

CHƯƠNG TRÌNH GIÁO DỤC ĐẠI HỌC

Trình độ đào tạo: Đại học

Ngành: Marketing

Mã số: 7340115

ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

1. Thông tin chung về học phần

1.1. Mã học phần:	QT036
1.2. Tên học phần:	Tên tiếng Việt: Quản trị marketing Tên tiếng Anh: Marketing mangement
1.3. Loại học phần:	<input checked="" type="checkbox"/> Bắt buộc <input type="checkbox"/> Tự chọn
1.4. Số tín chỉ:	03
1.5. Ký hiệu học phần:	QTM
1.6. Phân bố thời gian:	
- Lý thuyết:	39 tiết
- Thực hành:	12 tiết
- Tự học:	99 tiết
1.7. Bộ môn phụ trách	Tổ QTKD
1.8. Các giảng viên phụ trách học phần:	
- Giảng viên 1	Họ tên: Nguyễn Thị Quỳnh Trang Chức danh: Giảng viên Học hàm/ học vị: ThS SDT: 0917.958.657 Email: nguyenthiquynhtrang@naue.edu.vn
- Giảng viên 2	Họ tên: Trần Thị Mai Chức danh: Giảng viên Học hàm/ học vị: ThS SDT/ Email: tranthimai@naue.edu.vn
1.8. Điều kiện tham gia học phần:	
- Học phần tiên quyết:	Quản trị doanh nghiệp, Marketing căn bản,

- Học phần song hành:	Quản trị sản xuất, Quản trị chiến lược
1.9. Thuộc khối giáo dục	<input type="checkbox"/> Khối giáo dục đại cương <input type="checkbox"/> Khối giáo dục cơ sở ngành <input checked="" type="checkbox"/> Khối giáo dục chuyên ngành <input type="checkbox"/> Thực tập Tốt nghiệp và làm khoá luận <input type="checkbox"/> Khối giáo dục bổ trợ

2. Mô tả học phần

Học phần Quản trị Marketing thuộc khối kiến thức chuyên ngành, cung cấp các nội dung về các công việc cơ bản của một người quản lý hoạt động marketing tại doanh nghiệp, các công việc thuộc chức năng marketing của doanh nghiệp, giúp người học hình dung cách xây dựng được một bản kế hoạch marketing phù hợp với doanh nghiệp và tổ chức thực hiện, kiểm tra giám sát kế hoạch marketing đó.

3. Mục tiêu học phần (Course Objective - viết tắt là CO)

3.1. Về kiến thức

CO1: Xác định được các giải pháp về quản trị marketing và các hoạt động marketing của doanh nghiệp.

3.2. Về kỹ năng

CO2: Xây dựng được chiến lược và chiến thuật marketing cho doanh nghiệp

3.3. Về năng lực tự chủ và trách nhiệm

CO3: Hình thành thái độ tích cực và học tập chủ động phát triển bản thân

4. Chuẩn đầu ra của học phần (Course Learning Outcome - viết tắt là CLO)

Bảng 4.1. Các chuẩn đầu ra của học phần

Mục tiêu	Ký hiệu CLO	Nội dung CLO	Phương pháp dạy học	Phương pháp đánh giá	Mức độ CDR
CO1	CLO1.1	Phân tích được các kiến thức cơ bản về quá trình quản trị marketing trong doanh nghiệp	<ul style="list-style-type: none"> - Thuyết giảng - Giải thích cụ thể - Câu hỏi gợi mở - Giải quyết vấn đề - Tự học 	Thi tự luận	Phân tích (Mức 4/6)

	CLO1.2	Vận dụng các kiến thức về quản trị marketing trong thực tiễn hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp thông qua việc giải quyết các tình huống quản trị marketing.	<ul style="list-style-type: none"> - Học tình huống - Thảo luận - Học nhóm - Tự học 	Thuyết trình	Vận dụng (mức 3/6)
CO2	CLO2.1	Thích nghi với sự thay đổi của môi trường, linh hoạt trong giải quyết vấn đề về quản trị marketing trong doanh nghiệp	<ul style="list-style-type: none"> - Học tình huống - Thảo luận - Học nhóm - Tự học 	Thi tự luận	Phối hợp (Mức 4/5)
CO3	CLO3.1	Thể hiện được năng lực làm việc cá nhân và làm việc nhóm	<ul style="list-style-type: none"> - Giải quyết vấn đề - Học tình huống - Thảo luận - Học nhóm - Tự học 	Thuyết trình	Hình thành phẩm chất (Mức 5/5)

