn học	(18), (20)
7	CDR7	Sinh viên cần xác định rõ hướng học tập và thảo luận các vấn đề liên quan đến quản trị và phát triển sản phẩm mới	(19), (21)
8	CDR8	Rèn luyện tính kiên trì và có đạo đức nghề nghiệp trong các hoạt động, nghiệp vụ liên quan đến quản trị và phát triển sản phẩm mới	(18), (20)

### 6. Phương pháp và phương tiện giảng dạy:

#### 6.1. Phương pháp giảng dạy:

Thuyết trình, phát vấn, đối thoại, thảo luận nhóm.

## 6.2. Phương tiện giảng dạy:

Máy chiếu, máy tính, phấn, bảng, internet. . .

## 7. Thang điểm đánh giá:

Giảng viên đánh giá theo thang điểm 10, Phòng Quản lý đào tạo sẽ quy đổi sang thang điểm chữ và thang điểm 4 để phục vụ cho việc xếp loại trung bình học kỳ, trung bình tích lũy và xét học vụ.

## 8. Phương pháp và nội dung đánh giá

(Theo Quy chế đào tạo hệ chính quy theo hệ thống tín chỉ ban hành kèm theo Quyết định số 212/QĐ-ĐHTCQTKD ngày 14/5/2018 của Hiệu trưởng Trường Đại học Tài chính-Quản trị kinh doanh).

Loại hình		Nội dung đánh giá	Mô tả cách thực hiện	CĐR	Trọng số
Điểm chuyên cần		Nhận thức, thái độ tham gia lớp học	- Sinh viên đi học đầy đủ: Từ 9 đến 10 điểm - Sinh viên vắng từ 20% trở xuống: Từ 5 đến 8 điểm - Sinh viên vắng trên 20%: không được thi, không chấm điểm Giảng viên kết hợp với thái độ học tập của sinh viên để cho theo khung ở trên	CĐR6, CĐR7, CĐR8	10%
Đánh giá quá trình	(1)	Bài kiểm tra thường xuyên	Kiểm tra trên lớp hoặc bài tập, thảo luận	CĐR1, CĐR2, CĐR3	20%
	(2)	Bài kiểm tra giữa kỳ	Kiểm tra trên lớp	CĐR4, CĐR5	
	(3)				
Điểm thi cuối kỳ		Thi kết thúc học phần	Thi theo hình thức tự luận	CĐR1, CĐR2, CĐR3, CĐR4, CĐR5	70%
				<b>Tổng:</b>	<b>100%</b>

## 9. Tài liệu học tập và tham khảo:

9.1. Tài liệu học tập bắt buộc: Đỗ Tiên Tới (2020), Bài giảng quản trị và phát triển sản phẩm mới.

9.2. Tài liệu tham khảo: Trương Đình Chiến (2013), *Giáo trình Quản trị Marketing*, NXB Kinh tế quốc dân.

## 10. Thông tin giảng viên giảng dạy:

### 10.1. Giảng viên 1:

- Họ tên: Đỗ Tiến Tới
- Chức danh, học hàm, học vị: Tiến sĩ
- Số điện thoại: 0912050526 Email: dotientoi2011@gmail.com

### 10.2. Giảng viên 2:

- Họ tên:
- Chức danh, học hàm, học vị:
- Số điện thoại: Email:

### 10.3. Giảng viên 3:

- Họ tên:
- Chức danh, học hàm, học vị:
- Số điện thoại: Email:

## 11. Nội dung và phân bổ thời gian:

Nội dung	Phân bổ thời gian				Tổng cộng
	Lý thuyết	Kiểm tra	Bài tập, thảo luận	Tự học, tự nghiên cứu	
Chương 1: Giới thiệu khái quát về quản trị và phát triển sản phẩm mới	5		2	14	21
Chương 2: Quy trình phát triển sản phẩm mới	6	1	3	20	30
Chương 3: Xác định cơ hội cho sản phẩm mới	5		1	12	18
Chương 4: Quản lý và cải tiến phát triển sản phẩm mới	4	1	2	14	21
<b>Tổng cộng</b>	<b>20</b>	<b>2</b>	<b>8</b>	<b>60</b>	<b>90</b>

## 12. Lịch trình tổ chức dạy học cụ thể:

## Chương 1: Giới thiệu khái quát về quản trị và phát triển sản phẩm mới

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết	Nội dung chính	Tài liệu học tập, tham khảo	Chuẩn đầu ra (HP)
Lý thuyết/ Thực hành	9	<p><b>1.1. Khái niệm và vai trò của quản trị và phát triển sản phẩm mới</b></p> <p>1.1.1. Khái niệm về sản phẩm mới</p> <p>1.1.2. Khái niệm về quản trị và phát triển sản phẩm mới</p> <p>1.1.3. Vai trò của quản trị và phát triển sản phẩm mới</p> <p><b>1.2. Các yếu tố chiến lược trong quản trị và phát triển sản phẩm mới</b></p> <p><b>1.3. Thành công hay thất bại của sản phẩm mới</b></p>	Đỗ Tiến Tới (2020), <i>Bài giảng Quản trị và phát triển sản phẩm mới</i> ; Trương Đình Chiến (2013), <i>Giáo trình Quản trị Marketing</i> , NXB Kinh tế quốc dân.	CĐR1, CĐR2, CĐR3, CĐR4, CĐR5, CĐR6, CĐR7, CĐR8
Tự học, tự nghiên cứu	20	- Phương pháp nghiên cứu phát triển sản phẩm mới	Đỗ Tiến Tới (2020), <i>Bài giảng Quản trị và phát triển sản phẩm mới</i> ; Trương Đình Chiến (2013), <i>Giáo trình Quản trị Marketing</i> , NXB Kinh tế quốc dân.	CĐR1, CĐR2, CĐR3, CĐR4, CĐR5, CĐR6, CĐR7, CĐR8

