

PHẦN I ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

1. Khoa phụ trách: Quản trị kinh doanh

2. Giảng viên

T.T	Họ và tên	Năm sinh	Chức danh, học hàm, học vị	Giảng chính, kiêm chức	Điện thoại
1	Bùi Thị Minh Phương	1982	Thạc sỹ	Giảng chính	0977965262

3. Thông tin về học phần

- Tên học phần: NGHIÊN CỨU MARKETING
- Mã học phần:
- Số tín chỉ: 03
- Điều kiện tiên quyết: Sinh viên đã học các môn học thuộc kiến thức đại cương và cơ sở khối ngành, gồm: Quản trị học, marketing căn bản

4. Đối tượng áp dụng

- Ngành đào tạo: quản trị kinh doanh
- Trình độ: Đại học
- Hệ đào tạo: chính quy

5. Mục tiêu của học phần:

5.1. Kiến thức:

Học phần này trang bị cho sinh viên những kiến thức và vận dụng được các công cụ, quy trình để thực hiện nghiên cứu khoa học, nghiên cứu thị trường. Sau khi học xong học phần, người học sẽ:

- Hiểu được quá trình phát triển, đặc điểm, vai trò cũng như ứng dụng thực tế marketing vào thực tế vào các doanh nghiệp hiện nay.
- Phân tích, đánh giá được yếu tố môi trường marketing bằng các phương pháp nghiên cứu, quan sát và các mô hình thực tế

- Nắm được các kỹ năng cần thiết đối với nhà quản trị để có thể ứng dụng phân tích, đánh giá đối thủ cạnh tranh và nội lực của doanh nghiệp phục vụ cho hoạt động quản trị marketing của doanh nghiệp hoặc tổ chức.

5.2. Kỹ năng:

- + Có các kỹ năng tư duy lý luận về môn học.
- + Có kỹ năng tư duy để lập kế hoạch, tổ chức thực hiện, kiểm tra đánh giá và quản trị các hoạt động Marketing ở cấp độ chiến lược và chiến thuật.
- + Có kỹ năng tư duy, phân tích và vận dụng nhuần nhuyễn được các kỹ năng mềm như làm việc nhóm, thuyết trình, kỹ năng giải quyết và khám phá vấn đề.
- + Có kỹ năng tìm kiếm và lựa chọn kiến thức để dùng vào những mục đích riêng biệt, có kỹ năng tự phát triển.
- + Đánh giá được cách dạy và học.

5.3. Thái độ:

- + Có tinh thần trách nhiệm và hoàn thành các nhiệm vụ được giao liên quan đến môn học ;
- + Yêu thích môn học, ngành học mà sinh viên đang theo học,
- + Phát triển thái độ tích cực, dân thân và sáng tạo nghề marketing và trong cuộc sống
- + Có sự tự tin và chuẩn mực sống trong xã hội.

6. Nội dung tóm tắt của học phần:

Việc hiểu biết thuần thực về nghiên cứu thị trường đã trở thành một nhu cầu quan trọng trong doanh nghiệp, đặc biệt trong môi trường marketing đang thay đổi từng ngày và cạnh tranh gay gắt như hiện nay. Học phần chú trọng vào các lý thuyết cơ bản và cách thức thực hành nghiên cứu Marketing, từ việc xác định vấn đề nghiên cứu đến lựa chọn phương pháp nghiên cứu, thu thập dữ liệu để chuẩn bị cho việc xử lý phân tích dữ liệu và viết báo cáo nghiên cứu.

7. Phương pháp và phương tiện giảng dạy:

7.1. Phương pháp giảng dạy:

- Diễn giải, phân tích, phát vấn-đối thoại
- Thảo luận nhóm tại lớp
- Trả lời câu hỏi

7.2. Phương tiện giảng dạy:

- Giáo án, giáo trình, tài liệu tham khảo
- Bài giảng lý thuyết, giáo án điện tử- PowerPoint
- Máy tính, máy chiếu

8. Thang điểm đánh giá: thang điểm 10 (từ 0 đến 10), làm tròn đến một chữ số thập phân.

9. Phương pháp đánh giá:

- Thái độ, chuyên cần (trọng số 10%)

Điểm chuyên cần được đánh giá thông qua số giờ sinh viên lên lớp, tính chuyên cần khi tham gia thảo luận, làm bài tập tại lớp và do giảng viên giảng dạy quyết định. Sinh viên sẽ được điểm chuyên cần 0 (không) khi nghỉ quá 20% số tiết tín chỉ phải lên lớp theo quy định. Khi được điểm 0 (không) chuyên cần thì sinh viên không đủ điều kiện tham dự thi hết học phần và phải học lại.

- Tham dự kiểm tra: 01 bài kiểm tra thường xuyên (trọng số 10%), 01 bài kiểm tra giữa kỳ (10%).

Điểm kiểm tra thường xuyên được giảng viên giảng dạy quyết định trên cơ sở cho điểm các bài thảo luận, làm bài tập, kiểm tra miệng..... theo yêu cầu của giảng viên.

Điểm kiểm tra giữa kỳ (kiểm tra giữa học phần) là điểm của bài kiểm tra mà sinh viên làm trực tiếp tại lớp 1 tiết. Các giảng viên tự quyết định việc ra đề kiểm tra và chấm bài kiểm tra giữa học phần đối với các lớp do mình giảng dạy .

- Thi hết học phần: trọng số 70%, hình thức thi do Trường quy định.

