

## PHẦN I: ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

**1. Khoa/ Bộ môn phụ trách: Bộ môn Thẩm định giá, Khoa Thẩm định giá**

**2. Giảng viên**

| TT | Họ và tên             | Năm sinh | Chức danh, học hàm, học vị | Giảng chính, kiêm chức | Điện thoại, email                                                                                |
|----|-----------------------|----------|----------------------------|------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | Trần Đình Thắng       | 1974     | Thạc sỹ                    | Giảng chính            | 0912.351.535<br><a href="mailto:khoathamdinhgia@gmail.com">khoathamdinhgia@gmail.com</a>         |
| 2  | Trần Văn Khởi         | 1977     | Tiến sỹ                    | Giảng chính            | 0986.77.6868<br><a href="mailto:khoinghiiep19772005@gmail.com">khoinghiiep19772005@gmail.com</a> |
| 3  | Đỗ Minh Ngọc          | 1981     | Cử nhân                    | Giảng chính            | 0902.287.369<br><a href="mailto:dmngockc2@gmail.com">dmngockc2@gmail.com</a>                     |
| 4  | Phạm Quế Súng         | 1958     | Cử nhân                    | Giảng chính            | 0943.858.786<br><a href="mailto:quesung2704@gmail.com">quesung2704@gmail.com</a>                 |
| 5  | Phạm Văn Toàn         | 1982     | Thạc sỹ                    | Giảng chính            | 0125.738.6868<br><a href="mailto:phamchicao42@gmail.com">phamchicao42@gmail.com</a>              |
| 6  | Vũ Ngọc Loan          | 1989     | Cử nhân                    | Giảng chính            | 0975.625.989<br><a href="mailto:vungocloan89@gmail.com">vungocloan89@gmail.com</a>               |
| 7  | Nguyễn Việt Hiếu Linh | 1991     | Cử nhân                    | Giảng chính            | 0127.9393.443<br><a href="mailto:linhnvh.yrc@gmail.com">linhnvh.yrc@gmail.com</a>                |
| 8  | Nguyễn Minh Nhật      | 1991     | Cử nhân                    | Giảng chính            | 01696.116.758<br><a href="mailto:mrnhat1991@gmail.com">mrnhat1991@gmail.com</a>                  |
| 9  | Hồ Thị Thanh Huyền    | 1991     | Cử nhân                    | Giảng chính            | 0965.057.789<br><a href="mailto:hothanhhuyen1991@gmail.com">hothanhhuyen1991@gmail.com</a>       |
| 10 | Hoàng Thị Mậu         | 1989     | Cử nhân                    | Giảng chính            | 0919.439.198<br><a href="mailto:mauht.vie@gmail.com">mauht.vie@gmail.com</a>                     |

**3. Thông tin về học phần**

- Tên học phần: Marketing căn bản
- Mã học phần:
- Số tín chỉ: 03

- Điều kiện tiên quyết: Kinh tế vi mô.

#### **4. Đối tượng áp dụng**

- Ngành đào tạo: Tài chính- ngân hàng, Kiểm toán, Kế toán, Quản trị kinh doanh (Bắt buộc)

- Trình độ: Đại học

- Hệ đào tạo: Chính quy

#### **5. Mục tiêu của môn học**

##### *5.1. Kiến thức*

Học phần Marketing căn bản sẽ trang bị cho sinh viên khối lượng kiến thức cơ bản về thị trường, hệ thống thông tin và công tác nghiên cứu thị trường, đề ra các chiến lược và chính sách về sản phẩm, về giá bán sản phẩm, về công tác xúc tiến và phân phối sản phẩm, đồng thời giúp người học có cách nhìn, cách tư duy về thực tiễn của cuộc sống trong lĩnh vực kinh doanh, để phục vụ nhu cầu thiết yếu cho bản thân trong mua, bán, sinh hoạt hàng ngày cũng như việc hoạch định các chính sách cơ bản nhằm giúp cho các doanh nghiệp ngày càng không ngừng phát triển.

##### *5.2. Kỹ năng*

Sinh viên có thể tự giải quyết được những tình huống trong kinh doanh của các doanh nghiệp.

##### *5.3. Thái độ*

Sinh viên có thái độ, nhận thức tốt về các hiện tượng thị trường, từ đó có kế hoạch dự báo xu hướng vận động thị trường và đưa ra các giải pháp thực hiện các tình huống có thể xảy ra trong tương lai, trong kinh doanh.

#### **6. Tóm tắt nội dung học phần**

Học phần sẽ cung cấp những kiến thức cơ bản của môn học đó là lý thuyết và công nghệ về marketing. Khối kiến thức lý thuyết liên quan đến bản chất cũng như lịch sử hình thành và phát triển môn học, vai trò và chức năng thị trường, các quan điểm định hướng kinh doanh của doanh nghiệp. Ngoài ra, lượng kiến thức liên quan đến phần này còn thể hiện ở những vấn đề về thị trường và nghiên cứu thị trường, lựa chọn thị trường mục tiêu và định vị thị trường, các quy luật kinh tế thị trường cũng như tính quy luật hình thành nhu cầu thị trường giúp người học có được các kỹ năng về dự báo thị trường. Bên cạnh đó môn học cũng đi sâu nghiên cứu nhu cầu, hành vi cụ thể của người tiêu dùng, từ đó có chiến lược cung cấp sản phẩm hợp lý, đúng lúc, đúng nơi, đúng đối tượng... Khối kiến thức liên quan đến công nghệ marketing đó là môn học giúp người học hiểu, nắm

vững kiến thức liên quan đến công tác xây dựng các chiến lược, kế hoạch, tổ chức và kiểm tra marketing, đồng thời đề ra các quyết định liên quan đến sản phẩm, giá bán, phân phối, và cả xúc tiến hỗn hợp.

## **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

### *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: 2 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 khi chương trình giảng dạy đạt khoảng 1/2 khối lượng kiến thức. 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**

- *Tài liệu học tập bắt buộc:*

Giáo trình *Marketing căn bản*, ThS Ngô Minh Cách (Chủ biên), Nhà xuất bản Tài chính, Hà Nội, 2010

- Tài liệu tham khảo: :

[1]. Giáo trình *marketing căn bản*, GS.TS Trần Minh Đạo- NXB Đại học kinh tế quốc dân, Hà Nội, 2012.

[2]. Giáo trình *Marketing căn bản*, Philip Kotler (tài liệu dịch), NXB Giao thông vận tải, Hà Nội, 2005.

Ngoài các tài liệu nêu trên, sinh viên có thể tham khảo thêm các tài liệu sau:

[3]. Những nguyên lý tiếp thị (tài liệu dịch), NXB thành phố Hồ Chí Minh, 1994

[4]. Tiếp thị phá cách (tài liệu dịch), NXB Trẻ thành phố Hồ Chí Minh, 2006.

[5]. Thấu hiểu tiếp thị từ A đến Z (tài liệu dịch), NXB Trẻ thành phố Hồ Chí Minh, 2007.

[6]. Quản trị Marketing (tài liệu dịch), NXB thống kê, Hà Nội, 2003.

Sinh viên có thể truy cập trên Internet các trang Web như [www.doc.edu.vn](http://www.doc.edu.vn), [www.123doc.vn](http://www.123doc.vn), [www.kenhtrithuc.edu.vn](http://www.kenhtrithuc.edu.vn),... để có thể tìm kiếm các tài liệu cần thiết theo hướng dẫn của giảng viên.

## **11. Nội dung chi tiết học phần**

### **CHƯƠNG I: ĐẠI CƯƠNG VỀ MARKETING**

#### **1.1. SỰ RA ĐỜI VÀ PHÁT TRIỂN CỦA LÝ THUYẾT MARKETING**

1.1.1. Lý thuyết Marketing cổ điển.

1.1.2. Lý thuyết Marketing hiện đại

#### **1.2. CÁC KHÁI NIỆM CƠ BẢN CỦA MARKETING**

1.2.1. Nhu cầu

1.2.2. Mong muốn

1.2.3. Yêu cầu tiêu dùng (Cầu thị trường)

1.2.4. Hàng hóa

1.2.5. Trao đổi

1.2.6. Thị trường

1.2.7. Marketing

#### **1.3. QUẢN TRỊ MARKETING**

1.3.1. Các quan điểm quản trị Marketing

1.3.1.1. Quan điểm trọng sản xuất

1.3.1.2. Quan điểm trọng sản phẩm

1.3.1.3. Quan điểm trọng bán hàng

1.3.1.4. Quan điểm Marketing

*1.3.1.5. Quan điểm Marketing xã hội*

*1.3.2. Quản trị quá trình Marketing*

*1.3.2.1. Phân tích các cơ hội của thị trường*

*1.3.2.2. Phân đoạn thị trường, lựa chọn thị trường mục tiêu và định vị sản phẩm*

*1.3.2.3. Hoạch định các chương trình Marketing*

*1.3.2.4. Tổ chức thực hiện và kiểm tra Marketing*

## **1.4. PHÂN LOẠI MARKETING**

## **1.5. CHỨC NĂNG VÀ VAI TRÒ CỦA MARKETING**

*1.5.1. Chức năng của Marketing*

*1.5.2. Vai trò của Marketing*

## **CHƯƠNG II: HỆ THỐNG THÔNG TIN VÀ MÔI TRƯỜNG MARKETING**

### **2.1. HỆ THỐNG THÔNG TIN VÀ NGHIÊN CỨU MARKETING**

*2.1.1. Hệ thống thông tin Marketing*

*2.1.1.1. Hệ thống báo cáo nội bộ*

*2.1.1.2. Hệ thống thu thập thông tin Marketing từ bên ngoài*

*2.1.1.3. Hệ thống nghiên cứu Marketing*

*2.1.1.4. Hệ thống phân tích thông tin Marketing*

*2.1.2. Nghiên cứu Marketing*

*2.1.2.1. Xác định vấn đề và mục tiêu nghiên cứu*

*2.1.2.2. Lập kế hoạch nghiên cứu*

*2.1.2.3. Thu thập thông tin*

*2.1.2.4. Phân tích và xử lý thông tin*

*2.1.2.5. Báo cáo kết quả nghiên cứu*

### **2.2. PHÂN TÍCH MÔI TRƯỜNG MARKETING**

*2.2.1. Tổng quan về môi trường Marketing*

*2.2.2. Môi trường Marketing vĩ mô*

*2.2.2.1. Môi trường kinh tế*

*2.2.2.2. Môi trường nhân khẩu học*

*2.2.2.3. Môi trường tự nhiên*

*2.2.2.4. Môi trường công nghệ*

*2.2.2.5. Môi trường chính trị - pháp luật*

*2.2.2.6. Môi trường văn hóa - xã hội*

### 2.2.3. Môi trường Marketing vi mô

#### 2.2.3.1. Những người cung ứng

#### 2.2.3.2. Các trung gian Marketing

#### 2.2.3.3. Khách hàng

#### 2.2.3.4. Đối thủ cạnh tranh

#### 2.2.3.5. Giới công chúng

#### 2.2.3.6. Nội bộ doanh nghiệp

## **CHƯƠNG III: HÀNH VI MUA CỦA KHÁCH HÀNG**

### **3.1. CÁC LOẠI KHÁCH HÀNG CỦA DOANH NGHIỆP**

### **3.2. HÀNH VI MUA CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG**

#### 3.2.1. Mô hình hành vi mua của người tiêu dùng

#### 3.2.2. Những nhân tố cơ bản ảnh hưởng đến hành vi mua của người tiêu dùng

##### 3.2.2.1. Các yếu tố văn hóa

##### 3.2.2.2. Những yếu tố xã hội

##### 3.2.2.3. Những yếu tố cá nhân

##### 3.2.2.4. Những yếu tố tâm lý

#### 3.2.3. Quá trình thông qua quyết định mua hàng

##### 3.2.3.1. Vai trò của các chủ thể trong việc mua sắm

##### 3.2.3.2. Những giai đoạn của quá trình thông qua quyết định mua sắm

### **3.3. HÀNH VI MUA CỦA TỔ CHỨC**

#### 3.3.1. Đặc điểm của người mua là tổ chức

#### 3.3.2. Hành vi mua của các doanh nghiệp sản xuất

##### 3.3.2.1. Đặc điểm mua của doanh nghiệp sản xuất

##### 3.3.2.2. Những quyết định mua hàng của doanh nghiệp sản xuất

##### 3.3.2.3. Những người tham gia vào việc mua hàng của doanh nghiệp sản xuất

##### 3.3.2.4. Những nhân tố ảnh hưởng đến hành vi mua của doanh nghiệp sản xuất

##### 3.3.2.5. Quá trình thông qua quyết định mua sắm

#### 3.3.3. Hành vi mua của các doanh nghiệp thương mại

#### 3.3.4. Hành vi mua của các tổ chức phi sản xuất kinh doanh

## **CHƯƠNG IV: PHÂN ĐOẠN THỊ TRƯỜNG, LỰA CHỌN THỊ TRƯỜNG**

### **MỤC TIÊU VÀ ĐỊNH VỊ SẢN PHẨM**

### **4.1. PHÂN ĐOẠN THỊ TRƯỜNG**

4.1.1. Khái niệm

4.1.2. Tiêu thức phân đoạn thị trường, chúng ta có thể sử dụng rất nhiều tiêu thức khác nhau.

4.1.3. Yêu cầu và các chiến lược phân đoạn thị trường

## **4.2. LỰA CHỌN THỊ TRƯỜNG MỤC TIÊU**

4.2.1. Đánh giá các đoạn thị trường

4.2.1.1. Quy mô và sự tăng trưởng của từng đoạn thị trường

4.2.1.2. Mức độ hấp dẫn của từng đoạn thị trường

4.2.1.3. Các mục tiêu và khả năng của doanh nghiệp

4.2.2. Xác định đoạn thị trường mục tiêu

4.2.2.1. Mô hình tập trung vào một phân đoạn thị trường

4.2.2.2. Mô hình chuyên môn hóa có tính chọn lọc

4.2.2.3. Mô hình chuyên môn hóa sản phẩm

4.2.2.4. Mô hình chuyên môn hóa thị trường

4.2.2.5. Mô hình bao quát toàn bộ thị trường

## **4.3. ĐỊNH VỊ SẢN PHẨM**

4.3.1. Khái niệm

4.3.2. Các mục tiêu của chiến lược định vị sản phẩm

4.3.3. Nội dung của định vị sản phẩm

## **CHƯƠNG V: CHÍNH SÁCH SẢN PHẨM (P1 - PRODUCT)**

### **5.1. SẢN PHẨM VÀ PHÂN LOẠI SẢN PHẨM**

5.1.1. Khái niệm về sản phẩm

5.1.2. Phân loại sản phẩm

### **5.2. VÒNG ĐỜI CỦA SẢN PHẨM**

5.2.1. Giai đoạn tung sản phẩm ra thị trường

5.2.2. Giai đoạn phát triển

5.2.3. Giai đoạn trưởng thành, chín muồi và bão hòa

5.2.4. Giai đoạn suy thoái

### **5.3. CHÍNH SÁCH SẢN PHẨM**

5.3.1. Vị trí của chính sách sản phẩm

5.3.2. Các quyết định Marketing chủ yếu trong chính sách sản phẩm

5.3.2.1. Quyết định về nhãn hiệu

- 5.3.2.2. *Quyết định về bao bì sản phẩm*
- 5.3.2.3. *Quyết định phát triển sản phẩm mới*
- 5.3.2.4. *Quyết định về chủng loại sản phẩm*
- 5.3.2.5. *Quyết định về dịch vụ hỗ trợ sản phẩm*

## **CHƯƠNG VI: CHÍNH SÁCH GIÁ (P2 - PRICE)**

### **6.1. NHỮNG VẤN ĐỀ CHUNG VỀ GIÁ CẢ**

- 6.1.1. Khái niệm về giá cả
- 6.1.2. Vai trò của chiến lược giá trong kinh doanh

### **6.2. CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH VỀ GIÁ CẢ SẢN PHẨM**

- 6.2.1. Các nhân tố bên trong doanh nghiệp
  - 6.2.1.1. *Mục tiêu của chiến lược Marketing trong từng thời kỳ*
  - 6.2.1.2. *Chi phí sản xuất kinh doanh*
  - 6.2.1.3. *Uy tín và chất lượng sản phẩm*
  - 6.2.1.4. *Các nhân tố khác*
- 6.2.2. Các nhân tố bên ngoài doanh nghiệp
  - 6.2.2.1. *Đặc điểm của thị trường và cầu về sản phẩm*
  - 6.2.2.2. *Khả năng chấp nhận và tâm lý của khách hàng*
  - 6.2.2.3. *Đặc điểm cạnh tranh thị trường*
  - 6.2.2.4. *Các nhân tố khác*

### **6.3. PHƯƠNG PHÁP XÁC ĐỊNH GIÁ BÁN**

- 6.3.1. Xác định mục tiêu và phương hướng định giá
- 6.3.2. Xác định cầu trên thị trường mục tiêu
- 6.3.3. Xác định và phân tích chi phí
- 6.3.4. Phân tích thị trường và môi trường kinh doanh
- 6.3.5. Lựa chọn phương pháp định giá
  - 6.3.5.1. *Định giá theo phương pháp cộng lãi vào chi phí*
  - 6.3.5.1. *Định giá theo phương pháp hòa vốn*
  - 6.3.5.3. *Định giá theo phương pháp cạnh tranh*
  - 6.3.5.4. *Định giá dựa vào giá trị cảm nhận của khách hàng*

### **6.4. PHÂN HÓA GIÁ TRONG KINH DOANH**

## **CHƯƠNG VII: CHÍNH SÁCH PHÂN PHỐI (P3 - PLACE)**

### **7.1. VAI TRÒ, CHỨC NĂNG CỦA PHÂN PHỐI**



7.1.1. Khái niệm

7.1.2. Vai trò

7.1.3. Chức năng của phân phối

## **7.2. KÊNH PHÂN PHỐI**

7.2.1. Khái niệm và chức năng của kênh phân phối

*7.2.1.1. Khái niệm kênh phân phối*

*7.2.1.2. Chức năng của kênh phân phối*

7.2.2. Các loại kênh phân phối chủ yếu

*7.2.2.1. Kênh phân phối trực tiếp*

*7.2.2.2. Kênh phân phối gián tiếp*

7.2.3. Cấu trúc kênh

*7.2.3.1. Số cấp của kênh*

*7.2.3.2. Các phương thức về kênh phân phối*

*7.2.3.3. Vai trò của các trung gian trong kênh phân phối*

7.2.4. Tổ chức và hoạt động của kênh

7.2.5. Các hình thức tổ chức kênh phân phối

7.2.6. Những quyết định cơ bản trong quản trị kênh phân phối

*7.2.6.1. Lựa chọn trung gian phân phối*

*7.2.6.2. Khuyến khích các thành viên trong kênh*

*7.2.6.3. Đánh giá các thành viên trong kênh phân phối*

## **7.3. NHỮNG QUYẾT ĐỊNH VỀ CÁC VẤN ĐỀ LƯU THÔNG HÀNG HÓA**

7.3.1. Bản chất và mục đích của lưu thông hàng hóa

7.3.2. Những quyết định cơ bản trong lưu thông hàng hóa

*7.3.2.1. Xử lý đơn đặt hàng*

*7.3.2.2. Lưu kho*

*7.3.2.3. Duy trì khối lượng hàng hóa dự trữ trong kho*

*7.3.2.4. Vận chuyển*

## **7.4. MARKETING CỦA CÁC DOANH NGHIỆP BÁN BUÔN VÀ BÁN LẺ**

7.4.1. Bán lẻ

*7.4.1.1. Các dạng nhà bán lẻ*

*7.4.1.2. Các quyết định Marketing của nhà bán lẻ*

7.4.2. Bán buôn

7.4.2.1. *Khái niệm*

7.4.2.2. *Phân loại*

7.4.2.3. *Những quyết định Marketing của nhà bán buôn*

## **CHƯƠNG VIII: CHÍNH SÁCH XÚC TIẾN HỖN HỢP (P4 - PROMOTION)**

### **8.1. VAI TRÒ CỦA XÚC TIẾN HỖN HỢP TRONG MARKETING**

8.1.1. *Khái niệm*

8.1.2. *Vai trò của hoạt động xúc tiến hỗn hợp*

### **8.2. CÁC CÔNG CỤ XÚC TIẾN HỖN HỢP**

8.2.1. *Quảng cáo*

8.2.1.1. *Khái niệm và mục tiêu.*

8.2.1.2. *Vai trò và chức năng của quảng cáo*

8.2.1.3. *Yêu cầu và nguyên tắc quảng cáo*

8.2.1.4. *Các phương tiện quảng cáo*

8.2.1.5. *Ngân sách quảng cáo*

8.2.1.6. *Đánh giá hiệu quả chương trình quảng cáo*

8.2.2. *Quan hệ công chúng (Public Relations)*

8.2.2.1. *Vai trò của quan hệ công chúng*

8.2.2.2. *Nội dung và các kỹ thuật PR chủ yếu*

8.2.3. *Khuyến mãi*

8.2.4. *Bán hàng cá nhân*

8.2.5. *Marketing trực tiếp*

## **CHƯƠNG IX: MARKETING DỊCH VỤ**

### **9.1. BẢN CHẤT VÀ PHÂN LOẠI DỊCH VỤ**

9.1.1. *Khái niệm và đặc điểm*

9.1.1.1. *Khái niệm*

9.1.1.2. *Đặc điểm của dịch vụ*

9.1.2. *Phân loại dịch vụ*

### **9.2. QUẢN TRỊ MARKETING DỊCH VỤ**

9.2.1. *Vai trò và đặc điểm của Marketing dịch vụ*

9.2.2. *Những vấn đề căn bản của quản trị Marketing*

9.2.2.1. *Phân tích khách hàng trên thị trường dịch vụ*

9.2.2.2. *Phân đoạn thị trường và lựa chọn thị trường mục tiêu*

### 9.2.2.3. Quyết định Marketing hỗn hợp đối với dịch vụ

## CHƯƠNG X: QUẢN TRỊ CHIẾN LƯỢC MARKETING

### 10.1. VỊ TRÍ VÀ MỤC TIÊU CỦA CHIẾN LƯỢC MARKETING

10.1.1. Vị trí của chiến lược Marketing

10.1.2. Các mục tiêu của chiến lược Marketing

### 10.2. KẾ HOẠCH HÓA CHIẾN LƯỢC MARKETING

10.2.1. Phân tích tình thế và xác định cương lĩnh của doanh nghiệp.

10.2.2. Xác định nhiệm vụ và mục tiêu của doanh nghiệp

10.2.3. Chiến lược phát triển doanh nghiệp

10.2.4. Lập kế hoạch Marketing

10.2.4.1. Tóm lược

10.2.4.2. Hiện trạng Marketing

10.2.4.3. Phân tích SWOT

10.2.4.4. Xác định mục tiêu

10.2.4.5. Chiến lược Marketing

10.2.4.6. Chương trình hành động

10.2.4.7. Dự kiến lãi, lỗ

10.2.4.8. Kiểm tra

### 10.3. HỆ THỐNG TỔ CHỨC MARKETING

10.3.1. Tổ chức theo chức năng

10.3.2. Tổ chức theo nguyên tắc địa lý

### 10.4. KIỂM TRA MARKETING

10.4.1. Kiểm tra việc thực hiện kế hoạch năm

10.4.2. Kiểm tra khả năng sinh lời

10.4.3. Kiểm tra chiến lược

## 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 |           |               |
| <b>Chương 1</b> | 5                 | 0       | 1         | 12                    | 18        | Tuần 1,2      |
| <b>Chương 2</b> | 4                 | 0       | 2         | 12                    | 18        | Tuần 3,4      |
| <b>Chương 3</b> | 7                 | 0       | 2         | 18                    | 27        | Tuần 5,6,7    |

|                  |           |          |          |           |            |            |
|------------------|-----------|----------|----------|-----------|------------|------------|
| <b>Chương 4</b>  | 2         | 0        | 1        | 6         | 9          | Tuần 8     |
| <b>Chương 5</b>  | 3         | 0        | 0        | 6         | 9          | Tuần 9     |
| <b>Chương 6</b>  | 3         | 0        | 0        | 6         | 9          | Tuần 10    |
| <b>Chương 7</b>  | 4         | 0        | 2        | 12        | 18         | Tuần 11,12 |
| <b>Chương 8</b>  | 3         | 0        | 0        | 6         | 9          | Tuần 13    |
| <b>Chương 9</b>  | 2         | 0        | 1        | 6         | 9          | Tuần 14    |
| <b>Chương 10</b> | 3         | 0        | 0        | 6         | 9          | Tuần 15    |
| <b>Tổng cộng</b> | <b>36</b> | <b>0</b> | <b>9</b> | <b>90</b> | <b>135</b> |            |

