

Detailed syllabuses of Principles of Marketing

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC LẠC HỒNG

ĐỀ CƯƠNG MÔN HỌC
<100002 – MARKETING CƠ BẢN>

1. THÔNG TIN CHUNG (General information)

Tên môn học (tiếng Việt):	Marketing Cơ Bản
Tên môn học (tiếng Anh):	Principles of Marketing
Mã môn học:	100002
Thuộc khối kiến thức:	Cơ sở ngành
Khoa/Bộ môn phụ trách:	Quản trị - Kinh tế quốc tế
Giảng viên phụ trách:	ThS. Phan Văn Hải haipv@lhu.edu.vn
Giảng viên tham gia giảng dạy:	TS. Nguyễn Văn Dũng Email: dungnv@lhu.edu.vn ThS. Nguyễn Thị Bích Thùy Email: thuytn@lhu.edu.vn Phan Đăng Ngọc Yên Vân Email: vanphan689@gmail.com
Số tín chỉ:	2
Lý thuyết:	15 tiết
Thực hành:	0
Bài tập:	30 tiết
Tính chất của môn	Bắt buộc đối với sinh viên ngành quản trị kinh doanh
Môn học tiên quyết:	Không
Môn học trước:	Không

2. MÔ TẢ MÔN HỌC (Course description)

Môn Marketing căn bản được giảng dạy nhằm cung cấp các kiến thức cơ bản trong nghệ thuật Marketing đối với khách hàng, nhận diện khách hàng của mình và đề ra các phương án giải quyết nhằm đem đến sự thỏa mãn cao nhất cho khách hàng.

Marketing căn bản cung cấp cho học viên những kiến căn bản về các nguyên lý Marketing và việc vận dụng vào thực tiễn kinh doanh bao gồm: những khái niệm cơ bản về Marketing ; các yếu tố môi trường tác động đến hành vi mua sắm của khách hàng ; các quyết định marketing và giải quyết những vấn đề trong thực tiễn kinh doanh.

4. CHUẨN ĐẦU RA MÔN HỌC (Course learning outcomes)

Bảng 1: Chuẩn đầu ra môn học

CĐRMH (3)	CĐR của chương trình	Mô tả CĐRMH (mục tiêu cụ thể)
CO1	PLO3	Hiểu, phân tích được những khái niệm bản chất, các chức năng và môi trường Marketing đối với các doanh nghiệp
CO2	PLO4	Thấu hiểu được tâm lý của từng đối tượng khách hàng trên thị trường để sản xuất kinh doanh có hiệu quả
CO3	PLO4	Áp dụng các kiến thức nhằm triển khai các chính sách marketing cụ thể cho doanh nghiệp
CO4	PLO6	Xây dựng được kế hoạch và điều hành hoạt động marketing phù hợp trong các điều kiện môi trường khác nhau
CO5	PLO8	Đi học đúng giờ, tuân thủ nội quy nhà trường, trung thực trong học tập, thi cử
CO6	PLO7, PLO9	Tích cực tham gia làm việc nhóm, làm bài tập về nhà đầy đủ.

5. NỘI DUNG MÔN HỌC, KẾ HOẠCH GIẢNG DẠY (Course content, Lesson plan)

Buổi học (4 tiết)	Nội dung	CDRMH	Hoạt động dạy và học	Hoạt động đánh giá
1	<p>CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN VỀ MARKETING</p> <p>1.1 Sự ra đời và phát triển của marketing. 1.2 Sự cần thiết của các hoạt động marketing. 1.3 Vai trò của marketing. 1.4 Các định nghĩa về marketing. 1.5 Phân loại marketing.</p>	CO1	<p>Dạy: GV thuyết giảng, tổ chức hoạt động nhóm.</p> <p>Học ở lớp:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Trao đổi những vấn đề chưa rõ hoặc chưa hiểu trong buổi học; - Thảo luận <p>Học ở nhà:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Xem trước tài liệu GV cung cấp trước ở nhà. 	<p>A1 (10%)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Đưa những câu hỏi nhỏ cho điểm cộng <p>A2 (30%)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Điểm danh - Tổ chức hoạt động nhóm, đánh giá làm việc nhóm
2	<p>CHƯƠNG 2: MÔI TRƯỜNG MARKETING</p> <p>2.1 Môi trường vĩ mô 2.2 Môi trường vi mô</p>	CO1	<p>Dạy: GV thuyết giảng, tổ chức hoạt động nhóm.</p> <p>Học ở lớp:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Trao đổi những vấn đề chưa rõ hoặc chưa hiểu trong buổi học; - Thảo luận nhóm theo chủ đề <p>Học ở nhà:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Xem trước tài liệu GV cung cấp 	<p>A1 (10%)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Đưa những câu hỏi nhỏ cho điểm cộng <p>A2 (30%)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Điểm danh - Tổ chức hoạt động nhóm, đánh giá làm việc nhóm

