

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

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

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	Học hàm, học vị	Nơi tốt nghiệ p	Chuyên môn	Giảng chính, kiêm chức	Điện thoại, email
1	Phạm Linh Chi	1984	Thạc sỹ	ĐHT M	Quản trị kinh doanh	Giảng chính	ĐT: 0989207023 Email: linhchi119@gmail

3. Thông tin về học phần

- Tên học phần: QUẢN TRỊ GIÁ
- Số tín chỉ: 02
- Điều kiện tiên quyết: Kinh tế học vi mô, marketing căn bản

4. Đối tượng áp dụng

- Ngành đào tạo: Học phần bắt buộc đối với ngành Quản trị kinh doanh
- Trình độ: Đại học
- Hệ đào tạo: Chính quy

5. Mục tiêu của học phần:

5.1. Kiến thức

Trang bị những kiến thức chuyên sâu về quản trị giá bao gồm:

- Các khái niệm về giá, mức giá, vai trò của giá trong doanh nghiệp, các yếu tố ảnh hưởng đến giá, quản trị giá trong doanh nghiệp.
- Các chi phí sản xuất: chi phí phân phối và bán hàng, chi phí marketing. Các chi tiêu chi phí, các phương pháp xác định chi phí.
- Phân tích các nhu cầu thị trường, phân tích tài chính, phân tích cạnh tranh trong quá trình định giá.
- Các phương pháp xác định giá, các chiến lược giá.
- Phối hợp giá với các yếu tố marketing- mix.

5.2. Kỹ năng:

- Sinh viên có khả năng đưa ra các quyết định trong quản trị giá: như phân tích được các nhu cầu thị trường, định giá sản phẩm trong doanh nghiệp, đưa ra các chiến lược giá, và phối hợp giá với các biến số marketing khác
- Thông qua môn học, sinh viên xây dựng được kỹ năng giao tiếp, kỹ năng làm việc độc lập, kỹ năng tổ chức công việc, kỹ năng làm việc nhóm, kích thích tính sáng tạo và kỹ năng lãnh đạo trong môi trường marketing.

5.3. Thái độ

- Chủ động, tích cực trong học tập, nghiên cứu.
- Có đạo đức nghề nghiệp trong các hoạt động, nghiệp vụ liên quan đến marketing.
- Có ý thức tổ chức kỷ luật tốt.

6. Tóm tắt nội dung học phần

Quản trị giá là môn học chuyên ngành của sinh viên ngành quản trị marketing. Học phần cung cấp kiến thức chuyên sâu về quản trị giá, tập trung vào các nội dung sau: những vấn đề lý luận chung về quản trị giá, nghiên cứu các vấn đề phục vụ cho các quyết định liên quan đến quá trình định giá bán sản phẩm như: xác định các chi phí của một sản phẩm, các phương pháp xác định chi phí, phân tích nhu cầu thị trường, phân tích tài chính, phân tích cạnh tranh trong quá trình định giá, xác định

các phương pháp xác định giá, các chiến lược giá. Từ đó đưa ra các cách phối hợp giá với các yếu tố marketing- mix khác. Sinh viên vừa học lý thuyết vừa thực hành thông qua quan sát, tìm hiểu một số hoạt động marketing trong thực tế cũng như thảo luận, giải quyết vấn đề theo tình huống

7. Phương pháp và phương tiện giảng dạy

7.1. Phương pháp giảng dạy

- Phát vấn- đối thoại
- Thuyết trình, diễn giải, phân tích
- Thảo luận, nghiên cứu

7.2. Phương tiện giảng dạy

- Kịch bản môn học, giáo trình, tài liệu tham khảo
- Bài giảng lý thuyết, giáo án điện tử- PowerPoint
- Máy tính, máy chiếu, phấn bảng, Internet

8. 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.