### 13. Lịch học cụ thể

#### Bài 1(tiết 1-3)

##### Chương 1

| Hình thức tổ chức dạy học | Số tiết tín chỉ | Nội dung chính                                                                                                                                                                                                  | Tài liệu học tập, tham khảo                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Ghi chú  |
|---------------------------|-----------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| Lý thuyết                 | 3               | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Lý thuyết Marketing cổ điển;</li> <li>- Lý thuyết Marketing hiện đại;</li> <li>- Nhu cầu;</li> <li>- Mong muốn;</li> <li>- Trao đổi;</li> <li>- Thị trường;</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Tài liệu bắt buộc</i>: từ trang 7 đến 8.</li> <li>- <i>Tài liệu tham khảo</i>:<br/>+ [1]. Từ trang 7 đến 9.</li> <li>- <i>Tài liệu bắt buộc</i>: từ trang 8 đến 10 .</li> <li>- <i>Tài liệu tham khảo</i>:<br/>+ [1]. Từ trang 7 đến 9.</li> <li>- <i>Tài liệu bắt buộc</i>: từ trang 11 đến 12.</li> <li>- <i>Tài liệu tham khảo</i>:<br/>+ [1]. Từ trang 11 đến 12.</li> <li>- <i>Tài liệu bắt buộc</i>: từ trang 12 đến 14.</li> <li>- <i>Tài liệu tham khảo</i>:<br/>+ [1]. Từ trang 12 đến 13.</li> <li>- <i>Tài liệu bắt buộc</i>: từ trang 16 đến trang 17.</li> <li>- <i>Tài liệu tham khảo</i>:<br/>+ [1]. Từ trang 16 đến 17.</li> <li>- <i>Tài liệu bắt buộc</i>: từ trang 17 đến</li> </ul> | Trên lớp |

|               |   |                                       |                                                                                                                                                                                        |                                                      |
|---------------|---|---------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|
|               |   | - Marketing;                          | trang 18;<br>- <i>Tài liệu tham khảo</i> :<br>+ [1]: trang 18.<br>- <i>Tài liệu bắt buộc</i> : từ trang 18 đến trang 19.<br>- <i>Tài liệu tham khảo</i> :<br>+ [1]. Từ trang 9 đến 10. |                                                      |
| Tự nghiên cứu | 6 | - Yêu cầu tiêu dùng (Cầu thị trường); | - <i>Tài liệu bắt buộc</i> : từ trang 14 đến trang 15 .<br>- <i>Tài liệu tham khảo</i> :<br>+ [1]. Từ trang 13 đến 16.                                                                 | Sinh viên tự bố trí thời gian và địa điểm nghiên cứu |
|               |   | - Hàng hóa ;                          | - <i>Tài liệu bắt buộc</i> : trang 15 đến trang 16.<br>- <i>Tài liệu tham khảo</i> :<br>+ [2]. Từ trang 11 đến 13.                                                                     |                                                      |

## Bài 2 (tiết 4-6)

### Chương 1 (tiếp)

| Hình thức tổ chức dạy học | Số tiết tín chỉ | Nội dung chính                                                                                            | Tài liệu học tập, tham khảo                                                                                                                                                                                                                                                            | Ghi chú  |
|---------------------------|-----------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| Lý thuyết                 | 2               | - Các quan điểm quản trị Marketing<br><br>- Quản trị quá trình marketing<br><br>- Chức năng của marketing | - <i>Tài liệu bắt buộc</i> : từ trang 19 đến 25;<br>- <i>Tài liệu tham khảo</i> :<br>+ [1]. Từ trang 24 đến 31.<br>- <i>Tài liệu bắt buộc</i> : từ trang 25 đến 31.<br>- <i>Tài liệu tham khảo</i> :<br>+ [1]. Từ trang 32 đến 35.<br>- <i>Tài liệu bắt buộc</i> : từ trang 34 đến 36. | Trên lớp |

|               |   |                                                                                                                 |                                                                                                                                                                         |                                                      |
|---------------|---|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|
|               |   | - Vai trò của marketing                                                                                         | - <i>Tài liệu tham khảo:</i><br>+ [2]. Từ trang 7 đến 8.<br>- <i>Tài liệu bắt buộc:</i> từ trang 36 đến 37.<br>- <i>Tài liệu tham khảo:</i><br>+ [2]. Từ trang 7 đến 8. |                                                      |
| Thảo luận     | 1 | Giảng viên quyết định nội dung và hình thức thảo luận                                                           |                                                                                                                                                                         |                                                      |
| Tự nghiên cứu | 6 | Phân loại marketing:<br>- Căn cứ vào hình thái vật chất của quá trình trao đổi<br>- Căn cứ vào phạm vi ứng dụng | - <i>Tài liệu bắt buộc:</i> từ trang 31 đến 33;<br>- <i>Tài liệu bắt buộc:</i> trang 33 đến 34                                                                          | Sinh viên tự bố trí thời gian và địa điểm nghiên cứu |

### Bài 3 (tiết 7-9)

### Chương 2

| Hình thức tổ chức dạy học | Số tiết tín chỉ | Nội dung chính                                               | Tài liệu học tập, tham khảo                                                                                                                                                                                                    | Ghi chú             |
|---------------------------|-----------------|--------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|
| Lý thuyết                 | 2               | - Hệ thống thông tin Marketing<br><br>- Nghiên cứu Marketing | - <i>Tài liệu bắt buộc:</i> từ trang 39 đến 45;<br>- <i>Tài liệu tham khảo:</i><br>+ [1]. Từ trang 38 đến 43.<br>- <i>Tài liệu bắt buộc:</i> từ trang 45 đến 51;<br>- <i>Tài liệu tham khảo:</i><br>+ [1]. Từ trang 44 đến 55. | Trên lớp            |
| Thảo luận                 | 1               | Giảng viên quyết định nội dung và hình thức thảo luận        |                                                                                                                                                                                                                                |                     |
| Tự nghiên cứu             | 6               | Sinh viên tự tìm hiểu nội dung: Báo cáo kết quả              | - <i>Tài liệu bắt buộc:</i> từ trang 53 đến 54;                                                                                                                                                                                | Sinh viên tự bố trí |

|  |  |             |                                                            |                             |
|--|--|-------------|------------------------------------------------------------|-----------------------------|
|  |  | nghiên cứu. | - <i>Tài liệu tham khảo:</i><br>+ [1]. Từ trang 55 đến 56. | thời gian<br>và địa<br>điểm |
|--|--|-------------|------------------------------------------------------------|-----------------------------|

#### Bài 4 (tiết 10-12)

#### Chương 2 (tiếp)

| Hình thức tổ chức dạy học | Số tiết tín chỉ | Nội dung chính                                                                                                      | Tài liệu học tập, tham khảo                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Ghi chú                                   |
|---------------------------|-----------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|
| Lý thuyết                 | 2               | <p>-. Tổng quan về môi trường Marketing</p> <p>- Môi trường Marketing vĩ mô</p> <p>- Môi trường Marketing vi mô</p> | <p>- <i>Tài liệu bắt buộc:</i> từ trang 54 đến 56;</p> <p>- <i>Tài liệu tham khảo:</i><br/>+ [1]. Từ trang 58 đến 63.</p> <p>- <i>Tài liệu bắt buộc:</i> từ trang 56 đến 68;</p> <p>- <i>Tài liệu tham khảo:</i><br/>+ [1]. Từ trang 75 đến 87.</p> <p>- <i>Tài liệu bắt buộc:</i> từ trang 70 đến 77;</p> <p>- <i>Tài liệu tham khảo:</i><br/>+ [1]. Từ trang 63 đến 74.</p> | Trên lớp                                  |
| Thảo luận                 | 1               | Giảng viên quyết định nội dung và hình thức thảo luận.                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Trên lớp                                  |
| Tự nghiên cứu             | 6               | <p>Sinh viên tìm hiểu nội dung:</p> <p>- Môi trường văn hóa- xã hội;</p> <p>- Nội bộ doanh nghiệp</p>               | <p>- <i>Tài liệu bắt buộc:</i> từ trang 68 đến 70;</p> <p>- <i>Tài liệu tham khảo:</i><br/>+ [1]. Từ trang 88 đến 90.</p> <p>- <i>Tài liệu bắt buộc:</i> từ trang 77 đến 78;</p> <p>- <i>Tài liệu tham khảo:</i><br/>+ [1]. Từ trang 64 đến 66.</p>                                                                                                                           | Sinh viên tự bố trí thời gian và địa điểm |

#### Bài 5 (tiết 13-15)

#### Chương 3

| Hình thức tổ chức dạy học | Số tiết tín chỉ | Nội dung chính                                                                                                                                                                                                            | Tài liệu học tập, tham khảo                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Ghi chú                            |
|---------------------------|-----------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|
| Lý thuyết                 | 2               | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Các loại khách hàng của doanh nghiệp</li> <li>- Mô hình hành vi mua của người tiêu dùng</li> <li>- Những nhân tố cơ bản ảnh hưởng đến hành vi mua của người tiêu dùng</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Tài liệu bắt buộc</i>: từ trang 79 đến 80;</li> <li>- <i>Tài liệu bắt buộc</i>: từ trang 80 đến 82;</li> <li>- <i>Tài liệu tham khảo</i>:<br/>+ [1]. Từ trang 94 đến 97.</li> <li>- <i>Tài liệu bắt buộc</i>: từ trang 82 đến 87;</li> <li>- <i>Tài liệu tham khảo</i>:<br/>+ [1]. Từ trang 97 đến 107.</li> </ul> | Trên lớp                           |
| Thảo luận                 | 1               | Giảng viên quyết định nội dung và hình thức thảo luận.                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Trên lớp                           |
| Tự nghiên cứu             | 6               | Những yếu tố cá nhân ảnh hưởng tới hành vi mua hàng bao gồm: Tuổi tác và các giai đoạn của đời người, nghề nghiệp, hoàn cảnh kinh tế, lối sống, nhân cách và ý niệm về bản thân.                                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Tài liệu bắt buộc</i>: từ trang 88 đến 91;</li> <li>- <i>Tài liệu tham khảo</i>:<br/>+ [1]. Từ trang 108 đến 112.</li> </ul>                                                                                                                                                                                       | SV tự bố trí thời gian và địa điểm |

#### Bài 6 (tiết 16-18)

#### Chương 3 (tiếp)

| Hình thức tổ chức dạy học | Số tiết tín chỉ | Nội dung chính                                                                                                         | Tài liệu học tập, tham khảo                                                                                                             | Ghi chú  |
|---------------------------|-----------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| Lý thuyết                 | 2               | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Những nhân tố cơ bản ảnh hưởng đến hành vi mua của người tiêu dùng</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Tài liệu bắt buộc</i>: từ trang 91 đến 97;</li> <li>- <i>Tài liệu tham khảo</i>:</li> </ul> | Trên lớp |



|               |   |                                                        |                                                                                                                                                    |                                           |
|---------------|---|--------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|
|               |   | (tiếp)<br>- Quá trình thông qua quyết định mua hàng    | + [1]: từ trang 112 đến 120;<br>- <i>Tài liệu bắt buộc</i> : từ trang 98 đến 108;<br>- <i>Tài liệu tham khảo</i> :<br>+ [1]: từ trang 120 đến 126; |                                           |
| Thảo luận     | 1 | Giảng viên quyết định nội dung và hình thức thảo luận. |                                                                                                                                                    | Trên lớp                                  |
| Tự nghiên cứu | 6 | - Đặc điểm của người mua là tổ chức                    | - <i>Tài liệu bắt buộc</i> : từ trang 109 đến 113.<br>- <i>Tài liệu tham khảo</i> :<br>+ [1]: từ trang 127 đến 130                                 | Sinh viên tự bố trí thời gian và địa điểm |

### **Bài 7 (tiết 19-21)**

### **Chương 3**

| <b>Hình thức tổ chức dạy học</b> | <b>Số tiết tín chỉ</b> | <b>Nội dung chính</b>                                                                            | <b>Tài liệu học tập, tham khảo</b>                                                                                                                                                                                                         | <b>Ghi chú</b>                       |
|----------------------------------|------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|
| Lý thuyết                        | 2                      | - Hành vi mua của các doanh nghiệp sản xuất<br><br>- Hành vi mua của các doanh nghiệp thương mại | - <i>Tài liệu bắt buộc</i> : từ trang 113 đến 127;<br>- <i>Tài liệu tham khảo</i> :<br>+ [1]: từ trang 130 đến 144.<br>- <i>Tài liệu bắt buộc</i> : từ trang 128 đến 130.<br>- <i>Tài liệu tham khảo</i> :<br>+ [1]: từ trang 144 đến 149. | Trên lớp                             |
| Kiểm tra                         | 1                      | <b>Bài kiểm tra thường xuyên số 1</b>                                                            |                                                                                                                                                                                                                                            | Trên lớp                             |
| Tự nghiên cứu                    | 6                      | - Hành vi mua của các tổ chức phi sản xuất kinh doanh                                            | - <i>Tài liệu bắt buộc</i> : từ trang 130 đến 132;<br>- <i>Tài liệu tham khảo</i> :<br>+ [1]: từ trang 149 đến 153                                                                                                                         | Sinh viên tự bố trí thời gian và địa |

|  |  |  |  |      |
|--|--|--|--|------|
|  |  |  |  | điểm |
|--|--|--|--|------|

### Bài 8 (tiết 22-24)

#### Chương 4

| Hình thức tổ chức dạy học | Số tiết tín chỉ | Nội dung chính                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Tài liệu học tập, tham khảo                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Ghi chú                                 |
|---------------------------|-----------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|
| Lý thuyết                 | 2               | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Phân đoạn thị trường: <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Khái niệm</li> <li>+ Tiêu thức phân đoạn</li> <li>+ Yêu cầu và các chiến lược phân đoạn thị trường</li> </ul> </li> <li>- Lựa chọn thị trường mục tiêu: <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Đánh giá các đoạn thị trường</li> <li>+ Xác định đoạn thị trường mục tiêu</li> </ul> </li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Tài liệu bắt buộc</i>: từ trang 133 đến 143.</li> <li>- <i>Tài liệu tham khảo</i>: <ul style="list-style-type: none"> <li>+ [1]: từ trang 169 đến 180</li> </ul> </li> <li>- <i>Tài liệu bắt buộc</i>: từ trang 143 đến 152.</li> <li>- <i>Tài liệu tham khảo</i>: <ul style="list-style-type: none"> <li>+ [1]: từ trang 180 đến 196</li> </ul> </li> </ul> | Trên lớp                                |
| Thảo luận                 | 1               | Giảng viên quyết định nội dung và hình thức thảo luận.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Trên lớp                                |
| Tự nghiên cứu             | 6               | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Định vị sản phẩm: <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Khái niệm</li> <li>+ Các mục tiêu của chiến lược định vị sản phẩm</li> <li>+ Nội dung của định vị sản phẩm</li> </ul> </li> </ul>                                                                                                                                                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Tài liệu bắt buộc</i>: từ trang 152 đến 158.</li> <li>- <i>Tài liệu tham khảo</i>: <ul style="list-style-type: none"> <li>+ [1]: từ trang 196 đến 206</li> </ul> </li> </ul>                                                                                                                                                                                 | Sinh viên tự bố trí thời gian, địa điểm |

### Bài 9 (tiết 25-27)

#### Chương 5

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

|               |   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                           |
|---------------|---|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|
| Lý thuyết     | 3 | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sản phẩm và phân loại sản phẩm</li> <li>+ Khái niệm về sản phẩm</li> <li>+ Phân loại sản phẩm</li> <li>- Chính sách sản phẩm</li> <li>+ Vị trí của chính sách sản phẩm</li> <li>+ Các quyết định Marketing chủ yếu trong chính sách sản phẩm</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Tài liệu bắt buộc</i>: từ trang 159 đến 163;</li> <li>- <i>Tài liệu tham khảo</i>:</li> <li>+ [1]: từ trang 234 đến 239;</li> <li>- <i>Tài liệu bắt buộc</i>: từ trang 171 đến 188;</li> <li>- <i>Tài liệu tham khảo</i>:</li> <li>+ [1]: từ trang 239 đến 256;</li> </ul> | Trên lớp                                  |
| Tự nghiên cứu | 6 | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Vòng đời của sản phẩm</li> <li>+ Giai đoạn tung sản phẩm ra thị trường</li> <li>+ Giai đoạn phát triển</li> <li>+ Giai đoạn trưởng thành, chiến muồi và bão hòa</li> <li>+ Giai đoạn suy thoái</li> </ul>                                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Tài liệu bắt buộc</i>: từ trang 164 đến 171;</li> <li>- <i>Tài liệu tham khảo</i>:</li> <li>+ [1]: từ trang 257 đến 262;</li> </ul>                                                                                                                                        | Sinh viên tự bố trí thời gian và địa điểm |

### Bài 10 (tiết 28-30)

### Chương 6

| Hình thức tổ chức dạy học | Số tiết tín chỉ | Nội dung chính                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Tài liệu học tập, tham khảo                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Ghi chú  |
|---------------------------|-----------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| Lý thuyết                 | 2               | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Những vấn đề chung về giá cả</li> <li>+ Khái niệm về giá cả</li> <li>+ Vai trò của chiến lược giá trong kinh doanh</li> <li>- Phương pháp xác định giá bán</li> <li>+ Xác định mục tiêu và phương hướng định giá</li> <li>+ Xác định cầu trên thị</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Tài liệu bắt buộc</i>: từ trang 189 đến 193;</li> <li>- <i>Tài liệu tham khảo</i>:</li> <li>+ [1]: từ trang 264 đến 266;</li> <li>- <i>Tài liệu bắt buộc</i>: từ trang 205 đến 215;</li> <li>- <i>Tài liệu tham khảo</i>:</li> <li>+ [1]: từ trang 279 đến 293;</li> </ul> | Trên lớp |

|               |   |                                                                                                                                                                             |                                                                                                                     |                                         |
|---------------|---|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|
|               |   | trường mục tiêu<br>+ Xác định và phân tích chi phí<br>+ Phân tích thị trường và môi trường kinh doanh<br>+ Lựa chọn phương pháp định giá<br>- Phân hóa giá trong kinh doanh | - <i>Tài liệu bắt buộc</i> : từ trang 215 đến 217;<br>- <i>Tài liệu tham khảo</i> :<br>+ [1]: từ trang 293 đến 305; |                                         |
| Kiểm tra      | 1 | <b>Bài kiểm tra giữa kỳ</b>                                                                                                                                                 |                                                                                                                     | Trên lớp                                |
| Tự nghiên cứu | 6 | - Các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định về giá cả sản phẩm<br>+ Các nhân tố bên trong doanh nghiệp<br>+ Các nhân tố bên ngoài doanh nghiệp                                   | - <i>Tài liệu bắt buộc</i> : từ trang 193 đến 205.<br>- <i>Tài liệu tham khảo</i> :<br>+ [1]: từ trang 266 đến 278; | Sinh viên tự bố trí thời gian, địa điểm |

### **Bài 11 (tiết 31-33)**

#### **Chương 7**

| <b>Hình thức tổ chức dạy học</b> | <b>Số tiết tín chỉ</b> | <b>Nội dung chính</b>                                                                                                                  | <b>Tài liệu học tập, tham khảo</b>                                                                                                                                        | <b>Ghi chú</b> |
|----------------------------------|------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|
| Lý thuyết                        | 2                      | - Vai trò, chức năng của phân phối<br>+ Khái niệm<br>+ Vai trò<br>+ Chức năng của phân phối<br>- Kênh phân phối<br>+ Khái niệm và chức | - <i>Tài liệu bắt buộc</i> : từ trang 219 đến 223.<br>- <i>Tài liệu tham khảo</i> :<br>+ [1]: từ trang 308 đến 313;<br>- <i>Tài liệu bắt buộc</i> : từ trang 223 đến 243. | Trên lớp       |

|               |   |                                                                                                                                            |                                                                                                                   |                                         |
|---------------|---|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|
|               |   | năng của kênh phân phối<br>+ Các loại kênh phân phối chủ yếu<br>+ Cấu trúc kênh<br>+ Những quyết định cơ bản trong quản trị kênh phân phối | <i>- Tài liệu tham khảo:</i><br>+ [1]: từ trang 313 đến 319;                                                      |                                         |
| Thảo luận     | 1 | Giảng viên quyết định nội dung và hình thức thảo luận.                                                                                     |                                                                                                                   | Trên lớp                                |
| Tự nghiên cứu | 6 | + Tổ chức và hoạt động của kênh<br>+ Các hình thức tổ chức kênh phân phối.                                                                 | <i>- Tài liệu bắt buộc:</i> từ trang 232 đến 239;<br><i>- Tài liệu tham khảo:</i><br>+ [1]: từ trang 319 đến 329; | Sinh viên tự bố trí thời gian, địa điểm |

## Bài 12 (tiết 34-36)

### Chương 7 (tiếp)

| Hình thức tổ chức dạy học | Số tiết tín chỉ | Nội dung chính                                                                                                                                                                                                                | Tài liệu học tập, tham khảo                                                                                                                                                                                                                | Ghi chú  |
|---------------------------|-----------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| Lý thuyết                 | 2               | - Những quyết định về các vấn đề lưu thông hàng hóa<br>+ Bản chất và mục đích của lưu thông hàng hóa<br>+ Những quyết định cơ bản trong lưu thông hàng hóa<br>- Marketing của các doanh nghiệp bán buôn và bán lẻ<br>+ Bán lẻ | <i>- Tài liệu bắt buộc:</i> từ trang 243 đến 248;<br><i>- Tài liệu tham khảo:</i><br>+ [1]: từ trang 337 đến 343;<br><br><i>- Tài liệu bắt buộc:</i> từ trang 249 đến 252;<br><i>- Tài liệu tham khảo:</i><br>+ [1]: từ trang 343 đến 347; | Trên lớp |
| Thảo luận                 | 1               | Giảng viên quyết định nội                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                            | Trên lớp |

|               |   |                                                                   |                                                                                                                     |                                         |
|---------------|---|-------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|
|               |   | dung và hình thức thảo luận.                                      |                                                                                                                     |                                         |
| Tự nghiên cứu | 6 | - Marketing của các doanh nghiệp bán buôn và bán lẻ<br>+ Bán buôn | - <i>Tài liệu bắt buộc</i> : từ trang 252 đến 254;<br>- <i>Tài liệu tham khảo</i> :<br>+ [1]: từ trang 347 đến 350; | Sinh viên tự bố trí thời gian, địa điểm |

