

TRƯỜNG ĐẠI HỌC MỞ THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH
KHOA QUẢN TRỊ KINH DOANH

ĐỀ CƯƠNG MÔN HỌC

I. Thông tin tổng quát

1. Tên môn học tiếng Việt: Quản trị Marketing - Mã môn học: BADM1367

2. Tên môn học tiếng Anh: Marketing Management

3. Thuộc khối kiến thức/kỹ năng

- Giáo dục đại cương
- Kiến thức chuyên ngành
- Kiến thức cơ sở
- Kiến thức bổ trợ
- Kiến thức ngành
- Đồ án/Khóa luận tốt nghiệp

4. Số tín chỉ

Tổng số	Lý thuyết	Thực hành	Tự học
3	2	1	90

5. Phụ trách môn học

- a) Phụ trách: Khoa QTKD/Bộ môn QTKD
- b) Giảng viên: Bùi Ngọc Tuấn Anh
- c) Địa chỉ email liên hệ: anh.bnt@ou.edu.vn
- d) Phòng làm việc: P. 403, Trường Đại học Mở Thành phố Hồ Chí Minh, 35-37 Hồ Hảo Hớn, Phường Cô Giang, Quận 1

II. Thông tin về môn học

1. Mô tả môn học

Môn học Quản trị Marketing cung cấp cho người học những kiến thức nâng cao về marketing, ngoài những khái niệm cơ bản về Marketing ở môn Marketing căn bản. Người học có thể hiểu rõ hơn về quá trình quản trị marketing tại doanh nghiệp, biết cách lập kế hoạch chiến lược, chương trình marketing và triển khai tổ chức thực hiện cũng như đánh giá, kiểm soát các hoạt động marketing. Đồng thời, môn học này làm nền tảng để sinh viên có kiến thức học tiếp các môn chuyên ngành marketing như Phát triển sản phẩm mới, Chiến lược và chính sách giá, Truyền thông marketing tích hợp, Quản trị kênh phân phối...

2. Môn học điều kiện

STT	Môn học điều kiện	Mã môn học
1	Môn tiên quyết	

	Marketing căn bản	BADM2301
2	Môn học trước	
	Hành vi khách hàng	BADM3301
3	Môn học song hành	
	Không yêu cầu	

3. Mục tiêu môn học

Môn học cung cấp cho người học những kiến thức, kỹ năng cũng như cho người học có các thái độ như sau:

Mục tiêu môn học	Mô tả	CĐR CTĐT
CO1	Phân tích được các kiến thức về lập kế hoạch và triển khai hoạt động marketing	PLO4, PLO5, PLO6
CO2	Ứng dụng các kiến thức về marketing vào trong thực tế công việc quản trị và kinh doanh	PLO7, PLO8, PLO9
CO3	Tự chủ và chịu trách nhiệm đối với các hoạt động marketing	PLO11, PLO13

4. Chuẩn đầu ra (CĐR) môn học

Học xong môn học này, sinh viên sẽ đạt các chuẩn đầu ra sau:

Mục tiêu môn học	ĐR môn học (CLO)	Mô tả CĐR
CO1	CLO1.1	Mô tả được bản chất của marketing, quá trình quản trị marketing tại doanh nghiệp cũng như tầm quan trọng của marketing dựa trên giá trị
	CLO1.2	Phân tích được các yếu tố môi trường marketing có khả năng ảnh hưởng đến việc xây dựng và thực hiện kế hoạch marketing
	CLO1.3	Phân biệt được các hệ thống tổ chức marketing, cách thức tổ chức, lên kế hoạch thực hiện các chương trình marketing, cách đánh giá, kiểm tra các hoạt động
CO2	CLO2.1	Xây dựng được các cấp chiến lược marketing và kế hoạch marketing cho doanh nghiệp
	CLO2.2	Đánh giá được hành vi mua sắm của khách hàng cá nhân, quá trình quyết định mua của khách hàng. Vận dụng phân khúc thị trường, các tiêu chí phân khúc thị trường cá nhân và tổ chức, các tiêu chí đánh giá, lựa chọn thị trường mục tiêu và các chiến lược thị trường mục tiêu
	CLO2.3	Đề xuất được các định hướng chiến lược marketing hỗn hợp

		bao gồm: sản phẩm, giá, phân phối và chiêu thị
	CLO2.4	Thiết kế được chương trình hành động cho kế hoạch marketing cũng như đề xuất được các phương án đánh giá mức độ hiệu quả của kế hoạch nhằm đưa ra được phương án thay đổi phù hợp
CO3	CLO3.1	Nhận thức đúng đắn về vai trò, tầm quan trọng của marketing đối với hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp
	CLO3.2	Yêu thích công việc marketing và muốn phát triển ngành nghề marketing