10. Tài liệu học tập và tài liệu tham khảo:

10.1. Tài liệu học tập bắt buộc:

- Giáo trình *Nghiên cứu Marketing*, PGS.TS. Nguyễn Viết Lâm, NXB Đại học Kinh tế quốc dân, 2013

10.2. Tài liệu tham khảo:

- *Nghiên cứu Marketing, Những bài tập tình huống*, PGS.TS. Nguyễn Viết Lâm, NXB Đại học Kinh tế quốc dân, năm 2006

11. Nội dung chi tiết học phần

Chương 1: KHÁI QUÁT VỀ NGHIÊN CỨU MARKETING

I. LỊCH SỬ PHÁT TRIỂN CỦA NGHIÊN CỨU MARKETING

1. Thời kỳ trước năm 1900

2. Thời kỳ từ 1900 đến trước năm 1940

3. Thời kỳ 1940 đến trước 1980

4. Thời kỳ từ năm 1980 đến nay

II. NGHIÊN CỨU MARKETING

1. Khái niệm và thực chất của nghiên cứu marketing

2. Những đặc điểm của nghiên cứu marketing

3. Vai trò và ứng dụng của nghiên cứu marketing

III. NHỮNG KHÍA CẠNH TỔ CHỨC CỦA NGHIÊN CỨU MARKETING

1. Những người thực hiện công việc nghiên cứu Marketing

2. Những người sử dụng kết quả nghiên cứu marketing

3. Các kiểu tổ chức bộ phận nghiên cứu marketing trong doanh nghiệp

Chương 2 PHÁC THẢO QUÁ TRÌNH NGHIÊN CỨU MARKETING

I. PHÁC THẢO CÁC GIAI ĐOẠN RA QUYẾT ĐỊNH VÀ CÁC LOẠI HÌNH NGHIÊN CỨU MARKETING CHỦ YẾU

1. Các giai đoạn ra quyết định marketing

2. Các loại hình nghiên cứu marketing chủ yếu

2.1. Nghiên cứu thăm dò

2.2. Nghiên cứu mô tả

2.3. Nghiên cứu nhân quả

II. PHÁC THẢO CÁC BƯỚC CỦA QUÁ TRÌNH NGHIÊN CỨU MARKETING

1. Xác định vấn đề và mục tiêu nghiên cứu

2. Thiết kế dự án nghiên cứu chính thức

3. Thực hiện việc thu thập thông tin (dữ liệu)

4. Xử lý và phân tích thông tin (dữ liệu) thu thập được

5. Trình bày và báo cáo kết quả nghiên cứu

Chương 3 XÁC ĐỊNH VẤN ĐỀ VÀ MỤC TIÊU NGHIÊN CỨU

I. XÁC ĐỊNH VẤN ĐỀ NGHIÊN CỨU

1. Khái niệm về vấn đề trong nghiên cứu marketing

1.1. Vấn đề quản trị và vấn đề nghiên cứu marketing

1.2. Vấn đề nghiên cứu của một cuộc nghiên cứu marketing

2. Tiếp cận để xác định vấn đề trong nghiên cứu marketing

2.1. Sử dụng phương pháp phỏng

2.2. Phân tích tình huống và điều tra sơ bộ

II. XÁC ĐỊNH MỤC TIÊU NGHIÊN CỨU VÀ HÌNH THÀNH CÁC GIẢ THUYẾT

1. Xác định mục tiêu nghiên cứu

1.1. Khái niệm về mục tiêu nghiên cứu

1.2. Tiếp cận để xác định mục tiêu nghiên cứu

2. Hình thành các giả thuyết nghiên cứu

2.1. Khái niệm và vai trò của giả thuyết nghiên cứu

2.2. Cách thức xây dựng giả thuyết nghiên cứu

Chương 4 THIẾT KẾ VÀ PHÊ CHUẨN DỰ ÁN NGHIÊN CỨU CHÍNH THỨC

I. THIẾT KẾ VIỆC THU THẬP VÀ XỬ LÝ THÔNG TIN

1. Xác định nguồn và dạng dữ liệu

2. Lựa chọn các phương pháp thu thập thông tin

3. Thiết kế bảng câu hỏi và mẫu điều tra nghiên cứu

II. XÁC ĐỊNH PHÍ TỒN VÀ LỢI ÍCH CỦA CUỘC NGHIÊN CỨU

1. Xác định phí tổn nghiên cứu

2. Xác định giá trị của cuộc nghiên cứu

2.1. Khái niệm giá trị và giá trị ròng của cuộc nghiên cứu

2.2. Một số phương pháp xác định giá trị nghiên cứu

III. SOẠN THẢO VĂN BẢN CHÍNH THỨC VỀ DỰ ÁN NGHIÊN CỨU

1. Khái quát chung

2. Kết cấu của bản dự án

2.1. Giới thiệu về cuộc nghiên cứu

2.2. Quan điểm, mục tiêu nghiên cứu

2.3. Phương pháp, kế hoạch nghiên cứu và các điều kiện thực hiện nghiên cứu

2.4. Các phụ lục kèm theo

IV. PHÊ CHUẨN DỰ ÁN NGHIÊN CỨU

Chương 5: DỮ LIỆU THỨ CẤP VÀ PHƯƠNG PHÁP THU THẬP DỮ LIỆU THỨ CẤP

I. ĐẶC TÍNH CỦA DỮ LIỆU THỨ CẤP

1. Những ứng dụng của dữ liệu thứ cấp

1.1. Ứng dụng đối với các loại hình nghiên cứu marketing

1.2. Ứng dụng đối với các loại quyết định marketing

2. Ưu và nhược điểm của dữ liệu thứ cấp

2.1. Ưu điểm

2.2. Nhược điểm

II. PHÂN LOẠI DỮ LIỆU THỨ CẤP

1. Phân loại tổng quát

2. Phân loại chi tiết nguồn dữ liệu bên trong và bên ngoài

2.1. Dữ liệu bên trong

2.2. Dữ liệu bên ngoài

III. PHƯƠNG PHÁP THU THẬP DỮ LIỆU THỨ CẤP

1. Quy trình chung

1.1. Xác định những thông tin cần thiết cho cuộc nghiên cứu

1.2. Tìm các nguồn dữ liệu

1.3. Tiến hành thu thập các thông tin

1.4. Đánh giá các dữ liệu đã thu thập được

2. Tìm kiếm các dữ liệu thứ cấp bên ngoài

2.1. Những “trợ giúp” đối với sách

2.2. Những “trợ giúp” đối với tạp chí

2.3. Những “trợ giúp” đối với các báo và các bản tin kinh doanh

2.4. Những “trợ giúp” đối với các thông tin từ Chính phủ

2.5. Các “trợ giúp” hỗn hợp

2.6. Các hệ thống “trợ giúp” bằng máy tính

3. Nghiên cứu chi tiết giá trị dữ liệu thu thập được

3.1. Dữ liệu đã được thu thập vì mục đích gì?

3.2. Các dữ liệu ấy do ai thu thập?

3.3. Các dữ liệu ấy được thu thập như thế nào?

3.4. Các dữ liệu này liên quan đến các dữ liệu khác như thế nào?

Chương 6 THU THẬP DỮ LIỆU SƠ CẤP BẰNG PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU ĐIỀU TRA PHÒNG VẤN VÀ QUAN SÁT