			trước ở nhà.	
3	<p>CHƯƠNG 3: HÀNH VI KHÁCH HÀNG</p> <p>3.1 Hành vi mua của người tiêu dùng</p> <p>3.1.1 Mô hình hành vi người tiêu dùng</p> <p>3.1.2 Động lực dẫn đến hành vi mua hàng</p> <p>3.1.3 Các yếu tố tác động đến người tiêu dùng</p> <p>3.1.4 Tiến trình mua hàng</p> <p>3.1.5 Mô hình ra quyết định mua hàng</p> <p>3.2 Hành vi mua của tổ chức</p>	CO2	<p>Dạy: GV thuyết giảng và hướng dẫn sinh viên tìm hiểu về các nhóm khách hàng theo nhóm; tổ chức hoạt động và báo cáo nhóm</p> <p>Học ở lớp:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Trao đổi những vấn đề chưa rõ hoặc chưa hiểu trong buổi học; - Làm bài tập theo nhóm - Thảo luận nhóm <p>Học ở nhà:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Xem trước tài liệu GV cung cấp trước ở nhà. 	<p>A1 (10%)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Đưa những câu hỏi nhỏ cho điểm cộng <p>A2 (30%)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tổ chức hoạt động nhóm, đánh giá làm việc nhóm
4	<p>CHƯƠNG 4: PHÂN KHÚC THỊ TRƯỜNG</p> <p>4.1 Khái quát chung về thị trường và phân loại thị trường</p> <p>4.2 Phân khúc thị trường</p> <p>4.3 Các tiêu thức phân đoạn thị trường</p> <p>4.4 Xác định thị trường mục tiêu</p>	CO3	<p>Dạy: GV thuyết giảng. cho sinh viên các ví dụ về phân khúc thị trường của các thương hiệu</p> <p>Học ở lớp:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Trao đổi những vấn đề chưa rõ hoặc chưa hiểu trong buổi học; - Xây dựng các tiêu chí và thực hiện phân khúc các 	<p>A1 (10%)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Đưa những câu hỏi nhỏ cho điểm cộng <p>A2 (30%)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tổ chức hoạt động nhóm, đánh giá làm việc nhóm

			<p>thương hiệu phổ biến</p> <p>Báo cáo nhóm</p> <p>Học ở nhà:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Làm bài tập về nhà - Xem trước tài liệu GV cung cấp trước ở nhà. 	
5	<p>CHƯƠNG 5: CHÍNH SÁCH SẢN PHẨM</p> <p>5.1 Khái niệm về sản phẩm</p> <p>5.2 Các cấp độ của sản phẩm</p> <p>5.3 Phân loại sản phẩm, dòng sản phẩm</p> <p>5.4 Các quyết định liên quan đến sản phẩm</p> <p>5.5 Chiến lược phát triển sản phẩm mới</p> <p>5.6 Các chiến lược marketing theo chu kỳ sống sản phẩm</p>	CO3	<p>Đạy: GV thuyết giảng. cho xem video mẫu các sản phẩm</p> <p>Học ở lớp:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Trao đổi những vấn đề chưa rõ hoặc chưa hiểu trong buổi học; Thảo luận về các chính sách trong chu kì sống sản phẩm <p>Học ở nhà:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Làm bài tập về nhà - Xem trước tài liệu GV cung cấp trước ở nhà. 	<p>A1 (10%)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Đưa những câu hỏi nhỏ cho điểm cộng <p>A2 (30%)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tổ chức hoạt động nhóm, đánh giá làm việc nhóm
6	<p>CHƯƠNG 6: CHÍNH SÁCH GIÁ</p> <p>6.1 Khái niệm</p> <p>6.2 Các yếu tố ảnh hưởng đến việc định giá</p>	CO3	<p>Đạy: GV thuyết giảng và hướng dẫn làm các phương pháp định giá sản phẩm</p> <p>Học ở lớp:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Trao đổi những vấn đề chưa rõ 	<p>A1 (10%)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Đưa những câu hỏi nhỏ cho điểm cộng <p>A2 (30%)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Điểm danh