Ma trận tích hợp giữa chuẩn đầu ra của môn học và chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo

CLOs	PLO 1	PLO 2	PLO 3	PLO 4	PLO 5	PLO 6	PLO 7	PLO 8	PLO 9	PLO 10	PLO 11	PLO 12	PLO 13
1.1				x	x	x							
1.2				x	x	x							
1.3					x	x							
2.1							x	x	x				
2.2							x	x	x				
2.3							x	x	x				
2.4							x	x	x				
3.1											x		x
3.2											x		x

5. Học liệu

a) Giáo trình

- [1] Kotler, P., T. & Keller, K., L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Harlow, Essex: Pearson Education. [52450]
- [2] Kotler, P., & Keller, K. (2013). *Quản trị tiếp thị* (14th ed.) – bản dịch. Hà Nội, Việt Nam: NXB Lao động – Xã hội. [20291]

b) Tài liệu tham khảo

- [3] Chernev, A., Kotler P. (2018). *Strategic marketing management*. Cerebellum Press. [52377]

6. Phương pháp giảng dạy – học tập

a) Giảng lý thuyết

Giảng viên hướng dẫn lý thuyết trên lớp, chủ yếu nhấn mạnh các khái niệm, các vấn đề cốt lõi và quan trọng ở mỗi chương. Giảng viên cũng hướng dẫn sinh viên tiến hành thảo luận theo chủ đề, phân tích tình huống thực tiễn.

Sinh viên được yêu cầu hình thành các nhóm học tập để cùng hỗ trợ nhau trong việc học

lý thuyết, nghiên cứu các tình huống quản trị trong thực tiễn. Sinh viên phải đọc tài liệu trước ở nhà theo các chương tương ứng với nội dung học đã quy định tại đề cương. Các vấn đề chưa hiểu có thể thảo luận nhóm hoặc đề nghị giảng viên hướng dẫn thêm.

Việc giảng lý thuyết này nhằm cung cấp nền tảng lý thuyết, kết hợp với việc sinh viên tích cực học tập cá nhân hoặc theo nhóm, sẽ giúp sinh viên đạt được các CLO1.1, CLO1.2, CLO1.3, CLO2.1.

b) Giảng theo phương pháp nêu vấn đề

Giảng viên sẽ nêu lên một vấn đề cần được suy nghĩ, trao đổi, chia sẻ. Các sinh viên sẽ được dành một khoảng thời gian ngắn để tự trả lời câu hỏi và trao đổi với bạn trong nhóm, sau đó trao đổi trên lớp. Giảng viên sẽ định hướng, hướng dẫn và phân tích các ý kiến trao đổi của sinh viên, từ đó hệ thống hoá lại làm cơ sở để dẫn dắt đến lý thuyết. Sau mỗi trường hợp giảng theo phương pháp nêu vấn đề, sinh viên sẽ học được cách lý giải các tình huống thực tế căn cứ theo lý thuyết, sinh viên được hệ thống hoá lý thuyết nền tảng, nói tóm lại là từ vấn đề để hệ thống hoá lý thuyết.

Việc giảng theo phương pháp nêu vấn đề nhằm hệ thống hoá và dẫn dắt lý thuyết nền tảng từ các vấn đề cụ thể, kết hợp với việc sinh viên tích cực trao đổi, sẽ giúp sinh viên đạt được các CLO1.1, CLO1.2, CLO1.3, CLO2.1.

c) Giảng theo tình huống

Giảng viên sẽ giảng giải lý thuyết dựa theo một tình huống của một công ty. Thông thường, tình huống sẽ được cung cấp trước để sinh viên đọc và tìm hiểu. Trên lớp sinh viên sẽ nêu ý kiến trao đổi, thảo luận. Dựa trên đó giảng viên dẫn dắt, giảng giải lý thuyết để sinh viên hiểu rõ hơn và lý giải được tình huống trong thực tế.