9. Phương pháp và nội dung đánh giá:

9.1. Điểm chuyên cần (10%): Được chấm theo thang điểm 10, dựa trên các tiêu chí sau: Thời gian dự học trên lớp, ý thức học tập trên lớp, mức độ hoàn thành các câu hỏi, bài tập giao về nhà và nội dung tự học ở nhà...

9.2. Kiểm tra đánh giá thường xuyên (10%) (1 bài)

- Bài kiểm tra được thực hiện dưới hình thức kiểm tra viết hoặc bài tập nhóm.
- Thời gian kiểm tra: Sau khi kết thúc chương 4: Kiểm tra bài 1

9.3. Kiểm tra đánh giá giữa học phần (10%)

- Bài kiểm tra được thực hiện dưới hình thức kiểm tra viết
- Thời gian kiểm tra: Sau khi kết thúc chương 6

9.4.Thi kết thúc học phần (70%)

- Thi kết thúc học phần do nhà trường tổ chức vào cuối kỳ học
- Thi theo hình thức tự luận

10. Tài liệu học tập và tham khảo

10.1 Tài liệu học tập bắt buộc:

Tài liệu do các giảng viên môn Quản trị giá tự biên soạn

10.2. Tài liệu tham khảo:

- Vũ Minh Đức (2008), Quản trị giá trong doanh nghiệp. NXB Đại học kinh tế quốc dân, Hà Nội
- Vũ Minh Đức (2019), Quản trị giá trong doanh nghiệp. NXB đại học kinh tế quốc dân, Hà Nội

11. Nội dung chi tiết học phần

Chương 1: Tổng quan về quản trị giá trong doanh nghiệp

1.1. Một số vấn đề chung về giá

- 1.1.1. Khái niệm về giá và mức giá
- 1.1.2. Vai trò của giá trong doanh nghiệp
- 1.1.3. Các yếu tố ảnh hưởng đến giá
- 1.1.4. Quy trình định giá trong doanh nghiệp

1.2. Quản trị giá trong doanh nghiệp

- 1.2.1. Khái niệm quản trị giá
- 1.2.2. Quá trình quản trị giá
- 1.2.3. Nội dung chủ yếu của quản trị giá
- 1.2.4. Mô hình tổ chức quản trị giá