5. Ma trận thể hiện sự đóng góp của các chuẩn đầu ra học phần (CLO) vào được đạt được chuẩn đầu ra của CTĐT (PLO) và các chỉ số PI

Bảng 5.1. Mối liên hệ giữa CLO và PLO

CLO	PLO			
	2		3	5
	PI2.1	PI2.2	PI3.1	PI5.1
CLO1.1	M,A			
CLO1.2		M		
CLO2.1			R	
CLO3.1				M

Học phần				
Quản trị marketing	M,A	R	R	M

6. Đánh giá học phần

6.1. Phương pháp, hình thức kiểm tra - đánh giá của học phần

Bài đánh giá	Hình thức kiểm tra - đánh giá	Công cụ đánh giá	CDR học phần	Lấy dữ liệu đo lường mức độ đạt CLO	Lấy dữ liệu đo lường mức độ đạt PI	Trọng số cho CDR	Trọng số cho học phần (%)
A1. Đánh giá giữa kỳ							
	Thuyết trình	Rubric 1	CLO1.2			40%	40%
			CLO3.1			60%	
A2. Đánh giá cuối kỳ							
	Thi tự luận	Thang điểm 10 theo đáp án được thiết kế sẵn	CLO1.1	x	PI3.3	70%	60%
			CLO2.1			30%	

b. Chính sách đối với học phần

- Sinh viên nghỉ học dưới 30% số tiết của học phần được dự thi kết thúc học phần tại kỳ thi chính (thi lần 1);

- Sinh viên nghỉ học từ 30% đến dưới 50% số tiết của học phần thì không được dự thi hết học phần lần thứ 1, phải nhận điểm thi lần 1 (ĐT) là điểm 0, nhưng sau khi tự học lại những phần còn thiếu, được dự kỳ thi hết học phần lần thứ 2 (Thi lại).

- Sinh viên nghỉ học từ 50% số tiết trở lên thì không được dự thi hết học phần, phải nhận điểm đánh giá học phần là điểm 0 (điểm F) và phải học lại học phần đó.

7. Kế hoạch và nội dung giảng dạy học phần

Tuần	Nội dung	Hình thức tổ chức dạy học	Yêu cầu SV chuẩn bị	CDR học phần	Bài đánh giá
------	----------	---------------------------	---------------------	--------------	--------------

1 (3 giờ LT)	Chương 1: Tổng quan về Quản trị marketing 1.1. Giới thiệu về marketing và quan điểm quản trị marketing 1.2. Nội dung và đặc điểm quản trị marketing	- Thuyết giảng - Câu hỏi gọi mở - Hướng dẫn tự học	- Đọc trước nội dung tài liệu [1] - Trả lời câu hỏi - Tự học	CLO1.1, CLO1.2, CLO3.1	A1, A2
2 (3 giờ LT)	Chương 2: Phát triển kế hoạch và chiến lược marketing 1.1. Khái quát về lập kế hoạch của doanh nghiệp 1.2. Hoạch định chiến lược 1.3. Nội dung và quy trình lập kế hoạch marketing 1.4. Quan hệ giữa kế hoạch marketing với hoạch định chiến lược của doanh nghiệp	- Thuyết giảng - Câu hỏi gọi mở - Hướng dẫn tự học	- Đọc trước nội dung tài liệu [1] - Trả lời câu hỏi - Tự học	CLO1.1, CLO1.2, CLO3.1	A1, A2
3 (3 giờ LT)	Chương 3: Phân tích môi trường và nguồn lực marketing 3.1 Hệ thống thông tin marketing và nghiên cứu marketing 3.2 Phân tích môi trường vĩ mô 3.3 Phân tích ngành và cạnh tranh cạnh tranh	- Thuyết giảng - Câu hỏi gọi mở - Hướng dẫn tự học	- Đọc trước nội dung tài liệu [1] - Trả lời câu hỏi - Tự học	CLO1.1, CLO1.2, CLO3.1	A1, A2
4 (4 giờ TL)	Chương 3: Phân tích môi trường và nguồn lực marketing (tiếp) 3.4 Nghiên cứu đối thủ cạnh tranh 3.5 Phân tích nguồn lực marketing của doanh nghiệp 3.6 Tổng hợp phân tích môi trường và xác định lợi thế cạnh tranh khác biệt bền vững	- Tổ chức thảo luận - Hướng dẫn tự học	- Thảo luận nhóm - Tự học	CLO1.1, CLO1.2, CLO3.1	A1, A2
5 (4 giờ TL)	Chương 4: Quản trị sản phẩm và thương hiệu	- Tổ chức thảo luận	- Thảo luận nhóm - Tự học	CLO1.1, CLO1.2, CLO3.1	A1, A2