Việc giảng theo tình huống nhằm tạo cơ hội giúp sinh viên đạt được các CLO2.1, CLO1.2, CLO1.3, CLO2.1.

d) Tham quan doanh nghiệp, nghe báo cáo chuyên đề

Tùy theo điều kiện cụ thể, các sinh viên sẽ được tham quan doanh nghiệp và tham dự một buổi báo cáo chuyên đề về các vấn đề nổi bật nhất hiện nay trong công tác điều hành và quản trị tại các công ty, doanh nghiệp. Tham quan tại công ty, doanh nghiệp nhưng báo cáo chuyên đề có thể được thực hiện tại Trường Đại học Mở Thành phố Hồ Chí Minh, người báo cáo là các nhà quản trị doanh nghiệp được mời về; hoặc có thể thực hiện tại các công ty, doanh nghiệp.

Nghe báo cáo chuyên đề nhằm giúp sinh viên đạt được các CLO1.3, CLO2.1, CLO2.4.

e) Báo cáo tham quan doanh nghiệp, nghe báo cáo chuyên đề

Sau khi tham quan doanh nghiệp và nghe báo cáo chuyên đề, sinh viên làm bản thu hoạch trả lời một số câu hỏi đặt ra liên quan đến vấn đề được tham quan và nghe báo cáo. Bài báo cáo/thu hoạch có thể tổng kết những gì học hỏi được từ việc tham quan, nghe báo cáo chuyên đề. Bản thu hoạch được nộp cho giảng viên đứng lớp chính.

Bài báo cáo/thu hoạch này nhằm tạo cơ hội giúp sinh viên đạt được các CLO1.3, CLO2.1, CLO2.4.

f) Làm bài tập lớn môn học

Tùy vào điều kiện cụ thể, sinh viên có thể nhận yêu cầu về lập kế hoạch marketing từ doanh nghiệp hoặc yêu cầu từ giảng viên để làm bài tập lớn. Bài tập lớn này là một dự án lập kế hoạch marketing thực tế hay giả định. Sinh viên cần tiếp xúc với doanh nghiệp hay nghiên cứu nhiều nguồn thông tin như internet, tạp chí, tài liệu... để xác định được yêu cầu lập kế hoạch marketing. Sau khi được chấp nhận của giảng viên, sinh viên tiến hành lập kế hoạch marketing cho một sản phẩm, nhãn hiệu. Bản kế hoạch marketing (dưới dạng word) khi trích dẫn tài liệu học thuật phải dẫn nguồn. Sinh viên có thể được yêu cầu làm bài tập lớn môn học theo cá nhân hoặc theo nhóm tùy vào mức độ, quy mô lớp và điều kiện cụ thể của mỗi lớp.

Làm bài tập lớn môn học nhằm giúp sinh viên đạt được các CLO1.2, CLO1.3, CLO2.1, CLO2.2, CLO2.3, CLO3.1, CLO3.2.

7. Đánh giá môn học

Thành phần đánh giá	Bài đánh giá	Thời điểm	CĐR môn học	Tỷ lệ %
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Đánh giá quá trình	Nhóm: Bài tập lớn (Kế hoạch marketing) A.1.3, A.1.4, A.1.6, A.1.7, A.1.8, A.1.9, A.1.12, A.1.13, A.1.14	Giữa học kỳ	CLO1.2, CLO1.3, CLO2.1, CLO2.2, CLO2.3, CLO3.1, CLO3.2	50%
Đánh giá quá trình	Cá nhân: LMS, Báo cáo tham quan doanh nghiệp/nghe báo cáo chuyên đề A.1.1, A.1.2, A.1.5, A.1.11	Giữa học kỳ	CLO1.3, CLO2.1, CLO2.4	
Đánh giá cuối kỳ	Thi trắc nghiệm A.3.1	Cuối học kỳ	CLO1.1, CLO1.2, CLO1.3, CLO2.1, CLO2.2, CLO2.3, CLO2.4	50%
	Tổng cộng			100%