Chương 2: Xác định và phân tích chi phí trong định giá

2.1. Khái quát chung về chi phí trong sản xuất kinh doanh

- 2.1.1. Khái niệm chi phí

2.1.2. Phân loại chi phí

2.1.3. Các chỉ tiêu chi phí

2.2. Vai trò của chi phí trong hình thành giá

2.2.1. Chi phí xác lập giới hạn thấp nhất của mức giá có thể có

2.2.2. Chi phí là cơ sở để đánh giá khả năng mang lại lợi nhuận

2.2.3. Chi phí là căn cứ để đánh giá tính hợp lý của các mức giá hiện hành

2.3. Phương pháp xác định chi phí

2.3.1. Đối tượng và đơn vị xác định chi phí

2.3.2. Các căn cứ xác định chi phí

2.3.3. Phương pháp xác định chi phí

Chương 3: Phân tích nhu cầu thị trường và hành vi của khách hàng trong định giá

3.1 Khái quát về cầu thị trường

3.1.1. Khái niệm về cầu thị trường

3.1.2. Đo lường cầu thị trường

3.1.3. Vai trò của cầu trong định giá

3.2. Mối liên hệ giữa cầu và giá cả

3.2.1. Sự tác động của cầu lên giá

3.2.2. Sự tác động của giá tới cầu thị trường

3.2.3. Mối liên hệ giữa cầu thị trường, giá cả và doanh số bán

3.3 Hiểu biết về hành vi khách hàng trong định giá

3.3.1 Nhận thức về giá của khách hàng

3.3.2. Sự sẵn lòng chi trả của khách hàng

3.3.3. Giá trị cảm nhận, giá trị kinh tế và các yếu tố tác động đến sự nhạy cảm về giá của khách hàng.

3.3.4 Tâm lý khách hàng

Chương 4: Phân tích tài chính trong định giá

4.1. Khái quát về phân tích tài chính trong định giá

4.1.1. Vai trò của phân tích tài chính trong định giá

4.1.2. Mục đích của phân tích tài chính trong định giá

4.2. Phân tích sản lượng tiêu thụ hòa vốn

4.2.1. Thay đổi sản lượng tiêu thụ hòa vốn khi giá thay đổi, chi phí cố định và chi phí biến đổi không thay đổi

4.2.2. Thay đổi sản lượng tiêu thụ hòa vốn khi giá thay đổi, chi phí cố định không thay đổi, chi phí biến đổi thay đổi

4.2.3. Thay đổi sản lượng tiêu thụ hòa vốn khi giá thay đổi, chi phí cố định gia tăng, chi phí biến đổi không thay đổi

4.2.4. Thay đổi sản lượng tiêu thụ hòa vốn khi giá thay đổi, chi phí cố định gia tăng, chi phí biến đổi thay đổi

Chương 5: Phân tích cạnh tranh trong định giá

5.1. Khái quát chung về cạnh tranh bằng giá cả

5.1.1. Quan niệm về cạnh tranh và giá cạnh tranh

5.1.2. Bản chất của cạnh tranh bằng giá cả

5.1.3. Điều kiện để cạnh tranh giá có hiệu quả

5.2. Phân tích cạnh tranh trong định giá

5.2.1. Nhận dạng đối thủ cạnh tranh

5.2.2. Phân tích mục tiêu và chiến lược của đối thủ cạnh tranh

5.2.3. Phân tích sản phẩm, giá và chi phí sản xuất kinh doanh của đối thủ cạnh tranh

5.2.4. Phân tích điểm mạnh, điểm yếu của đối thủ cạnh tranh

5.2.5. Phân tích các phản ứng của đối thủ cạnh tranh

Chương 6: Thiết lập chiến lược giá

6.1. Quy trình chung xác định chiến lược giá

6.1.1. Thu thập dữ liệu

6.1.2. Phân tích thông tin

6.1.3. Thiết lập chiến lược giá

6.2. Chiến lược giá cho sản phẩm mới

6.2.1. Chiến lược giá hớt váng

6.2.2. Chiến lược giá thâm nhập

6.2.3. Chiến lược giá trung lập

6.3 Chiến lược giá cho sản phẩm hiện hành

6.3.1. Chiến lược giá theo giá cả/chất lượng

6.3.2 Phân biệt giá

Chương 7: Phối hợp giá với các yếu tố marketing- mix

7.1. Phối hợp định giá và quyết định sản phẩm

7.1.1. Giá và sản phẩm

7.1.2. Giá và sản phẩm mới

7.2. Phối hợp định giá và quyết định về phân phối

7.2.1. Lựa chọn kênh phân phối thích hợp

7.2.2. Duy trì mức giá bán lại tối thiểu

7.2.3. Hạn chế mức giá bán lại tối đa

7.3. Phối hợp định giá với quyết định truyền thông hỗn hợp

7.3.1 Định giá với quảng cáo

7.3.2. Định giá với khuyến mại

7.3.3. Định giá với bán hàng cá nhân

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: Tổng quan về quản trị giá trong doanh nghiệp	4			8	12	Tuần 1,2
Chương 2: Xác định và phân tích chi phí trong định giá	3	1		8	12	Tuần 3,4
Chương 3: Phân tích nhu cầu thị trường và hành vi của khách hàng trong định giá	4			8	12	Tuần 5,6
Chương 4: Phân tích tài chính trong định giá	3	1		8	12	Tuần 7,8
<i>Kiểm tra giữa kỳ</i>	<i>1</i>			<i>2</i>	<i>3</i>	<i>Tuần 9</i>
Chương 5: Phân tích cạnh tranh trong định giá	3		1	8	12	Tuần 9, 10,11
Chương 6: Thiết lập chiến lược giá	3		1	8	12	Tuần 11,12,13
<i>Kiểm tra thường xuyên</i>	<i>1</i>			<i>2</i>	<i>3</i>	<i>Tuần 13</i>
Chương 7: Phối hợp giá với các yếu tố marketing- mix	3		1	8	12	Tuần 14,15
Tổng cộng	25	2	3	60	90	

