

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC QUẢN LÝ VÀ CÔNG NGHỆ HẢI PHÒNG



CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO
ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT
MÔN: MARKETING CĂN BẢN

NGÀNH QUẢN TRỊ KINH DOANH
TRÌNH ĐỘ ĐẠI HỌC - MÃ NGÀNH 7340101

HẢI PHÒNG, 2023

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC QUẢN LÝ VÀ CÔNG NGHỆ HẢI PHÒNG



CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO
ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT
MÔN: MARKETING CĂN BẢN

NGÀNH QUẢN TRỊ KINH DOANH

TRÌNH ĐỘ ĐẠI HỌC - MÃ NGÀNH 7340101

*(Ban hành theo Quyết định số ... ngày .../.../20...
của Hiệu trưởng Nhà trường)*

Phê duyệt

Trình duyệt

Hiệu trưởng
TS Nguyễn Tiến Thanh

Phụ trách ngành
TS Nguyễn Thị Hoàng Đan

MARKETING CĂN BẢN

Mã học phần: MAR32031 – Số tín chỉ: 03

Dùng cho ngành: Quản trị Kinh doanh

Điều kiện tiên quyết (nếu có):

Hình thức đào tạo: Trực tiếp hoặc trực tuyến

Đơn vị phụ trách: Khoa Quản trị Kinh doanh

Giảng viên phụ trách giảng dạy:

1. Ths. Nguyễn Văn Thụ
2. Ths. Lê Thị Nam Phương

1. Mô tả chung về học phần

Trong tiến trình chuyển đổi sang nền kinh tế thị trường theo định hướng xã hội chủ nghĩa và hội nhập vào nền kinh tế thế giới ở nước ta hiện nay, việc hiểu biết và vận dụng kiến thức Marketing vào thực tiễn kinh doanh là mối quan tâm của các doanh nghiệp. Học phần Marketing Căn bản là học phần trang bị cho sinh viên những kiến thức cơ bản và tổng hợp nhất về Marketing định hướng thị trường giúp sinh viên có thể ứng dụng để quản trị doanh nghiệp theo triết lý Marketing.

Cụ thể với nội dung chi tiết, sinh viên sẽ được trang bị các kiến thức Marketing cơ bản, vai trò của Marketing trong kinh doanh, các khái niệm cơ bản về Marketing. Ngoài ra sinh viên còn được trang bị các kiến thức về hệ thống thông tin Marketing, tác động của môi trường kinh doanh tới hoạt động Marketing của doanh nghiệp, hành vi khách hàng, kỹ thuật phân đoạn thị trường và lựa chọn thị trường mục tiêu, kế hoạch hóa hoạt động Marketing, chiến lược sản phẩm, giá, phân phối và xúc tiến hỗn hợp.

Sau khi nghiên cứu học phần, sinh viên sẽ nắm được những lý luận cơ bản của Marketing, là cơ sở để nắm vững kiến thức các môn chuyên ngành và ứng dụng để xử lý các tình huống Marketing thực tế của doanh nghiệp và quản trị doanh nghiệp theo triết lý Marketing.

2. Các chữ viết tắt (nếu có): ĐG – Đánh giá, BT - Bài tập, GV- Giảng viên

3. Chuẩn đầu ra của học phần

Mã	Chuẩn đầu ra học phần
----	-----------------------

a2	Vận dụng lý luận và thực tế để hiểu các nguyên lý cơ bản của Marketing, hệ thống thông tin Marketing, tác động của môi trường kinh doanh.
a3	Vận dụng các kiến thức lý luận và thực tiễn để giải thích, phân tích hành vi khách hàng, phân đoạn thị trường, kế hoạch hóa Marketing và các công cụ Marketing-Mix nhằm giải quyết được bài toán thực tế của hoạt động Marketing.
b3	Sử dụng kỹ năng phân tích, tổng hợp, tư duy logic để giải quyết các vấn đề liên quan đến hoạt động Marketing của doanh nghiệp.
c3	Thể hiện tác phong làm việc nghiêm túc, có ý thức kỷ luật, tích cực phát biểu trong học tập, thảo luận môn học.

4. Giáo trình và tài liệu học tập

[1] GS.TS.Trần Minh Đạo. (2013). *Marketing căn bản*. NXB ĐH Kinh tế Quốc dân.

[2] Phillip Korler, TS.Phan Thăng dịch. (2013). *Marketing căn bản*. NXB Lao động.