8. Kế hoạch giảng dạy

8.1 Đối với lớp học ban ngày (14 buổi):

Buổi học	Nội dung	CĐR môn học	Hoạt động dạy và học								Bài đánh giá	Tài liệu chính và tài liệu tham khảo
			Học tại nhà		Học trên lớp		Thực hành trên lớp		Thực hành ngoài lớp			
			Công việc	Số giờ	Công việc	Số tiết	Công việc	Số tiết	Công việc	Số tiết		
1	Bài 1: Khái quát về quản trị marketing - Giới thiệu môn học - Bản chất của marketing - Quản trị marketing: Khái niệm, đặc điểm, những nhiệm vụ chủ yếu	CLO1.1	Sinh viên đọc trước nội dung bài học	7	Giảng viên thuyết trình	3	Thảo luận nhóm: Các công việc và tổ chức của một trường phòng marketing	1.5			A.1.1: Bài trắc nghiệm-1	[1], [2], [3]
Làm bài tập	2											
2	Bài 2: Xây dựng chiến lược và kế hoạch marketing - Xây dựng kế hoạch chiến lược cấp công ty - Xây dựng kế hoạch chiến lược cấp đơn vị kinh doanh - Lập kế hoạch chiến lược cấp công ty - Lập kế hoạch chiến lược cấp đơn vị kinh doanh - Xây dựng kế hoạch marketing	CLO1.3	Sinh viên đọc trước nội dung bài học	7	Giảng viên thuyết trình	3	Thảo luận nhóm: Tập đoàn Vingroup	1.5			A.1.2: Bài trắc nghiệm-2	[1], [2], [3]
Làm bài tập	2											

Buổi học	Nội dung	CDR môn học	Hoạt động dạy và học								Bài đánh giá	Tài liệu chính và tài liệu tham khảo
			Học tại nhà		Học trên lớp		Thực hành trên lớp		Thực hành ngoài lớp			
			Công việc	Số giờ	Công việc	Số tiết	Công việc	Số tiết	Công việc	Số tiết		
3	Bài 3: Thu thập và phân tích thông tin marketing - Khái niệm, đặc điểm, ý nghĩa của việc phân tích thông tin marketing - Phân tích môi trường nội bộ - Phân tích môi trường khách hàng - Phân tích môi trường cạnh tranh - Phân tích môi trường vĩ mô	CLO1.2	Sinh viên đọc trước nội dung bài học	7	Giảng viên thuyết trình	3	Làm bài tập lớn: xác định các yếu tố môi trường ảnh hưởng đến công ty đã chọn	1.5			A.1.3: Bài tập lớn-1	[1], [2], [3]
Làm bài tập	2											
4	Bài 4: Phân tích khách hàng, phân khúc và thị trường mục tiêu - Hành vi khách hàng của thị trường tiêu dùng cá nhân - Hành vi khách hàng của thị trường công nghiệp - Phân khúc thị trường - Nhận dạng các khúc thị trường - Xác định thị trường mục tiêu	CLO1.2 CLO2.1 CLO2.2	Sinh viên đọc trước nội dung bài học	7	Giảng viên thuyết trình	3	Làm bài tập lớn: xác định phân khúc thị trường và thị trường mục tiêu của công ty đã chọn	1.5			A.1.4: Bài tập lớn-2	[1], [2], [3]
Làm bài tập	2											