13. Lịch trình tổ chức dạy học cụ thể:

Bài 1 (tiết 1-2)

Chương 1: Tổng quan về quản trị giá trong doanh nghiệp

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết	Nội dung chính	Tài liệu học tập, tham khảo	Ghi chú
Lý thuyết	2	1.1. Một số vấn đề chung về giá 1.1.1. Khái niệm về giá và mức giá 1.1.2. Vai trò của giá trong doanh nghiệp 1.1.3. Các yếu tố ảnh hưởng đến giá 1.1.4. Quy trình định giá trong doanh nghiệp	Tài liệu học tập bắt buộc: Chương 1 Tài liệu tham khảo số 1: Chương 1 Tài liệu tham khảo số 2: Chương 1	Trên lớp
Tự nghiên cứu	4	* Đọc - Đọc tài liệu về nội dung bài học - Nghiên cứu trước khi lên lớp: 1.2 Quản trị giá trong doanh nghiệp	Tài liệu học tập bắt buộc: Chương 1 Tài liệu tham khảo số 1: Chương 1 Tài liệu tham khảo số 2: Chương 1	SV tự bố trí thời gian và địa điểm

Bài 2 (tiết 3-4)

Chương 1: Tổng quan về quản trị giá trong doanh nghiệp

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết	Nội dung chính	Tài liệu học tập, tham khảo	Ghi chú
Lý thuyết	2	1.2. Quản trị giá trong doanh nghiệp 1.2.1. Khái niệm quản trị giá 1.2.2. Quá trình quản trị giá 1.2.3. Nội dung chủ yếu của quản trị giá 1.2.4. Mô hình tổ chức quản trị giá	Tài liệu học tập bắt buộc: Chương 1 Tài liệu tham khảo số 1: Chương 1 Tài liệu tham khảo số 2: Chương 1	Trên lớp
Tự nghiên cứu	4	* Đọc - Đọc tài liệu về nội dung bài học - Nghiên cứu trước khi lên lớp 2.1 Khái quát chung về chi phí trong sản xuất kinh doanh	Tài liệu học tập bắt buộc: Chương 2 Tài liệu tham khảo số 1: Chương 2 Tài liệu tham khảo số 2: Chương	SV tự bố trí thời gian và địa điểm

Bài 3 (tiết 5-6)

Chương 2: Xác định và phân tích chi phí trong định giá

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết	Nội dung chính	Tài liệu học tập, tham khảo	Ghi chú
Lý thuyết	2	2.1. Khái quát chung về chi phí trong sản xuất kinh doanh	Tài liệu học tập bắt buộc: Chương 2	Trên lớp

		2.1.1. Khái niệm chi phí 2.1.2. Phân loại chi phí 2.1.3. Các chỉ tiêu chi phí 2.2. Vai trò của chi phí trong hình thành giá 2.2.1. Chi phí xác lập giới hạn thấp nhất của mức giá có thể có 2.2.2. Chi phí là cơ sở để đánh giá khả năng mang lại lợi nhuận 2.2.3. Chi phí là căn cứ để đánh giá tính hợp lý của các mức giá hiện hành	Tài liệu tham khảo số 1: Chương 2 Tài liệu tham khảo số 2: Chương 2	
Tự nghiên cứu	4	* Đọc - Đọc tài liệu về nội dung bài học - Nghiên cứu trước khi lên lớp 2.3 Phương pháp xác định chi phí	Tài liệu học tập bắt buộc: Chương 2 Tài liệu tham khảo số 1: Chương 2 Tài liệu tham khảo số 2: Chương 2	SV tự bố trí thời gian và địa điểm