[3] ĐH Kinh tế TP HCM, ThS.Đinh Tiến Minh. (2014). *Marketing căn bản*. NXB Lao động

5. Chiến lược học tập

Sinh viên cần tích cực và chủ động tham gia vào quá trình học tập; phải tham gia đầy đủ các tiết học theo quy định, hoàn thành các nhiệm vụ học tập theo đúng tiến độ.

Để hoàn thành tốt học phần này, sinh viên cần:

- Nghe giảng để hiểu được kiến thức cơ bản của học phần do giảng viên cung cấp trên lớp và tìm hiểu kiến thức trong tài liệu chính và tài liệu tham khảo.
- Thu thập thông tin qua các phương tiện truyền thông như qua ti vi, internet và sách báo nhằm có được tư duy thực tế để giải quyết tình huống liên quan đến nội dung học phần hoặc các bài tập nhóm do giảng viên đưa ra.
- Trong các buổi học, sinh viên cần chủ động, tích cực và sáng tạo giải quyết tốt được các câu hỏi giúp cho việc đánh giá kết quả tốt hơn.
- Sinh viên cần phải biết làm việc theo nhóm một cách hiệu quả nhất để hoàn thành được các bài tập nhóm do giảng viên giao cho.

6. Nội dung, kế hoạch giảng dạy và đánh giá

Nội dung và kế hoạch giảng dạy, đánh giá	Hoạt động học tập của người học				Chuẩn đầu ra
	Trên lớp	ST	Tự học	SG	
Mở đầu, giới thiệu		0.5			

Nghe giới thiệu về giảng viên, giới thiệu học phần, đề cương chi tiết, giáo trình, tài liệu ... Trao đổi khác liên quan					
CHƯƠNG 1: BẢN CHẤT CỦA MARKETING TRONG KINH DOANH		2	Đọc và nghiên cứu nội dung các khái niệm và vai trò của Marketing trong tài liệu [1][2][3]	10	a2, b3, c3
1.1. Sự ra đời của Marketing	Nghe giảng Thảo luận	0.5			
1.2. Một số khái niệm nền tảng của marketing	Nghe giảng Thảo luận	1			
1.3 Quy trình Marketing	Nghe giảng Thảo luận	0.5			
1.4. Ứng dụng quản trị Marketing	Nghe giảng Thảo luận	0.5			
CHƯƠNG 2: HỆ THỐNG THÔNG TIN VÀ NGHIÊN CỨU MARKETING		3	Đọc và nghiên cứu nội dung hệ thống MIS trong tài liệu [1][2][3]	10	a2, b3, c3
2.1. Khái quát về hệ thống thông tin và nghiên cứu marketing	Nghe giảng Thảo luận	2			
2.2. Hệ thống thông tin marketing	Nghe giảng Thảo luận				
2.3. Nghiên cứu Marketing	Nghe giảng Thảo luận	1			
CHƯƠNG 3 : MÔI TRƯỜNG MARKETING		6	Đọc và nghiên cứu nội dung ảnh hưởng của môi trường kinh doanh tới hoạt động Marketing trong tài liệu [1][2][3]	15	a2, b3, c3
3.1. Tổng quan sự tác động của môi trường kinh doanh	Nghe giảng Thảo luận	2			
3.2. Tác động của môi trường marketing vĩ mô	Nghe giảng Thảo luận	2			
3.3. Tác động của môi trường marketing vĩ mô	Nghe giảng Thảo luận	2			
Đánh giá 1: Vận dụng lý luận và thực tế để hiểu các nguyên lý cơ bản của Marketing, hệ thống thông tin Marketing, tác động của môi trường kinh doanh	Kiểm tra trên lớp	1			a2, b3, c3
CHƯƠNG 4: HÀNH VI KHÁCH HÀNG		6	Đọc và nghiên cứu nội dung về	15	a3, b3, c3