			<p>hoặc chưa hiểu trong buổi học;</p> <ul style="list-style-type: none"> - Làm bài tập vận dụng về giá - Học ở nhà: - Làm bài tập về nhà - Xem trước tài liệu GV cung cấp trước ở nhà. 	<p>A2 (30%)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Thực hiện các các bài tập trên bảng, giấy
7	<p>6.3 Các phương pháp định giá</p> <p>6.4 Chính sách phân biệt giá</p> <p>6.5 Chính sách định giá cho sản phẩm mới</p> <p>6.6 Chính sách thay đổi giá</p> <p>Bài tập thực hành SV xây dựng kế hoạch định giá cho một sản phẩm cụ thể</p>	CO3	<p>Dạy: GV thuyết giảng và hướng dẫn làm các phương pháp định giá sản phẩm</p> <p>Học ở lớp:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Trao đổi những vấn đề chưa rõ hoặc chưa hiểu trong buổi học; - Làm bài tập vận dụng về giá - Học ở nhà: - Làm bài tập về nhà - Xem trước tài liệu GV cung cấp trước ở nhà. 	<p>A1 (10%)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Đưa những câu hỏi nhỏ cho điểm cộng - Điểm danh <p>A2 (30%)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Thực hiện các các bài tập trên bảng, giấy
8	<p>CHƯƠNG 7: CHÍNH SÁCH PHÂN PHỐI</p> <p>7.1 Bản chất, tầm quan trọng của kênh phân phối marketing</p> <p>7.2 Các loại hình kênh phân phối</p> <p>7.3 Các quyết định thiết kế kênh phân phối</p>	CO3	<p>Dạy: GV thuyết giảng</p> <p>Học ở lớp:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Trao đổi những vấn đề chưa rõ hoặc chưa hiểu trong buổi học; <p>Thảo luận nhóm về các kênh phân phối</p>	<p>A1 (10%)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Đưa những câu hỏi nhỏ cho điểm cộng - Điểm danh <p>A2 (30%)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Thực hiện các tình huống theo

	7.4 Các yếu tố ảnh hưởng đến việc chọn kênh phân phối		sản phẩm hiện nay Học ở nhà: - Làm bài tập về nhà - Xem trước tài liệu GV cung cấp trước ở nhà.	nhóm cho điểm cộng.
9	CHƯƠNG 8: CHÍNH SÁCH CHIÊU THỊ 8.1 Bản chất, vai trò của xúc tiến hỗn hợp 8.2 Các công cụ của chiêu thị	CO3	Dạy: GV thuyết giảng. Học ở lớp: - Trao đổi những vấn đề chưa rõ hoặc chưa hiểu trong buổi học; Học ở nhà: - Làm bài tập về nhà - Xem trước tài liệu GV cung cấp trước ở nhà.	A1 (10%) - Đưa những câu hỏi nhỏ cho điểm cộng - Điểm danh
10	8.2 Các công cụ của chiêu thị (tiếp) 8.3. Tầm quan trọng của các công cụ chiêu thị trong thị trường. 8.4 Lập kế hoạch chi phí cho các hoạt động cổ động – chiêu thị. Bài tập thực hành SV xây dựng kế hoạch chiêu thị cho một thương hiệu giả định	CO3	Dạy: GV thuyết giảng. Học ở lớp: - Trao đổi những vấn đề chưa rõ hoặc chưa hiểu trong buổi học; - Thảo luận về các công cụ chiêu thị hiện nay (ưu nhược điểm) Học ở nhà: - Làm bài tập về nhà - Xem trước tài	A1 (10%) - Đưa những câu hỏi nhỏ cho điểm cộng - Điểm danh A2 (30%) - Thực hiện các tình huống theo nhóm cho điểm cộng.