I. KHÁI QUÁT CHUNG

1. Thực chất của phương pháp nghiên cứu phỏng vấn và quan sát

1.1. Nghiên cứu phỏng vấn

1.2. Nghiên cứu quan sát

2. Phân loại phương pháp nghiên cứu phỏng vấn và quan sát

2.1. Theo tiếp cận thứ nhất

2.2. Theo tiếp cận thứ hai

II. CÁC DẠNG NGHIÊN CỨU PHÒNG VẤN VÀ PHƯƠNG THỨC LỰA CHỌN CHÚNG

1. Các dạng nghiên cứu điều tra phỏng vấn

1.1. Phỏng vấn qua điện thoại

1.2. Phỏng vấn qua thư tín (bưu điện)

1.3. Phỏng vấn trực tiếp cá nhân

1.4. Phỏng vấn nhóm tập trung

1.5. Một số cách tiếp cận khác về dạng nghiên cứu phỏng vấn

2. Lựa chọn các dạng phỏng vấn thích hợp cho cuộc nghiên cứu

2.1. Phương thức kết hợp

2.2. Các căn cứ và tiêu chuẩn lựa chọn

III. CÁC DẠNG NGHIÊN CỨU QUAN SÁT VÀ QUY TRÌNH TIẾN HÀNH NGHIÊN CỨU QUAN SÁT

1. Các dạng nghiên cứu quan sát

1.1. Quan sát trong môi trường bình thường và có điều kiện

1.2. Quan sát mở và quan sát có nguy trang

1.3. Quan sát bằng người và bằng máy

1.4. Quan sát có tổ chức và không có tổ chức

2. Điều kiện áp dụng và các bước tiến hành nghiên cứu quan sát

2.1. Các điều kiện thích hợp cho nghiên cứu quan sát

2.2. Quy trình tiến hành nghiên cứu quan sát

3. Những ưu điểm và hạn chế của phương pháp quan sát

3.1. Những ưu điểm

3.2. Những hạn chế

Chương 7 THU THẬP DỮ LIỆU SƠ CẤP BẰNG PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU THỰC NGHIỆM