4.1. Khái quát về hành vi khách hàng	Nghe giảng Thảo luận	1	hành vi khách hàng và định hướng hoạt động Marketing của DN trong tài liệu [1][2][3]		
4.2. Hành vi mua của người tiêu dùng	Nghe giảng Thảo luận	3			
4.3. Hành vi mua của khách hàng tổ chức	Nghe giảng Thảo luận	2			
CHƯƠNG 5: PHÂN ĐOẠN THỊ TRƯỜNG VÀ LỰA CHỌN THỊ TRƯỜNG MỤC TIÊU		5	Đọc và nghiên cứu nội dung phân đoạn thị trường và lựa chọn thị trường mục tiêu trong tài liệu [1][2][3]. Làm BT nhóm	15	a3, b3, c3
5.1. Phân đoạn thị trường	Nghe giảng Thảo luận	3			
5.2. Lựa chọn thị trường mục tiêu	Nghe giảng Thảo luận	2			
CHƯƠNG 6: KẾ HOẠCH HÓA CHIẾN LƯỢC MARKETING	Nghe giảng Thảo luận	2	Đọc và nghiên cứu nội dung lập kế hoạch chiến lược Marketing trong tài liệu [1][2][3]	5	a3, b3, c3
6.1. Khái quát về chiến lược marketing	Nghe giảng Thảo luận	1			
6.2. Những nội dung cơ bản của một bản Kế hoạch marketing	Nghe giảng Thảo luận	1			
Đánh giá 2: Vận dụng các kiến thức lý luận và thực tiễn để giải thích, phân tích hành vi khách hàng, phân đoạn thị trường, kế hoạch hóa Marketing và các công cụ Marketing-Mix nhằm giải quyết được bài toán thực tế của hoạt động Marketing	Kiểm tra trên lớp	1			a3, b3, c3
CHƯƠNG 7: QUYẾT ĐỊNH SẢN PHẨM		6	Đọc và nghiên cứu nội dung chiến lược sản phẩm trong tài liệu [1][2][3]. Làm BT nhóm	15	a3, b3, c3
7.1. Sản phẩm theo quan điểm marketing	Nghe giảng Thảo luận	1			
7.2. Danh mục và chủng loại	Nghe giảng Thảo luận	1			
7.3. Các quyết định liên quan tới từng đơn vị sản phẩm	Nghe giảng Thảo luận	1			
7.4. Quyết định về chủng loại và danh mục hàng hoá	Nghe giảng Thảo luận	1			

7.5. Thiết kế và marketing sản phẩm mới	Nghe giảng Thảo luận	1			
7.6. Chu kỳ sống của sản phẩm	Nghe giảng Thảo luận	1			
CHƯƠNG 8: QUYẾT ĐỊNH GIÁ		4		10	a3, b3, c3
8.1. Khái quát chung về giá	Nghe giảng Thảo luận	1	Đọc và nghiên cứu nội dung chiến lược giá trong tài liệu [1][2][3]. Làm BT cá nhân, nhóm		
8.2. Các yếu tố cơ bản ảnh hưởng tới quyết định giá	Nghe giảng Thảo luận	1			
8.3. Quy trình định giá	Nghe giảng Thảo luận	1			
8.4. Các phương pháp định giá	Nghe giảng Thảo luận	0.5			
8.5. Các chính sách giá điển hình	Nghe giảng Thảo luận	0.5			
CHƯƠNG 9: QUYẾT ĐỊNH PHÂN PHỐI		3		10	a3, b3, c3
9.1. Khái quát về kênh phân phối	Nghe giảng Thảo luận	1	Đọc và nghiên cứu nội dung chiến lược phân phối trong tài liệu [1][2][3]. Làm BT nhóm		
9.2. Cấu trúc kênh phân phối	Nghe giảng Thảo luận	1			
9.3. Lựa chọn và quản lý kênh phân phối	Nghe giảng Thảo luận	1			
CHƯƠNG 10: QUYẾT ĐỊNH VỀ XÚC TIẾN VÀ TRUYỀN THÔNG		3		10	a3, b3, c3
10.1. Bản chất của xúc tiến hỗn hợp	Nghe giảng Thảo luận	1	Đọc và nghiên cứu nội dung chiến lược xúc tiến hỗn hợp trong tài liệu [1][2][3]. Làm BT nhóm		
10.2. Quá trình xây dựng chương trình truyền thông	Nghe giảng Thảo luận				
10.3. Các hình thức truyền thông	Nghe giảng Thảo luận	2			
Tổng kết, ôn tập	Thực hành	2	Đọc và nghiên cứu nội dung các chương 7,8,9,10 trong tài liệu [1][2][3]. Làm BT nhóm	5	a3, b3, c3
Đánh giá 3: Sử dụng kỹ năng phân tích, tổng hợp, tư duy	Thi tự luận				a2,a3, b3, c3

logic để giải quyết các vấn đề liên quan đến hoạt động Marketing của doanh nghiệp					
Tổng số tiết/giờ học		45		120	

ST - Số tiết chuẩn, SG - Số giờ

7. Đánh giá kết quả học tập

Hoạt động đánh giá của học phần gồm:

Phân loại	Phương pháp đánh giá	Tỷ trọng	Chuẩn đầu ra			
			a2	a3	b3	c3
Quá trình	ĐG1 trên lớp	20%	x			x
	ĐG2 trên lớp	20%		x		x
Kết thúc học phần	ĐG3. Bài thi tự luận	60%			x	x
<i>Tổng cộng:</i>		100%				

8. Hoạt động đánh giá

8.1. Hoạt động đánh giá 1 - Chuẩn đầu ra: a2 - Tỷ lệ: 20% điểm học phần

- Mô tả chung:

+ Nội dung đánh giá: Giúp sinh viên vận dụng lý luận và thực tế để hiểu các nguyên lý cơ bản của Marketing, hệ thống thông tin Marketing, tác động của môi trường kinh doanh.