### Bài 13 (tiết 37-39)

#### Chương 8

| Hình thức tổ chức dạy học | Số tiết tín chỉ | Nội dung chính                                                                                                                                                                     | Tài liệu học tập, tham khảo                                                                                                                                                                                                                                            | Ghi chú                                 |
|---------------------------|-----------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|
| Lý thuyết                 | 2               | - Vai trò của xúc tiến hỗn hợp trong Marketing<br>+ Khái niệm<br>+ Vai trò của hoạt động xúc tiến hỗn hợp<br>- Các công cụ xúc tiến hỗn hợp<br>+ Quảng cáo<br>+ Quan hệ công chúng | - <i>Tài liệu bắt buộc</i> : từ trang 255 đến 258;<br>- <i>Tài liệu tham khảo</i> :<br>+ [1]: từ trang 354 đến 355;<br><br>- <i>Tài liệu bắt buộc</i> : từ trang 258 đến 279;<br>- <i>Tài liệu tham khảo</i> :<br>+ [1]: từ trang 369 đến 371 và từ trang 380 đến 385; | Trên lớp                                |
| Kiểm tra                  | 1               | <b>Bài kiểm tra thường xuyên số 2</b>                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                        | Trên lớp                                |
| Tự nghiên cứu             | 6               | + Khuyến mãi<br>+ Bán hàng cá nhân<br>+ Marketing trực tiếp                                                                                                                        | - <i>Tài liệu bắt buộc</i> : từ trang 280 đến 286;<br>- <i>Tài liệu tham khảo</i> :<br>+ [1]: từ trang 371 đến 372 từ trang 393 đến 401;                                                                                                                               | Sinh viên tự bố trí thời gian, địa điểm |

### Bài 14 (tiết 40-42)

#### Chương 9

| Hình thức tổ chức | Số tiết tín chỉ | Nội dung chính | Tài liệu học tập, tham khảo | Ghi chú |
|-------------------|-----------------|----------------|-----------------------------|---------|
|-------------------|-----------------|----------------|-----------------------------|---------|

| <b>dạy học</b> |   |                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                           |                                         |
|----------------|---|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|
| Lý thuyết      | 2 | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Bản chất và phân loại dịch vụ:</li> <li>+ Khái niệm và đặc điểm</li> <li>- Quản trị Marketing dịch vụ:</li> <li>+ Những vấn đề căn bản của quản trị Marketing dịch vụ</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Tài liệu bắt buộc</i>: từ trang 287 đến 292;</li> <li>- <i>Tài liệu tham khảo</i>:</li> <li>+ [2]: từ trang 478 đến 481</li> <li>- <i>Tài liệu bắt buộc</i>: từ trang 298 đến 306;</li> </ul> | Trên lớp                                |
| Thảo luận      | 1 | Giảng viên quyết định nội dung và hình thức thảo luận.                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                           | Trên lớp                                |
| Tự nghiên cứu  | 6 | <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Phân loại dịch vụ</li> <li>+ Vai trò và đặc điểm của Marketing dịch vụ</li> </ul>                                                                                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Tài liệu bắt buộc</i>: từ trang 292 đến 298;</li> <li>- <i>Tài liệu tham khảo</i>:</li> <li>+ [2]: từ trang 482 đến 483.</li> </ul>                                                           | Sinh viên tự bố trí thời gian, địa điểm |

### **Bài 15 (tiết 43-45)**

### **Chương 10**

| <b>Hình thức tổ chức dạy học</b> | <b>Số tiết tín chỉ</b> | <b>Nội dung chính</b>                                                                                                                                                                                                          | <b>Tài liệu học tập, tham khảo</b>                                                                                                                                                                                          | <b>Ghi chú</b> |
|----------------------------------|------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|
| Lý thuyết                        | 3                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Vị trí và mục tiêu của chiến lược Marketing</li> <li>+ Vị trí của chiến lược Marketing</li> <li>+ Các mục tiêu của chiến lược Marketing</li> <li>- Kế hoạch hóa chiến lược</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Tài liệu bắt buộc</i>: từ trang 307 đến 312;</li> <li>- <i>Tài liệu tham khảo</i>:</li> <li>[1]: từ trang 211 đến 219;</li> <li>- <i>Tài liệu bắt buộc</i>: từ trang</li> </ul> | Trên lớp       |

|               |   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                |                                         |
|---------------|---|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|
|               |   | <p>Marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Phân tích tình thế và xác định cương lĩnh của doanh nghiệp</li> <li>+ Xác định nhiệm vụ và mục tiêu của doanh nghiệp</li> <li>+ Chiến lược phát triển doanh nghiệp</li> <li>+ Lập kế hoạch Marketing</li> </ul>                                     | <p>312 đến 324;</p> <p>- <i>Tài liệu tham khảo:</i></p> <p>[1]: từ trang 219 đến 225;</p>                                      |                                         |
| Tự nghiên cứu | 6 | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hệ thống tổ chức Marketing</li> <li>+ Tổ chức theo chức năng</li> <li>+ Tổ chức theo nguyên tắc địa lý</li> <li>- Kiểm tra Marketing</li> <li>+ Kiểm tra việc thực hiện kế hoạch năm</li> <li>+ Kiểm tra khả năng sinh lời</li> <li>+ Kiểm tra chiến lược</li> </ul> | <p>- <i>Tài liệu bắt buộc:</i> từ trang 324 đến 330;</p> <p>- <i>Tài liệu tham khảo:</i></p> <p>[1]: từ trang 225 đến 231;</p> | Sinh viên tự bố trí thời gian, địa điểm |

Ngày... tháng 5 năm 2014

TRƯỞNG KHOA

**Trần Đình Thắng**



## PHẦN II: KỊCH BẢN GIẢNG DẠY

### Bài 1 - Chương 1: Đại cương về marketing

Số giờ tín chỉ: 03

Tiết (1- 3)

#### I. Mục tiêu bài học

Bài học sẽ giúp người học nắm bắt quá trình hình thành, tồn tại, phát triển của các hoạt động marketing từ cổ điển cho đến hiện đại để từ đó làm quen với môn học marketing, một môn học không thể thiếu trong nền kinh tế thị trường. Ngoài ra, các em sinh viên cũng được tìm hiểu các khái niệm cơ bản để hiểu thế nào là marketing, nhu cầu, mong muốn, hàng hóa, thị trường, cầu thị trường... đây là các khái niệm rất quan trọng để các em có thể khám phá những nội dung tiếp theo của môn học, đồng thời sau bài học này các em sinh viên có thể rút ra được ý nghĩa của việc sản xuất kinh doanh nói chung và hoạt động marketing nói riêng là để phục vụ cho cuộc sống của con người tốt đẹp hơn.

#### II. Phương tiện thực hiện

- **Giảng viên:** Tài liệu bắt buộc, các tài liệu tham khảo; giáo án lý thuyết, kịch bản giảng dạy, bài giảng điện tử.

- **Sinh viên:** mang đầy đủ tài liệu học tập và nghiên cứu trước bài học.

#### III. Phương pháp thực hiện

- Phát vấn – đối thoại;
- Thuyết trình diễn giải, phân tích;

#### IV. Tiến trình lên lớp

| Hoạt động của giảng viên và sinh viên                                                                                                                                                                                   | Nội dung chính |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|
| <b>Hoạt động 1:</b> Ổn định lớp<br>- Giảng viên (GV): Kiểm tra sỹ số sinh viên theo danh sách điểm danh; thiết lập tổ chức của lớp học, (có thể lập sơ đồ lớp).<br>- Sinh viên (SV): Vào lớp đúng giờ, ngồi nghiêm túc. |                |
| <b>Hoạt động 2:</b> Giới thiệu về môn học<br>GV: Giới thiệu tóm tắt về mục tiêu, kết cấu chung của học phần; giới thiệu nội dung cơ bản của từng chương; nêu các quy định đối với người học khi                         |                |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p> nghiên cứu học phần này.</p> <p>SV: Chú ý theo dõi.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <p><b>Hoạt động 3:</b> Giảng bài mới</p> <p>- GV: Phân tích sơ lược về quá trình hình thành của hoạt động marketing, giới thiệu về hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp Mỹ trong thời kỳ này. Giáo viên nêu bật vấn đề cần giải quyết của marketing trong giai đoạn này là việc triển khai bán hàng, những thứ mà các doanh nghiệp có khả năng sản xuất ra. Giáo viên yêu cầu sinh viên phân tích ưu và nhược điểm của việc tập trung vào “bán cái mình có”.</p> <p>- SV: Nghe giảng, chép bài, trả lời, sinh viên có thể đặt câu hỏi đối với giảng viên.</p> <p>- GV: Giới thiệu cho sinh viên biết sự ra đời của các hoạt động marketing hiện đại. Sự cần thiết của marketing khi thị trường đã trở nên bão hòa, những khó khăn cho người sản xuất xuất hiện ngày càng nhiều. Marketing hiện đại ra đời nhằm nghiên cứu khách hàng, thỏa mãn nhu cầu khách hàng tốt hơn đối thủ cạnh tranh. Giáo viên đặt câu hỏi cho sinh viên với nội dung doanh nghiệp phải làm những gì khi trên thị trường cung vượt quá xa so với cầu.</p> <p>- SV: nghe giảng, chép bài, trả lời câu hỏi</p> | <p><b>Chương 1.</b></p> <p><b>ĐẠI CƯƠNG VỀ MARKETING</b></p> <p><b>1.1. Sự ra đời và phát triển của lý thuyết Marketing</b></p> <p><b>1.1.1. Lý thuyết Marketing cổ điển</b></p> <p>- <i>Tài liệu bắt buộc:</i> từ trang 7 đến 8.</p> <p>- <i>Tài liệu tham khảo:</i></p> <p>+ [1]. Từ trang 7 đến 9.</p> <p><b>1.1.2. Lý thuyết Marketing hiện đại</b></p> <p>- <i>Tài liệu bắt buộc:</i> từ trang 8 đến 10 .</p> <p>- <i>Tài liệu tham khảo:</i></p> <p>+ [1]. Từ trang 7 đến 9.</p> |
| <p><b>Hoạt động 4:</b> Dẫn dắt vấn đề để chuyển sang phần 1.2</p> <p>- GV: Phân tích khái niệm về nhu cầu của con người, làm toát lên ý nghĩa của việc phát hiện ra nhu cầu, chính là một hoạt động có thể đem lại lợi ích cho khách hàng và lợi nhuận cho công ty, cần nêu rõ cho sinh viên bản chất của nhu cầu là khách quan và chúng cần được thỏa mãn một cách khách</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | <p><b>1.2. Các khái niệm cơ bản của marketing</b></p> <p><b>1.2.1. Nhu cầu</b></p> <p>- <i>Tài liệu bắt buộc:</i> từ trang 11 đến 12.</p> <p>- <i>Tài liệu tham khảo:</i></p> <p>[1]. Từ trang 11 đến 12.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                          |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>quan. Giáo viên có thể đặt câu hỏi về nhu cầu hiện tại của sinh viên hoặc các nhu cầu trong tương lai của họ.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- SV: Nghe giảng, nắm được các vấn đề đã trình bày, phát biểu ý kiến, lấy ví dụ.</li> <li>- GV: Nhận xét sự trả lời của sinh viên.</li> <li>- GV: Phân tích nội dung của khái niệm mong muốn, phải nêu bật được ý nghĩa của nó trong cuộc sống, mong muốn là một dạng nhu cầu nhưng rất đặc biệt, không giống nhau ở mỗi người, chính điều này làm đa dạng hơn cách thức đòi hỏi của khách hàng đối với các nhà kinh doanh. Nó vừa là cơ hội nhưng cũng vừa là thách thức đối với các nhà sản xuất bởi mỗi người một mong muốn thì sẽ cần nhiều loại hàng hóa hơn, điều này đem lại nhiều lợi nhuận hơn song cũng gây khó khăn lớn khi phải đa dạng hóa mặt hàng để kinh doanh. GV yêu cầu sinh viên cho biết mong muốn hiện tại và tương lai của mình để liên hệ thực tiễn.</li> <li>- SV: Thực hiện yêu cầu, sinh viên có thể nêu câu hỏi.</li> <li>- GV: Giải đáp các câu hỏi của sinh viên.</li> <li>- GV: Phân tích khái niệm trao đổi trên thị trường và trong cuộc sống, chỉ rõ những điều kiện của trao đổi, yêu cầu sinh viên lấy ví dụ về sự trao đổi của mình trong cuộc sống hàng ngày, trong hoạt động mua hàng và bán hàng (nếu có).</li> </ul> <p>SV: Thực hiện yêu cầu của giảng viên</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- GV: + Phân tích khái niệm thị trường theo các quan điểm khác nhau. <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Chỉ rõ bản chất của thị trường chính là khách hàng của doanh nghiệp, yếu tố đem lại lợi nhuận cho doanh nghiệp</li> </ul> </li> </ul> | <p><b>1.2.2. Mong muốn</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Tài liệu bắt buộc</i>: từ trang 12 đến 14.</li> <li>- <i>Tài liệu tham khảo</i>:<br/>[1]. Từ trang 12 đến 13.</li> </ul> <p><b>1.2.5. Trao đổi</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Tài liệu bắt buộc</i>: từ trang 16 đến trang 17.</li> <li>- <i>Tài liệu tham khảo</i>:<br/>[1]. Từ trang 16 đến 17.</li> </ul> <p><b>1.2.6. Thị trường</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Tài liệu bắt buộc</i>: từ trang 17 đến trang 18;</li> <li>- <i>Tài liệu tham khảo</i>:<br/>[1]: trang 18.</li> </ul> |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>+ Yêu cầu sinh viên lấy ví dụ về thị trường của một số công ty do GV chỉ định.</p> <p>- SV: Sinh viên tiếp thu yêu cầu của giảng viên và thực hiện.</p> <p>- GV: + Phân tích khái niệm marketing theo các quan điểm khác nhau của Philip Kotler và Viện nghiên cứu Marketing Anh.</p> <p>+ Phải làm nổi bật ý nghĩa của hoạt động marketing là thỏa mãn nhu cầu và mong muốn của khách hàng, sự ra đời của hoạt động marketing chủ yếu là giúp cuộc sống của con người tốt hơn, tiện nghi hơn, hạnh phúc hơn chứ không phải là chỉ đem lại lợi nhuận cao cho doanh nghiệp, chỉ phục vụ doanh nghiệp là quan điểm sai lầm lớn của những người nghiên cứu và ứng dụng các hoạt động marketing cho doanh nghiệp.</p> <p>+ Yêu cầu sinh viên lấy ví dụ về sự phục vụ tốt nhu cầu và mong muốn của khách hàng trong một số công ty mà họ biết.</p> <p>- SV: Sinh viên tiếp thu yêu cầu của giảng viên và thực hiện, có thể đặt câu hỏi đối với giảng viên.</p> | <p><b>1.2.7. Marketing</b></p> <p>- <i>Tài liệu bắt buộc:</i> từ trang 18 đến trang 19.</p> <p>- <i>Tài liệu tham khảo:</i></p> <p>[1]. Từ trang 9 đến 10.</p>                                                                                                                    |
| <p>- <b>Hoạt động 5:</b> Yêu cầu sinh viên tự nghiên cứu</p> <p>+ Khái niệm yêu cầu tiêu dùng, các đặc tính của mong muốn đi kèm với khả năng thanh toán hay nói cách khác là khả năng tài chính của khách hàng. Sinh viên phải nắm được khi nào thì ý tưởng của nhà sản xuất mới trở thành hiện thực, làm thế nào để đáp ứng các yêu cầu của khách hàng với chi phí hợp lý nhất.</p> <p>+ Khái niệm về hàng hóa.</p> <p>+ Tự phân tích các đặc điểm của hàng hóa.</p> <p>+ Yêu cầu sinh viên tự nghiên cứu và lấy ví dụ về</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | <p><b>1.2.3. Yêu cầu tiêu dùng (Cầu thị trường)</b></p> <p>- <i>Tài liệu bắt buộc:</i> từ trang 14 đến trang 15 .</p> <p>- <i>Tài liệu tham khảo:</i></p> <p>[1]. Từ trang 13 đến 16.</p> <p><b>1.2.4. Hàng hóa</b></p> <p>- <i>Tài liệu bắt buộc:</i> trang 15 đến trang 16.</p> |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>sự thỏa mãn nhu cầu của các hàng hóa cụ thể mà họ đã từng sử dụng.</p> <p>SV: tiếp thu yêu cầu và thực hiện</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | <p>- <i>Tài liệu tham khảo:</i></p> <p>[2]. Từ trang 11 đến 13.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| <p><b>Hoạt động 6:</b> Tổng kết bài và hướng dẫn sinh viên chuẩn bị thảo luận.</p> <p>GV: + Nhấn mạnh các nội dung quan trọng của bài học bao gồm các khái niệm cơ bản như nhu cầu, mong muốn, cầu thị trường, hàng hóa, trao đổi, thị trường và nhất là khái niệm marketing.</p> <p>+ Yêu cầu sinh viên tự liên hệ với cuộc sống của mình, nhất là trong các hoạt động mua hoặc bán hàng thường ngày của bản thân họ, rút ra bài học trong thực tiễn cuộc sống của chính mình.</p> <p>+ Yêu cầu sinh viên đọc trước nội dung quản trị marketing.</p> <p>+ Yêu cầu sinh viên chuẩn bị trước các công việc nhằm trình bày cho buổi thảo luận vào bài học sau, chia sinh viên ra làm nhiều nhóm nhỏ, mỗi nhóm khoảng 6 -8 thành viên, sinh viên tự bầu nhóm trưởng để thay mặt nhóm trình bày.</p> | <p>Gợi ý các chủ đề thảo luận:</p> <p>+ Trình bày quan điểm của mình về trình tự thỏa mãn nhu cầu trong cuộc sống của bản thân.</p> <p>+ Trình bày quan điểm của mình về những mong muốn hiện tại và trong tương lai, đồng thời cho biết quyết tâm thực hiện mong muốn bằng những việc làm gì.</p> <p>+ Những hiểu biết của em về cách thức bán hàng đã đủ để em có thể kinh doanh độc lập hay chưa, nếu thiếu thì phải bổ sung những gì.</p> <p>+ Sự thỏa mãn nhu cầu là điều kiện số một để doanh nghiệp thành công, tuy nhiên có phải lúc nào doanh nghiệp cũng chạy theo và thay đổi cùng những sở thích của khách hàng hay không, nếu không hãy lấy ví dụ minh họa và giải thích cho lập trường của mình.</p> <p>+ Trong cuộc sống, người ta coi thương trường là chiến trường, một sai lầm nhỏ trong kinh doanh có thể khiến doanh nghiệp phải trả giá rất đắt về tiền bạc, hãy bình luận ý kiến này và cho ví dụ minh họa.</p> |

## Bài 2: Chương 1 (tiếp)

Số giờ tín chỉ: 03

Tiết (4-6)

## I. Mục tiêu bài học

Bài học sẽ giúp sinh viên nhận biết các quan điểm quản trị marketing của doanh nghiệp, từ đó có cách nhìn tổng quát hơn về thị trường, về kinh doanh, áp dụng nó vào thực tiễn cuộc sống để hiểu các doanh nghiệp hiện nay đang làm gì để có hiệu quả trong kinh doanh. Từ đó người học có thể định hướng cho doanh nghiệp mình làm việc sau này đi theo quan điểm phù hợp với doanh nghiệp mình nhất, đem lại sức cạnh tranh cho doanh nghiệp. Bên cạnh đó bài học sẽ cung cấp cho sinh viên biết về quá trình kinh doanh của doanh nghiệp trong thời kỳ hiện đại, những việc doanh nghiệp sẽ làm để có một bộ máy kinh doanh toàn năng nhất, tránh những thất bại không cần thiết cho các doanh nghiệp khi bước chân vào sản xuất kinh doanh, đó chính là quá trình quản trị marketing. Bài học cũng phân tích rất kỹ các chức năng của marketing và vai trò không thể thiếu được của nó đối với doanh nghiệp và quản lý nhà nước về kinh tế, xã hội.

## II. Phương tiện thực hiện

- **Giảng viên:** Tài liệu bắt buộc, tài liệu tham khảo; giáo án lý thuyết, kịch bản giảng dạy, bài giảng điện tử, chuẩn bị các nội dung yêu cầu sinh viên thực hiện.
- **Sinh viên:** mang đầy đủ tài liệu học tập và nghiên cứu trước bài học.