I. KHÁI QUÁT CHUNG

1. Thực chất của phương pháp nghiên cứu thực nghiệm

2. Các khái niệm có liên quan của một cuộc thực nghiệm

2.1. Các thành phần của cuộc thực nghiệm

2.2. Một số khái niệm khác

3. Các kiểu thực nghiệm

3.1. Thực nghiệm Labo (Laboratory Experiment)

3.2. Thực nghiệm hiện trường

II. THIẾT KẾ THỰC NGHIỆM

1. Những vấn đề chung

1.1. Quan niệm về thiết kế thực nghiệm

1.2. Những quy ước về ký hiệu trong thực nghiệm

2. Các mô hình thực nghiệm phi chính tắc chủ yếu

2.1. Mô hình thực nghiệm trước – sau không có đối chứng

2.2. Mô hình thực nghiệm trước – sau có đối chứng

2.3. Mô hình thực nghiệm chỉ nghiên cứu kết quả sau thực nghiệm có đối chứng

2.4. Mô hình thực nghiệm “Ex post facto”

3. Các mô hình thực nghiệm chính tắc chủ yếu

3.1. Mô hình thực nghiệm hoàn toàn ngẫu nhiên

3.2. Mô hình thực nghiệm có hạn chế ngẫu nhiên

3.3. Mô hình thực nghiệm hình vuông Latin

III. TRẮC NGHIỆM MARKETING (Test Marketing)

1. Thực chất của trắc nghiệm Marketing

2. Lựa chọn thành phố khu vực trắc nghiệm marketing

3. Ưu nhược điểm và vấn đề đạo đức trong trắc nghiệm marketing

Chương 8 ĐO LƯỜNG VÀ ĐÁNH GIÁ TRONG NGHIÊN CỨU MARKETING

I. KHÁI QUÁT CHUNG

1. Khái niệm cơ bản về đo lường

2. Các loại thang đo lường cơ bản

2.1. Thang đo lường biểu danh

2.2. Thang đo lường thứ tự

2.3. Thang đo lường khoảng cách

2.4. Thang đo lường tỷ lệ

3. Những tiêu chuẩn của đo lường

II. PHƯƠNG PHÁP ĐO LƯỜNG, ĐÁNH GIÁ MẶT ĐỊNH TÍNH (CHẤT LƯỢNG) CỦA CÁC ĐỐI TƯỢNG

1. Thực chất

2. Các dạng thang đo lường sử dụng để đánh giá lựa chọn

2.1. Các dạng thang đo lường có nhiều hạng mục lựa chọn

2.2. Thang điểm “bảng liệt kê lối sống”

2. Các dạng thang đo lường được sử dụng để đánh giá tầm quan trọng của thuộc tính

2.1. Thang điểm ghi từng khoản

2.2. Thang điểm có tổng số không đổi

2.3. Thang điểm so sánh từng cặp

IV. QUYẾT ĐỊNH VỀ CÁC HẠNG MỤC ĐƯỢC LỰA CHỌN VÀ SỬ DỤNG LOẠI THANG ĐIỂM TRONG ĐÁNH GIÁ

1. Quyết định về các hạng mục được lựa chọn

1.1. Số lượng các hạng mục

1.2. Tính quân bình của các hạng mục

1.3. Tính chất chẵn lẻ của số lượng hạng mục

2. Quyết định sử dụng loại thang điểm

Chương 9 THIẾT KẾ BẢNG CÂU HỎI TRONG NGHIÊN CỨU MARKETING

I. KHÁI QUÁT CHUNG

1. Quan niệm về bảng câu hỏi

2. Quan niệm về thiết kế bảng câu hỏi

II. CÁC BƯỚC CỦA QUÁ TRÌNH THIẾT KẾ BẢNG CÂU HỎI

1. Xác định thông tin cần tìm kiếm và cách thức sử dụng chúng

2. Tiến hành soạn thảo và đánh giá các câu hỏi

3. Thiết kế cấu trúc bảng câu hỏi

4. Thiết kế hình thức bảng câu hỏi

5. Kiểm nghiệm thử và hoàn thiện lần cuối

III. LỰA CHỌN DẠNG CÂU HỎI

1. Câu hỏi mở

1.1. Câu hỏi tự do trả lời

1.2. Câu hỏi thăm dò

1.3. Câu hỏi thuộc dạng “ kỹ thuật hiện hình”

2. Câu hỏi đóng

2.1. Câu hỏi phân đôi

2.2. Câu hỏi có nhiều sự lựa chọn

IV. NHỮNG HƯỚNG DẪN TRONG QUÁ TRÌNH SOẠN THẢO BẢNG CÂU HỎI

1. Tránh sự phức tạp, cần sử dụng ngôn ngữ giao tiếp hội thoại thông thường và đơn giản

2. Tránh đưa ra các câu hỏi mang tính áp đặt và có ẩn ý

3. Tránh những câu hỏi mơ hồ và tối nghĩa, phải đặt những câu hỏi thật cụ thể

4. Tránh những câu hỏi đa nghĩa, câu hỏi gồm nhiều thành tố

5. Tránh đặt những giả thiết trong khi nêu câu hỏi

6. Tránh những câu hỏi quá thiên về việc huy động trí nhớ để trả lời

7. Tuân thủ nguyên tắc dịch ngược khi tham khảo hoặc sử dụng bảng câu hỏi từ tiếng nước ngoài

Chương 10 CHỌN MẪU TRONG NGHIÊN CỨU MARKETING

I. KHÁI QUÁT CHỌN MẪU

1. Bản chất của quá trình chọn mẫu

2. Các yêu cầu đối với chọn mẫu

3. Những vấn đề nảy sinh trong chọn mẫu

II. QUY TRÌNH CHUNG CỦA CHỌN MẪU

1. Xác định tổng thể mục tiêu

2. Chọn lựa khung lấy mẫu

3. Chọn lựa phương pháp lập mẫu

4. Xác định kích thước mẫu

5. Lựa chọn các thành viên cụ thể của mẫu

III. CÁC PHƯƠNG PHÁP CHỌN MẪU

1. Chọn mẫu ngẫu nhiên

1.1. Chọn mẫu ngẫu nhiên đơn giản

1.2. Chọn mẫu hệ thống

1.3. Lấy mẫu phân tầng

1.4. Chọn mẫu cả khối

2. Các phương pháp chọn mẫu phi xác suất

2.1. Lấy mẫu tiện lợi

2.2. Lấy mẫu đánh giá

2.3. Lấy mẫu chia phần

2.4. Lấy mẫu ném tuyết

IV. XÁC ĐỊNH KÍCH THƯỚC MẪU

1. Xác định kích thước mẫu trong trường hợp chọn mẫu ngẫu nhiên

2. Xác định kích thước mẫu trong trường hợp chọn mẫu phi ngẫu nhiên

Chương 11 THỰC HIỆN VIỆC THU THẬP DỮ LIỆU TẠI HIỆN TRƯỜNG

I. NHỮNG VẤN ĐỀ KỸ THUẬT VÀ NGHỆ THUẬT THU THẬP DỮ LIỆU

1. Đối với phỏng vấn cá nhân trực tiếp

2. Đối với phỏng vấn nhóm tập trung

3. Đối với phỏng vấn qua điện thoại

4. Đối với phỏng vấn bằng thư tín

II. SAI SỐ TRONG THU THẬP DỮ LIỆU VÀ CÁCH KHẮC PHỤC

1. Sai số do sự không đáp ứng

1.1. Đối với phỏng vấn cá nhân trực tiếp

1.2. Đối với phỏng vấn bằng điện thoại

1.3. Đối với phỏng vấn qua thư

2. Sai số do sự bao quát không đầy đủ tổng thể

3. Những sai số do ảnh hưởng của người phỏng vấn và sai số do người phỏng vấn gây ra

3.1. Sai số do ảnh hưởng của người phỏng vấn

3.2. Sai số do người trả lời phỏng vấn

III. TỔ CHỨC VÀ QUẢN LÝ THU THẬP DỮ LIỆU TẠI HIỆN TRƯỜNG