	7.1 Các vấn đề cơ bản trong quản trị sản phẩm và thương hiệu 7.2 Quản trị sản phẩm 7.3 Quản trị thương hiệu 7.4 Kiểm tra sản phẩm 7.5 Tổ chức quản trị sản phẩm và thương hiệu	- Hướng dẫn tự học			
6 (3 giờ TL)	Chương 5: Quản trị giá 8.1 Nội dung và quy trình xác định giá bán sản phẩm 8.2 Chiến lược giá và phân biệt giá 8.3 Các quyết định về thay đổi hay điều chỉnh giá	- Thuyết giảng - Câu hỏi gọi mở - Hướng dẫn tự học	- Đọc trước nội dung tài liệu [1] - Trả lời câu hỏi - Tự học	CLO1.1, CLO1.2, CLO3.1	A1, A2
7 (3 giờ LT)	Chương 6: Quản trị kênh phân phối 9.1 Bản chất và chức năng của hệ thống kênh 9.2 Cấu trúc và hoạt động của kênh phân phối 9.3 Tổ chức (thiết kế) kênh phân phối	- Thuyết giảng - Câu hỏi gọi mở - Hướng dẫn tự học	- Đọc trước nội dung tài liệu [1] - Trả lời câu hỏi - Tự học	CLO1.1, CLO1.2, CLO3.1	A1, A2
8 (3 giờ LT)	Chương 6: Quản trị kênh phân phối (tiếp) 9.4 Quản lý kênh phân phối 9.5 Quản lý phân phối hàng hóa vật chất 9.6 Marketing của các trung gian thương mại	- Thuyết giảng - Câu hỏi gọi mở - Hướng dẫn tự học	- Đọc trước nội dung tài liệu [1] - Trả lời câu hỏi - Tự học	CLO1.1, CLO1.2, CLO3.1	A1, A2
9 (3 giờ LT)	Chương 7: Quản trị truyền thông marketing tích hợp 10.1 Bản chất của truyền thông marketing tích hợp 10.2 Quy trình lập kế hoạch IMC 10.3 Lập kế hoạch và thực hiện quảng cáo	- Thuyết giảng - Câu hỏi gọi mở - Hướng dẫn tự học	- Đọc trước nội dung tài liệu [1] - Trả lời câu hỏi - Tự học	CLO1.1, CLO1.2, CLO3.1	A1, A2
10	Đánh giá quá trình: - Thuyết trình			CLO1.2, CLO3.1	A1

11 3 giờ (LT)	Chương 7: Quản trị truyền thông marketing tích hợp (tiếp) 10.4 Lập kế hoạch và thực hiện xúc tiến bán 10.5 Lập kế hoạch và thực hiện chương trình PR 10.6 Quản trị bán hàng cá nhân 10.7 Marketing trực tiếp và trực tuyến	- Thuyết giảng - Câu hỏi gọi mở - Hướng dẫn tự học	- Đọc trước nội dung tài liệu [1] - Trả lời câu hỏi - Tự học	CLO1.1, CLO2.1, CLO3.1	A2
12 (3 giờ LT)	Chương 8: Kiểm tra, đánh giá và điều chỉnh hoạt động marketing 12.1 Vai trò và đặc điểm của hoạt động kiểm tra, đánh giá, điều chỉnh marketing 12.2 Hệ thống các chỉ tiêu đánh giá hoạt động marketing 12.3 Thực hiện kiểm tra đánh giá và điều chỉnh hoạt động marketing	- Thuyết giảng - Câu hỏi gọi mở - Hướng dẫn tự học	- Đọc trước nội dung tài liệu [1] - Trả lời câu hỏi - Tự học	CLO1.1, CLO2.1, CLO3.1	A2
13 (4 giờ TL)	Chuyên đề “Tự động hóa tiếp thị”	- Nghiên cứu tình huống - Học nhóm	- Giải quyết tình huống - Thảo luận nhóm	CLO1.1, CLO2.1, CLO3.1	A2
14 (4 giờ TL)	Chuyên đề “Tìm hiểu về SMS marketing”	- Nghiên cứu tình huống - Học nhóm	- Giải quyết tình huống - Thảo luận nhóm	CLO1.1, CLO2.1, CLO3.1	A2
15 (4 giờ TL)	Chuyên đề “Thiết kế các chiến dịch marketing trên nền tảng công nghệ số”	- Nghiên cứu tình huống - Học nhóm	- Giải quyết tình huống - Thảo luận nhóm	CLO1.1, CLO2.1, CLO3.1	A2
Đánh giá cuối kỳ: Thi tự luận				CLO1.1 CLO2.1	A2