## III. Phương pháp thực hiện

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

## IV. Tiến trình lên lớp

| Hoạt động của giảng viên và sinh viên                                                                                                                                                                                    | Nội dung chính |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|
| <b>Hoạt động 1:</b> Ổn định lớp<br>Giảng viên (GV): Kiểm tra sỹ số sinh viên;<br>Sinh viên (SV): Vào lớp đúng giờ, ngồi nghiêm túc;<br>GV: Nhận xét, chấn chỉnh ý thức, tác phong học tập của sinh viên (nếu cần thiết). |                |
| <b>Hoạt động 2:</b> Kiểm tra bài cũ                                                                                                                                                                                      |                |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>GV: Nêu nội dung kiểm tra (nội dung kiểm tra sẽ liên quan đến bài học trước).</p> <p>SV: Trả lời.</p> <p>GV: Nhận xét câu trả lời, đánh giá mức độ nắm bắt bài học trước của sinh viên.</p> <p><i>Quá trình tái hiện kiến thức cũ sẽ được lồng ghép trong quá trình tiến hành bài học.</i></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <p><b>Hoạt động 3:</b> Giới thiệu bài mới</p> <p>GV: Gọi sinh viên và yêu cầu sinh viên trình bày tóm tắt vấn đề các quan điểm quản trị marketing;</p> <p>SV: Trình bày các quan điểm quản trị marketing đã nghiên cứu trước trong tài liệu.</p> <p>GV: Nhận xét sự trả lời của sinh viên, phân tích những nội dung sinh viên còn thiếu sót hoặc hiểu chưa đúng về các quan điểm quản trị marketing. Yêu cầu sinh viên lấy ví dụ về các doanh nghiệp trên thực tiễn đã áp dụng các quan điểm này.</p> <p>SV: Tiếp thu và lấy ví dụ theo yêu cầu của GV</p> <p>GV: Yêu cầu sinh viên trình bày khái niệm quản trị quá trình Marketing.</p> <p>SV: Trình bày khái niệm.</p> <p>GV: + Nhấn mạnh một số ý cần lưu ý trong khái niệm quản trị quá trình Marketing;</p> <p style="padding-left: 40px;">+ Phân tích cụ thể các giai đoạn của quá trình quản trị Marketing, phát vấn sinh viên những vấn đề liên quan;</p> <p style="padding-left: 40px;">+ Trả lời các câu hỏi của sinh viên (nếu có).</p> <p>SV: Nghe giảng, ghi bài, trả lời phát vấn của giảng viên, có thể đặt câu hỏi cho giảng viên.</p> | <p><b>1.3. Quản trị Marketing</b></p> <p><b>1.3.1. Các quan điểm quản trị Marketing</b></p> <p>- <i>Tài liệu bắt buộc:</i> từ trang 19 đến 25;</p> <p>- <i>Tài liệu tham khảo:</i><br/>[1]. Từ trang 24 đến 31.</p> <p><b>1.3.2. Quản trị quá trình Marketing</b></p> <p>- Khái niệm</p> <p>- Các giai đoạn của quá trình quản trị Marketing</p> <p>- <i>Tài liệu bắt buộc:</i> từ trang 25 đến 31.</p> <p>- <i>Tài liệu tham khảo:</i><br/>[1]. Từ trang 32 đến 35.</p> |
| <p><b>Hoạt động 4:</b> Dẫn dắt đến nội dung mới.</p> <p>GV: + Phân tích các chức năng của marketing, nhấn mạnh chức năng cơ bản nhất của marketing</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | <p><b>1.5. Chức năng và vai trò của Marketing</b></p> <p><b>1.5.1. Chức năng của Marketing</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>đó là thỏa mãn tốt nhất nhu cầu tiêu dùng của xã hội. Đây là chức năng giúp cả doanh nghiệp cũng như người tiêu dùng đạt được lợi ích của mình, nó giúp doanh nghiệp phát triển vì có lợi nhuận còn người tiêu dùng thỏa mãn nhu cầu của mình, ngoài ra nó còn đem lại lợi ích cho toàn bộ xã hội và cộng đồng.</p> <p>+ GV lấy ví dụ minh họa cho các chức năng của marketing và phát vấn sinh viên tự liên hệ bản thân để có ví dụ của riêng mình.</p> <p>SV: Tiếp thu yêu cầu của giảng viên, lắng nghe và trả lời phát vấn của GV</p> <p>GV: +Phân tích vai trò của marketing đối với quản lý kinh tế vi mô và vĩ mô và phải nêu bật được vai trò quan trọng của nó đối với quản lý kinh tế vi mô, nghĩa là đối với các doanh nghiệp, nó giúp doanh nghiệp nâng cao được sức cạnh tranh trên thị trường, lập kế hoạch và chiến lược kinh doanh, chinh phục thị trường mục tiêu.</p> <p>+ GV đặt câu hỏi cho sinh viên để họ liên hệ với thực tế, kiểm nghiệm lý luận marketing.</p> <p>+ SV lắng nghe, tiếp thu và trả lời phát vấn.</p> | <p>- <i>Tài liệu bắt buộc</i>: từ trang 34 đến 36.</p> <p>- <i>Tài liệu tham khảo</i>:<br/>[2]. Từ trang 7 đến 8.</p> <p><b>1.5.2. Vai trò của Marketing</b></p> <p>- <i>Tài liệu bắt buộc</i>: từ trang 36 đến 37.</p> <p>- <i>Tài liệu tham khảo</i>:<br/>[2]. Từ trang 7 đến 8.</p> |
| <p><b>Hoạt động 5:</b> Yêu cầu sinh viên tự nghiên cứu</p> <p>GV: Yêu cầu sinh viên tự nghiên cứu các loại hoạt động marketing trên thị trường căn cứ vào việc doanh nghiệp có hoặc không sản xuất hàng hóa, dịch vụ, lấy ví dụ trên thực tế để minh chứng cho những loại hoạt động marketing khác nhau đó.</p> <p>SV: Thực hiện yêu cầu của giảng viên.</p> <p>GV: Yêu cầu sinh viên tự nghiên cứu các hình thức marketing trên cơ sở nó được ứng dụng trong doanh nghiệp, ngành kinh tế hay quốc tế. Sinh viên</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | <p><b>1.4. Phân loại marketing</b></p> <p><b>1.4.1. Căn cứ vào hình thái vật chất của quá trình trao đổi</b></p> <p>- <i>Tài liệu bắt buộc</i>: từ trang 31 đến 33.</p> <p><b>1.4.2. Căn cứ vào phạm vi ứng dụng</b></p> <p>- <i>Tài liệu bắt buộc</i>: trang 33 đến 34.</p>           |



|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>phải phân tích được sự khác biệt giữa các hình thức marketing này, lấy được ví dụ minh họa trong thực tiễn cuộc sống của mình, kiểm tra sự tự nghiên cứu trong bài học sau.</p> <p>SV: Thực hiện yêu cầu của giảng viên.</p>                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <p><b>Hoạt động 6:</b> Tổng kết bài</p> <p>GV: + Nhắc lại những vấn đề trọng tâm của bài học đó là các quan điểm kinh doanh, quá trình quản trị marketing, chức năng và vai trò của marketing. Sau khi tóm tắt GV có thể yêu cầu sinh viên liên hệ trực tiếp với bản thân. Yêu cầu sinh viên nghiên cứu trước nội dung 2.1.Hệ thống thông tin và nghiên cứu Marketing (của chương 2).</p> <p>+ Yêu cầu SV chuẩn bị thảo luận trong bài học tiếp theo, chủ đề thảo luận do GV tự đề xuất.</p> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <p><b>Hoạt động 7:</b> Tổ chức thảo luận</p> <p>GV: Nhắc lại chủ đề thảo luận đã giao cho sinh viên chuẩn bị; yêu cầu các nhóm sinh viên cử người lên thuyết trình bài thảo luận của nhóm; đề nghị các nhóm khác nhận xét.</p> <p>SV: Thuyết trình bài thảo luận của nhóm mình.</p> <p>GV: Nhận xét bài thảo luận của các nhóm, kết luận vấn đề, cho điểm các nhóm.</p>                                                                                                                      | <p>Gợi ý chủ đề thảo luận:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hãy cho biết các doanh nghiệp Việt Nam hiện nay đang áp dụng quan điểm quản trị Marketing nào, cần phải bổ sung gì cho họ không? Vì sao? Lấy dẫn chứng minh họa.</li> <li>- Hãy cho biết các doanh nghiệp Mỹ và Nhật Bản hiện nay đang áp dụng quan điểm quản trị Marketing nào, cần phải bổ sung gì cho họ không? Bài học rút ra cho các doanh nghiệp Việt Nam.</li> <li>- Các doanh nghiệp Việt Nam hiện nay có làm đúng quá trình quản trị Marketing hay không? Nếu chưa thì vì nguyên nhân gì? Anh, chị có giải pháp nào cho các doanh nghiệp</li> </ul> |

|  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <p>Việt Nam không?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hoạt động marketing của các doanh nghiệp tại Việt Nam đã thực hiện hết các chức năng của marketing chưa? Vì sao? Làm thế nào để nó thực sự phát huy hết chức năng của mình?</li> <li>- Vai trò của Marketing được thể hiện như thế nào tại Việt Nam, nó có cần thiết cho nền kinh tế Việt Nam hay chỉ cần thiết cho các nước tư bản chủ nghĩa? Giải thích và lấy ví dụ minh họa.</li> </ul> |
|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

### **Bài 3: Chương 2**

Số giờ tín chỉ: 03

Tiết (7-9)

#### **I. Mục tiêu bài học**

Bài học cung cấp cho sinh viên biết các kiến thức nền tảng về khái niệm hệ thống thông tin marketing, các yếu tố cấu thành hệ thống thông tin marketing bao gồm hệ thống báo cáo nội bộ, hệ thống nghiên cứu marketing, hệ thống thu thập thông tin marketing bên ngoài và hệ thống phân tích thông tin marketing. Sau khi tìm hiểu xong sinh viên có khả năng thiết lập một hệ thống thông tin marketing hoàn chỉnh cho doanh nghiệp. Đồng thời bài học còn cung cấp cho sinh viên những kiến thức cơ bản về nghiên cứu marketing, giúp sinh viên có khả năng phát hiện vấn đề hoặc cơ hội marketing cho doanh nghiệp.

#### **II. Phương tiện thực hiện**

- **Giảng viên:** Tài liệu bắt buộc, tài liệu tham khảo; giáo án lý thuyết, kịch bản giảng dạy, bài giảng điện tử, chuẩn bị các nội dung yêu cầu sinh viên thực hiện.

- **Sinh viên:** mang đầy đủ tài liệu học tập và nghiên cứu trước bài học.

#### **III. Phương pháp thực hiện**

- Phát vấn – đối thoại;
- Thuyết trình diễn giải, phân tích;

- Thảo luận, nghiên cứu.

#### IV. Tiến trình lên lớp

| Hoạt động của giảng viên và sinh viên                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Nội dung chính                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Hoạt động 1:</b> Ổn định lớp</p> <p>Giảng viên (GV): Kiểm tra sỹ số sinh viên.</p> <p>Sinh viên (SV): Vào lớp đúng giờ, ngồi nghiêm túc.</p> <p>GV: Nhận xét, chấn chỉnh ý thức, tác phong học tập của sinh viên (nếu cần thiết).</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <p><b>Hoạt động 2:</b> Kiểm tra bài cũ</p> <p>GV: Nêu nội dung kiểm tra (nội dung kiểm tra sẽ liên quan đến các bài học trước).</p> <p>SV: Trả lời.</p> <p>GV: Nhận xét câu trả lời, đánh giá mức độ nắm bắt bài học trước của sinh viên.</p> <p><i>Quá trình tái hiện kiến thức cũ sẽ được lồng ghép trong quá trình tiến hành bài học.</i></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <p><b>Hoạt động 3:</b> Giảng bài mới</p> <p>GV: + Giới thiệu vấn đề đề vào bài học;<br/>+ Yêu cầu sinh viên trình bày khái niệm hệ thống thông tin marketing.</p> <p>SV: Trình bày khái niệm.</p> <p>GV: + Nhấn mạnh một số ý cần lưu ý trong khái niệm hệ thống thông tin marketing;<br/>+ Lưu ý một số vấn đề thuộc bản chất của hệ thống thông tin marketing; phát vấn sinh viên những vấn đề liên quan;<br/>+ Giới thiệu tổng quát về các yếu tố cấu thành cơ bản của hệ thống thông tin marketing.<br/>+ Trả lời các câu hỏi của sinh viên (nếu có).</p> <p>SV: Nghe giảng, ghi bài, trả lời phát vấn của giảng viên, có thể đặt câu hỏi cho giảng viên.</p> | <p><b>Chương 2.</b></p> <p><b>HỆ THỐNG THÔNG TIN VÀ MÔI TRƯỜNG MARKETING</b></p> <p><b>2.1. Hệ thống thông tin và nghiên cứu Marketing</b></p> <p><b>2.1.1. Hệ thống thông tin Marketing</b></p> <p>- <i>Tài liệu bắt buộc:</i> từ trang 39 đến 40;</p> <p>- <i>Tài liệu tham khảo:</i></p> <p>+ [1]. Từ trang 38 đến 40.</p> |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>GV: Phân tích ý nghĩa của hệ thống báo cáo nội bộ, đây là hệ thống bao gồm nhiều loại báo cáo khác nhau như báo cáo tài chính, báo cáo kinh doanh, báo cáo nghiên cứu thị trường, ...tuy nhiên chỉ có những thông tin cần thiết mới được các nhà quản trị marketing sử dụng, yêu cầu sinh viên lấy ví dụ các báo cáo cụ thể để phân tích các báo cáo đó.</p> <p>SV: Nghe giảng, thực hiện yêu cầu của giảng viên, có thể nêu câu hỏi cho giảng viên.</p> <p>GV: Nhận xét các ví dụ và sự phân tích của sinh viên, trả lời câu hỏi (nếu có).</p> <p>GV: Dẫn dắt đến nội dung mới.</p> <p>GV: + Phân tích các hoạt động thu thập thông tin từ bên ngoài của doanh nghiệp, các nguồn thông tin rất phong phú có được từ các nguồn như tạp chí, báo, giao tiếp với khách hàng, nhân viên chuyên thu thập thông tin,...</p> <p>+ Yêu cầu sinh viên lấy ví dụ về các nguồn thông tin cụ thể trên thực tiễn.</p> <p>SV: Thực hiện yêu cầu của giảng viên; có thể nêu câu hỏi.</p> <p>GV: Giải đáp các câu hỏi của sinh viên (nếu có).</p> <p>GV: + Phân tích các hoạt động nghiên cứu marketing của doanh nghiệp, phải chỉ rõ cho SV thấy tầm quan trọng của việc nghiên cứu marketing, đây là hoạt động không thể thiếu khi tiến hành sản xuất vì nó định hướng cho sản xuất của doanh nghiệp.</p> <p>+ Giới thiệu về hệ thống phân tích thông tin marketing, hệ thống này sẽ cho phép công ty có được các kết quả cụ thể nếu công ty thực hiện một chương trình marketing cụ thể nào đó như quảng</p> | <p><b>2.1.1.1. Hệ thống báo cáo nội bộ</b></p> <p>- <i>Tài liệu bắt buộc</i>: từ trang 40 đến 41;</p> <p>- <i>Tài liệu tham khảo</i>:</p> <p>+ [1]. Trang 41.</p><br><p><b>2.1.1.2. Hệ thống thu thập thông tin marketing từ bên ngoài</b></p> <p>- <i>Tài liệu bắt buộc</i>: từ trang 41 đến 43;</p> <p>- <i>Tài liệu tham khảo</i>:</p> <p>+ [1]. Từ trang 41 đến 42.</p><br><p><b>2.1.1.3. Hệ thống nghiên cứu marketing</b></p><br><p><b>2.1.1.4. Hệ thống phân tích thông tin marketing</b></p> <p>- <i>Tài liệu bắt buộc</i>: từ trang 43 đến 45;</p> |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>cáo với chi phí nhất định thì doanh thu tăng bao nhiêu, vấn đề nào người tiêu dùng quan tâm nhất...</p> <p>+ Đặt câu hỏi cho SV về thực trạng hoạt động nghiên cứu và phân tích marketing của các doanh nghiệp Việt Nam</p> <p>SV: lắng nghe, trả lời các câu hỏi của GV và có thể đặt câu hỏi</p> <p>GV: trả lời câu hỏi của SV (nếu có)</p> <p>GV: + Phân tích khái niệm nghiên cứu marketing cho sinh viên, nhấn mạnh rằng đây là hoạt động chủ yếu để xác định các vấn đề marketing hoặc cơ hội marketing của doanh nghiệp, giới thiệu tổng quát quy trình nghiên cứu marketing.</p> <p>+ Hướng dẫn sinh viên về cách xác định vấn đề và mục tiêu nghiên cứu, vấn đề cần phải rõ ràng, trung thực và phù hợp với điều kiện hoàn cảnh hiện tại của công ty, mục tiêu nghiên cứu cần hướng tới những đích mà công ty đang thiếu hụt như xác định đúng nhu cầu và khả năng thanh toán của khách hàng, chiến lược sản phẩm của đối thủ cạnh tranh ...</p> <p>+ Phân tích tầm quan trọng của việc lập kế hoạch nghiên cứu marketing, đây là một hoạt động không thể thiếu được của nghiên cứu, nếu thiếu bước này coi như xây một tòa cao ốc mà không thiết kế trước tòa nhà đó.</p> <p>+ Đặt câu hỏi cho sinh viên về việc xác định vấn đề và mục tiêu, lập kế hoạch nghiên cứu thị trường của các doanh nghiệp mà họ biết.</p> <p>SV: Lắng nghe, ghi chép, trả lời câu hỏi của GV, đặt câu hỏi nếu thấy cần thiết.</p> <p>GV: Trả lời câu hỏi của SV (nếu có)</p> | <p>- <i>Tài liệu tham khảo:</i></p> <p>+ [1]. Từ trang 42 đến 44.</p><br><p><b>2.1.2. Nghiên cứu Marketing</b></p> <p><b>2.1.2.1. Xác định vấn đề và mục tiêu nghiên cứu</b></p><br><p><b>2.1.2.2. Lập kế hoạch nghiên cứu</b></p> <p>- <i>Tài liệu bắt buộc:</i> từ trang 45 đến 50;</p> <p>- <i>Tài liệu tham khảo:</i></p> <p>+ [1]: từ trang 44 đến 54.</p> |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                         |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>GV: +Phân tích bước thu thập thông tin phục vụ cho quá trình nghiên cứu marketing, người làm marketing cần phải xác định được những thông tin nào mình cần phải thu thập và những thông tin nào thì không, khi thu thập phải đảm bảo các yêu cầu như đầy đủ, chính xác, cập nhật .... Và phải áp dụng nhiều cách khác nhau để thu thập thông tin.</p> <p>+ Bước phân tích và xử lý thông tin cũng rất quan trọng vì thông tin sau khi thu thập thường ở dạng thô, hoặc nếu không thì cũng sắp xếp một cách không khoa học, không theo trình tự, có cái cần, cái không cần...GV cần nhấn mạnh rằng nếu bỏ qua bước này đồng nghĩa thông tin không dùng được.</p> <p>+ GV có thể đặt câu hỏi cho sinh viên như: Làm thế nào có thể thu thập thông tin một cách chính xác? Thông tin đầy đủ phải là thông tin như thế nào? Phân tích thông tin để làm gì? Xử lý thông tin đem lại hiệu quả như thế nào trong kinh doanh, lấy ví dụ minh họa?</p> <p>+ SV: lắng nghe, trả lời câu hỏi của GV, có thể đặt câu hỏi ngược.</p> <p>+ GV: trả lời câu hỏi của SV (nếu có)</p> | <p><b>2.1.2.3. Thu thập thông tin</b></p> <p><b>2.1.2.4. Phân tích và xử lý thông tin</b></p> <p>- <i>Tài liệu bắt buộc</i>: từ trang 50 đến 52;</p> <p>- <i>Tài liệu tham khảo</i>:<br/>+ [1]: từ trang 54 đến 55.</p> |
| <p><b>Hoạt động 4: Tổng kết bài và yêu cầu tự nghiên cứu.</b></p> <p>GV: + Nhấn mạnh các vấn đề trọng tâm của bài học như các khái niệm về hệ thống thông tin marketing, nghiên cứu marketing, các yếu tố cấu thành hệ thống thông tin marketing và các bước của quá trình nghiên cứu marketing.</p> <p>+ Yêu cầu SV tự nghiên cứu nội dung 2.1.2.5. Báo cáo kết quả nghiên cứu, đây là nội dung cuối cùng của công tác nghiên cứu marketing, sự rèn</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | <p><b>2.1.2.5. Báo cáo kết quả nghiên cứu</b></p> <p>- <i>Tài liệu bắt buộc</i>: từ trang 53 đến 54;</p> <p>- <i>Tài liệu tham khảo</i>:<br/>[1]: từ trang 55 đến 56.</p>                                               |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>luyện lập báo cáo sẽ thể hiện tính chuyên cần của chuyên gia marketing đồng thời bản báo cáo đáp ứng yêu cầu của nhà quản trị sẽ là một bản báo cáo tốt.</p> <p>+ Yêu cầu SV đọc trước nội dung 2.2.1. Tổng quan về môi trường marketing (sẽ học vào buổi sau)</p> <p>SV: thực hiện các yêu cầu của GV</p>                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <p><b>Hoạt động 5:</b> Tổ chức thảo luận</p> <p>GV: Nhắc lại chủ đề thảo luận đã giao cho sinh viên chuẩn bị; yêu cầu các nhóm sinh viên cử người lên thuyết trình bài thảo luận của nhóm; đề nghị các nhóm khác nhận xét.</p> <p>SV: Thuyết trình bài thảo luận của nhóm mình.</p> <p>GV: Nhận xét bài thảo luận của các nhóm, kết luận vấn đề, cho điểm các nhóm.</p> | <p>Chủ đề thảo luận, chia nhóm thảo luận và các tiêu chí cho điểm do giảng viên quyết định.</p>                                                                                                                                                                                                                               |
| <p><b>Hoạt động 6:</b> Chuẩn bị để thảo luận</p> <p>GV: Yêu cầu sinh viên nghiên cứu trước các chủ đề do GV đặt ra, cử trưởng nhóm để trình bày vào buổi học sau, mỗi người trong nhóm được đóng vai trò trưởng nhóm một lần duy nhất.</p> <p>SV: Thực hiện yêu cầu của GV</p>                                                                                          | <p>Gợi ý chủ đề thảo luận:</p> <p>+ Hệ thống thông tin marketing của các doanh nghiệp Việt Nam đã đầy đủ chưa? Nếu chưa cần bổ sung những gì?</p> <p>+ Nghiên cứu marketing là cần thiết nhưng nhiều doanh nghiệp Việt Nam không quan tâm, hãy giải thích nguyên nhân và đưa ra lời khuyên cho các doanh nghiệp Việt Nam.</p> |

#### **Bài 4: Chương 2 (tiếp)**

Số giờ tín chỉ: 03

Tiết (10-12)

#### **I. Mục tiêu bài học**

Bài học giúp sinh viên hiểu rõ các loại môi trường marketing đó là môi trường marketing vĩ mô và môi trường marketing vi mô, trong đó môi trường marketing vĩ mô bao gồm các yếu tố mà công ty không thể thay đổi được như là kinh tế, chính trị, văn hóa

xã hội...nó có tác động rất lớn tới công ty và công ty phải điều chỉnh hoạt động của mình theo nó, ngược lại môi trường marketing vi mô lại rất nhỏ bé và doanh nghiệp có thể hoàn toàn tác động được như là các nhà cung ứng, đối thủ cạnh tranh, nhà phân phối... Mặt khác sau khi học xong bài học sinh viên sẽ có khả năng phân tích các môi trường marketing và đưa ra được các biện pháp tư vấn marketing phù hợp với doanh nghiệp và thị trường hiện tại và trong tương lai.

## II. Phương tiện thực hiện

- **Giảng viên:** Tài liệu bắt buộc, tài liệu tham khảo; giáo án lý thuyết, kịch bản giảng dạy, bài giảng điện tử, chuẩn bị các nội dung yêu cầu sinh viên thực hiện.
- **Sinh viên:** mang đầy đủ tài liệu học tập và nghiên cứu trước bài học.