+ Hình thức đánh giá: Đánh giá thông qua bài kiểm tra tự luận 50 phút trên lớp.

- Các yêu cầu: Sinh viên phải làm bài kiểm tra để chứng tỏ khả năng vận dụng lý luận và thực tế để hiểu các nguyên lý cơ bản của Marketing, hệ thống thông tin Marketing, tác động của môi trường kinh doanh.

- Thời gian thực hiện bài kiểm tra: khi kết thúc chương 3

- Thời hạn nộp minh chứng: ngay sau khi kết thúc giờ kiểm tra

- Ma trận đánh giá:

Tiêu chí đánh giá	Khung điểm				
	A	B	C	D	F
	8,5 ÷ 10	7,0 ÷ 8,4	5,5 ÷ 6,9	4,0 ÷ 5,4	< 4,0
a2: vận dụng lý luận và thực tế để hiểu đúng các nguyên lý cơ bản của Marketing, hệ thống thông tin Marketing, tác động của môi trường kinh doanh.	Phải làm đúng ít nhất (85% - 100%) các câu hỏi	Phải làm đúng ít nhất (70% - 84%) các câu hỏi	Phải làm đúng ít nhất (55% - 69%) các câu hỏi	Phải làm đúng ít nhất (40% - 54%) các câu hỏi	Làm đúng < 40% các câu hỏi

8.2. Hoạt động đánh giá 2 - Chuẩn đầu ra: a3 - Tỷ lệ: 20% điểm học phần

- Mô tả chung:

- Nội dung đánh giá: giúp sinh viên vận dụng các kiến thức lý luận và thực tiễn để giải thích, phân tích hành vi khách hàng, phân đoạn thị trường, kế hoạch hóa Marketing và các công cụ Marketing-Mix nhằm giải quyết được bài toán thực tế của hoạt động Marketing

- Hình thức đánh giá: Đánh giá thông qua bài kiểm tra tự luận.

- Các yêu cầu: Sinh viên phải làm bài kiểm tra để chứng tỏ khả năng vận dụng các kiến thức lý luận và thực tiễn để giải thích, phân tích hành vi khách hàng, phân đoạn thị trường, kế hoạch hóa Marketing và các công cụ Marketing-Mix nhằm giải quyết được bài toán thực tế của hoạt động Marketing

- Thời gian thực hiện bài kiểm tra: khi kết thúc chương 6

- Thời hạn nộp minh chứng: ngay sau khi kết thúc giờ kiểm tra

- Ma trận đánh giá:

Tiêu chí đánh giá	Khung điểm				
	A	B	C	D	F
	8,5 ÷ 10	7,0 ÷ 8,4	5,5 ÷ 6,9	4,0 ÷ 5,4	< 4,0
a3: Vận dụng các kiến thức lý luận và thực tiễn để giải thích,	Phải làm đúng ít nhất (85% - 100%)	Phải làm đúng ít nhất (70% - 84%) các câu hỏi	Phải làm đúng ít nhất (55% - 69%) các câu hỏi	Phải làm đúng ít nhất (40% - 54%) các câu hỏi	Làm đúng < 40% các câu hỏi

Tiêu chí đánh giá	Khung điểm				
	A	B	C	D	F
	8,5 ÷ 10	7,0 ÷ 8,4	5,5 ÷ 6,9	4,0 ÷ 5,4	< 4,0
phân tích hành vi khách hàng, phân đoạn thị trường, kế hoạch hóa Marketing và các công cụ Marketing-Mix nhằm giải quyết được bài toán thực tế của hoạt động Marketing	các câu hỏi				