			liệu GV cung cấp trước ở nhà.	
11	<p>CHƯƠNG 9: XÂY DỰNG KẾ HOẠCH MARKETING</p> <p>9.1. Xây dựng kế hoạch marketing 9.2. Tổ chức thực hiện kế hoạch marketing 9.3. Kiểm tra đánh giá hoạt động marketing</p> <p>Bài tập thực hành SV xây dựng kế hoạch marketing cho một thương hiệu giả định</p>	CO4	<p>Đạy: GV thuyết giảng. cho xem video mẫu</p> <p>Học ở lớp:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Trao đổi những vấn đề chưa rõ hoặc chưa hiểu trong buổi học; - Xây dựng kế hoạch khác nhau về marketing trong từng tình huống cụ thể <p>Thảo luận nhóm</p> <p>Học ở nhà:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Làm bài tập về nhà - Xem trước tài liệu GV cung cấp trước ở nhà. 	<p>A1 (10%)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Đưa những câu hỏi nhỏ cho điểm cộng <p>A2 (30%)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Thực hiện các tình huống theo nhóm cho điểm cộng.
12	Thi cuối kỳ	CO1, CO2, CO3.	<p>Đạy: không</p> <p>Học ở lớp: không</p> <p>Học ở nhà:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Làm bài tập về nhà - Xem trước tài liệu GV cung cấp trước ở nhà 	<p>A3 (60%)</p> <p>Đề thi cuối kỳ là đề thi tự luận gồm có các nội dung lý thuyết về khái niệm, bản chất, vai trò và môi trường marketing; Hành vi</p>

				khách hàng, phân đoạn thị trường; chính sách về sản phẩm; Phân phối; Bài tập về định giá; tình huống về xây dựng kế hoạch chiêu thị, kế hoạch marketing
--	--	--	--	---

6. ĐÁNH GIÁ MÔN HỌC (Course assessment)

Thành phần đánh giá	CĐRMH	Tỷ lệ (%)
A1. Quá trình (tham gia xây dựng bài, tham gia thảo luận nhóm, đi học đúng giờ)	<i>CO5, CO6</i>	<i>10%</i>
A2. Viết tiểu luận nhóm, báo cáo nhóm trước lớp, làm bài tập tại lớp.	<i>CO2, CO3, CO4</i>	<i>30%</i>
A3. Thi cuối kỳ	<i>CO1, CO2, CO3</i>	<i>60%</i>

7. QUY ĐỊNH CỦA MÔN HỌC (Course requirements and expectations)

- Dự lớp: theo quy định của nhà trường
- Sinh viên đọc nghiên cứu tài liệu môn học do giảng viên cung cấp trước mỗi buổi học.
- Đi học đều, đúng giờ, làm bài tập về nhà, trả lời các câu hỏi ngắn và bài tập nhanh trên lớp: sẽ được cho điểm cộng vào điểm quá trình 10% của sinh viên.

- Làm việc nhóm, làm bài tập trên lớp, thực hành theo nhóm được tính vào điểm 30%.

8. TÀI LIỆU HỌC TẬP, THAM KHẢO

Giáo trình

1. Trần Minh Đạo (2013), *Marketing căn bản*, NXB ĐHKQTĐ, Hà Nội.

Tài liệu tham khảo

1. Quách Thị Bửu Châu, Đinh tiên Minh, Nguyễn Công Dũng,nnk (2010), *Marketing Căn bản*, NXB Lao động, TP Hồ Chí Minh.
2. Nguyễn Thị Liên Diệp, Hồ Đức Hùng, Phạm Văn Nam (2005), *Marketing Căn bản*, NXB Thống Kê, TP Hồ Chí Minh.
3. Phan Đình Quyền, Trần Thị Ý Nhi, Võ Thị Ngọc Trinh (2013), *Marketing Căn bản*, NXB ĐHQGTPHCM, TP Hồ Chí Minh.

Trưởng khoa/ bộ môn

(Ký và ghi rõ họ tên)

Giảng viên biên soạn

(Ký và ghi rõ họ tên)