8. Học liệu

8.1. Giáo trình

[1] PGS.TS Trương Đình Chiến, *Giáo trình Quản trị Marketing*, NXB Đại học Kinh tế quốc dân, 2013.

8.2. Tài liệu tham khảo

[2] Trương Đình Chiến, *Quản trị Marketing trong doanh nghiệp*, NXB Thống kê, 2002

[3] Trương Đình Chiến, *Quản trị kênh Marketing*, NXB Thống kê Hà Nội, 2002

Nghệ An, ngày tháng năm 2023

Trưởng khoa



Hồ Thị Hiền

Trưởng bộ môn



Hoàng Thị Thuý Hằng

Người biên soạn



Nguyễn Thị Quỳnh Trang

PHỤ LỤC

Rubric 1: Thuyết trình (tiêu chí đánh giá bài A1)

Tiêu chí đánh giá	Mức độ đạt chuẩn quy định					Trọng số
	MỨC F (0-3.9)	MỨC D (4.0-5.4)	MỨC C (5.5-6.9)	MỨC B (7.0-8.4)	MỨC A (8.5-10)	
Nội dung	<ul style="list-style-type: none"> - Chủ đề trình bày không trọng tâm, không liên quan - Nội dung có nhiều phần chưa chính xác 	<ul style="list-style-type: none"> - Chủ đề trình bày không trọng tâm - Nội dung có nhiều phần chưa chính xác 	<ul style="list-style-type: none"> - Chủ đề trình bày liên quan và có trọng tâm - Nội dung có nhiều phần chưa chính xác 	<ul style="list-style-type: none"> - Chủ đề trình bày liên quan và có trọng tâm Nội dung có một số phần chưa chính xác 	<ul style="list-style-type: none"> - Chủ đề trình bày liên quan và có trọng tâm - Nội dung phù hợp và chính xác 	50%
Trình bày	<ul style="list-style-type: none"> Slide không đảm bảo chất lượng theo yêu cầu 	<ul style="list-style-type: none"> - Slide trình bày phù hợp - Sử dụng một số hình ảnh, bảng biểu, sơ đồ không liên quan - Dùng một số thuật ngữ khó hiểu, đưa nhiều nội dung vào slide 	<ul style="list-style-type: none"> - Trình bày hình ảnh, bảng biểu, sơ đồ hợp lý - Dùng một số thuật ngữ khó hiểu, đưa nhiều nội dung vào slide 	<ul style="list-style-type: none"> - Slide trình bày rõ ràng - Trình bày các thuật ngữ, hình ảnh, bảng biểu, sơ đồ hợp lý 	<ul style="list-style-type: none"> - Slide được trình bày với bố cục rõ ràng, hợp lý - Trình bày các thuật ngữ, hình ảnh, bảng biểu, sơ đồ dễ hiểu 	25%

Trả lời câu hỏi	<ul style="list-style-type: none"> - Các câu trả lời hoàn toàn không liên quan đến câu hỏi - Thiếu tự tin khi trả lời 	<ul style="list-style-type: none"> - Câu trả lời không rõ ràng, ít liên quan đến câu hỏi - Thiếu tự tin khi trả lời 	<ul style="list-style-type: none"> - Câu trả lời tập trung vào câu hỏi - Hơi thiếu tự tin khi trả lời 	<ul style="list-style-type: none"> - Trả lời ngắn gọn và phù hợp - Tự tin khi trả lời 	<ul style="list-style-type: none"> - Biết phân tích và trả lời đầy đủ, ngắn gọn - liên quan trực tiếp đến câu hỏi - Tự tin khi trả lời 	25%
--------------------	---	---	---	---	---	------------