8.3. Hoạt động đánh giá 3 - Chuẩn đầu ra: b3 - Tỷ lệ: 60% điểm học phần

- Hình thức đánh giá: Thi tự luận
- Mô tả bài đánh giá: Giảng viên đưa ra nội dung ôn tập liên quan đến phân tích các công cụ Marketing mix. Nội dung sẽ là các yêu cầu phân tích tình huống thực tế với nội dung liên quan đến 4P của Marketing gắn với nội dung từ chương 1 đến 10.
- Thời gian làm bài thi là 90 phút.
- Ma trận đánh giá:

Tiêu chí đánh giá	Khung điểm				
	A	B	C	D	F
	8,5 ÷ 10	7,0 ÷ 8,4	5,5 ÷ 6,9	4,0 ÷ 5,4	< 4,0
b3: Sử dụng kỹ năng phân tích, tổng hợp, tư duy logic để giải quyết các vấn đề liên quan đến hoạt động Marketing của doanh nghiệp.	Phải giải quyết được ít nhất (85% - 100%) các yêu cầu của đề bài	Phải giải quyết được ít nhất (70% - 84%) các yêu cầu của đề bài	Phải giải quyết được ít nhất (55% - 69%) các yêu cầu của đề bài	Phải giải quyết được ít nhất (40% - 54%) các yêu cầu của đề bài	Phải giải quyết được <40% các yêu cầu của đề bài

8.4. Hoạt động đánh giá quá trình học tập: Chuẩn đầu ra c3

- Có mặt trên lớp **tối thiểu 80% tổng số tiết môn học;**

- Sinh viên được **cộng điểm (điểm thưởng)** vào điểm học phần ở mục 8.5 khi tích cực tham gia phát biểu ý kiến trong quá trình học khi điểm học phần ở mục 8.5 chưa đạt tối đa, cụ thể như sau:
 - Sinh viên có từ 1-5 lần phát biểu ý kiến đúng, được cộng 0,5 điểm;
 - Sinh viên có từ 6-10 lần phát biểu ý kiến đúng, được cộng 1 điểm;
 - Sinh viên có trên 10 lần phát biểu ý kiến đúng, được cộng 2 điểm;
- Sinh viên bị **trừ điểm (điểm phạt)** vào điểm học phần ở mục 8.5 trong những trường hợp sau:
 - Không trả lời được câu hỏi kiểm tra trên lớp từ 2-5 lần trừ 0,5 điểm;
 - Không trả lời được câu hỏi kiểm tra trên lớp từ trên 6 lần trừ 1 điểm;
 - Không tham dự các tiết học trên lớp (trừ trường hợp có lý do chính đáng được giảng viên đồng ý) cứ mỗi 10% tổng số tiết vắng, sinh viên sẽ bị trừ 0,5 điểm

8.5. Kết quả đánh giá chung

Xếp loại kết quả học tập chung của học phần quy định như sau:

Kết quả học tập	Xuất sắc	Tốt	Trung bình	Trung bình yếu	Không đạt
Thang điểm chữ	A	B	C	D	F
Thang điểm 10	8,5 ÷ 10	7,0 ÷ 8,4	5,5 ÷ 6,9	4,0 ÷ 5,4	< 4,0

Điểm học phần = 20% điểm ĐG1 + 20% điểm ĐG2 + 60% điểm ĐG 3 + Điểm thưởng – Điểm phạt

(Điểm học phần tối đa = 10 điểm)

9. Các phương tiện, trang thiết bị dạy và học

- Phòng học đảm bảo 2 sinh viên/ 1 bàn, có đủ ánh sáng, phấn, bảng
- Thiết bị hỗ trợ giảng dạy: máy vi tính, máy chiếu, âm thanh
- Sinh viên cần chuẩn bị đầy đủ thiết bị phục vụ cho quá trình học tập như giấy trắng khổ A4, máy tính bỏ túi, thước kẻ, bút bi nhiều màu, bút chì, tẩy, ...

10. An toàn của sinh viên và giảng viên

- Phòng học phải được sinh viên vệ sinh sạch sẽ trước giờ vào học.
- Sinh viên sẽ được chăm sóc sức khỏe chu đáo và được tư vấn, hướng dẫn chuyển tuyến trên khi cần thiết

11. Kỷ luật, khiếu nại và hỗ trợ

Sinh viên gặp bất kỳ khó khăn gì trong quá trình học tập có thể liên hệ trực tiếp với giảng viên, Trưởng khoa/bộ môn, Văn phòng hỗ trợ sinh viên, Phòng Đào tạo, Ban Thanh tra của Nhà trường để được hướng dẫn, hỗ trợ.

**Chủ tịch Hội đồng
Xây dựng CTĐT ngành**

Hải Phòng, ngày ... tháng ... năm 2023
Người biên soạn