Bài 4 (tiết 7-8)

Chương 2: Xác định và phân tích chi phí trong định giá

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết	Nội dung chính	Tài liệu học tập, tham khảo	Ghi chú
Lý thuyết	1	2.3. Phương pháp xác định chi phí 2.3.1 Đối tượng và đơn vị xác định chi phí	Tài liệu học tập bắt buộc: Chương 2	Trên lớp

		2.3.2. Các căn cứ xác định chi phí 2.3.3. Phương pháp xác định chi phí	Tài liệu tham khảo số 1: Chương 2 Tài liệu tham khảo số 2: Chương 2	
Bài tập	1	Thực hiện tính chi phí sản xuất theo tình huống giảng viên cung cấp		Trên lớp
Tự nghiên cứu	4	* Đọc - Đọc tài liệu về nội dung bài học - Nghiên cứu trước khi lên lớp 3.1 Khái quát về cầu thị trường	Tài liệu học tập bắt buộc: Chương 3 Tài liệu tham khảo số 1: Chương 3 Tài liệu tham khảo số 2: Chương 4	SV tự bố trí thời gian và địa điểm

Bài 5 (tiết 9-10)

Chương 3: Phân tích nhu cầu thị trường và hành vi của khách hàng trong định giá

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết	Nội dung chính	Tài liệu học tập, tham khảo	Ghi chú
Lý thuyết	2	3.1 Khái quát về cầu thị trường 3.1.1. Khái niệm về cầu thị trường 3.1.2. Đo lường cầu thị trường 3.1.3. Vai trò của cầu trong định giá 3.2. Mối liên hệ giữa cầu và giá cả 3.2.1 Sự tác động của cầu lên giá	Tài liệu học tập bắt buộc: Chương 3 Tài liệu tham khảo số 1: Chương 3 Tài liệu tham khảo số 2: Chương 4	Trên lớp

		3.2.2. Sự tác động của giá tới cầu thị trường 3.2.3. Mối liên hệ giữa cầu thị trường, giá cả và doanh số bán		
Tự nghiên cứu	4	* Đọc - Đọc tài liệu về nội dung bài học - Nghiên cứu trước khi lên lớp 3.3 Hiểu biết về hành vi khách hàng trong định giá	Tài liệu học tập bắt buộc: Chương 3 Tài liệu tham khảo số 1: Chương 3 Tài liệu tham khảo số 2: Chương 4	SV tự bố trí thời gian và địa điểm

Bài 6 (tiết 11-12)

Chương 3: Phân tích nhu cầu thị trường và hành vi của khách hàng trong định giá

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết	Nội dung chính	Tài liệu học tập, tham khảo	Ghi chú
Lý thuyết	2	3.3 Hiểu biết về hành vi khách hàng trong định giá 3.3.1 Nhận thức về giá của khách hàng 3.3.2. Sự sẵn lòng chi trả của khách hàng 3.3.3. Giá trị cảm nhận, giá trị kinh tế và các yếu tố tác động đến sự nhạy cảm về giá của khách hàng. 3.3.4 Tâm lý khách hàng	Tài liệu học tập bắt buộc: Chương 3 Tài liệu tham khảo số 1: Chương 3 Tài liệu tham khảo số 2: Chương 4	Trên lớp

Tự nghiên cứu	4	* Đọc - Đọc tài liệu về nội dung bài học - Nghiên cứu trước khi lên lớp 4.1. Khái quát về phân tích tài chính trong định giá	Tài liệu học tập bắt buộc: Chương 3 Tài liệu tham khảo số 1: Chương 3 Tài liệu tham khảo số 2: Chương 3	SV tự bố trí thời gian và địa điểm
---------------------	---	---	--	------------------------------------

Bài 7 (tiết 13-14)