1. Khảo sát thử

2. Tuyển chọn nhân viên phỏng vấn

3. Huấn luyện và hướng dẫn nhân viên phỏng vấn

3.1. Những nội dung về lý thuyết

3.2. Tập huấn và hướng dẫn nhân viên phỏng vấn

IV. KIỂM TRA VÀ GIÁM SÁT QUÁ TRÌNH THU THẬP DỮ LIỆU

1. Kiểm tra và giám sát công việc lập mẫu

2. Giám sát các công việc thực hiện trên hiện trường

3. Kiểm tra và giám sát để phát hiện những cuộc phỏng vấn không trung thực

Chương 12 CHUẨN BỊ XỬ LÝ DỮ LIỆU

I. ĐÁNH GIÁ GIÁ TRỊ CỦA DỮ LIỆU

1. Mục đích đánh giá giá trị dữ liệu

2. Các bước đánh giá giá trị dữ liệu

II. BIÊN TẬP (HIỆU CHÍNH) DỮ LIỆU

1. Biên tập sơ bộ

2. Biên tập chi tiết

3. Một số chỉ dẫn đối với nhân viên biên tập

III . MÃ HÓA DỮ LIỆU

1. Các nguyên tắc của việc mã hóa dữ liệu

2. Kỹ thuật mã hóa

2.1. Mã hóa các câu hỏi đóng

2.1. Mã hóa các câu hỏi mở

2.3. Một số công việc khác

Chương 13 KHÁI QUÁT CHUNG VỀ XỬ LÝ DỮ LIỆU VÀ PHƯƠNG PHÁP PHÂN TÍCH THỐNG KÊ MIÊU TẢ TRONG XỬ LÝ DỮ LIỆU

I.KHÁI QUÁT CHUNG VỀ PHÂN TÍCH VÀ GIẢI THÍCH DỮ LIỆU

1. Thực chất của phân tích và giải thích dữ liệu

1.1. Phân tích dữ liệu

1.2. Giải thích (diễn giải) dữ liệu

2. Mối quan hệ giữa phân tích và giải thích dữ liệu

2.1. Giải thích sai

2.2. Phân tích sai

3. Giới thiệu khái quát các phương pháp phân tích

3.1. Phân tích thống kê miêu tả

3.2. Phân tích thống kê sử dụng biến số

4. Lựa chọn các kỹ thuật xử lý dữ liệu

4.1. Kỹ thuật phân tích thủ công

4.2. Kỹ thuật phân tích dữ liệu bằng máy tính

5. Các căn cứ lựa chọn phương pháp phân tích

II. NỘI DUNG CỦA PHƯƠNG PHÁP PHÂN TÍCH THỐNG KÊ MIÊU TẢ

1. Lập bảng tần suất và tính tỷ lệ phần trăm

2. Đánh giá xu hướng hội tụ

3. Lập bảng so sánh chéo

3.1. Lựa chọn biến số và lập bảng

3.2. Tính tỷ lệ phần trăm

3.3. Phân tích chi tiết hơn

4. Chuyển dịch dữ liệu về dạng thích hợp

5. Tính chỉ số và sắp xếp thứ tự

5.1. Xác định chỉ số

5.2. Xấp xếp thứ tự ưa thích

6. Sử dụng đồ thị và biểu đồ trong phân tích miêu tả

7. Sử dụng máy tính trong thống kê miêu tả

Chương 14 PHƯƠNG PHÁP PHÂN TÍCH THỐNG KÊ SỬ DỤNG BIẾN SỐ TRONG XỬ LÝ DỮ LIỆU

I. PHÂN TÍCH THỐNG KÊ ĐƠN BIẾN

1. Khái quát về kiểm định giả thuyết

1.1. Khái niệm

1.2. Các bước thực hiện kiểm định giả thuyết

2. Áp dụng các phương pháp kiểm định giả thuyết

2.1. Kiểm định phân phối t

2.2. Kiểm định khi bình phương

2.3. Kiểm định giả thuyết về tỷ lệ

II. PHÂN TÍCH THÔNG KÊ HAI BIẾN: KIỂM ĐỊNH SỰ KHÁC NHAU VÀ PHÂN TÍCH MỐI LIÊN HỆ

1. Phân tích thông kê hai biến: kiểm định sự khác biệt

1.1. Kiểm định khi bình phương

1.2. Kiểm định phân phối t với so sánh hai trung bình mẫu

1.3. Kiểm định phân phối Z trong so sánh hai tỷ lệ

1.4. Phân tích phương sai

2. Phân tích hai biến: đánh giá sự liên hệ

2.1. Hệ số tương quan đơn giản

2.2. Phân tích hồi quy

II. PHÂN TÍCH THÔNG KÊ NHIỀU BIẾN: PHÂN TÍCH SỰ PHỤ THUỘC VÀ SỰ PHỤ THUỘC LẦN NHAU CỦA CÁC BIẾN SỐ

1. Các phương pháp phân tích sự phụ thuộc

1.1. Phân tích hồi quy đa biến

1.2. Phân tích phương sai đa biến

2. Phân tích sự phụ thuộc lẫn nhau

- 2.1. Phân tích nhân tố
- 2.2. Phân tích khối
- 2.3. Lập thang đa chiều

Chương 15 TRÌNH BÀY VÀ BÁO CÁO KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

I. YÊU CẦU, CHỨC NĂNG CỦA MỘT BẢN BÁO CÁO VÀ ĐỊNH HƯỚNG VIẾT BÁO CÁO

1. Những yêu cầu của một bản báo cáo

2. Các chức năng của bản báo cáo

3. Những yếu tố định hướng viết báo cáo

- 3.1. Đặc tính của người đọc
- 3.2. Các vấn đề và mục tiêu nghiên cứu

II. KẾT CẤU VÀ NỘI DUNG CỦA BẢN BÁO CÁO

1. Kết cấu chung của một báo cáo

2. Nội dung của báo cáo

- 2.1. Trang bìa
- 2.2. Thư chuyển giao
- 2.3. Thư ủy quyền
- 2.4. Mục lục
- 2.5. Phần tóm tắt
- 2.6. Phần nội dung chính
- 2.7. Phụ lục

III. THIẾT KẾ VIỆC VIẾT BÁO CÁO

1. Cân nhắc độ dài của báo cáo

2. Nghệ thuật trình bày lời văn

3. Sử dụng có hiệu quả các yếu tố hình học

- 3.1. Bảng biểu
- 3.2. Đồ thị và biểu đồ

4. Tổ chức viết báo cáo

5. Quyết định quỹ thời gian cho viết báo cáo

IV. THUYẾT TRÌNH NHỮNG KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

1. Những tìm hiểu chung trước khi thuyết trình

2. Lựa chọn các phương tiện nghe nhìn

3. Viết bài trình bày

4. Nghệ thuật phát biểu hay truyền đạt

12. Phân bổ thời gian:

Nội dung	Phân bổ thời gian				Tổng cộng	Thời gian học
	Lý thuyết	Bài tập	Thảo luận	Tự học, tự nghiên cứu		
Chương 1	2		1	6	9	Tuần 1
Chương 2	2		1	6	9	Tuần 2
Chương 3	2		1	6	9	Tuần 3
Chương 4	1		1	4	6	Tuần 4
Kiểm tra thường xuyên	1			2	3	
Chương 5	2		1	6	9	Tuần 5
Chương 6	2		1	6	9	Tuần 6
Chương 7	2		1	6	9	Tuần 7
Chương 8	2		1	6	9	Tuần 8
Chương 9	1		1	4	6	Tuần 9
Kiểm tra giữa kỳ	1			2	3	
Chương 10	2		1	6	9	Tuần 10
Chương 11	2		1	6	9	Tuần 11
Chương 12	2		1	6	9	Tuần 12
Chương 13	1		1	4	6	Tuần 13
Kiểm tra thường xuyên	1			2	3	
Chương 14	2		1	6	9	Tuần 14
Chương 15	1		1	4	6	Tuần 15
Tổng kết	1			2	3	

Tổng	30	15	90	135	
-------------	-----------	-----------	-----------	------------	--

12. Lịch trình tổ chức dạy học cụ thể:

Bài 1(tiết 1-3)