Buổi học	Nội dung	CĐR môn học	Hoạt động dạy và học								Bài đánh giá	Tài liệu chính và tài liệu tham khảo	
			Học tại nhà		Học trên lớp		Thực hành trên lớp		Thực hành ngoài lớp				
			Công việc	Số giờ	Công việc	Số tiết	Công việc	Số tiết	Công việc	Số tiết			
5	Bài 5: Tham quan doanh nghiệp - Doanh nghiệp (thông báo sau)	CLO2.4 CLO3.1 CLO3.2								Tham quan DN	5	A.1.5: Báo cáo tham quan DN	
6	Bài 6: Chiến lược sản phẩm - Các vấn đề cơ bản trong quản trị sản phẩm: phân loại, đặc tính, danh mục sản phẩm, đóng gói, các dịch vụ hỗ trợ - Quản trị thương hiệu - Chiến lược khác biệt và định vị sản phẩm - Quản trị sản phẩm theo chu kỳ sống	CLO2.1 CLO2.3	Sinh viên đọc trước nội dung bài học	7	Giảng viên thuyết trình	3	Làm bài tập lớn: xác định định vị thương hiệu và chiến lược sản phẩm – thương hiệu của công ty đã chọn	1.5				A.1.6: Bài tập lớp-3	[1], [2], [3]
	Làm bài tập	2											
7	Bài 7: Chiến lược giá - Vai trò của giá - Các vấn đề chính trong việc thiết lập giá: mục tiêu của giá, cung và cầu, cấu trúc chi phí của doanh nghiệp, cấu trúc ngành và cạnh tranh, chu kỳ sống của	CLO2.1 CLO2.3	Sinh viên đọc trước nội dung bài học	7	Giảng viên thuyết trình	3	Làm bài tập lớn: xây dựng chiến lược giá của công ty đã chọn	1.5				A.1.7: Bài tập lớn-4	[1], [2], [3]

Buổi học	Nội dung	CĐR môn học	Hoạt động dạy và học								Bài đánh giá	Tài liệu chính và tài liệu tham khảo	
			Học tại nhà		Học trên lớp		Thực hành trên lớp		Thực hành ngoài lớp				
			Công việc	Số giờ	Công việc	Số tiết	Công việc	Số tiết	Công việc	Số tiết			
	sản phẩm - Chiến lược giá		Làm bài tập	2									
8	Bài 8: Chiến lược phân phối - Bản chất và chức năng của hệ thống kênh phân phối. - Cấu trúc và hoạt động của kênh - Tổ chức xây dựng kênh phân phối - Quản lý kênh phân phối - Các hệ thống kênh	CLO2.1 CLO2.3	Sinh viên đọc trước nội dung bài học	7	Giảng viên thuyết trình	3	Làm bài tập lớn: xây dựng chiến lược phân phối của công ty đã chọn	1.5			A.1.8: Bài tập lớn-5	[1], [2], [3]	
	Làm bài tập	2											
9	Bài 9: Quản trị truyền thông marketing tích hợp - Bản chất của truyền thông marketing tích hợp - Xây dựng kế hoạch truyền thông - Quảng cáo - Xúc tiến bán hàng	CLO2.1 CLO2.3	Sinh viên đọc trước nội dung bài học	7	Giảng viên thuyết trình	3	Làm bài tập lớn: xây dựng chiến lược truyền thông, lựa chọn kênh truyền thông, thông điệp truyền thông và kế hoạch truyền thông	3			A.1.8: Bài tập lớn-6	[1], [2], [3]	
	Làm bài tập	2											

Buổi học	Nội dung	CDR môn học	Hoạt động dạy và học								Bài đánh giá	Tài liệu chính và tài liệu tham khảo	
			Học tại nhà		Học trên lớp		Thực hành trên lớp		Thực hành ngoài lớp				
			Công việc	Số giờ	Công việc	Số tiết	Công việc	Số tiết	Công việc	Số tiết			
10	Bài 10: Quản trị truyền thông marketing tích hợp (tt) - Bán hàng cá nhân - Marketing trực tiếp - Quan hệ công chúng - Digital marketing	CLO2.1 CLO2.3	Sinh viên đọc trước nội dung bài học	7	Giảng viên thuyết trình	3	của công ty đã chọn					[1], [2], [3]	
			Làm bài tập	2									
11	Bài 11: Nghe báo cáo chuyên đề - Chuyên đề, báo cáo viên (thông báo sau)	CLO2.2 CLO3.1 CLO3.2							Nghe báo cáo chuyên đề	5	A.1.11: Báo cáo nghe chuyên đề		
12	Bài 12: Tổ chức, thực hiện và kiểm tra các hoạt động marketing - Hệ thống tổ chức quản trị marketing - Thực hiện kế hoạch và biện pháp marketing - Đánh giá và kiểm tra	CLO1.3 CLO2.4	Sinh viên đọc trước nội dung bài học	7	Giảng viên thuyết trình	3	Thảo luận nhóm: Công ty TNHH Hotdeal Việt Nam	1.5				A.1.12: Bài tập lớn-7	[1], [2], [3]
			Làm bài tập	2									