Chương 4: Phân tích tài chính trong định giá

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết	Nội dung chính	Tài liệu học tập, tham khảo	Ghi chú
Lý thuyết	2	4.1. Khái quát về phân tích tài chính trong định giá 4.1.1. Vai trò của phân tích tài chính trong định giá 4.1.2. Mục đích của phân tích tài chính trong định giá 4.2. Phân tích sản lượng tiêu thụ hòa vốn 4.2.1. Thay đổi sản lượng tiêu thụ hòa vốn khi giá thay đổi, chi phí cố định và chi phí biến đổi không thay đổi 4.2.2. Thay đổi sản lượng tiêu thụ hòa vốn khi giá thay đổi, chi phí cố định	Tài liệu học tập bắt buộc: Chương 4 Tài liệu tham khảo số 1: Chương 4 Tài liệu tham khảo số 2: Chương 3	Trên lớp

		không thay đổi, chi phí biến đổi thay đổi		
Tự nghiên cứu	4	* Đọc - Đọc tài liệu về nội dung bài học - Nghiên cứu trước khi lên lớp 4.2.3. Thay đổi sản lượng tiêu thụ hòa vốn khi giá thay đổi, chi phí cố định gia tăng, chi phí biến đổi không thay đổi 4.2.4. Thay đổi sản lượng tiêu thụ hòa vốn khi giá thay đổi, chi phí cố định gia tăng, chi phí biến đổi thay đổi	Tài liệu học tập bắt buộc: Chương 4 Tài liệu tham khảo số 1: Chương 4 Tài liệu tham khảo số 2: Chương 3	SV tự bố trí thời gian và địa điểm

Bài 8 (tiết 15-16)

Chương 4: Phân tích tài chính trong định giá

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết	Nội dung chính	Tài liệu học tập, tham khảo	Ghi chú
Lý thuyết	1	4.2. Phân tích sản lượng tiêu thụ hòa vốn 4.2.3. Thay đổi sản lượng tiêu thụ hòa vốn khi giá thay đổi, chi phí cố định gia tăng, chi phí biến đổi không thay đổi	Tài liệu học tập bắt buộc: Chương 4 Tài liệu tham khảo số 1: Chương 4 Tài liệu tham khảo số 2: Chương 3	Trên lớp

		4.2.4. Thay đổi sản lượng tiêu thụ hòa vốn khi giá thay đổi, chi phí cố định gia tăng, chi phí biến đổi thay đổi		
Bài tập	1	Làm bài tập phân tích sản lượng tiêu thụ hòa vốn của một Công ty		Trên lớp
Tự nghiên cứu	4	* Đọc - Đọc tài liệu về nội dung bài học - Nghiên cứu trước khi lên lớp 5.1. Khái quát chung về cạnh tranh bằng giá cả	Tài liệu học tập bắt buộc: Chương 5 Tài liệu tham khảo số 1: Chương 5 Tài liệu tham khảo số 2: Chương 6	SV tự bố trí thời gian và địa điểm

Bài 9 (tiết 17-18)

Chương 5: Phân tích cạnh tranh trong định giá

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết	Nội dung chính	Tài liệu học tập, tham khảo	Ghi chú
Kiểm tra	1	Sinh viên làm bài viết tại lớp. Nội dung kiểm tra do giảng viên quyết định		
Lý thuyết	1	5.1. Khái quát chung về cạnh tranh bằng giá cả 5.1.1. Quan niệm về cạnh tranh và giá cạnh tranh 5.1.2. Bản chất của cạnh tranh bằng giá cả	Tài liệu học tập bắt buộc: Chương 5 Tài liệu tham khảo số 1: Chương 5 Tài liệu tham khảo số 2: Chương 6	Trên lớp

		5.1.3. Điều kiện để cạnh tranh giá có hiệu quả		
Tự nghiên cứu	4	* Đọc - Đọc tài liệu về nội dung bài học - Nghiên cứu trước khi lên lớp 5.2. Phân tích cạnh tranh trong định giá	Tài liệu học tập bắt buộc: Chương 5 Tài liệu tham khảo số 1: Chương 5 Tài liệu tham khảo số 2: Chương 6	SV tự bố trí thời gian và địa điểm