## Chương 2: Quy trình phát triển sản phẩm mới

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết	Nội dung chính	Tài liệu học tập, tham khảo	Chuẩn đầu ra (HP)
Lý thuyết/	7	<p><b>2.1. Phát triển ý tưởng</b></p> <p><b>2.2. Sàng lọc ý tưởng</b></p>	Đỗ Tiến Tới (2020), <i>Bài giảng Quản trị và phát triển</i>	CĐR1, CĐR2,

Thực hành		<b>2.3. Phát triển và thử nghiệm</b> <b>2.4. Phát triển chiến lược Marketing</b> <b>2.5. Phân tích kế hoạch tài chính</b> <b>2.6. Phát triển sản phẩm</b> <b>2.7. Thử nghiệm</b> <b>2.8. Thương mại hóa</b>	<i>sản phẩm mới</i> ; Trương Đình Chiến (2013), <i>Giáo trình Quản trị Marketing</i> , NXB Kinh tế quốc dân.	CĐR3, CĐR4, CĐR5, CĐR6, CĐR7, CĐR8
Tự học, tự nghiên cứu	14	Áp dụng quy trình phát triển sản phẩm mới vào doanh nghiệp	Đỗ Tiến Tới (2020), <i>Bài giảng Quản trị và phát triển sản phẩm mới</i> ; Trương Đình Chiến (2013), <i>Giáo trình Quản trị Marketing</i> , NXB Kinh tế quốc dân.	CĐR1, CĐR2, CĐR3, CĐR4, CĐR5, CĐR6, CĐR7, CĐR8

### Chương 3: Xác định cơ hội cho sản phẩm mới

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết	Nội dung chính	Tài liệu học tập, tham khảo	Chuẩn đầu ra (HP)
Lý thuyết/ Thực hành	6	<b>3.1. Nghiên cứu và phân tích loại cơ hội thị trường</b> <b>3.2. Đáp ứng nhu cầu của khách hàng</b> <b>3.3. Xác định tiềm năng của thị trường</b> <b>3.4. Sự khác biệt của sản phẩm</b> <b>3.5. Khả năng xâm nhập thị trường mới</b>	Đỗ Tiến Tới (2020), <i>Bài giảng Quản trị và phát triển sản phẩm mới</i> ; Trương Đình Chiến (2013), <i>Giáo trình Quản trị Marketing</i> , NXB Kinh tế quốc dân.	CĐR1, CĐR2, CĐR3, CĐR4, CĐR5, CĐR6, CĐR7, CĐR8
Tự học, tự nghiên cứu	12	<b>3.6. Các yếu tố ảnh hưởng đến xác định cơ hội cho sản phẩm mới</b>	Đỗ Tiến Tới (2020), <i>Bài giảng Quản trị và phát triển sản phẩm mới</i> ; Trương Đình Chiến (2013), <i>Giáo trình Quản trị Marketing</i> , NXB	CĐR1, CĐR2, CĐR3, CĐR4, CĐR5,

			Kinh tế quốc dân.	CĐR6, CĐR7, CĐR8
--	--	--	-------------------	------------------------

#### Chương 4: Quản lý và cải tiến phát triển sản phẩm mới

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết	Nội dung chính	Tài liệu học tập, tham khảo	Chuẩn đầu ra (HP)
Lý thuyết/ Thực hành	6	<b>4.1. Quản lý quy trình phát triển sản phẩm mới</b> <b>4.2. Cải tiến quy trình phát triển sản phẩm mới</b> <b>4.3. Quản lý và cải tiến trong phát triển sản phẩm mới</b>	Đỗ Tiên Tới (2020), <i>Bài giảng Quản trị và phát triển sản phẩm mới</i> ; Trương Đình Chiến (2013), <i>Giáo trình Quản trị Marketing</i> , NXB Kinh tế quốc dân.	CĐR1, CĐR2, CĐR3, CĐR4, CĐR5, CĐR6, CĐR7, CĐR8
Tự học, tự nghiên cứu	14	- <b>Nghiên cứu các sản phẩm để triển khai ứng dụng</b>	Đỗ Tiên Tới (2020), <i>Bài giảng Quản trị và phát triển sản phẩm mới</i> ; Trương Đình Chiến (2013), <i>Giáo trình Quản trị Marketing</i> , NXB Kinh tế quốc dân.	CĐR1, CĐR2, CĐR3, CĐR4, CĐR5, CĐR6, CĐR7, CĐR8

TRƯỞNG KHOA

TRƯỞNG BỘ MÔN

GIẢNG VIÊN BIÊN SOẠN