Buổi học	Nội dung	CDR môn học	Hoạt động dạy và học								Bài đánh giá	Tài liệu chính và tài liệu tham khảo	
			Học tại nhà		Học trên lớp		Thực hành trên lớp		Thực hành ngoài lớp				
			Công việc	Số giờ	Công việc	Số tiết	Công việc	Số tiết	Công việc	Số tiết			
13	Bài 13: Bài tập lớn - Thu thập thông tin - Viết báo cáo	CLO2.1 CLO2.2 CLO2.3								Hướng dẫn làm bài tập lớn	5	A.1.13: Kế hoạch marketing cho một sản phẩm, nhãn hiệu	[1], [2], [3]
14	Bài 14: Thuyết trình - Nộp Báo cáo (bài tập lớn) - Thuyết trình	CLO2.4 CLO3.1 CLO3.2					Thuyết trình	4.5				A.1.14: Báo cáo kế hoạch marketing cho một sản phẩm, nhãn hiệu	
	Cộng			90		30		15		15			

8.2 Đối với lớp học ban đêm (20 buổi)

Buổi học	Nội dung	CĐR môn học	Hoạt động dạy và học								Bài đánh giá	Tài liệu chính và tài liệu tham khảo
			Học tại nhà		Học trên lớp		Thực hành trên lớp		Thực hành ngoài lớp			
			Công việc	Số giờ	Công việc	Số tiết	Công việc	Số tiết	Công việc	Số tiết		
1	Bài 1: Khái quát về quản trị marketing - Giới thiệu môn học - Bản chất của marketing - Quản trị marketing: Khái niệm, đặc điểm, những nhiệm vụ chủ yếu	CLO1.1	Sinh viên đọc trước nội dung bài học	7	Giảng viên thuyết trình	3					A.1.1: Bài trắc nghiệm-1	[1], [2], [3]
	Làm bài tập	2										
2	Bài 2: Xây dựng chiến lược và kế hoạch marketing - Xây dựng kế hoạch chiến lược cấp công ty - Xây dựng kế hoạch chiến lược cấp đơn vị kinh doanh	CLO1.3	Sinh viên đọc trước nội dung bài học	7	Giảng viên thuyết trình	1.5	Thảo luận nhóm: Các công việc và tổ chức của một trường phòng marketing	1.5			[1], [2], [3]	
3	Bài 2: Xây dựng chiến lược và kế hoạch marketing (tt) - Lập kế hoạch chiến lược cấp công ty - Lập kế hoạch chiến lược cấp đơn vị kinh doanh - Xây dựng kế hoạch marketing	CLO1.3			Giảng viên thuyết trình	1.5	Thảo luận nhóm: Tập đoàn Vingroup	1.5			A.1.2: Bài trắc nghiệm-2	[1], [2], [3]
	Làm bài tập	2										

Buổi học	Nội dung	CDR môn học	Hoạt động dạy và học								Bài đánh giá	Tài liệu chính và tài liệu tham khảo
			Học tại nhà		Học trên lớp		Thực hành trên lớp		Thực hành ngoài lớp			
			Công việc	Số giờ	Công việc	Số tiết	Công việc	Số tiết	Công việc	Số tiết		
4	Bài 3: Thu thập và phân tích thông tin marketing - Khái niệm, đặc điểm, ý nghĩa của việc phân tích thông tin marketing - Phân tích môi trường nội bộ - Phân tích môi trường khách hàng - Phân tích môi trường cạnh tranh - Phân tích môi trường vĩ mô	CLO1.2	Sinh viên đọc trước nội dung bài học	7	Giảng viên thuyết trình	3					A.1.3: Bài tập lớn-1	[1], [2], [3]
	Làm bài tập	2										
5	Bài 4: Phân tích khách hàng, phân khúc và thị trường mục tiêu - Hành vi khách hàng của thị trường tiêu dùng cá nhân - Hành vi khách hàng của thị trường công nghiệp	CLO1.2 CLO2.1 CLO2.2	Sinh viên đọc trước nội dung bài học	7	Giảng viên thuyết trình	1.5	Làm bài tập lớn: xác định các yếu tố môi trường ảnh hưởng đến công ty đã chọn	1.5			[1], [2], [3]	
6	Bài 4: Phân tích khách hàng, phân khúc và thị trường mục tiêu (tt) - Phân khúc thị trường - Nhận dạng các khúc thị trường - Xác định thị trường mục tiêu	CLO1.2 CLO2.1 CLO2.2	Làm bài tập	2	Giảng viên thuyết trình	1.5	Làm bài tập lớn: xác định phân khúc thị trường và thị trường mục tiêu của công ty đã chọn	1.5			A.1.4: Bài tập lớn-2	[1], [2], [3]