Bài 10 (tiết 19-20)

Chương 5: Phân tích cạnh tranh trong định giá

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết	Nội dung chính	Tài liệu học tập, tham khảo	Ghi chú
Lý thuyết	2	5.2. Phân tích cạnh tranh trong định giá 5.2.1. Nhận dạng đối thủ cạnh tranh 5.2.2. Phân tích mục tiêu và chiến lược của đối thủ cạnh tranh 5.2.3. Phân tích sản phẩm, giá và chi phí sản xuất kinh doanh của đối thủ cạnh tranh 5.2.4. Phân tích điểm mạnh, điểm yếu của đối thủ cạnh tranh 5.2.5. Phân tích các phản ứng của đối thủ cạnh tranh	Tài liệu học tập bắt buộc: Chương 5 Tài liệu tham khảo số 1: Chương 5 Tài liệu tham khảo số 2: Chương 6	Trên lớp

Tự nghiên cứu	4	* Đọc - Đọc tài liệu về nội dung bài học - Nghiên cứu trước khi lên lớp 6.1. Quy trình chung xác định chiến lược giá - Chuẩn bị tình huống thảo luận phân tích cạnh tranh	Tài liệu học tập bắt buộc: Chương 6 Tài liệu tham khảo số 1: Chương 6 Tài liệu tham khảo số 2: Chương 7	SV tự bố trí thời gian và địa điểm
---------------------	---	--	---	------------------------------------

Bài 11 (tiết 21-22)

Chương 6: Thiết lập chiến lược giá

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết	Nội dung chính	Tài liệu học tập, tham khảo	Ghi chú
Thảo luận	1	Thảo luận nhóm nhỏ từ 3-5 thành viên về phân tích cạnh tranh cho một nhãn hiệu hay một thương hiệu của Công ty mà sinh viên biết		Trên lớp
Lý thuyết	1	6.1. Quy trình chung xác định chiến lược giá 6.1.1. Thu thập dữ liệu 6.1.2. Phân tích thông tin 6.1.3. Thiết lập chiến lược giá	Tài liệu học tập bắt buộc: Chương 6 Tài liệu tham khảo số 1: Chương 6 Tài liệu tham khảo số 2: Chương 7	Trên lớp
Tự nghiên cứu	4	* Đọc - Đọc tài liệu về nội dung bài học - Nghiên cứu trước khi lên lớp	Tài liệu học tập bắt buộc: Chương 6	SV tự bố trí thời

		6.2. Chiến lược giá cho sản phẩm mới 6.3 Chiến lược giá cho sản phẩm hiện hành	Tài liệu tham khảo số 1: Chương 6 Tài liệu tham khảo số 2: Chương 7, 8	gian và địa điểm
--	--	---	---	------------------------

Bài 12 (tiết 23-24)

Chương 6: Thiết lập chiến lược giá

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết	Nội dung chính	Tài liệu học tập, tham khảo	Ghi chú
Lý thuyết	2	6.2. Chiến lược giá cho sản phẩm mới 6.2.1. Chiến lược giá hớt váng 6.2.2. Chiến lược giá thâm nhập 6.2.3. Chiến lược giá trung lập 6.3 Chiến lược giá cho sản phẩm hiện hành 6.3.1. Định giá theo đặc điểm của người mua 6.3.2. Định giá theo khu vực địa lý 6.3.3. Định giá theo thời gian mua 6.3.4. Định giá theo số lượng mua 6.3.5. Định giá theo gói sản phẩm 6.3.6. Định giá cho sản phẩm phụ thêm 6.3.7. Định giá cho sản phẩm kèm theo bắt buộc	Tài liệu học tập bắt buộc: Chương 6 Tài liệu tham khảo số 1: Chương 6 Tài liệu tham khảo số 2: Chương 7, 8	Trên lớp