## III. Phương pháp thực hiện

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

## IV. Tiến trình lên lớp

| Hoạt động của giảng viên và sinh viên                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Nội dung chính                             |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------|
| <b>Hoạt động 1:</b> Ổn định lớp<br>Giảng viên (GV): Kiểm tra sỹ số sinh viên.<br>Sinh viên (SV): Vào lớp đúng giờ, ngồi nghiêm túc.<br>GV: Nhận xét, chấn chỉnh ý thức, tác phong học tập của sinh viên (nếu cần thiết).                                                                                                  |                                            |
| <b>Hoạt động 2:</b> Kiểm tra bài cũ<br>GV: Nêu nội dung kiểm tra (nội dung kiểm tra sẽ liên quan đến các bài học trước).<br>SV: Trả lời.<br>GV: Nhận xét câu trả lời, đánh giá mức độ nắm bắt bài học trước của sinh viên.<br><i>Quá trình tái hiện kiến thức cũ sẽ được lồng ghép trong quá trình tiến hành bài học.</i> |                                            |
| <b>Hoạt động 3:</b> Giảng bài mới<br>GV: + Giới thiệu vấn đề đề vào bài học;                                                                                                                                                                                                                                              | <b>2.2. PHÂN TÍCH MÔI TRƯỜNG MARKETING</b> |





|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>GV: Trả lời câu hỏi của sinh viên (nếu có).</p> <p>GV: + Phân tích tầm ảnh hưởng của môi trường công nghệ tới sản phẩm nói riêng và hoạt động kinh doanh nói chung của doanh nghiệp, cần phải nhấn mạnh được vấn đề là nếu môi trường công nghệ tốt sẽ dẫn tới hàng loạt các điều kiện tốt khác cho các doanh nghiệp như tạo sản phẩm mới tốt hơn, sang tạo hơn, nhiều tính năng hơn, độ bền cao hơn, giá thành lại rẻ hơn...</p> <p>+ Nhấn mạnh ý nghĩa của một quốc gia có nền chính trị ổn định, pháp luật chặt chẽ và công minh là nền tảng cho sự phát triển của doanh nghiệp, đặc biệt các nước có an ninh quốc phòng tốt, ít tham nhũng là môi trường lý tưởng cho các nhà đầu tư kinh doanh trong và ngoài nước.</p> <p>+ Yêu cầu SV lấy ví dụ minh họa cho lý luận để kiểm nghiệm. SV có thể đưa ra câu hỏi nếu có nhu cầu.</p> <p>SV: Thực hiện yêu cầu.</p> <p>GV: Trả lời câu hỏi (nếu có).</p> | <p><b>2.2.2.4. Môi trường công nghệ</b></p> <p><b>2.2.2.5. Môi trường chính trị - pháp luật</b></p> <p>- <i>Tài liệu bắt buộc</i>: từ trang 64 đến 68;</p> <p>- <i>Tài liệu tham khảo</i>:</p> <p>+ [1]. Từ trang 82 đến 87</p>                                                                                                |
| <p><b>Hoạt động 4:</b> GV dẫn dắt đến nội dung tiếp theo</p> <p><b>GV:</b> + Giải thích khái niệm môi trường marketing vi mô, nó bao gồm các yếu tố doanh nghiệp có thể tác động để đạt được mục tiêu kinh doanh của mình, tuy nhiên cũng cần xây dựng kế hoạch hành động để đạt được những mục tiêu marketing hết sức chi tiết.</p> <p>+ Phân tích nội dung những người cung ứng, những người này hoàn toàn có ảnh hưởng sâu sắc tới chi phí sản xuất kinh doanh cũng như chất lượng sản phẩm của doanh nghiệp, GV cần nhấn mạnh kiểm soát và hợp tác tốt với các nhà cung</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | <p><b>2.2.3. Môi trường Marketing vi mô</b></p> <p><b>2.2.3.1. Những người cung ứng</b></p> <p><b>2.2.3.2. Các trung gian marketing</b></p> <p><b>2.2.3.3. Khách hàng</b></p> <p>- <i>Tài liệu bắt buộc</i>: từ trang 70 đến 74;</p> <p>- <i>Tài liệu tham khảo</i>:</p> <p>[1]. Từ trang 66 đến 68 và từ trang 74 đến 75.</p> |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                  |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>ứng sẽ làm cho hoạt động kinh doanh ổn định.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Làm rõ bản chất của các trung gian marketing, họ không chỉ là người phân phối hàng hóa cho doanh nghiệp mà còn là kênh cung cấp thông tin quan trọng của doanh nghiệp về phản ứng, suy nghĩ của khách hàng.</li> <li>+ Phân tích tầm quan trọng của khách hàng trong thời kỳ kinh doanh hiện nay, họ luôn là trung tâm của mọi sự chú ý và rõ ràng, sự thỏa mãn nhu cầu chính đáng của khách hàng luôn là điều kiện để mọi công ty tồn tại và phát triển lâu dài.</li> <li>+ Yêu cầu SV liên hệ thực tiễn để lấy ví dụ về các yếu tố vừa phân tích ở trên.</li> </ul> <p>SV: lắng nghe, ghi chép và lấy ví dụ theo yêu cầu của GV, có thể đặt câu hỏi nếu có nhu cầu.</p> <p>GV: trả lời câu hỏi của SV (nếu có).</p> <p><b>GV:</b> + Phân tích ý nghĩa của việc tìm hiểu đối thủ cạnh tranh của doanh nghiệp, nhấn mạnh rằng sự thành công hay thất bại của doanh nghiệp trên thị trường có sự tác động đáng kể của đối thủ cạnh tranh.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Phân tích các loại hình công chúng khác nhau có ảnh hưởng như thế nào đến uy tín và hình ảnh của doanh nghiệp.</li> <li>+ Yêu cầu sinh viên lấy ví dụ về sự cạnh tranh trên thương trường, phản ứng của công chúng trước một hoạt động nào đó của doanh nghiệp.</li> </ul> <p>SV: lắng nghe, ghi bài và trả lời câu hỏi. SV có thể có câu hỏi với GV nếu thấy cần thiết.</p> <p>GV: trả lời câu hỏi (nếu có)</p> | <p><b>2.2.3.4. Đối thủ cạnh tranh</b></p> <p><b>2.2.3.5. Giới công chúng</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Tài liệu bắt buộc:</i> từ trang 74 đến 77;</li> <li>- <i>Tài liệu tham khảo:</i> [1]. Từ trang 68 đến 73</li> </ul> |
| <p><b>Hoạt động 5:</b> Yêu cầu SV tự nghiên cứu</p> <p>GV: Yêu cầu SV tự nghiên cứu nội dung 2.2.2.6. Môi trường văn hóa – xã hội, giải thích cụm từ</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | <p><b>2.2.2.6. Môi trường văn hóa – xã hội</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Tài liệu bắt buộc:</i> từ trang 68 đến</li> </ul>                                                                                                 |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>“văn hóa – xã hội” để SV dễ tiếp cận vấn đề.</p> <p>SV: Sinh viên tiếp thu yêu cầu của giảng viên và thực hiện;</p> <p>GV: Yêu cầu SV tự nghiên cứu để phát hiện ra tầm quan trọng của những người trong công ty, trước đây họ chỉ được coi như là những nhân viên nhưng theo quan điểm hiện đại, họ chính là những “khách hàng bên trong”.</p> <p>SV: thực hiện yêu cầu của giảng viên.</p>                                                                                                                                                               | <p>70;</p> <p>- <i>Tài liệu tham khảo:</i></p> <p>+ [1]: từ trang 88 đến 90.</p> <p><b>2.2.3.6. Nội bộ doanh nghiệp</b></p> <p>- <i>Tài liệu bắt buộc:</i> từ trang 77 đến 78;</p> <p>- <i>Tài liệu tham khảo:</i></p> <p>[1]. Từ trang 64 đến 66</p>                                                                                                                                                     |
| <p><b>Hoạt động 6:</b> Tổng kết bài và giao nhiệm vụ chuẩn bị thảo luận</p> <p>GV: + Nhấn mạnh những vấn đề quan trọng nhất của bài học đó là cần phải hiểu thế nào là môi trường marketing, có mấy loại môi trường marketing, mỗi loại được cấu thành bởi những yếu tố nào, tầm quan trọng của mỗi yếu tố.</p> <p>+ Yêu cầu sinh viên đọc trước nội dung 3.1. Các loại khách hàng của doanh nghiệp (chương 3)</p> <p>+ Yêu cầu các nhóm SV chuẩn bị nội dung thảo luận cho buổi học ngày hôm sau.</p> <p>SV: lắng nghe và thực hiện những yêu cầu của GV</p> | <p><b>Gợi ý chủ đề thảo luận:</b></p> <p>- Anh, chị hãy cho biết trong 2 loại môi trường marketing của công ty, loại nào tác động mang tính chất quyết định tới thành công của các doanh nghiệp?</p> <p>- Môi trường marketing vĩ mô có thể khiến một doanh nghiệp phá sản hay không, vì sao?</p> <p>- Môi trường marketing vi mô có giúp một doanh nghiệp vươn lên trong khủng hoảng kinh tế xã hội?</p> |
| <p><b>Hoạt động 7:</b> Tổ chức thảo luận</p> <p>GV: Nhắc lại chủ đề thảo luận đã giao cho sinh viên chuẩn bị; yêu cầu các nhóm sinh viên cử người lên thuyết trình bài thảo luận của nhóm; đề nghị các nhóm khác nhận xét.</p> <p>SV: Thuyết trình bài thảo luận của nhóm mình.</p> <p>GV: Nhận xét bài thảo luận của các nhóm, kết luận vấn đề, cho điểm các nhóm.</p>                                                                                                                                                                                       | <p>Chủ đề thảo luận, chia nhóm thảo luận và các tiêu chí cho điểm do giảng viên quyết định.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |

## Bài 5: Chương 3. Hành vi mua của khách hàng

Số giờ tín chỉ: 03

## Tiết (13-15)

### I. Mục tiêu bài học

Thông qua bài học sinh viên có khả năng phân loại khách hàng cho doanh nghiệp, đó là 2 loại khách hàng cá nhân và tổ chức, trong các loại này lại được chia thành nhiều loại khác nhau, việc phân loại khách giúp sinh viên có cái nhìn tổng quát về thị trường. Tiếp đó sinh viên sẽ giải thích được hành vi mua hàng của khách hàng là do nhiều nhân tố tác động, trong bài học sẽ đi nghiên cứu 2 nhân tố ảnh hưởng tới hành vi của khách hàng là văn hóa và xã hội, những yếu tố này tưởng chừng không ảnh hưởng tới quyết định của cá nhân nhưng thực ra lại ảnh hưởng rất mạnh mẽ, đôi khi nó quyết định hành vi mua của khách hàng như quán tính bắt buộc chiếc xe phải lăn bánh tiếp vậy.

### II. Phương tiện thực hiện

- **Giảng viên:** Tài liệu bắt buộc, tài liệu tham khảo; giáo án lý thuyết, kịch bản giảng dạy, bài giảng điện tử, chuẩn bị các nội dung yêu cầu sinh viên thực hiện.

- **Sinh viên:** mang đầy đủ tài liệu học tập và nghiên cứu trước bài học.

### III. Phương pháp thực hiện

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

### IV. Tiến trình lên lớp

| Hoạt động của giảng viên và sinh viên                                                                                                                                                                                    | Nội dung chính |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|
| <b>Hoạt động 1:</b> Ổn định lớp<br>Giảng viên (GV): Kiểm tra sỹ số sinh viên.<br>Sinh viên (SV): Vào lớp đúng giờ, ngồi nghiêm túc.<br>GV: Nhận xét, chấn chỉnh ý thức, tác phong học tập của sinh viên (nếu cần thiết). |                |
| <b>Hoạt động 2:</b> Kiểm tra bài cũ<br>GV: Nêu nội dung kiểm tra (nội dung kiểm tra sẽ liên quan đến các bài học trước).<br>SV: Trả lời.<br>GV: Nhận xét câu trả lời, đánh giá mức độ nắm bắt                            |                |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>bài học trước của sinh viên.</p> <p><i>Quá trình tái hiện kiến thức cũ sẽ được lồng ghép trong quá trình tiến hành bài học.</i></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <p><b>Hoạt động 3:</b> Giảng bài mới</p> <p>GV: + Giới thiệu vấn đề để dẫn vào bài học;</p> <p>+ Yêu cầu sinh viên nêu các loại khách hàng của doanh nghiệp.</p> <p>SV: Trình bày khái niệm.</p> <p>GV: + Nhấn mạnh những điểm chính, cần lưu ý trong các loại khách hàng của doanh nghiệp;</p> <p>+ Phát vấn và yêu cầu sinh viên lấy ví dụ khi tìm hiểu các loại khách hàng của doanh nghiệp.</p> <p>SV: Nghe giảng, trả lời câu hỏi, thảo luận với giảng viên.</p> <p>GV: + Phân tích hành vi mua hàng của khách hàng, chú ý đặc biệt tới cách thức sử dụng tài sản của các khách hàng khác nhau là hoàn toàn khác nhau, điều này làm phong phú cho hành vi của khách hàng trên thị trường.</p> <p>+ Khi phân tích mô hình hành vi mua hàng của người tiêu dùng, GV cần đặc biệt chú ý đến mô hình chi tiết bởi mô hình này mới mô tả bản chất của hành vi mua hàng là phản ứng của khách hàng trước các yếu tố kích thích, đồng thời việc phản ứng như thế nào lại tùy thuộc vào yếu tố thể hiện đặc tính của người tiêu dùng cùng thói quen mua hàng của họ.</p> <p>SV: lắng nghe và có thể đặt câu hỏi nếu thấy cần thiết.</p> <p>GV: trả lời câu hỏi của SV (nếu có)</p> <p>GV: + Phân tích bản chất của văn hóa, đây là yếu tố tác động đầu tiên đến hành vi mua của người tiêu dùng nhưng tác động rất mạnh;</p> | <p><b>Chương 3.</b></p> <p><b>HÀNH VI MUA CỦA KHÁCH HÀNG</b></p> <p><b>3.1. Các loại khách hàng của doanh nghiệp</b></p> <p><b>3.2. Hành vi mua của người tiêu dùng</b></p> <p><b>3.2.1. Mô hình hành vi mua của người tiêu dùng</b></p> <p>- <i>Tài liệu bắt buộc:</i> từ trang 79 đến 82;</p> <p>- <i>Tài liệu tham khảo:</i></p> <p>[1]. Từ trang 93 đến 97.</p> <p><b>3.2.2. Những nhân tố cơ bản ảnh hưởng đến hành vi mua của người tiêu dùng</b></p> |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>+ Phân tích cụ thể về nhánh văn hóa, đó chính là một bộ phận của văn hóa, nơi tạo ra các phân khúc thị trường khác nhau để doanh nghiệp có thể lựa chọn.</p> <p>+ Phân tích nội dung chính của tầng lớp xã hội, đó chính là sự phân chia đẳng cấp căn cứ vào nhiều biến khác nhau như nghề nghiệp, tiền bạc, học vấn, hiểu biết...chứ không căn cứ vào một biến duy nhất.</p> <p>+ Lấy ví dụ cụ thể về một vài khách hàng thuộc một nền văn hóa, nhánh văn hóa cụ thể và thuộc một tầng lớp nhất định và yêu cầu sinh viên phân tích sự ảnh hưởng của các yếu tố này đến hành vi mua của người tiêu dùng để làm nổi bật nội dung bài học.</p> <p>SV: Nghe giảng, ghi bài, thực hiện yêu cầu của giảng viên, có thể đặt các câu hỏi.</p> <p>GV: Nhận xét các câu trả lời của sinh viên, trả lời câu hỏi của sinh viên (nếu có).</p> <p>GV: + Giới thiệu cho sinh viên các loại nhóm tham khảo có thể ảnh hưởng tới hành vi mua của khách hàng bao gồm nhóm mà cá nhân là thành viên của nhóm như gia đình, bạn bè, hàng xóm,...nhóm mà cá nhân không phải là thành viên của nhóm như nhóm ngưỡng mộ, nhóm tẩy chay.</p> <p>+ Phân tích nhóm đặc biệt đó là gia đình, có thể nhấn mạnh gia đình là nhóm có ảnh hưởng mạnh mẽ nhất trong các nhóm tham khảo, nó ảnh hưởng một cách lâu dài đến cá nhân ngay cả khi họ không còn sống trong gia đình huyết thống của mình.</p> <p>+ Cần phân tích cho sinh viên thấy vai trò và địa vị của cá nhân trong các nhóm khác nhau là rất khác nhau vì vậy nó tác động tới quyết định mua</p> | <p><b>3.2.2.1. Các yếu tố văn hóa</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Nền văn hóa</li> <li>* Nhánh văn hóa</li> <li>* Tầng lớp xã hội</li> </ul> <p>- <i>Tài liệu bắt buộc</i>: từ trang 82 đến 84;</p> <p>- <i>Tài liệu tham khảo</i>:</p> <p>+ [1]. Từ trang 98 đến 101.</p><br><p><b>3.2.2.2. Những yếu tố xã hội</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Nhóm tham khảo</li> <li>* Gia đình</li> <li>* Vai trò và địa vị</li> </ul> <p>- <i>Tài liệu bắt buộc</i>: từ trang 84 đến 87;</p> <p>- <i>Tài liệu tham khảo</i>:</p> <p>+ [1]. Từ trang 103 đến 107.</p> |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>hàng trong những hoàn cảnh như vậy là khác nhau.</p> <p>+ Đặt câu hỏi cho sinh viên để nắm được khả năng tiếp thu bài, yêu cầu SV lấy ví dụ minh họa.</p> <p>SV: lắng nghe, ghi chép, trả lời câu hỏi của GV, có thể đặt câu hỏi ngược đối với giảng viên</p> <p>GV: trả lời câu hỏi của SV (nếu có)</p>                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <p><b>Hoạt động 4:</b> Yêu cầu sinh viên tự nghiên cứu</p> <p>GV: + Yêu cầu sinh viên tự nghiên cứu nội dung Những nhân tố cá nhân (ảnh hưởng tới hành vi mua), trong nội dung này yêu cầu SV cho biết nhân tố nào quan trọng nhất quyết định hành vi mua của người tiêu dùng.</p> <p>SV: tiếp thu và thực hiện yêu cầu của GV</p>                                                                                                                                                                                 | <p><b>3.2.2.3. Những nhân tố cá nhân</b></p> <p>- <i>Tài liệu bắt buộc:</i> từ trang 88 đến 91;</p> <p>- <i>Tài liệu tham khảo:</i> [1]: từ trang 108 đến 112;</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <p><b>Hoạt động 5:</b> Tổng kết bài và giao nhiệm vụ về nhà</p> <p>GV: + Tóm tắt lại một số nội dung cơ bản của bài học;</p> <p>+ Yêu cầu sinh viên về nghiên cứu trước nội dung những yếu tố tâm lý ảnh hưởng đến hành vi mua của người tiêu dùng bao gồm động cơ, tri giác, tri thức, niềm tin và thái độ.</p> <p>+ Yêu cầu sinh viên chuẩn bị để giờ học sau sẽ thảo luận, chủ đề do giáo viên quyết định.</p> <p>SV: Sinh viên tiếp thu yêu cầu của giảng viên và thực hiện; đọc trước tài liệu liên quan.</p> | <p>Gợi ý chủ đề thảo luận:</p> <p>+ Khách hàng của doanh nghiệp là những đối tượng nào? Loại khách hàng nào quan trọng nhất đối với một doanh nghiệp? Giải thích.</p> <p>+ Hãy mô tả một cách đầy đủ về mô hình hành vi mua hàng của khách hàng thông qua 5 ví dụ cụ thể.</p> <p>+ Gia đình ảnh hưởng như thế nào tới hành vi mua hàng của anh, chị? Hãy lấy 5 ví dụ để chứng minh cho luận điểm “sự tác động của gia đình là rất mạnh và lâu dài tới hành vi mua của người tiêu dùng”.</p> |
| <p><b>Hoạt động 6:</b> Tổ chức thảo luận</p> <p>GV: Nhắc lại chủ đề thảo luận đã giao cho sinh viên chuẩn bị; yêu cầu các nhóm sinh viên cử người lên thuyết trình bài thảo luận của nhóm; đề nghị các nhóm khác nhận xét.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                     | <p>Chủ đề thảo luận, chia nhóm thảo luận và các tiêu chí cho điểm do giảng viên quyết định.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |



|                                                                                                                               |  |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| SV: Thuyết trình bài thảo luận của nhóm mình.<br>GV: Nhận xét bài thảo luận của các nhóm, kết luận vấn đề, cho điểm các nhóm. |  |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|

## **Bài 6: Chương 3 (tiếp)**

Số giờ tín chỉ: 03

Tiết (16-18)

### **I. Mục tiêu bài học**

Qua bài học sinh viên sẽ nắm được các yếu tố thuộc về tâm lý có thể ảnh hưởng tới hành vi mua hàng của người tiêu dùng, qua đó sinh viên có thể hiểu được vì sao khách hàng lại có cách thức ứng xử rất phong phú khi họ đi mua hàng, điều đặc biệt nhất mà sinh viên nắm được sẽ là động cơ rất khác nhau của khách hàng, nó giải thích toàn bộ tâm lý mua hàng của khách. Bên cạnh đó, sinh viên sẽ được tìm hiểu các giai đoạn của quá trình mua hàng mà một khách hàng sẽ trải qua khi họ đi mua sắm, thông qua đó sinh viên rèn luyện cho mình kỹ năng phục vụ khách hàng tốt nhất khi kinh doanh.

### **II. Phương tiện thực hiện**

- **Giảng viên:** Tài liệu bắt buộc, tài liệu tham khảo; giáo án lý thuyết, kịch bản giảng dạy, bài giảng điện tử, chuẩn bị các nội dung yêu cầu sinh viên thực hiện.

- **Sinh viên:** mang đầy đủ tài liệu học tập nghiên cứu trước bài học.