Buổi học	Nội dung	CĐR môn học	Hoạt động dạy và học								Bài đánh giá	Tài liệu chính và tài liệu tham khảo
			Học tại nhà		Học trên lớp		Thực hành trên lớp		Thực hành ngoài lớp			
			Công việc	Số giờ	Công việc	Số tiết	Công việc	Số tiết	Công việc	Số tiết		
7	Bài 5: Chiến lược sản phẩm - Các vấn đề cơ bản trong quản trị sản phẩm: phân loại, đặc tính, danh mục sản phẩm, đóng gói, các dịch vụ hỗ trợ - Quản trị thương hiệu - Chiến lược khác biệt và định vị sản phẩm - Quản trị sản phẩm theo chu kỳ sống	CLO2.1 CLO2.3	Sinh viên đọc trước nội dung bài học	7	Giảng viên thuyết trình	3					A.1.6: Bài tập lớp-3	[1], [2], [3]
	Làm bài tập	2										
8	Bài 6: Chiến lược giá - Vai trò của giá - Các vấn đề chính trong việc thiết lập giá: mục tiêu của giá, cung và cầu, cấu trúc chi phí của doanh nghiệp, cấu trúc ngành và cạnh tranh, chu kỳ sống của sản phẩm	CLO2.1 CLO2.3	Sinh viên đọc trước nội dung bài học	7	Giảng viên thuyết trình	1.5	Làm bài tập lớn: xác định định vị thương hiệu và chiến lược sản phẩm – thương hiệu của công ty đã chọn	1.5				[1], [2], [3]
9	Bài 6: Chiến lược giá (tt) - Chiến lược giá	CLO2.1 CLO2.3	Làm bài tập	2	Giảng viên thuyết trình	1.5	Làm bài tập lớn: xây dựng chiến lược giá của công ty đã chọn	1.5			A.1.7: Bài tập lớn-4	[1], [2], [3]

Buổi học	Nội dung	CDR môn học	Hoạt động dạy và học								Bài đánh giá	Tài liệu chính và tài liệu tham khảo
			Học tại nhà		Học trên lớp		Thực hành trên lớp		Thực hành ngoài lớp			
			Công việc	Số giờ	Công việc	Số tiết	Công việc	Số tiết	Công việc	Số tiết		
10	Bài 7: Chiến lược phân phối - Bản chất và chức năng của hệ thống kênh phân phối. - Cấu trúc và hoạt động của kênh - Tổ chức xây dựng kênh phân phối - Quản lý kênh phân phối - Các hệ thống kênh	CLO2.1 CLO2.3	Sinh viên đọc trước nội dung bài học	7	Giảng viên thuyết trình	3					A.1.8: Bài tập lớn-5	[1], [2], [3]
			Làm bài tập	2								
11	Bài 8: Quản trị truyền thông marketing tích hợp - Bản chất của truyền thông marketing tích hợp - Xây dựng kế hoạch truyền thông - Quảng cáo - Xúc tiến bán hàng	CLO2.1 CLO2.3	Sinh viên đọc trước nội dung bài học	7	Giảng viên thuyết trình	3					A.1.8: Bài tập lớn-6	[1], [2], [3]
			Làm bài tập	2								
12	Bài 8: Quản trị truyền thông marketing tích hợp (tt) - Bán hàng cá nhân - Marketing trực tiếp - Quan hệ công chúng - Digital marketing	CLO2.1 CLO2.3	Sinh viên đọc trước nội dung bài học	7	Giảng viên thuyết trình	3					[1], [2], [3]	
			Làm bài tập	2								