Tự nghiên cứu	4	* Đọc - Đọc tài liệu về nội dung bài học - Nghiên cứu trước khi lên lớp Xác định các chiến lược giá hiện hành của một Công ty mà sinh viên biết/ hoặc Công ty do giảng viên chỉ định	Tài liệu học tập bắt buộc: Chương 6 Tài liệu tham khảo số 1: Chương 6 Tài liệu tham khảo số 2: Chương 7,8	SV tự bố trí thời gian và địa điểm
---------------	---	--	---	------------------------------------

Bài 13 (tiết 25-26)

Chương 6: Thiết lập chiến lược giá

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết	Nội dung chính	Tài liệu học tập, tham khảo	Ghi chú
Thảo luận	1	Thảo luận nhóm từ 3-5 thành viên. Xác định các chiến lược giá hiện hành của một Công ty mà sinh viên biết/ hoặc Công ty do giảng viên chỉ định		Trên lớp
Kiểm tra	1	Sinh viên làm bài viết tại lớp. Nội dung kiểm tra do giảng viên quyết định		Trên lớp
Tự nghiên cứu	4	* Đọc - Đọc tài liệu về nội dung bài học - Nghiên cứu trước khi lên lớp 7.1. Phối hợp định giá và quyết định sản phẩm - Thảo luận: Xác định các chiến lược giá hiện hành của một Công ty mà sinh	Tài liệu học tập bắt buộc: Chương 7 Tài liệu tham khảo số 1: Chương 8 Tài liệu tham khảo số 2: Chương 10	SV tự bố trí thời gian và địa điểm

		viên biết/ hoặc Công ty do giảng viên chỉ định		
--	--	---	--	--

Bài 14 (tiết 27-28)

Chương 7: Phối hợp giá với các yếu tố marketing- mix

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết	Nội dung chính	Tài liệu học tập, tham khảo	Ghi chú
Lý thuyết	1	7.1. Phối hợp định giá và quyết định sản phẩm 7.1.1. Giá và sản phẩm 7.1.2. Giá và sản phẩm mới 7.2. Phối hợp định giá và quyết định về phân phối 7.2.1. Lựa chọn kênh phân phối thích hợp 7.2.2. Duy trì mức giá bán lại tối thiểu 7.2.3. Hạn chế mức giá bán lại tối đa	Tài liệu học tập bắt buộc: Chương 7 Tài liệu tham khảo số 1: Chương 8 Tài liệu tham khảo số 2: Chương 10	Trên lớp
Tự nghiên cứu	4	* Đọc - Đọc tài liệu về nội dung bài học - Nghiên cứu trước khi lên lớp 7.2. Phối hợp định giá và quyết định về phân phối - Chuẩn bị tình huống sự phối hợp của giá với 3 biến số của marketing –mix	Tài liệu học tập bắt buộc: Chương 7 Tài liệu tham khảo số 1: Chương 8 Tài liệu tham khảo số 2: Chương 10	SV tự bố trí thời gian và địa điểm

		trong một thương hiệu mà sinh viên biết		
--	--	---	--	--

Bài 15 (tiết 29-30)

Chương 7: Phối hợp giá với các yếu tố marketing- mix

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết	Nội dung chính	Tài liệu học tập, tham khảo	Ghi chú
Lý thuyết	1	7.3. Phối hợp định giá với quyết định truyền thông hỗn hợp 7.3.1 Định giá với quảng cáo 7.3.2. Định giá với khuyến mại 7.3.3. Định giá với bán hàng cá nhân	Tài liệu học tập bắt buộc: Chương 7 Tài liệu tham khảo số 1: Chương 8 Tài liệu tham khảo số 2: Chương 10	Trên lớp
Thảo luận	1	Sự phối hợp của giá với 3 biến số của marketing –mix trong một thương hiệu mà sinh viên biết		Trên lớp

Ngày.....thángnăm 2016

TRƯỞNG KHOA