### **III. Phương pháp thực hiện**

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

### **IV. Tiến trình lên lớp**

| <b>Hoạt động của giảng viên và sinh viên</b>                                                                                                                                                                             | <b>Nội dung chính</b> |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|
| <b>Hoạt động 1:</b> Ổn định lớp<br>Giảng viên (GV): Kiểm tra sỹ số sinh viên;<br>Sinh viên (SV): Vào lớp đúng giờ, ngồi nghiêm túc;<br>GV: Nhận xét, chấn chỉnh ý thức, tác phong học tập của sinh viên (nếu cần thiết). |                       |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Hoạt động 2:</b> Kiểm tra bài cũ</p> <p>GV: Nêu nội dung kiểm tra (nội dung kiểm tra sẽ liên quan đến các bài học trước)</p> <p>SV: Trả lời</p> <p>GV: Nhận xét câu trả lời, đánh giá mức độ nắm bắt bài học trước của sinh viên.</p> <p><i>Quá trình tái hiện kiến thức cũ sẽ được lồng ghép trong quá trình tiến hành bài học.</i></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <p><b>Hoạt động 3:</b> Giảng bài mới</p> <p>GV: + Giới thiệu vấn đề để dẫn vào bài học;<br/>+ Yêu cầu sinh viên nêu khái niệm động cơ.</p> <p>SV: Trình bày khái niệm</p> <p>GV: + Nhấn mạnh những điểm chính, cần lưu ý trong khái niệm động cơ; phân tích, làm rõ các lý thuyết về động cơ;<br/>+ Phân tích cụ thể các bước của quá trình tri giác; phát vấn sinh viên.<br/>+ Giải thích sự tác động của niềm tin và thái độ đối với khách hàng là rất bền vững và rất khó thay đổi.</p> <p>SV: nghe giảng, trả lời câu hỏi, đặt câu hỏi và thảo luận với giảng viên.</p> <p>GV: Giải đáp các câu hỏi của sinh viên (nếu có).</p> <p>GV: + Trình bày khái quát về vai trò của các chủ thể trong việc mua hàng bao gồm người khởi xướng, người có ảnh hưởng, người quyết định, người mua, người sử dụng.<br/>+ Phân tích các giai đoạn của quá trình thông qua quyết định mua sắm, nhấn mạnh với sinh viên rằng từ khi có ý thức về nhu cầu đến khi ra quyết định là cả một quá trình phức tạp, diễn biến tâm lý của khách hàng là rất khác nhau, chưa chắc ý định</p> | <p><b>CHƯƠNG 3 (tiếp)</b></p> <p><b>3.2.2.4. Những yếu tố tâm lý</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Động cơ</li> <li>* Tri giác</li> <li>* Tri thức</li> <li>* Niềm tin và thái độ</li> </ul> <p>- <i>Tài liệu bắt buộc:</i> từ trang 91 đến 97;</p> <p>- Tài liệu tham khảo</p> <p>+ [1]: từ trang 112 đến 120;</p><br><p><b>3.2.3. Quá trình thông qua quyết định mua hàng</b></p> <p>- <i>Tài liệu bắt buộc:</i> từ trang 98 đến 108;</p> <p>- Tài liệu tham khảo</p> <p>+ [1]: từ trang 120 đến 126;</p> |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                 |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>mua đã trở thành quyết định mua bởi sự cản trở của rất nhiều yếu tố khác như gia đình, bạn bè, hoàn cảnh hiện tại của khách hàng,...</p> <p>+ Yêu cầu sinh viên lấy ví dụ minh họa cho hoạt động mua sắm của chính gia đình mình.</p> <p>SV: Thực hiện yêu cầu.</p>                                                                                                                   |                                                                                                                                 |
| <p><b>Hoạt động 4:</b> Yêu cầu sinh viên tự nghiên cứu</p> <p>GV: Yêu cầu sinh viên tự nghiên cứu nội dung Đặc điểm của người mua là tổ chức, cho biết khách hàng là tổ chức có quan trọng hay không, giải thích vì sao. GV sẽ kiểm tra quá trình nghiên cứu ở buổi học sau.</p> <p>SV: Thực hiện yêu cầu của GV</p>                                                                     | <p>- <i>Tài liệu bắt buộc:</i> từ trang 109 đến 113.</p> <p>- <i>Tài liệu tham khảo:</i></p> <p>+ [1]: từ trang 127 đến 130</p> |
| <p><b>Hoạt động 5:</b> Tổng kết bài và giao nhiệm vụ về nhà.</p> <p>GV: + Tóm tắt lại các nội dung quan trọng của bài học như cần hiểu yếu tố tâm lý khách hàng là gì, quá trình thông qua quyết định mua trải qua các giai đoạn nào.</p> <p>+ Yêu cầu SV đọc trước nội dung Đặc điểm mua của doanh nghiệp sản xuất để phục vụ cho buổi học sau.</p> <p>SV: Thực hiện yêu cầu của GV</p> | <p>- <i>Tài liệu bắt buộc:</i> từ trang 113 đến 114</p>                                                                         |
| <p><b>Hoạt động 6:</b> Tổ chức thảo luận</p> <p>GV: Nhắc lại chủ đề thảo luận đã giao cho sinh viên chuẩn bị; yêu cầu các nhóm sinh viên cử người lên thuyết trình bài thảo luận của nhóm; đề nghị các nhóm khác nhận xét.</p> <p>SV: Thuyết trình bài thảo luận của nhóm mình.</p> <p>GV: Nhận xét bài thảo luận của các nhóm, kết luận vấn đề, cho điểm các nhóm.</p>                  | <p>Chủ đề thảo luận, chia nhóm thảo luận và các tiêu chí cho điểm do giảng viên quyết định.</p>                                 |

## Bài 7: Chương 3 (tiếp)

Số giờ tín chỉ: 03

Tiết (19-21)

## I. Mục tiêu bài học

Bài học sẽ giúp sinh viên nắm được đặc điểm mua hàng của doanh nghiệp sản xuất và những quyết định mua hàng của họ, những nhà sản xuất thường có một trung tâm mua sắm hoạt động như một trong những bộ phận quan trọng nhất của doanh nghiệp, thiếu trung tâm mua sắm này thì các doanh nghiệp sản xuất sẽ sản xuất mà không có hiệu quả, vấn đề của các doanh nghiệp sản xuất không chỉ có khâu bán hàng mà khâu mua tư liệu ngày nay đã quyết định phân nửa thắng lợi của họ trên thương trường. Bên cạnh đó, sinh viên cũng được tìm hiểu về quá trình mua của doanh nghiệp thương mại, cả 2 nội dung này đều giúp sinh viên có được nhận thức sâu sắc về tầm quan trọng của việc mua tư liệu sản xuất và kinh doanh của các doanh nghiệp.

## II. Phương tiện thực hiện

- **Giảng viên:** Tài liệu bắt buộc, tài liệu tham khảo; giáo án lý thuyết, kịch bản giảng dạy, bài giảng điện tử, chuẩn bị các nội dung yêu cầu sinh viên thực hiện.

- **Sinh viên:** mang đầy đủ tài liệu học tập và nghiên cứu trước bài học.

## III. Phương pháp thực hiện

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

## IV. Tiến trình lên lớp

| Hoạt động của giảng viên và sinh viên                                                                                                                                                                                    | Nội dung chính |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|
| <b>Hoạt động 1:</b> Ổn định lớp<br>Giảng viên (GV): Kiểm tra sỹ số sinh viên;<br>Sinh viên (SV): Vào lớp đúng giờ, ngồi nghiêm túc;<br>GV: Nhận xét, chấn chỉnh ý thức, tác phong học tập của sinh viên (nếu cần thiết). |                |
| <b>Hoạt động 2:</b> Kiểm tra bài cũ<br>GV: Nêu nội dung kiểm tra (nội dung kiểm tra sẽ liên quan đến các bài học trước)<br>SV: Trả lời                                                                                   |                |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                       |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>GV: Nhận xét câu trả lời, đánh giá mức độ nắm bắt bài học trước của sinh viên.</p> <p><i>Quá trình tái hiện kiến thức cũ sẽ được lồng ghép trong quá trình tiến hành bài học.</i></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                       |
| <p><b>Hoạt động 3:</b> Giảng bài mới</p> <p>GV: + Giới thiệu vấn đề để dẫn vào bài học;</p> <p>+ Yêu cầu sinh viên nêu đặc điểm mua của doanh nghiệp sản xuất.</p> <p>SV: Trình bày đặc điểm mua của doanh nghiệp sản xuất.</p> <p>GV: + Nhấn mạnh những điểm chính, cần lưu ý trong đặc điểm mua của doanh nghiệp sản xuất.</p> <p>+ Phân tích các quyết định mua hàng của doanh nghiệp sản xuất, chú ý những dạng mua chủ yếu và nhất là hình thức mua đồng bộ đem lại lợi ích cho cả doanh nghiệp sản xuất và nhà cung ứng, phát vấn sinh viên.</p> <p>+ Yêu cầu sinh viên trình bày những người tham gia vào việc mua hàng của doanh nghiệp sản xuất.</p> <p>+ Phân tích những nhân tố ảnh hưởng đến hành vi mua của doanh nghiệp sản xuất, nhấn mạnh yếu tố cá nhân vì cá nhân mua hàng luôn có khả năng gây khó khăn hoặc tạo điều kiện thuận lợi cho người cung ứng.</p> <p>+ Yêu cầu sinh viên trình bày khái quát quá trình thông qua quyết định mua hàng của doanh nghiệp sản xuất sau khoảng 15 phút chuẩn bị, sau đó nhấn mạnh nội dung lựa chọn nhà cung ứng, đây là quyết định khó khăn nhất của người mua. Phát vấn sinh viên về vấn đề quan trọng này.</p> <p>SV: Nghe giảng, trả lời câu hỏi, đặt câu hỏi và thảo luận với giảng viên.</p> <p>GV: Giải đáp các câu hỏi của sinh viên (nếu có).</p> | <p><b>CHƯƠNG 3 (tiếp)</b></p> <p><b>3.3.2. Hành vi mua của các doanh nghiệp sản xuất</b></p> <p>- <i>Tài liệu bắt buộc:</i> từ trang 113 đến 127;</p> <p>- Tài liệu tham khảo</p> <p>+ [1]: từ trang 130 đến 144.</p> |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                   |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>GV: + Giới thiệu khái quát về hành vi mua hàng của các doanh nghiệp thương mại bao gồm 2 loại đó là mua phục vụ kinh doanh và mua để bán lại kiếm lời, hoạt động thứ 2 mới là hoạt động chính của các doanh nghiệp thương mại.</p> <p>+ Phân tích những quyết định mua hàng của doanh nghiệp thương mại, chú ý nhấn mạnh đa dạng chủng loại hàng hóa là mối quan tâm lớn của doanh nghiệp thương mại.</p> <p>+ Phân tích nội dung những người tham gia vào mua hàng của doanh nghiệp thương mại và quá trình thông qua quyết định mua của họ, nhấn mạnh điểm đặc trưng của việc mua hàng là ít dùng hoặc thậm chí không dùng đến nhân viên kỹ thuật.</p> <p>+ Phát vấn SV những vấn đề then chốt.</p> <p>SV: lắng nghe, ghi chép, trả lời GV, có thể hỏi nếu có nhu cầu.</p> <p>GV: trả lời câu hỏi của SV (nếu có).</p> | <p><b>3.3.3. Hành vi mua của các doanh nghiệp thương mại</b></p> <p>- <i>Tài liệu bắt buộc</i>: từ trang 128 đến 130.</p> <p>- Tài liệu tham khảo</p> <p>+ [1]: từ trang 144 đến 149.</p>         |
| <p><b>Hoạt động 4:</b> Yêu cầu sinh viên tự nghiên cứu</p> <p>GV: + Yêu cầu sinh viên tự nghiên cứu nội dung hành vi mua của các tổ chức phi sản xuất kinh doanh, nhấn mạnh đặc điểm cần nghiên cứu kỹ đó là các tổ chức này có thể mua khối lượng hàng rất lớn nhưng thủ tục giấy tờ lại mất rất nhiều thời gian. GV sẽ kiểm tra quá trình tự nghiên cứu vào buổi học sau.</p> <p>SV: thực hiện yêu cầu của GV.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <p><b>3.3.4. Hành vi mua của các tổ chức phi sản xuất kinh doanh</b></p> <p>- <i>Tài liệu bắt buộc</i>: từ trang 130 đến 132;</p> <p>- Tài liệu tham khảo</p> <p>+ [1]: từ trang 149 đến 153.</p> |
| <p><b>Hoạt động 5:</b> Tổng kết bài và giao nhiệm vụ về nhà</p> <p>GV: + Tóm tắt lại một số nội dung cơ bản của bài học;</p> <p>+ Yêu cầu sinh viên về nghiên cứu trước chương 4 để nắm được khái niệm cơ bản về phân đoạn thị trường.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | <p>-<i>Tài liệu bắt buộc</i>: từ trang 133 đến 159</p>                                                                                                                                            |

|                                                                                                                                                                                                                                     |  |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| <p>+ Định hướng nội dung nghiên cứu cho bài học sau và yêu cầu sinh viên tìm kiếm các tài liệu liên quan đến nội dung bài học.</p> <p>SV: Sinh viên tiếp thu yêu cầu của giảng viên và thực hiện; đọc trước tài liệu liên quan.</p> |  |
| <p><b>Hoạt động 6:</b> Kiểm tra thường xuyên (1 tiết) lần thứ nhất.</p> <p>GV: Giao đề kiểm tra và tổ chức kiểm tra.</p> <p>SV: Làm bài kiểm tra thường xuyên.</p>                                                                  |  |

## **Bài 8: Chương 4. Phân đoạn thị trường, lựa chọn thị trường mục tiêu và định vị sản phẩm**

Số giờ tín chỉ: 03

Tiết (22-24)

### **I. Mục tiêu bài học**

Bài học đề cập đến một số nội dung cơ bản của việc phân đoạn thị trường cũng như lựa chọn thị trường mục tiêu cho doanh nghiệp. Thông qua bài học sinh viên sẽ nắm được khái niệm phân đoạn thị trường, các tiêu thức dùng để phân đoạn, các cách dùng để lựa chọn thị trường mục tiêu. Sau bài học sinh viên sẽ rút ra được kiến thức và kỹ năng cần thiết giúp doanh nghiệp có những bước khởi đầu đúng đắn, tránh những sai lầm không cần thiết ở giai đoạn đầu tiên của quá trình sản xuất kinh doanh, đồng thời bài học còn giúp sinh viên định vị được sản phẩm cho các doanh nghiệp sản xuất, nghĩa là thiết kế sản phẩm phù hợp với doanh nghiệp và thị trường nhất.

### **II. Phương tiện thực hiện**

- **Giảng viên:** Tài liệu bắt buộc, tài liệu tham khảo; giáo án lý thuyết, kịch bản giảng dạy, bài giảng điện tử, chuẩn bị các nội dung yêu cầu sinh viên thực hiện.

- **Sinh viên:** mang đầy đủ tài liệu học tập và nghiên cứu trước bài học.

### **III. Phương pháp thực hiện**

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

### **IV. Tiến trình lên lớp**

| Hoạt động của giảng viên và sinh viên                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Nội dung chính                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Hoạt động 1:</b> Ôn định lớp</p> <p>Giảng viên (GV): Kiểm tra sỹ số sinh viên.</p> <p>Sinh viên (SV): Vào lớp đúng giờ, ngồi nghiêm túc.</p> <p>GV: Nhận xét, chấn chỉnh ý thức, tác phong học tập của sinh viên (nếu cần thiết).</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <p><b>Hoạt động 2:</b> Kiểm tra bài cũ</p> <p>GV: Nêu nội dung kiểm tra (nội dung kiểm tra sẽ liên quan đến các bài học trước).</p> <p>SV: Trả lời.</p> <p>GV: Nhận xét câu trả lời, đánh giá mức độ nắm bắt bài học trước của sinh viên.</p> <p><i>Quá trình tái hiện kiến thức cũ sẽ được lồng ghép trong quá trình tiến hành bài học.</i></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <p><b>Hoạt động 3:</b> Giảng bài mới</p> <p>GV: + Giới thiệu vấn đề để dẫn vào bài học;<br/> + Yêu cầu sinh viên nêu khái niệm Phân đoạn thị trường.</p> <p>SV: Trình bày khái niệm</p> <p>GV: + Phân tích, làm rõ khái niệm, điểm mấu chốt của khái niệm đó là đặc điểm tiêu dùng giống nhau trên mỗi đoạn.</p> <p>+ Phân tích nội dung của các tiêu thức dùng để phân đoạn thị trường, lưu ý sinh viên là các doanh nghiệp có thể dùng rất nhiều tiêu thức khác nhau để phân đoạn như địa lý, dân cư, tâm lý xã hội, hành vi người tiêu dùng, nhưng chỉ có một tiêu thức là tối ưu nhất cho doanh nghiệp.</p> <p>+ Phát vấn sinh viên những câu hỏi liên quan đến nội dung bài học.</p> <p>SV: Nghe giảng, trả lời câu hỏi, đặt câu hỏi và thảo luận với giảng viên.</p> | <p><b>Chương 4. PHÂN ĐOẠN THỊ TRƯỜNG, LỰA CHỌN THỊ TRƯỜNG MỤC TIÊU VÀ ĐỊNH VỊ SẢN PHẨM</b></p> <p><b>4.1. Phân đoạn thị trường</b></p> <p><b>4.1.1. Khái niệm</b></p> <p><b>4.1.2. Tiêu thức phân đoạn</b></p> <p>- <i>Tài liệu bắt buộc:</i> từ trang 133 đến 140;</p> <p>- Tài liệu tham khảo</p> <p>+ [1]: từ trang 171 đến 180</p> |



|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>GV: Giải đáp các câu hỏi của sinh viên (nếu có).</p> <p>GV: + Phân tích các yêu cầu của phân đoạn thị trường bao gồm đo lường được, đủ lớn, có thể tiếp cận được, có thể phân biệt được.</p> <p>+ Giới thiệu các chiến lược phân đoạn thị trường bao gồm không phân biệt, đa phân đoạn và phân đoạn tập trung, nhấn mạnh việc chọn chiến lược phân đoạn nào là do điều kiện của doanh nghiệp và thị trường. Đồng thời GV phát vấn sinh viên những vấn đề liên quan.</p> <p>SV: Nghe giảng, trả lời câu hỏi, đặt câu hỏi và thảo luận với giảng viên.</p> <p>GV: Giải đáp các câu hỏi của sinh viên (nếu có).</p>                                                                                                                                                                                                                                                                     | <p><b>4.1.3. Yêu cầu và các chiến lược phân đoạn thị trường</b></p> <p>- <i>Tài liệu bắt buộc</i>: từ trang 140 đến 143.</p> <p>- Tài liệu tham khảo</p> <p>+ [1]: từ trang 169 đến 170</p>                                                                                              |
| <p><b>Hoạt động 4:</b> Dẫn dắt SV vào phần tiếp theo</p> <p>GV: + Dẫn dắt vấn đề để chuyển sang nghiên cứu phân đánh giá các đoạn thị trường, trong nội dung này ngoài yếu tố quy mô, sự tăng trưởng và mức độ hấp dẫn của từng đoạn thị trường, GV cần lưu ý cả phần mục tiêu và khả năng của công ty vì trong những giai đoạn của sự tồn tại thì yếu tố này là rất khác nhau.</p> <p>+ Phân tích cho SV nội dung của việc xác định đoạn thị trường mục tiêu căn cứ vào các phương pháp khác nhau, lưu ý SV sử dụng phương pháp nào là do các điều kiện của doanh nghiệp, không được áp dụng một cách cứng nhắc cho tất cả các doanh nghiệp. Đồng thời GV phát vấn cho SV những vấn đề quan trọng của bài học, yêu cầu SV lấy ví dụ mà họ biết trong thực tiễn.</p> <p>SV: Nghe giảng, ghi bài, trả lời, đặt câu hỏi với giảng viên (nếu có).</p> <p>GV: Trả lời câu hỏi (nếu có).</p> | <p><b>4.2. Lựa chọn thị trường mục tiêu</b></p> <p><b>4.2.1. Đánh giá các đoạn thị trường</b></p> <p><b>4.2.2. Xác định đoạn thị trường mục tiêu</b></p> <p>- <i>Tài liệu bắt buộc</i>: từ trang 143 đến 152.</p> <p>- <i>Tài liệu tham khảo</i>:</p> <p>+ [1]: từ trang 180 đến 196</p> |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                             |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Hoạt động 5:</b> Yêu cầu sinh viên tự nghiên cứu</p> <p>GV: Giới thiệu khái quát về định vị, ý nghĩa của định vị sản phẩm; yêu cầu sinh viên nghiên cứu kỹ nội dung của định vị sản phẩm để có kiến thức áp dụng trong thực tiễn kinh doanh của các doanh nghiệp, kiểm tra quá trình tự nghiên cứu trong các bài học sau.</p> <p>SV: Thực hiện yêu cầu.</p>                                          | <p><b>4.3. Định vị sản phẩm</b></p> <p>- <i>Tài liệu bắt buộc:</i> từ trang 152 đến 158.</p> <p>- <i>Tài liệu tham khảo:</i></p> <p>+ [1]: từ trang 196 đến 206</p>                                                                                         |
| <p><b>Hoạt động 6:</b> Tổng kết bài và giao nhiệm vụ về nhà</p> <p>GV: + Tóm tắt những nội dung quan trọng của bài học. Đặc biệt nhấn mạnh ý nghĩa của phân đoạn thị trường sẽ giúp công ty thành công như thế nào.</p> <p>+ Yêu cầu sinh viên đọc trước nội dung Khái niệm sản phẩm của chương 5 để phục vụ cho bài học sau.</p> <p>SV: Thực hiện yêu cầu của giảng viên.</p>                             | <p>- <i>Tài liệu bắt buộc:</i> từ trang 159 đến 162.</p> <p>- <i>Tài liệu tham khảo:</i></p> <p>+ [1]: từ trang 234 đến 236</p>                                                                                                                             |
| <p><b>Hoạt động 7:</b> Thảo luận tại lớp</p> <p>GV: Giao chủ đề thảo luận, phân nhóm thảo luận; ấn định thời gian thảo luận.</p> <p>SV: Thực hiện quá trình thảo luận.</p> <p>GV: Yêu cầu các nhóm cử người lên thuyết trình nội dung thảo luận của nhóm.</p> <p>SV: Thuyết trình nội dung thảo luận của nhóm mình.</p> <p>GV: Yêu cầu các nhóm khác nhận xét; nhận xét và đánh giá kết quả thảo luận.</p> | <p>Định hướng một số chủ đề thảo luận:</p> <p>- Các tiêu thức dùng để phân đoạn; ví dụ thực tiễn để minh chứng cho hiệu quả khi áp dụng từng tiêu thức.</p> <p>- Các yếu tố dùng để đánh giá các đoạn thị trường, yếu tố nào hay dùng nhất? Giải thích.</p> |

## Bài 9: Chương 5. Chính sách sản phẩm

Số giờ tín chỉ: 03

Tiết (25-27)

### I. Mục tiêu bài học

Bài học sẽ giúp sinh viên tìm hiểu những vấn đề thuộc chính sách sản phẩm, một trong 4 chính sách của marketing căn bản. Thông qua bài học này sinh viên sẽ nắm được

khái niệm về sản phẩm theo quan điểm marketing, tìm hiểu về chu kỳ sống của sản phẩm thông thường, tầm quan trọng của chính sách sản phẩm và cuối cùng sinh viên sẽ nắm được các vấn đề liên quan đến chính sách sản phẩm bao gồm nhãn hiệu, bao bì, chủng loại, sản phẩm mới và dịch vụ của sản phẩm.

## II. Phương tiện thực hiện

- **Giảng viên:** Tài liệu bắt buộc, tài liệu tham khảo; giáo án lý thuyết, kịch bản giảng dạy, bài giảng điện tử, chuẩn bị các nội dung yêu cầu sinh viên thực hiện.

- **Sinh viên:** mang đầy đủ tài liệu học tập và nghiên cứu trước bài học.