Chương 1 KHÁI QUÁT VỀ NGHIÊN CỨU MARKETING

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết tín chỉ	Nội dung chính	Tài liệu học tập, tham khảo	Ghi chú	CĐR (học phần)
Lý thuyết	2	I. Lịch sử nghiên cứu marketing	- <i>Tài liệu bắt buộc</i> : từ trang 7 đến 13	Trên lớp	CĐR1 CĐR4 CĐR5 CĐR8 CĐR10 CĐR15
		II. Nghiên cứu Marketing là gì ?	- <i>Tài liệu bắt buộc</i> : từ trang 13 đến 21		
Thảo luận	1	III. Những khía cạnh tổ chức của nghiên cứu marketing	- <i>Tài liệu bắt buộc</i> : từ trang 22 đến 29		
Tự nghiên cứu	6	* Đọc tài liệu về nội dung bài học Chương 2 Phác thảo quá trình nghiên cứu marketing, I. Phác thảo các giai đoạn ra quyết định và các loại hình nghiên cứu marketing chủ yếu Đọc trước khi lên lớp	<i>Tài liệu bắt buộc</i> :từ trang 33 đến trang 41	Sinh viên tự bố trí thời gian và địa điểm	

Bài 2 (tiết 4-6)

Chương 2 PHÁC THẢO QUÁ TRÌNH NGHIÊN CỨU MARKETING

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết tín chỉ	Nội dung chính	Tài liệu học tập, tham khảo	Ghi chú	CĐR (học phần)
---------------------------	-----------------	----------------	-----------------------------	---------	----------------

Lý thuyết	2	I. Phác thảo các giai đoạn ra quyết định và các loại hình nghiên cứu marketing chủ yếu II. Phác thảo các bước của quá trình nghiên cứu marketing 1. Xác định vấn đề và mục tiêu nghiên cứu 2. Thiết dự án nghiên cứu chính thức	- <i>Tài liệu bắt buộc</i> : từ trang 33 đến 41 - <i>Tài liệu bắt buộc</i> : từ trang 42 đến 46	Trên lớp	CĐR1 CĐR4 CĐR5 CĐR8 CĐR10 CĐR15
Thảo luận	1	Giảng viên quyết định nội dung và hình thức thảo luận hướng vào phần, thực hiện thu thập thông tin (dữ liệu) xử lý và phân tích thông tin (dữ liệu) thu thập được		Trên lớp	
Tự nghiên cứu	6	* Đọc tài liệu về nội dung bài học * Tự nghiên cứu: Trình bày và báo cáo kết quả nghiên cứu (Nghiên cứu trước khi lên lớp)	<i>Tài liệu bắt buộc</i> : Từ trang 33 đến 46. <i>Tài liệu bắt buộc</i> : trang 48	Sinh viên tự bố trí thời gian và địa điểm	

Bài 3 (tiết 7-9)

Chương 3 XÁC ĐỊNH VẤN ĐỀ VÀ MỤC TIÊU NGHIÊN CỨU

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết tín chỉ	Nội dung chính	Tài liệu học tập, tham khảo	Ghi chú	CĐR (học phần)
Lý thuyết	2	I. Xác định vấn đề nghiên cứu 1. Khái niệm về vấn đề trong nghiên cứu marketing 2. Tiếp cận để xác định vấn đề trong nghiên cứu marketing	- <i>Tài liệu bắt buộc</i> : từ trang 53 đến 64	Trên lớp	CĐR1 CĐR4 CĐR5 CĐR8

Thảo luận	1	Giảng viên quyết định nội dung và hình thức thảo luận hướng vào phần II. Xác định mục tiêu nghiên cứu và hình thành các giả thuyết, 1. Xác định mục tiêu nghiên cứu			CĐR10 CĐR15
Tự nghiên cứu	6	* Đọc tài liệu về nội dung bài học * Tự nghiên cứu: 2. Hình thành các giả thuyết nghiên cứu	- <i>Tài liệu bắt buộc</i> : từ trang 69 đến 71	Sinh viên tự bố trí thời gian và địa điểm	

Bài 4 (tiết 10-12)

Chương 4 THIẾT KẾ VÀ PHÊ CHUẨN DỰ ÁN NGHIÊN CỨU CHÍNH THỨC

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết tín chỉ	Nội dung chính	Tài liệu học tập, tham khảo	Ghi chú	CĐR (học phần)
Lý thuyết	1	I. Thiết kế việc thu thập và xử lý thông tin	- <i>Tài liệu bắt buộc</i> : từ trang 76 đến 81	Trên lớp	CĐR1 CĐR3 CĐR4 CĐR8 CĐR9 CĐR10 CĐR 15
		II. Xác định phí tổn và lợi ích của cuộc nghiên cứu	- <i>Tài liệu bắt buộc</i> : từ trang 81 đến 88		
Thảo luận	1	III. Soạn thảo văn bản chính thức về dự án nghiên cứu		Trên lớp	
Kiểm tra thường xuyên	1			Trên lớp	

Tự nghiên cứu	4	* Đọc tài liệu về nội dung bài học * Tự nghiên cứu: IV. Phê chuẩn dự án nghiên cứu	- <i>Tài liệu bắt buộc</i> : từ trang 76 đến 88	Sinh viên tự bố trí thời gian và địa điểm	
---------------	---	--	---	---	--

Bài 5 (tiết 13-15)

Chương 5 DỮ LIỆU THỨ CẤP VÀ PHƯƠNG PHÁP THU THẬP DỮ LIỆU THỨ CẤP

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết tín chỉ	Nội dung chính	Tài liệu học tập, tham khảo	Ghi chú	CĐR (học phần)
Lý thuyết	2	I. Đặc tính của dữ liệu thứ cấp. II. Phân loại dữ liệu thứ cấp	<i>Tài liệu bắt buộc</i> : từ trang 97 đến 107	Trên lớp	CĐR1 CĐR4 CĐR5 CĐR8 CĐR9 CĐR10 CĐR13 CĐR15
Thảo luận	1	III. Phương pháp thu thập dữ liệu thứ cấp 1. Quy trình chung 2. Tìm kiếm các dữ liệu thứ cấp bên ngoài			
Tự nghiên cứu	6	III. Phương pháp thu thập dữ liệu thứ cấp 3. Nghiên cứu chi tiết giá trị dữ liệu thu thập được	<i>Tài liệu bắt buộc</i> : từ trang 116 đến 117	Sinh viên tự bố trí thời gian và địa điểm	

Bài 6 (tiết 16-18)

Chương 6 THU THẬP DỮ LIỆU SƠ CẤP BẰNG PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU ĐIỀU TRA PHÒNG VẤN VÀ QUAN SÁT