Buổi học	Nội dung	CĐR môn học	Hoạt động dạy và học								Bài đánh giá	Tài liệu chính và tài liệu tham khảo	
			Học tại nhà		Học trên lớp		Thực hành trên lớp		Thực hành ngoài lớp				
			Công việc	Số giờ	Công việc	Số tiết	Công việc	Số tiết	Công việc	Số tiết			
13	Bài 9: Bài tập lớn - Chiến lược truyền thông	CLO2.1 CLO2.3						Làm bài tập lớn: xây dựng chiến lược truyền thông của công ty đã chọn	3				
14	Bài 10: Nghe báo cáo chuyên đề - Chuyên đề, báo cáo viên (thông báo sau)	CLO2.2 CLO3.1 CLO3.2								Nghe báo cáo chuyên đề	5	A.1.11: Báo cáo nghe chuyên đề	
15	Bài 11: Tổ chức, thực hiện và kiểm tra các hoạt động marketing - Hệ thống tổ chức quản trị marketing - Thực hiện kế hoạch và biện pháp marketing	CLO1.3 CLO2.4	Sinh viên đọc trước nội dung bài học	7	Giảng viên thuyết trình	1.5	Thảo luận nhóm: Công ty TNHH Hotdeal Việt Nam	1.5				A.1.12: Bài tập lớn-7	[1], [2], [3]
			Làm bài tập	2									
16	Bài 11: Tổ chức, thực hiện và kiểm tra các hoạt động marketing - Đánh giá và kiểm tra	CLO1.3 CLO2.4			Giảng viên thuyết trình	1.5	Làm bài tập lớn: xây dựng chiến lược phân phối của công ty đã chọn	1.5				A.1.13: Kế hoạch marketing cho một sản phẩm, nhãn hiệu	[1], [2], [3]

Buổi học	Nội dung	CĐR môn học	Hoạt động dạy và học								Bài đánh giá	Tài liệu chính và tài liệu tham khảo	
			Học tại nhà		Học trên lớp		Thực hành trên lớp		Thực hành ngoài lớp				
			Công việc	Số giờ	Công việc	Số tiết	Công việc	Số tiết	Công việc	Số tiết			
17	Bài 12: Bài tập lớn - Thu thập thông tin - Viết báo cáo	CLO2.1 CLO2.2 CLO2.3								Tự làm bài tập lớn	5	A.1.13: Kế hoạch marketing cho một sản phẩm, nhãn hiệu	[1], [2], [3]
18	Bài 14: Thuyết trình - Nộp Báo cáo (bài tập lớn) - Thuyết trình	CLO2.4 CLO3.1 CLO3.2					Thuyết trình	3				A.1.14: Báo cáo kế hoạch marketing cho một sản phẩm, nhãn hiệu	
19	Bài 14: Thuyết trình (tt) - Nộp Báo cáo (bài tập lớn) - Thuyết trình	CLO2.4 CLO3.1 CLO3.2					Thuyết trình	3				A.1.14: Báo cáo kế hoạch marketing cho một sản phẩm, nhãn hiệu	
20	Bài 15: Ôn tập	CLO1.1 CLO1.2 CLO1.3 CLO2.1 CLO2.2 CLO2.3								Tự ôn tập	5		
	Cộng			90		30		15			15		

9. Quy định của môn học

- Quy định về nộp bài tập, bài kiểm tra: Sinh viên nộp bài tập được giao đúng hạn và có mặt đúng giờ quy định để làm bài kiểm tra.
- Quy định về chuyên cần: Cá nhân sinh viên và các nhóm cần hoàn thành ít nhất 80% bài tập được giao để đạt được điểm đánh giá quá trình
- Quy định về cấm thi: Sinh viên vắng quá hai buổi học trên lớp sẽ không được tham gia thi cuối học kỳ.
- Nội quy lớp học: Sinh viên cần tuân theo nội quy của Trường Đại học Mở Thành phố Hồ Chí Minh.

TRƯỞNG KHOA QTKD



Trịnh Thùy Anh

Giảng viên biên soạn



Bùi Ngọc Tuấn Anh