## III. Phương pháp thực hiện

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

## IV. Tiến trình lên lớp

| Hoạt động của giảng viên và sinh viên                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Nội dung chính                                                                                         |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Hoạt động 1:</b> Ổn định lớp<br>Giảng viên (GV): Kiểm tra sỹ số sinh viên.<br>Sinh viên (SV): Vào lớp đúng giờ, ngồi nghiêm túc.<br>GV: Nhận xét, chấn chỉnh ý thức, tác phong học tập của sinh viên (nếu cần thiết).                                                                                                  |                                                                                                        |
| <b>Hoạt động 2:</b> Kiểm tra bài cũ<br>GV: Nêu nội dung kiểm tra (nội dung kiểm tra sẽ liên quan đến các bài học trước).<br>SV: Trả lời.<br>GV: Nhận xét câu trả lời, đánh giá mức độ nắm bắt bài học trước của sinh viên.<br><i>Quá trình tái hiện kiến thức cũ sẽ được lồng ghép trong quá trình tiến hành bài học.</i> |                                                                                                        |
| <b>Hoạt động 3:</b> Giảng bài mới<br>GV: + Giới thiệu vấn đề để dẫn vào bài học;<br>+ Giới thiệu về khái niệm sản phẩm theo quan điểm truyền thống và theo quan điểm Marketing.                                                                                                                                           | <b>Chương 5.</b><br><b>CHÍNH SÁCH SẢN PHẨM (P1 - PRODUCT)</b><br><b>5.1. Sản phẩm và phân loại sản</b> |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Phân biệt sự khác nhau giữa 2 quan điểm này. Yêu cầu SV lấy ví dụ minh họa trong hiểu biết của họ.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Phân tích 3 cấp độ cấu thành sản phẩm theo quan điểm Marketing.</li> <li>+ Phân tích các cách phân loại sản phẩm theo quan điểm Marketing.</li> <li>+ Phát vấn SV những vấn đề liên quan</li> </ul> <p>SV: Nghe giảng, trả lời câu hỏi, đặt câu hỏi và thảo luận với giảng viên.</p> <p>GV: Giải đáp các câu hỏi của sinh viên (nếu có).</p>                                                                                                                                                                                                                                                     | <p><b>phẩm</b></p> <p><b>5.1.1. Khái niệm về sản phẩm</b></p> <p><b>5.1.2. Phân loại sản phẩm</b></p> <p>- <i>Tài liệu bắt buộc</i>: từ trang 159 đến 163;</p> <p>- <i>Tài liệu tham khảo</i>:</p> <p>+ [1]: từ trang 234 đến 239;</p>                                                                      |
| <p><b>Hoạt động 4:</b> Dẫn dắt vấn đề để chuyển sang nghiên cứu các hoạt động tổng quát của chính sách sản phẩm, tầm quan trọng của nó.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Giải thích các quyết định cụ thể của chính sách sản phẩm, bao gồm quyết định nhãn hiệu, bao bì, phát triển sản phẩm mới, chủng loại sản phẩm và dịch vụ sản phẩm. GV nhấn mạnh chính sách này là chính sách đầu tiên mà các doanh nghiệp phải thiết lập trước khi tiến hành sản xuất kinh doanh, do vậy nó rất quan trọng vì định hướng cho các chính sách khác. Yêu cầu sinh viên lấy ví dụ trên thực tiễn mà họ biết.</li> </ul> <p>SV: Nghe giảng, chép bài, trả lời câu hỏi, nêu câu hỏi với giảng viên (nếu có).</p> <p>GV: Trả lời câu hỏi (nếu có).</p> | <p><b>5.3. Chính sách sản phẩm</b></p> <p><b>5.3.1. Vị trí của chính sách sản phẩm</b></p> <p><b>5.3.2. Các quyết định Marketing chủ yếu trong chính sách sản phẩm</b></p> <p>- <i>Tài liệu bắt buộc</i>: từ trang 171 đến 188;</p> <p>- <i>Tài liệu tham khảo</i>:</p> <p>+ [1]: từ trang 239 đến 256;</p> |
| <p><b>Hoạt động 5:</b> Yêu cầu sinh viên tự nghiên cứu</p> <p>GV: Đưa ra nội dung yêu cầu sinh viên tự nghiên cứu; kiểm tra quá trình tự nghiên cứu trong các bài học sau.</p> <p>SV: Thực hiện yêu cầu.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <p><b>5.2. Vòng đời của sản phẩm</b></p> <p><b>5.2.1. Giai đoạn tung sản phẩm ra thị trường</b></p> <p><b>5.2.2. Giai đoạn phát triển</b></p> <p><b>5.2.3. Giai đoạn trưởng thành, chiến muồi và bão hòa</b></p> <p><b>5.2.4. Giai đoạn suy thoái</b></p>                                                   |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                  |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | <p>- <i>Tài liệu bắt buộc</i>: từ trang 164 đến 171;</p> <p>- <i>Tài liệu tham khảo</i>:</p> <p>+ [1]: từ trang 257 đến 262;</p> |
| <p><b>Hoạt động 6:</b> Tổng kết bài và giao nhiệm vụ về nhà</p> <p>GV: + Tóm tắt lại một số nội dung cơ bản của bài học;</p> <p>+ Yêu cầu sinh viên về nghiên cứu trước vấn đề chung về giá cả để nắm được một số khái niệm cơ bản và vai trò của giá cả trong chương 6.</p> <p>SV: Sinh viên tiếp thu yêu cầu của giảng viên và thực hiện; đọc trước tài liệu liên quan.</p> | <p>-<i>Tài liệu bắt buộc</i>: từ trang 189 đến 193</p>                                                                           |

## Bài 10: Chương 6. Chính sách giá

Số giờ tín chỉ: 03

Tiết (28-30)

### I. Mục tiêu bài học

Sau khi học xong bài học này sinh viên sẽ nắm được những cách hiểu khác nhau về giá cả và đặc biệt là theo quan điểm marketing, đồng thời sinh viên có khả năng phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định về giá cả của doanh nghiệp bao gồm cả nhân tố bên trong và bên ngoài tác động. Kết quả cuối cùng sinh viên có được, rất quan trọng, đó là khả năng xác định mức giá bán cho hàng hóa của doanh nghiệp sao cho phù hợp với doanh nghiệp và với thị trường theo các phương pháp rất phong phú.

### II. Phương tiện thực hiện

- **Giảng viên:** Tài liệu bắt buộc, tài liệu tham khảo; giáo án lý thuyết, kịch bản giảng dạy, bài giảng điện tử, chuẩn bị các nội dung yêu cầu sinh viên thực hiện.

- **Sinh viên:** mang đầy đủ tài liệu học tập và nghiên cứu trước bài học.

### III. Phương pháp thực hiện

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

### IV. Tiến trình lên lớp

| Hoạt động của giảng viên và sinh viên | Nội dung chính |
|---------------------------------------|----------------|
|---------------------------------------|----------------|

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Hoạt động 1:</b> Ổn định lớp</p> <p>Giảng viên (GV): Kiểm tra sỹ số sinh viên.</p> <p>Sinh viên (SV): Vào lớp đúng giờ, ngồi nghiêm túc.</p> <p>GV: Nhận xét, chấn chỉnh ý thức, tác phong học tập của sinh viên (nếu cần thiết).</p>                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <p><b>Hoạt động 2:</b> Kiểm tra bài cũ</p> <p>GV: Nêu nội dung kiểm tra (nội dung kiểm tra sẽ liên quan đến các bài học trước).</p> <p>SV: Trả lời.</p> <p>GV: Nhận xét câu trả lời, đánh giá mức độ nắm bắt bài học trước của sinh viên.</p> <p><i>Quá trình tái hiện kiến thức cũ sẽ được lồng ghép trong quá trình tiến hành bài học.</i></p>                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <p><b>Hoạt động 3:</b> Giảng bài mới</p> <p>GV: Giới thiệu vấn đề để dẫn vào bài học.</p> <p>GV: Yêu cầu sinh viên trình bày các khái niệm về giá cả.</p> <p>SV: Trình bày khái niệm.</p> <p>GV: Phân tích vai trò của chiến lược giá trong kinh doanh; yêu cầu sinh viên nhận định vai trò nào là quan trọng nhất.</p> <p>SV: Nghe giảng, trả lời câu hỏi, đặt câu hỏi và thảo luận với giảng viên (nếu có).</p> <p>GV: Giải đáp các câu hỏi của sinh viên (nếu có).</p> | <p><b>CHƯƠNG 6</b></p> <p><b>CHÍNH SÁCH GIÁ (P2 - PRICE)</b></p> <p><b>6.1. Những vấn đề chung về giá cả</b></p> <p><b>6.1.1. Khái niệm về giá cả</b></p> <p><b>6.1.2. Vai trò của chiến lược giá trong kinh doanh</b></p> <p>- Tài liệu bắt buộc: từ trang 189 đến 193;</p> |
| <p><b>Hoạt động 4:</b> GV dẫn dắt tới vấn đề tiếp theo</p> <p>GV: + Phân tích nội dung mục tiêu định giá và phương hướng, nhấn mạnh cho sinh viên áp dụng mục tiêu hay định hướng như thế nào là tùy vào từng điều kiện cụ thể, tránh áp đặt làm mất tính linh hoạt trong kinh doanh, dẫn đến thất bại.</p> <p>+ Phân tích tổng cầu và độ co giãn của cầu.</p>                                                                                                            | <p><b>6.3. Phương pháp xác định giá bán</b></p> <p><b>6.3.1. Xác định mục tiêu và phương hướng định giá</b></p> <p><b>6.3.2. Xác định cầu trên thị trường mục tiêu</b></p> <p><b>6.3.3. Xác định và phân tích chi</b></p>                                                    |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Trình bày việc xác định chi phí sản xuất của một doanh nghiệp.</li> <li>+ Trình bày hoạt động phân tích thị trường, lấy ví dụ minh họa.</li> <li>+ Phân tích các phương pháp định giá cho doanh nghiệp, nhấn mạnh doanh nghiệp có thể phải kết hợp nhiều phương pháp cùng một lúc.</li> <li>+ Phát vấn SV những vấn đề liên quan đến bài học.</li> </ul> <p>SV: Nghe giảng, trả lời phát vấn và hỏi GV nếu có nhu cầu.</p> <p>GV: Trả lời câu hỏi của SV (nếu có).</p> | <p><b>phí</b></p> <p><b>6.3.4. Phân tích thị trường và môi trường kinh doanh</b></p> <p><b>6.3.5. Lựa chọn phương pháp định giá</b></p> <p>- <i>Tài liệu bắt buộc</i>: từ trang 205 đến 215;</p>                                                    |
| <p><b>Hoạt động 5:</b> GV dẫn dắt đến nội dung tiếp theo</p> <p>GV: Phân tích các kiểu định giá phân biệt của doanh nghiệp, nhấn mạnh sử dụng kiểu định giá phân biệt nào là do điều kiện và thời gian cụ thể của từng doanh nghiệp, phát vấn SV và yêu cầu liên hệ thực tế trong cuộc sống.</p> <p>SV: Nghe giảng, ghi chép, trả lời phát vấn và hỏi nếu có nhu cầu.</p> <p>GV: Trả lời câu hỏi của SV (nếu có)</p>                                                                                            | <p><b>6.4. Phân hóa giá trong kinh doanh</b></p> <p>- <i>Tài liệu bắt buộc</i>: từ trang 215 đến 217;</p>                                                                                                                                           |
| <p><b>Hoạt động 6:</b> Yêu cầu sinh viên tự nghiên cứu</p> <p>GV: Yêu cầu sinh viên tự nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định về giá cả sản phẩm; kiểm tra quá trình tự nghiên cứu trong các bài học sau.</p> <p>SV: Thực hiện yêu cầu.</p>                                                                                                                                                                                                                                                            | <p><b>6.2. Các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định về giá cả sản phẩm</b></p> <p><b>6.2.1. Các nhân tố bên trong doanh nghiệp</b></p> <p><b>6.2.2. Các nhân tố bên ngoài doanh nghiệp</b></p> <p>- <i>Tài liệu bắt buộc</i>: từ trang 193 đến 205.</p> |
| <p><b>Hoạt động 7:</b> Tổng kết bài và giao nhiệm vụ về nhà</p> <p>GV: + Tóm tắt lại một số nội dung cơ bản của bài học;</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | <p>-<i>Tài liệu bắt buộc</i>: từ trang 219 đến 223;</p>                                                                                                                                                                                             |

|                                                                                                                                                                                          |                                     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|
| + Yêu cầu sinh viên về nghiên cứu trước vấn đề khái niệm, vai trò, chức năng của phân phối.<br>SV: Sinh viên tiếp thu yêu cầu của giảng viên và thực hiện; đọc trước tài liệu liên quan. |                                     |
| <b>Hoạt động 8:</b> Kiểm tra giữa kỳ (1 tiết)<br>GV: Giao đề kiểm tra và tổ chức kiểm tra.<br>SV: Làm bài kiểm tra giữa kỳ.                                                              | Nội dung kiểm tra do GV quyết định. |

## **Bài 11: Chương 7. Chính sách phân phối**

Số giờ tín chỉ: 03

Tiết (31-33)

### **I. Mục tiêu bài học**

Bài học giúp sinh viên tìm hiểu những vấn đề liên quan đến hoạt động phân phối hàng hóa và dịch vụ của doanh nghiệp, hiểu khái niệm về phân phối, kênh phân phối, vai trò và chức năng của phân phối. Bên cạnh đó sinh viên cũng được tìm hiểu các loại kênh phân phối chủ yếu trên thị trường và cấu trúc của một kênh phân phối thông thường có đặc điểm như thế nào. Đồng thời sinh viên sẽ nắm được các hoạt động chuẩn mực của quá trình quản trị kênh phân phối. Mục tiêu cuối cùng là giúp sinh viên có được kiến thức đầy đủ và toàn diện về kênh phân phối.

### **II. Phương tiện thực hiện**

- **Giảng viên:** Tài liệu bắt buộc, tài liệu tham khảo; giáo án lý thuyết, kịch bản giảng dạy, bài giảng điện tử, chuẩn bị các nội dung yêu cầu sinh viên thực hiện.

- **Sinh viên:** mang đầy đủ tài liệu học tập và nghiên cứu trước bài học.

### **III. Phương pháp thực hiện**

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

### **IV. Tiến trình lên lớp**

| <b>Hoạt động của giảng viên và sinh viên</b>                                  | <b>Nội dung chính</b> |
|-------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|
| <b>Hoạt động 1:</b> Ổn định lớp<br>Giảng viên (GV): Kiểm tra sỹ số sinh viên. |                       |



|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Sinh viên (SV): Vào lớp đúng giờ, ngồi nghiêm túc.</p> <p>GV: Nhận xét, chấn chỉnh ý thức, tác phong học tập của sinh viên (nếu cần thiết).</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <p><b>Hoạt động 2:</b> Kiểm tra bài cũ</p> <p>GV: Nêu nội dung kiểm tra (nội dung kiểm tra sẽ liên quan đến các bài học trước).</p> <p>SV: Trả lời.</p> <p>GV: Nhận xét câu trả lời, đánh giá mức độ nắm bắt bài học trước của sinh viên.</p> <p><i>Quá trình tái hiện kiến thức cũ sẽ được lồng ghép trong quá trình tiến hành bài học.</i></p>                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <p><b>Hoạt động 3:</b> Giảng bài mới</p> <p>GV: Giới thiệu vấn đề để dẫn vào bài học;</p> <p>GV: Yêu cầu sinh viên trình bày khái niệm phân phối.</p> <p>SV: Trình bày khái niệm.</p> <p>GV: Giải thích khái niệm; phân tích vai trò phân phối; chức năng của phân phối, cho biết chức năng nào được quan tâm nhất, yêu cầu sinh viên lấy ví dụ.</p> <p>SV: Nghe giảng, trả lời câu hỏi, đặt câu hỏi và thảo luận với giảng viên (nếu có).</p> <p>GV: Giải đáp các câu hỏi của sinh viên (nếu có).</p> | <p><b>Chương 7.</b></p> <p><b>CHÍNH SÁCH PHÂN PHỐI (P3 - PLACE)</b></p> <p><b>7.1. Vai trò, chức năng của phân phối</b></p> <p><b>7.1.1. Khái niệm</b></p> <p><b>7.1.2. Vai trò</b></p> <p><b>7.1.3. Chức năng của phân phối</b></p> <p>- <i>Tài liệu bắt buộc:</i> từ trang 219 đến 223.</p>                                |
| <p><b>Hoạt động 4:</b> GV tiếp tục bài giảng</p> <p>GV: + Yêu cầu SV trình bày khái niệm kênh phân phối, sau đó GV phân tích khái niệm đồng thời cho biết các chức năng cơ bản của kênh phân phối.</p> <p>+ Phân tích cho SV nội dung các loại kênh phân phối, nhấn mạnh đặc điểm của từng loại và sự khác biệt giữa các loại kênh chỉ là có và không có trung gian phân phối mà thôi.</p> <p>+ Phân tích cấu trúc kênh phân phối cho SV nắm được các cấu trúc đa dạng của kênh phân</p>               | <p><b>7.2. Kênh phân phối</b></p> <p><b>7.2.1. Khái niệm và chức năng của kênh phân phối</b></p> <p><b>7.2.2. Các loại kênh phân phối chủ yếu</b></p> <p><b>7.2.3. Cấu trúc kênh</b></p> <p><b>7.2.6. Những quyết định cơ bản trong quản trị kênh phân phối</b></p> <p>- <i>Tài liệu bắt buộc:</i> từ trang 223 đến 243.</p> |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>phối, nó lệ thuộc rất nhiều vào số lượng trung gian cần và tham gia vào kênh phân phối giúp kênh phân phối hoạt động hiệu quả.</p> <p>+ Trình bày những hoạt động chuẩn mực mà một công ty phải làm khi muốn xây dựng, kiểm tra và điều chỉnh kênh phân phối của mình thông qua việc lựa chọn, đánh giá và động viên các trung gian của mình. GV phát vấn những vấn đề liên quan.</p> <p>SV: Nghe giảng, trả lời câu hỏi và đặt câu hỏi nếu có nhu cầu</p> <p>GV: Giải đáp các câu hỏi của sinh viên (nếu có).</p> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <p><b>Hoạt động 5:</b> Yêu cầu SV tự nghiên cứu.</p> <p>GV: + Yêu cầu sinh viên tự nghiên cứu các việc tổ chức kênh phân phối và các hình thức tổ chức kênh phân phối. Nội dung tự nghiên cứu sẽ được kiểm tra ở buổi sau.</p> <p>SV: Thực hiện yêu cầu.</p>                                                                                                                                                                                                                                                          | <p><b>7.2.4. Tổ chức và hoạt động của kênh</b></p> <p><b>7.2.5. Các hình thức tổ chức kênh phân phối</b></p> <p>- <i>Tài liệu bắt buộc:</i> từ trang 232 đến 239;</p>                                                                                                                                                                                         |
| <p><b>Hoạt động 6:</b> Tổng kết bài và giao nhiệm vụ về nhà</p> <p>GV: + Tóm tắt lại một số nội dung cơ bản của bài học;</p> <p>+ Yêu cầu sinh viên về nghiên cứu trước</p> <p>Những quyết định về các vấn đề lưu thông hàng hóa.</p> <p>SV: Sinh viên tiếp thu yêu cầu của giảng viên và thực hiện; đọc trước tài liệu liên quan.</p>                                                                                                                                                                                | <p>- <i>Tài liệu bắt buộc:</i> từ trang 243 đến 248;</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <p><b>Hoạt động 7:</b> Thảo luận tại lớp</p> <p>GV: Giao chủ đề thảo luận, phân nhóm thảo luận; ấn định thời gian thảo luận.</p> <p>SV: Thực hiện quá trình thảo luận.</p> <p>GV: Yêu cầu các nhóm cử người lên thuyết trình nội dung thảo luận của nhóm.</p> <p>SV: Thuyết trình nội dung thảo luận của nhóm mình.</p> <p>GV: Yêu cầu các nhóm khác nhận xét; nhận xét và đánh giá kết quả thảo luận.</p>                                                                                                            | <p>Định hướng một số chủ đề thảo luận:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sự cần thiết phải thiết lập một hệ thống kênh phân phối cho từng công ty. Tại sao các công ty ít đề cập đến việc dùng chung kênh phân phối?</li> <li>- Yếu tố nào quan trọng nhất giúp lãnh đạo quản trị kênh phân phối một cách hiệu quả? Lấy ví dụ minh họa.</li> </ul> |

## Bài 12: Chương 7 (tiếp)

Số giờ tín chỉ: 03

Tiết (34-36)

### I. Mục tiêu bài học

Bài học đề cập đến bản chất và mục đích của việc lưu thông hàng hóa, đây là hoạt động rất quan trọng không những giúp các công ty nhanh chóng giải quyết lượng hàng hóa sản xuất ra, đem lại nguồn lợi nhuận khổng lồ, mà còn có rất nhiều ưu điểm trong việc phục vụ nhu cầu của khách hàng ngày một tốt hơn thông qua số lượng hàng hóa cung ứng phong phú hơn, số lượng nhiều hơn, chất lượng đảm bảo hơn so với các công ty không chú trọng đến hoạt động này. Mục đích cuối cùng của bài học này là giúp sinh viên hiểu được làm thế nào mà các công ty sản xuất hàng hóa lại có thể lưu thông hàng hóa của mình một cách hiệu quả.

### II. Phương tiện thực hiện

- **Giảng viên:** Tài liệu bắt buộc, tài liệu tham khảo; giáo án lý thuyết, kịch bản giảng dạy, bài giảng điện tử, chuẩn bị các nội dung yêu cầu sinh viên thực hiện.

- **Sinh viên:** mang đầy đủ tài liệu học tập và nghiên cứu trước bài học.

### III. Phương pháp thực hiện

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

### IV. Tiến trình lên lớp

| Hoạt động của giảng viên và sinh viên                                                                                                                                                                                    | Nội dung chính |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|
| <b>Hoạt động 1:</b> Ổn định lớp<br>Giảng viên (GV): Kiểm tra sỹ số sinh viên.<br>Sinh viên (SV): Vào lớp đúng giờ, ngồi nghiêm túc.<br>GV: Nhận xét, chấn chỉnh ý thức, tác phong học tập của sinh viên (nếu cần thiết). |                |
| <b>Hoạt động 2:</b> Kiểm tra bài cũ<br>GV: Nêu nội dung kiểm tra (nội dung kiểm tra sẽ liên quan đến các bài học trước).<br>SV: Trả lời.                                                                                 |                |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>GV: Nhận xét câu trả lời, đánh giá mức độ nắm bắt bài học trước của sinh viên.</p> <p><i>Quá trình tái hiện kiến thức cũ sẽ được lồng ghép trong quá trình tiến hành bài học.</i></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <p><b>Hoạt động 3:</b> Giảng bài mới</p> <p>GV: Giới thiệu vấn đề để dẫn vào bài học.</p> <p>GV: Yêu cầu sinh viên trình bày khái niệm lưu thông hàng hóa.</p> <p>SV: Trình bày khái niệm.</p> <p>GV: + Phân tích bản chất của lưu thông hàng hóa và mục đích của lưu thông hàng hóa là hoạt động cung cấp đúng hàng hóa, đúng thời gian, đúng địa điểm.</p> <p>+ Phân tích các quyết định trong lưu thông hàng hóa, nhấn mạnh rằng để lưu thông hàng hóa tốt thì cần làm tất cả các khâu tốt vì nếu tắc nghẽn ở khâu nào cũng có thể gây ra tắc nghẽn toàn bộ hoạt động lưu thông. GV phát vấn SV những vấn đề liên quan với bài học.</p> <p>SV: Nghe giảng, trả lời câu hỏi, liên hệ thực tiễn, đặt câu hỏi và thảo luận với giảng viên (nếu có).</p> <p>GV: Giải đáp các câu hỏi của sinh viên (nếu có).</p> | <p><b>7.3. Những quyết định về các vấn đề lưu thông hàng hóa</b></p> <p><b>7.3.1. Bản chất và mục đích của lưu thông hàng hóa</b></p> <p><b>7.3.2. Những quyết định cơ bản trong lưu thông hàng hóa</b></p> <p>- <i>Tài liệu bắt buộc:</i> từ trang 243 đến 248;</p> |
| <p><b>Hoạt động 4:</b> tiếp tục bài học</p> <p>GV: + Dẫn dắt vấn đề để chuyển sang nghiên cứu bán lẻ;</p> <p>+ Yêu cầu sinh viên trình bày khái niệm bán lẻ.</p> <p>SV: Trình bày khái niệm.</p> <p>GV: + Nhấn mạnh những điểm cần lưu ý trong khái niệm bán lẻ; nhấn mạnh đặc trưng lớn nhất của người bán lẻ là bán cho người tiêu dùng.</p> <p>+ Phân tích các quyết định marketing của nhà bán lẻ, nhấn mạnh rằng nhà bán lẻ không quyết định chất lượng cũng như mẫu mã của sản phẩm,</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | <p><b>7.4. Marketing của các doanh nghiệp bán buôn và bán lẻ</b></p> <p><b>7.4.1. Bán lẻ</b></p> <p>- <i>Tài liệu bắt buộc:</i> từ trang 249 đến 252;</p> <p>- <i>Tài liệu tham khảo:</i> [1], [2].</p>                                                              |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>đây là các quyết định của nhà sản xuất. GV phát vấn SV, yêu cầu SV liên hệ thực tiễn.</p> <p>SV: Nghe giảng, chép bài; trả lời phát vấn, có thể đặt câu hỏi.</p> <p>GV: Trả lời các câu hỏi của sinh viên (nếu có)</p>                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <p><b>Hoạt động 5:</b> Yêu cầu sinh viên tự nghiên cứu</p> <p>GV: Yêu cầu sinh viên tự nghiên cứu khái niệm về bán buôn và các quyết định liên quan .</p> <p>SV: Thực hiện yêu cầu.</p>                                                                                                                                                                                                                    | <p><b>7.4.2. Bán buôn</b></p> <p>- <i>Tài liệu bắt buộc:</i> từ trang 252 đến 254;</p> <p>- <i>Tài liệu tham khảo:</i> [1], [2].</p>                                                                                                                                                                                          |
| <p><b>Hoạt động 6:</b> Tổng kết bài và giao nhiệm vụ về nhà</p> <p>GV: + Tóm tắt lại một số nội dung cơ bản của bài học;<br/>+ Yêu cầu sinh viên về nghiên cứu trước vấn đề Vai trò của xúc tiến hỗn hợp trong marketing;</p> <p>SV: Sinh viên tiếp thu yêu cầu của giảng viên và thực hiện; đọc trước tài liệu liên quan.</p>                                                                             | <p>-<i>Tài liệu bắt buộc:</i> từ trang 255 đến 258;</p> <p>- <i>Tài liệu tham khảo:</i>[1], [2].</p>                                                                                                                                                                                                                          |
| <p><b>Hoạt động 7:</b> Thảo luận tại lớp</p> <p>GV: Giao chủ đề thảo luận, phân nhóm thảo luận; ấn định thời gian thảo luận.</p> <p>SV: Thực hiện quá trình thảo luận.</p> <p>GV: Yêu cầu các nhóm cử người lên thuyết trình nội dung thảo luận của nhóm.</p> <p>SV: Thuyết trình nội dung thảo luận của nhóm mình.</p> <p>GV: Yêu cầu các nhóm khác nhận xét; nhận xét và đánh giá kết quả thảo luận.</p> | <p>Định hướng chủ đề thảo luận:</p> <p>+ Lưu thông hàng hóa là lĩnh vực rất được quan tâm trong thời kỳ kinh doanh ngày nay, hãy giải thích và cho 5 ví dụ minh họa.</p> <p>+ Có người cho rằng “Một doanh nghiệp bán lẻ sẽ chẳng bao giờ có được một thương hiệu quốc tế”. Hãy bình luận ý kiến này, cho ví dụ minh họa.</p> |

## **Bài 13: Chương 8. Chính sách xúc tiến hỗn hợp**

Số giờ tín chỉ: 03

Tiết (37-39)

### **I. Mục tiêu bài học**

Bài học mang đến cho sinh viên những kiến thức về hoạt động xúc tiến hỗn hợp của các doanh nghiệp sản xuất kinh doanh nói chung và doanh nghiệp thương mại dịch

vụ nói riêng. Đầu tiên là việc sinh viên sẽ nắm được khái niệm xúc tiến hỗn hợp, vai trò của nó đối với doanh nghiệp và với xã hội, tiếp đến sinh viên sẽ được tìm hiểu và làm quen với các hình thức xúc tiến hỗn hợp chủ đạo trong doanh nghiệp như là quảng cáo, quan hệ công chúng,...Mục tiêu cuối cùng của bài học là tạo cho sinh viên hiểu biết đầy đủ về các giải pháp kích thích cầu thị trường và cung cấp các kỹ năng giải quyết các vấn đề này của doanh nghiệp.