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết tín chỉ	Nội dung chính	Tài liệu học tập, tham khảo	Ghi chú	CĐR (học phần)
Lý thuyết	2	I. Khái quát chung 1. Thực chất của phương pháp nghiên cứu phỏng vấn và quan sát 2. Phân loại phương pháp nghiên cứu phỏng vấn và quan sát	<i>Tài liệu bắt buộc</i> : từ trang 121 đến 125	Trên lớp	CĐR1 CĐR4

					CDR5 CDR8 CDR9 CDR13 CDR15
Thảo luận	1	II. Các dạng nghiên cứu phỏng vấn và phương thức lựa chọn chúng	<i>Tài liệu bắt buộc:</i> từ trang 125 đến 136	Trên lớp	
Tự nghiên cứu	6	III. Các dạng nghiên cứu quan sát và quy trình tiến hành nghiên cứu quan sát	- <i>Tài liệu bắt buộc:</i> từ trang 136 đến 142	Sinh viên tự bố trí thời gian và địa điểm	

Bài 7 (tiết 19-21)

Chương 7 THU THẬP DỮ LIỆU SƠ CẤP BẰNG PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU THỰC NGHIỆM

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết tín chỉ	Nội dung chính	Tài liệu học tập, tham khảo	Ghi chú	CDR (học phần)
Lý thuyết	2	I.Khái quát chung 1.Thực chất của phương Pháp nghiên cứu thực nghiệm 2. Các khái niệm có liên quan của một cuộc thực nghiệm 3. Các kiểu thực nghiệm	- <i>Tài liệu bắt buộc:</i> từ trang 145 đến 154	Trên lớp	CDR1 CDR4 CDR5 CDR8 CDR9 CDR13 CDR15
Thảo luận	1	Giảng viên đưa ra tình huống cụ thể để thảo luận II. Thiết kế thực nghiệm			
Tự nghiên cứu	6	III.Trắc nghiệm Marketing	- <i>Tài liệu bắt buộc:</i> từ trang 166 đến 169	Sinh viên tự bố trí thời gian và địa điểm	

Bài 8 (tiết 22-24)**Chương 8 ĐO LƯỜNG VÀ ĐÁNH GIÁ TRONG NGHIÊN CỨU
MARKETING**

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết tín chỉ	Nội dung chính	Tài liệu học tập, tham khảo	Ghi chú	CĐR (học phần)
Lý thuyết	2	I.Khái quát chung 1. Khái niệm cơ bản về đo lường 2. Các loại thang đo lường cơ bản 3. Những tiêu chuẩn của đo lường	- <i>Tài liệu bắt buộc:</i> từ trang 173 đến 180	Trên lớp	CĐR1 CĐR4 CĐR5 CĐR8 CĐR10 CĐR15
Thảo luận	1	II. Phương pháp đo lường, đánh giá mặt định tính (chất lượng) của các đối tượng III.Phương pháp đo lường, đánh giá tầm quan trọng của các thuộc tính		Trên lớp	
Tự nghiên cứu	6	* Đọc tài liệu về nội dung bài học phần IV. Quyết định về các hạng mục được lựa chọn và sử dụng loại thang điểm trong đánh giá	- <i>Tài liệu bắt buộc</i> từ trang 194 đến 197	Sinh viên tự bố trí thời gian và địa điểm	

Bài 9 (tiết 25-27)**Chương 9 THIẾT KẾ BẢNG CÂU HỎI**

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết tín chỉ	Nội dung chính	Tài liệu học tập, tham khảo	Ghi chú	CĐR (học phần)
Lý thuyết	2	I.Khái quát chung II. Các bước của quá trình thiết kế bảng câu hỏi III.Lựa chọn bảng câu hỏi	- <i>Tài liệu bắt buộc:</i> từ trang 203 đến 226	Trên lớp	CĐR1 CĐR5 CĐR9 CĐR10 CĐR15

Kiểm tra giữa kỳ	1			Trên lớp	
Tự nghiên cứu	4	IV. Những hướng dẫn trong quá trình soạn thảo bảng câu hỏi	- <i>Tài liệu bắt buộc</i> : từ trang 226 đến 234	Sinh viên tự bố trí thời gian và địa điểm	

Bài 10 (tiết 28-30)

Chương 10 CHỌN MẪU TRONG NGHIÊN CỨU MARKETING

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết tín chỉ	Nội dung chính	Tài liệu học tập, tham khảo	Ghi chú	CĐR (học phần)
Lý thuyết	2	I. Khái quát về chọn mẫu	- <i>Tài liệu bắt buộc</i> : từ trang 237 đến 241	Trên lớp	CĐR1 CĐR9 CĐR10 CĐR15
		1. Bản chất của quá trình chọn mẫu			
		2. Các yêu cầu đối với chọn mẫu			
		3. Những vấn đề nảy sinh trong chọn mẫu			
Thảo luận	1	II. Quy trình chung của chọn mẫu III. Các phương pháp chọn mẫu	<i>Tài liệu bắt buộc</i> : từ trang 242 đến 261		
Tự nghiên cứu	6	IV. Xác định kích thước mẫu	- <i>Tài liệu bắt buộc</i> : từ trang 262 đến 266	Sinh viên tự bố trí thời gian và địa điểm	

Bài 11 (tiết 31-33)**Chương 11 THỰC HIỆN VIỆC THU THẬP DỮ LIỆU TẠI HIỆN TRƯỜNG**

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết tín chỉ	Nội dung chính	Tài liệu học tập, tham khảo	Ghi chú	CĐR (học phần)
Lý thuyết	2	I. Những vấn đề về kỹ thuật và nghệ thuật thu thập dữ liệu 1. Đối với phỏng vấn cá nhân trực tiếp 2. Đối với phỏng vấn nhóm tập trung	- <i>Tài liệu bắt buộc</i> : từ trang 271 đến 279	Trên lớp	CĐR 1 CĐR4 CĐR5 CĐR9 CĐR10 CĐR15
		3. Đối với phỏng vấn qua điện thoại			
		4. Đối với phỏng vấn bằng thư tín			
Thảo luận	1	II. Sai số trong thu thập dữ liệu và cách khắc phục III. Tổ chức và quản lý thu thập dữ liệu tại hiện trường	- <i>Tài liệu bắt buộc</i> : từ trang 279 đến 293	Trên lớp	
Tự nghiên cứu	6	IV. Kiểm tra và giám sát quá trình thu thập dữ liệu	- <i>Tài liệu bắt buộc</i> : từ trang 293 đến 296	Sinh viên tự bố trí thời gian và địa điểm	

Bài 12 (tiết 34-36)**Chương 12 CHUẨN BỊ XỬ LÝ DỮ LIỆU**

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết tín chỉ	Nội dung chính	Tài liệu học tập, tham khảo	Ghi chú	CĐR (học phần)
---------------------------	-----------------	----------------	-----------------------------	---------	----------------

Lý thuyết	2	I.Đánh giá giá trị của dữ liệu 1. Mục đích của đánh giá dữ liệu 2. Các bước đánh giá giá trị dữ liệu II. Biên tập (hiệu chỉnh)dữ liệu 1. Biên tập sơ bộ 2. Biên tập chi tiết 3. Một số chỉ dẫn đối với nhân viên biên tập	<i>Tài liệu bắt buộc:</i> từ trang 299 đến 306	Trên lớp	CĐR1 CĐR4 CĐR5 CĐR8 CĐR9 CĐR10 CĐR15
Thảo luận	1	III. Mã hóa dữ liệu	<i>Tài liệu bắt buộc:</i> từ trang 307 đến 315	Trên lớp	
Tự nghiên cứu	6	Đọc trước chương 13 I.Khái quát chung về phân tích và giải thích dữ liệu	<i>Tài liệu bắt buộc:</i> từ trang 319 đến 329	Sinh viên tự bố trí thời gian và địa điểm	

Bài 13 (tiết 37-39)

Chương 13 KHÁI QUÁT CHUNG VỀ XỬ LÝ DỮ LIỆU VÀ PHƯƠNG PHÁP PHÂN TÍCH THỐNG KÊ MIÊU TẢ TRONG XỬ LÝ DỮ LIỆU

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết tín chỉ	Nội dung chính	Tài liệu học tập, tham khảo	Ghi chú	CĐR (học phần)
Lý thuyết	1	I. Khái quát chung về phân tích và giải thích dữ liệu	- <i>Tài liệu bắt buộc:</i> từ trang 319 đến 329	Trên lớp	CĐR1 CĐR5 CĐR8 CĐR9 CĐR10 CĐR15
		1.Thực chất của phân tích và giải thích dữ liệu 2. Mối quan hệ giữa phân tích và giải thích dữ liệu			

		3. Giới thiệu khái quát các phương pháp phân tích 4. Lựa chọn các kỹ thuật xử lý dữ liệu 5. Các căn cứ lựa chọn phương pháp phân tích		
Thảo luận	1	III.Nội dung của phương pháp phân tích thống kê miêu tả	- <i>Tài liệu bắt buộc</i> : từ trang 329 đến 341	Trên lớp
Kiểm tra thường xuyên	1			Trên lớp
Tự nghiên cứu	4	* Đọc tài liệu về nội dung bài học * Đọc trước nội dung Chương 14 Phương pháp phân tích thống kê sử dụng biến số trong xử lý dữ liệu I. Phân tích thống kê đơn biên	- <i>Tài liệu bắt buộc</i> : từ trang 345 đến 353	Sinh viên tự bố trí thời gian và địa điểm

Bài 14 (tiết 40-42)

Chương 14 PHƯƠNG PHÁP PHÂN TÍCH THỐNG KÊ SỬ DỤNG BIẾN SỐ TRONG XỬ LÝ DỮ LIỆU

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết tín chỉ	Nội dung chính	Tài liệu học tập, tham khảo	Ghi chú	CDR (học phần)
Lý thuyết	2	Chương 14 Phương pháp phân tích thống kê sử dụng biến số trong xử lý dữ liệu I. Phân tích thống kê đơn biên 1. Khái niệm về kiểm định giả thuyết 2. Áp dụng các phương pháp kiểm định giả thuyết	- <i>Tài liệu bắt buộc</i> : từ trang 345 đến 353	Trên lớp	

Thảo luận	1	Giáo viên đưa ra tình huống để thảo luận II. Phân tích thống kê hai biến: Kiểm định sự khác nhau và phân tích mối liên hệ, III. Phân tích thống kê nhiều biến: phân tích sự phụ thuộc và sự phụ thuộc lẫn nhau của các biến số		Trên lớp	CĐR1 CĐR5 CĐR8 CĐR9 CĐR10 CĐR15
Tự nghiên cứu	6	- Đọc lại nội dung bài học - Đọc trước chương 15: Trình bày và báo cáo kết quả nghiên cứu I. Yêu cầu, chức năng của một bản báo cáo và định hướng viết báo cáo	- <i>Tài liệu bắt buộc</i> : từ trang 375 đến 378	Sinh viên tự bố trí thời gian và địa điểm	

Bài 15 (tiết 43-45)

Chương 15 TRÌNH BÀY BÁO CÁO KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết tín chỉ	Nội dung chính	Tài liệu học tập, tham khảo	Ghi chú	CĐR (học phần)
Lý thuyết	2	I. Yêu cầu, chức năng của một Bản báo cáo và định viết báo cáo 1. Những yêu cầu của một bản báo cáo 2. Các chức năng của bản báo cáo 3. Những yếu tố định hướng viết báo cáo II. Kết cấu và nội dung của bản báo cáo III. Thiết kế việc viết báo cáo	- <i>Tài liệu bắt buộc</i> : từ trang 140 đến 145 - <i>Tài liệu bắt buộc</i> : từ trang 140 đến 141 - <i>Tài liệu bắt buộc</i> : trang 141 - <i>Tài liệu bắt buộc</i> : từ trang 142 đến 143 - <i>Tài liệu bắt buộc</i> : trang 143 - <i>Tài liệu bắt buộc</i> : từ trang 143 đến 145	Trên lớp	CĐR1 CĐR4 CĐR5 CĐR8 CĐR9 CĐR10 CĐR15
Tổng kết	1	Hệ thống lại toàn bộ nội dung môn học và giải đáp thắc mắc, yêu cầu của sinh viên		Trên lớp	

Tự nghiên cứu	4	Xem lại toàn bộ nội dung môn học		Sinh viên tự bố trí thời gian và địa điểm
------------------------------	---	----------------------------------	--	---

TRƯỞNG KHOA

TRƯỞNG BỘ MÔN

GIẢNG VIÊN BIÊN SOẠN

TS. Đỗ Tiến Tới

Ths. Bùi Thị Minh Phương