## II. Phương tiện thực hiện

- **Giảng viên:** Tài liệu bắt buộc, tài liệu tham khảo; giáo án lý thuyết, kịch bản giảng dạy, bài giảng điện tử, chuẩn bị các nội dung yêu cầu sinh viên thực hiện.
- **Sinh viên:** mang đầy đủ tài liệu học tập và nghiên cứu trước bài học.

## III. Phương pháp thực hiện

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

## IV. Tiến trình lên lớp

| Hoạt động của giảng viên và sinh viên                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Nội dung chính   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|
| <b>Hoạt động 1:</b> Ổn định lớp<br>Giảng viên (GV): Kiểm tra sỹ số sinh viên.<br>Sinh viên (SV): Vào lớp đúng giờ, ngồi nghiêm túc.<br>GV: Nhận xét, chấn chỉnh ý thức, tác phong học tập của sinh viên (nếu cần thiết).                                                                                                  |                  |
| <b>Hoạt động 2:</b> Kiểm tra bài cũ<br>GV: Nêu nội dung kiểm tra (nội dung kiểm tra sẽ liên quan đến các bài học trước).<br>SV: Trả lời.<br>GV: Nhận xét câu trả lời, đánh giá mức độ nắm bắt bài học trước của sinh viên.<br><i>Quá trình tái hiện kiến thức cũ sẽ được lồng ghép trong quá trình tiến hành bài học.</i> |                  |
| <b>Hoạt động 3:</b> Giảng bài mới                                                                                                                                                                                                                                                                                         | <b>Chương 8.</b> |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>GV: Giới thiệu vấn đề để dẫn vào bài học;</p> <p>GV: Yêu cầu sinh viên trình bày khái niệm xúc tiến hỗn hợp.</p> <p>SV: Trình bày khái niệm</p> <p>GV: + Nhấn mạnh và giải thích cụ thể các vấn đề trong khái niệm.</p> <p style="padding-left: 40px;">+ Phân tích các vai trò của hoạt động xúc tiến hỗn hợp.</p> <p style="padding-left: 40px;">+ Yêu cầu sinh viên liên hệ thực tiễn với các doanh nghiệp.</p> <p>SV: Nghe giảng, trả lời câu hỏi, đặt câu hỏi và thảo luận với giảng viên (nếu có).</p> <p>GV: Giải đáp các câu hỏi của sinh viên (nếu có).</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | <p><b>CHÍNH SÁCH XÚC TIẾN HỖN HỢP (P4 - PROMOTION)</b></p> <p><b>8.1. Vai trò của xúc tiến hỗn hợp trong Marketing</b></p> <p><b>8.1.1. Khái niệm</b></p> <p><b>8.1.2. Vai trò của hoạt động xúc tiến hỗn hợp</b></p> <p>- <i>Tài liệu bắt buộc:</i> từ trang 255 đến 258;</p> |
| <p><b>Hoạt động 4:</b> GV dẫn dắt đến nội dung mới.</p> <p>GV: Giới thiệu tổng quát về các công cụ xúc tiến hỗn hợp, yêu cầu sinh viên trình bày khái niệm quảng cáo.</p> <p>SV: Trình bày khái niệm.</p> <p>GV: + Phân tích khái niệm xúc tiến hỗn hợp, nhấn mạnh những vấn đề quan trọng trong khái niệm quảng cáo.</p> <p style="padding-left: 40px;">+ Phân tích vai trò và chức năng của quảng cáo.</p> <p style="padding-left: 40px;">+ Trình bày yêu cầu và nguyên tắc quảng cáo, phương tiện, ngân sách và quả của quảng cáo.</p> <p style="padding-left: 40px;">+ Trình bày khái niệm quan hệ công chúng, vai trò của nó đối với doanh nghiệp, phân tích nội dung và những kỹ thuật chủ yếu, nhấn mạnh những kỹ thuật hay được sử dụng như thiết lập mối quan hệ với báo chí, người nổi tiếng...</p> <p style="padding-left: 40px;">+ Phát vấn SV những vấn đề liên quan.</p> <p>SV: Nghe giảng, trả lời câu hỏi, đặt câu hỏi và thảo luận với giảng viên (nếu có).</p> | <p><b>8.2. Các công cụ xúc tiến hỗn hợp</b></p> <p><b>8.2.1. Quảng cáo</b></p> <p><b>8.2.2. Quan hệ công chúng (Public Relations)</b></p> <p>- <i>Tài liệu bắt buộc:</i> từ trang 258 đến 279;</p>                                                                             |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                               |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| GV: Giải đáp các câu hỏi của sinh viên (nếu có).                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                               |
| <b>Hoạt động 5:</b> Yêu cầu sinh viên tự nghiên cứu<br>GV: Yêu cầu sinh viên tự nghiên cứu các công cụ còn lại đó là khuyến mãi, bán hàng cá nhân và marketing trực tiếp.<br>SV: Thực hiện yêu cầu.                                                                                                        | <b>8.2.3. Khuyến mãi</b><br><b>8.2.4. Bán hàng cá nhân</b><br><b>8.2.5. Marketing trực tiếp</b><br>- Tài liệu bắt buộc: từ trang 280 đến 286; |
| <b>Hoạt động 6:</b> Tổng kết bài và giao nhiệm vụ về nhà<br>GV: + Tóm tắt lại một số nội dung cơ bản của bài học;<br>+ Yêu cầu sinh viên về nghiên cứu trước vấn đề Bản chất và phân loại dịch vụ (chương 9).<br>SV: Sinh viên tiếp thu yêu cầu của giảng viên và thực hiện; đọc trước tài liệu liên quan. | -Tài liệu bắt buộc: từ trang 287 đến 295;                                                                                                     |
| <b>Hoạt động 7:</b> Kiểm tra thường xuyên lần 2 (1 tiết)<br>GV: Giao đề kiểm tra và tổ chức kiểm tra.<br>SV: Làm bài kiểm tra thường xuyên lần 2.                                                                                                                                                          | Nội dung kiểm tra do GV quyết định.                                                                                                           |

## Bài 14 - Chương 9. Marketing dịch vụ

Số giờ tín chỉ: 03

Tiết (40-42)

### I. Mục tiêu bài học

Bài học giúp sinh viên hiểu được khái niệm về dịch vụ, các đặc điểm cơ bản của dịch vụ như tính vô hình, tính không thể tách rời khỏi nguồn gốc, tính không ổn định và đồng đều về chất lượng và tính không lưu trữ được. Bên cạnh đó sinh viên cũng sẽ nắm được các cách phân loại dịch vụ khác nhau trên thực tế, tìm hiểu vai trò và đặc điểm của marketing dịch vụ để so sánh với marketing hàng hóa thông thường. Mục tiêu cuối cùng của bài học là giúp sinh viên bổ sung những chính sách còn thiếu trong marketing hàng hóa vật chất đó là chính sách con người, chính sách quá trình và chính sách chứng cứ vật chất.

### II. Phương tiện

- **Giảng viên:** Tài liệu bắt buộc, các tài liệu tham khảo; giáo án, bài giảng điện tử, bài tập đã chuẩn bị.



- **Sinh viên:** đọc và nghiên cứu trước các tài liệu bắt buộc, tài liệu tham khảo theo yêu cầu của giảng viên sau bài học trước; mang đầy đủ tài liệu học tập.

### III. Phương pháp thực hiện

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

### IV. Tiến trình lên lớp

| Hoạt động của giảng viên và sinh viên                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Nội dung chính                                                                                                                                                                                                                                       |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Hoạt động 1:</b> Ổn định lớp<br>Giảng viên (GV): Kiểm tra sỹ số sinh viên.<br>Sinh viên (SV): Vào lớp đúng giờ, ngồi nghiêm túc.<br>GV: Nhận xét, chấn chỉnh ý thức, tác phong học tập của sinh viên (nếu cần thiết).                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <b>Hoạt động 2:</b> Kiểm tra bài cũ<br>GV: Nêu nội dung kiểm tra (nội dung kiểm tra sẽ liên quan đến các bài học trước).<br>SV: Trả lời.<br>GV: Nhận xét câu trả lời, đánh giá mức độ nắm bắt bài học trước của sinh viên.<br><i>Quá trình tái hiện kiến thức cũ sẽ được lồng ghép trong quá trình tiến hành bài học.</i>                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <b>Hoạt động 3:</b> Giảng bài mới<br>Giảng viên: đặt vấn đề vào bài học, khái quát về nội dung bài học.<br>GV: Yêu cầu sinh viên nêu khái niệm dịch vụ.<br>SV: Nêu khái niệm.<br>GV: + Giải thích khái niệm; nhấn mạnh rằng lợi ích mà người bán cung cấp cho khách hàng chủ yếu là vô hình.<br>+ Phân tích 4 đặc điểm của dịch vụ và yêu cầu sinh viên cho ví dụ minh chứng cho 4 đặc điểm này. | <b>Chương 9.</b><br><b>MARKETING DỊCH VỤ</b><br><b>9.1. Bản chất và phân loại dịch vụ</b><br><b>9.1.1. Khái niệm và đặc điểm</b><br>- <i>Tài liệu bắt buộc:</i> từ trang 287 đến 292;<br>- <i>Tài liệu tham khảo:</i><br>+ [2]: từ trang 478 đến 481 |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                 |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| SV: Nghe giảng, chép bài, trả lời câu hỏi, đặt câu hỏi với giảng viên (nếu có).<br>GV: Trả lời câu hỏi của SV (nếu có)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                 |
| <b>Hoạt động 4:</b> Tiếp tục bài giảng<br>GV: Phân tích những vấn đề căn bản của quản trị Marketing dịch vụ bao gồm phân tích khách hàng trên thị trường dịch vụ, phân đoạn thị trường và lựa chọn thị trường mục tiêu, quyết định Marketing hỗn hợp đối với dịch vụ, đặc biệt nhấn mạnh các quyết định mà đối với Marketing hàng hóa hữu hình không có. Phát vấn SV những vấn đề liên quan.<br>SV: Chú ý lắng nghe, trả lời, nêu câu hỏi (nếu có);<br>GV: Trả lời câu hỏi của SV (nếu có); | <b>9.2. Quản trị Marketing dịch vụ</b><br><b>9.2.2. Những vấn đề căn bản của quản trị Marketing dịch vụ</b><br>- <i>Tài liệu bắt buộc:</i> từ trang 298 đến 306;                                                |
| <b>Hoạt động 5:</b> Yêu cầu sinh viên tự nghiên cứu<br>GV: Yêu cầu SV tự nghiên cứu 2 nội dung Phân loại dịch vụ, vai trò và đặc điểm của Marketing dịch vụ.<br>SV: Tự nghiên cứu theo yêu cầu của giảng viên.                                                                                                                                                                                                                                                                              | <b>9.1.2. Phân loại dịch vụ</b><br><b>9.2.1. Vai trò và đặc điểm của Marketing dịch vụ</b><br>- <i>Tài liệu bắt buộc:</i> từ trang 292 đến 298;<br>- <i>Tài liệu tham khảo:</i><br>+ [2]: từ trang 482 đến 483. |
| <b>Hoạt động 6:</b> Tổng kết bài<br>GV: + Nhắc lại các vấn đề quan trọng của bài học<br>+ Yêu cầu sinh viên đọc trước nội dung Vị trí và mục tiêu của chiến lược Marketing (chương 10).<br>SV: Sinh viên tiếp thu yêu cầu của giảng viên và thực hiện; đọc trước tài liệu liên quan.                                                                                                                                                                                                        | - <i>Tài liệu bắt buộc:</i> từ trang 307 đến 312;                                                                                                                                                               |
| <b>Hoạt động 7:</b> Thảo luận tại lớp<br>GV: Giao chủ đề thảo luận, phân nhóm thảo luận; ấn định thời gian thảo luận.<br>SV: Thực hiện quá trình thảo luận.<br>GV: Yêu cầu các nhóm cử người lên thuyết trình nội dung thảo luận của nhóm.                                                                                                                                                                                                                                                  | Định hướng một số chủ đề thảo luận:<br>- Các doanh nghiệp hay cá nhân kinh doanh dịch vụ hiện nay đang vướng mắc điều gì nhiều nhất? hãy đưa ra các giải pháp cho họ.                                           |

|                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                 |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| SV: Thuyết trình nội dung thảo luận của nhóm mình.<br>GV: Yêu cầu các nhóm khác nhận xét; nhận xét và đánh giá kết quả thảo luận. | - Nếu anh, chị là giám đốc một ngân hàng, trong thời kỳ kinh tế suy thoái, anh chị sẽ đưa ra những giải pháp Marketing nào để kinh doanh hiệu quả, đặc biệt giải quyết vấn đề nợ xấu cho ngân hàng như thế nào? |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

## **Bài 15: Chương 10. Quản trị chiến lược marketing**

Số giờ tín chỉ: 03

Tiết (43-45)

### **I. Mục tiêu bài học**

Bài học sẽ giúp sinh viên nắm bắt được các kiến thức cơ bản về chiến lược marketing bao gồm những nội dung liên quan đến vị trí và mục tiêu của chiến lược, kế hoạch hóa chiến lược marketing, tổ chức và kiểm tra chiến lược marketing. Thông qua việc tìm hiểu chiến lược marketing của các công ty, sinh viên sẽ hiểu được tầm quan trọng của chiến lược marketing trong kinh doanh, thiếu chiến lược marketing là một trong những nguyên nhân hàng đầu dẫn tới các thất bại trong sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp. Từ bài học và cùng với sự liên hệ thực tiễn, sinh viên sẽ tự lý giải được vì sao các công ty lớn lại có một chiến lược marketing rất rõ ràng, đồng thời họ quản trị chiến lược rất tốt.

### **II. Phương tiện thực hiện**

- **Giảng viên:** Tài liệu bắt buộc, các tài liệu tham khảo; giáo án, bài giảng điện tử, các tài liệu cần thiết đã chuẩn bị.

- **Sinh viên:** đọc và nghiên cứu trước các tài liệu bắt buộc, tài liệu tham khảo theo yêu cầu của giảng viên sau bài học trước; mang đầy đủ tài liệu học tập.

### **III. Phương pháp thực hiện**

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

### **IV. Tiến trình lên lớp**

| Hoạt động của giảng viên và sinh viên | Nội dung chính |
|---------------------------------------|----------------|
|---------------------------------------|----------------|

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Hoạt động 1:</b> Ổn định lớp</p> <p>Giảng viên (GV): Kiểm tra sỹ số sinh viên.</p> <p>Sinh viên (SV): Vào lớp đúng giờ, ngồi nghiêm túc.</p> <p>GV: Nhận xét, chấn chỉnh ý thức, tác phong học tập của sinh viên (nếu cần thiết).</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <p><b>Hoạt động 2:</b> Kiểm tra bài cũ</p> <p>GV: Nêu nội dung kiểm tra (nội dung kiểm tra sẽ liên quan đến các bài học trước).</p> <p>SV: Trả lời.</p> <p>GV: Nhận xét câu trả lời, đánh giá mức độ nắm bắt bài học trước của sinh viên.</p> <p><i>Quá trình tái hiện kiến thức cũ sẽ được lồng ghép trong quá trình tiến hành bài học.</i></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <p><b>Hoạt động 3:</b> Giảng bài mới</p> <p>GV: + Giới thiệu về khái niệm và vị trí của chiến lược marketing là một chiến lược bộ phận của công ty, nó không thể vắng mặt trong bất cứ công ty nào.</p> <p>+ Phân tích các mục tiêu của chiến lược marketing, nhấn mạnh rằng tuy ở các giai đoạn khác nhau của sự phát triển chiến lược, công ty có các mục tiêu khác nhau nhưng về cơ bản và lâu dài công ty phải thường xuyên cân nhắc tới mục tiêu lợi nhuận.</p> <p>+ Phát vấn SV những vấn đề liên quan</p> <p>SV: nghe giảng, ghi chép, trả lời câu hỏi và đặt câu hỏi nếu có nhu cầu.</p> <p>GV: trả lời câu hỏi của SV (nếu có).</p> | <p><b>CHƯƠNG 10. QUẢN TRỊ CHIẾN LƯỢC MARKETING</b></p> <p><b>10.1. Vị trí và mục tiêu của chiến lược Marketing</b></p> <p><b>10.1.1. Vị trí của chiến lược Marketing</b></p> <p><b>10.1.2. Các mục tiêu của chiến lược Marketing</b></p> <p>- Tài liệu bắt buộc: từ trang 307 đến 312;</p> |
| <p><b>Hoạt động 4:</b> Tiếp tục bài giảng</p> <p>GV: + Trình bày quá trình phân tích tình thế và xác định cương lĩnh của doanh nghiệp. Trong nội dung này nhấn mạnh rằng việc phân tích tình thế phải bao gồm tình hình thị trường bên ngoài và phần bên</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | <p><b>10.2. Kế hoạch hóa chiến lược Marketing</b></p> <p><b>10.2.1. Phân tích tình thế và xác định cương lĩnh của doanh nghiệp</b></p>                                                                                                                                                     |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>trong công ty, cương lĩnh là việc xác định lĩnh vực hoạt động, không được quá rộng cũng như quá hẹp.</p> <p>+ Giải thích về xác định nhiệm vụ và mục tiêu của doanh nghiệp, nhấn mạnh đây là công việc phải thực hiện sau khi xác định cương lĩnh, mục tiêu phải rõ ràng, dễ hiểu, nhiệm vụ phải cụ thể và chi tiết.</p> <p>+ Phát vấn SV những vấn đề liên quan.</p> <p>SV: Nghe giảng, chép bài, trả lời câu hỏi và đặt câu hỏi nếu có nhu cầu.</p> <p>GV: Trả lời câu hỏi của SV (nếu có).</p> <p>GV: + Phân tích các chiến lược phát triển doanh nghiệp bao gồm phát triển theo chiều sâu, phát triển theo chiều rộng và phát triển hợp nhất, nhấn mạnh rằng thực hiện chiến lược nào trước hết là do khả năng của doanh nghiệp, sau đó phải kết hợp với các biến động trên thị trường mới đem lại kết quả như ý cho doanh nghiệp.</p> <p>+ Phân tích quá trình lập kế hoạch Marketing của doanh nghiệp, thực chất đây là một khâu rất quan trọng để xây dựng, thực hiện và kiểm tra chiến lược marketing.</p> <p>+ Phát vấn SV những vấn đề liên quan.</p> <p>SV: Nghe giảng, chép bài, trả lời câu hỏi và đặt câu hỏi nếu có nhu cầu.</p> <p>GV: Trả lời câu hỏi của SV (nếu có).</p> | <p><b>10.2.2. Xác định nhiệm vụ và mục tiêu của doanh nghiệp</b></p> <p>- Tài liệu bắt buộc: từ trang 312 đến 317;</p> <p><b>10.2.3. Chiến lược phát triển doanh nghiệp</b></p> <p><b>10.2.4. Lập kế hoạch Marketing</b></p> <p>- Tài liệu bắt buộc: từ trang 317 đến 324;</p> |
| <p><b>Hoạt động 5:</b> Yêu cầu sinh viên tự nghiên cứu</p> <p>GV: Yêu cầu sinh viên tự nghiên cứu nội dung Hệ thống tổ chức Marketing và Kiểm tra Marketing.</p> <p>SV: Tiếp thu yêu cầu của giảng viên.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | <p><b>10.3. Hệ thống tổ chức Marketing</b></p> <p><b>10.3.1. Tổ chức theo chức năng</b></p> <p><b>10.3.2. Tổ chức theo nguyên tắc địa lý</b></p> <p><b>10.4. Kiểm tra Marketing</b></p> <p><b>10.4.1. Kiểm tra việc thực hiện kế</b></p>                                       |

|                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                          |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                 | <b>hoạch năm</b><br><b>10.4.2. Kiểm tra khả năng sinh lời</b><br><b>10.4.3. Kiểm tra chiến lược</b><br>- <i>Tài liệu bắt buộc:</i> từ trang 324 đến 330; |
| <b>Hoạt động 6:</b> Tổng kết bài<br>GV: + Hệ thống lại toàn bộ nội dung học phần;<br>+ Giải đáp các câu hỏi, các yêu cầu của sinh viên.<br>SV: Chú ý tiếp thu, đặt các câu hỏi. |                                                                                                                                                          |