

**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: QUẢN TRỊ MARKETING**

**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: QUẢN TRỊ MARKETING**

**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**

# QUẢN TRỊ MARKETING

**Mã học phần: MAA33031 – Số tín chỉ: 03**

Dùng cho ngành: Quản trị Kinh doanh

Điều kiện tiên quyết (nếu có): Marketing căn bản

Hình thức đào tạo: Trực tiếp hoặc trực tuyến

Đơn vị phụ trách: Khoa Quản trị Kinh doanh

Giảng viên phụ trách: 1. ThS. Phạm Thị Nga

2. ThS. Lê Thị Nam Phương

## 1. Mô tả chung về học phần

Môn học Quản trị Marketing là môn học chuyên ngành của sinh viên chuyên ngành Marketing. Môn học trang bị cho sinh viên những kiến thức tổng hợp và chuyên sâu về hoạt động Marketing hướng vào thị trường, giúp sinh viên có thể ứng dụng để quản trị hoạt động Marketing có hiệu quả.

Cụ thể với nội dung môn học, sinh viên sẽ được trang bị các kiến thức về quản trị Marketing, vai trò của quản trị Marketing, nội dung quản trị Marketing. Ngoài ra sinh viên còn được trang bị các kiến thức chuyên ngành về lập kế hoạch Marketing, kiểm tra, đánh giá hoạt động Marketing.

Sau khi nghiên cứu môn học, sinh viên sẽ nắm được những lý luận của Quản trị Marketing và ứng dụng trong hoạt động phân tích, lập kế hoạch, thực hiện, giám sát và kiểm tra việc thực hiện kế hoạch Marketing đã đề ra.

2. **Các chữ viết tắt (nếu có):** ĐG – Đánh giá, QT – Quản trị, BT- Bài tập, GV-Giảng viên; QTM-Quản trị Marketing

## 3. Chuẩn đầu ra của học phần

Mã	Chuẩn đầu ra học phần
a3	Vận dụng lý luận Quản trị Marketing để giải thích, làm rõ các vấn đề về QTM
a4	Phân tích môi trường/lập kế hoạch chiến lược Marketing tại doanh nghiệp
a5	Đánh giá, kiểm tra hoạt động Marketing tại doanh nghiệp
b3	Sử dụng kỹ năng phân tích, tổng hợp, tư duy logic để giải quyết các yêu cầu quản trị marketing tại doanh nghiệp

## 4. Giáo trình và tài liệu học tập

[1] Philip Kotler, (2020). *Quản trị Marketing*. NXB Hồng Đức.

[2] TS.Phạm Thị Huyền, PGS.TS Trương Đình Chiến (2013). *Quản trị Marketing*. NXB

Giáo dục VN.

## 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 môn học 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	
Chương 1. TỔNG QUAN VỀ QUẢN TRỊ MARKETING		6	Đọc và nghiên cứu nội dung tổng quan về Marketing và QT Marketing	20	a3, b3
1.1 Khái niệm marketing, mục tiêu của hệ thống marketing	Nghe giảng Thảo luận	3	Marketing và QT Marketing		
1.2 Quản trị marketing	Nghe giảng Thảo luận	3	Marketing trong tài liệu [1][2]		
CHƯƠNG 2: HOẠCH ĐỊNH CHIẾN LƯỢC MARKETING		6	Đọc và nghiên cứu nội dung về hoạch định chiến lược Marketing	10	a3, b3
2.1 Công tác hoạch định ở các tổ chức	Nghe giảng Thảo luận	1	Marketing trong tài liệu [1][2]		
2.2 Hoạch định chiến lược	Nghe giảng Thảo luận	2			
2.3 Hoạch định chiến lược marketing	Nghe giảng Thảo luận	2			
Bài tập	Thực hành	1			
CHƯƠNG 3: PHÂN TÍCH MÔI TRƯỜNG MARKETING		9	Đọc và nghiên cứu nội dung về phân tích môi trường Marketing	20	a3, a4, b3
3.1 Phân tích môi trường marketing	Nghe giảng Thảo luận	2			
3.2 Phân tích khách hàng	Nghe giảng	3			

	Thảo luận		trong tài liệu [1][2]. Làm BT		
3.3 Phân tích cạnh tranh	Nghe giảng Thảo luận	2			
BT	Thực hành	1			
Đánh giá 1	Đánh giá trên lớp	1			
<b>CHƯƠNG 4: CÁC CHIẾN LƯỢC MARKETING THEO NHÓM KHÁCH HÀNG VÀ THEO ĐỐI THỦ CẠNH TRANH</b>		6	Đọc và nghiên cứu nội dung về chiến lược Marketing trong tài liệu [1][2]. Làm BT	20	a3, ,a4, b3
4.1 Chiến lược lựa chọn thị trường mục tiêu và định vị thương hiệu (Sản phẩm)	Nghe giảng Thảo luận	2			
4.2 Chiến lược marketing cạnh tranh	Nghe giảng Thảo luận	2			
BT	Thực hành	2			
<b>Chương 5: HOẠCH ĐỊNH MARKETING</b>		10	Đọc và nghiên cứu nội dung về hoạch định Marketing trong tài liệu [1][2]. Làm BT	20	a3, a4, b3
5.1 Sản phẩm		2			
5.2 Giá	Nghe giảng	2			
5.3 Phân phối	Thảo luận	2			
5.4 Xúc tiến		2			
BT	Thực hành	2			
Đánh giá 2	ĐG trên lớp	1			a4, b3
<b>Chương 6: TỔ CHỨC THỰC HIỆN, KIỂM TRA ĐÁNH GIÁ CÁC HOẠT ĐỘNG MARKETING</b>		5	Đọc và nghiên cứu nội dung về tổ chức thực hiện, kiểm tra đánh giá các hoạt động Marketing trong tài liệu [1][2].	15	a5, b3
6.1 Tổ chức marketing					
6.2 Thực hiện chiến lược và chương trình marketing	Nghe giảng Thảo luận	3			
6.3 Kiểm tra đánh giá hoạt động marketing					
BT	Thực hành	2			
Tổng kết, ôn tập cho đánh giá 3	Thực hành (BT)	2		15	a3, a4,a5, b3
Tổng số tiết/giờ học		45		120	

Số tiết nghe giảng và thảo luận: 30 tiết, Số tiết thực hành thực tế: 15 tiết

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			
			a3	a4	a5	b3
Quá trình	ĐG1. đánh giá trên lớp	20%	x			x
	ĐG2. đánh giá trên lớp	20%		x		x
Kết thúc học phần	ĐG3. Bài thi cuối kì	60%	x	x	x	x
<i>Tổng cộng:</i>		100%				

## 8. Hoạt động đánh giá

**8.1. Hoạt động đánh giá 1 - Chuẩn đầu ra: a3, b3, - Tỷ lệ: 20% điểm học phần**

- Hình thức đánh giá: Tự luận – 50 phút
- Mô tả bài đánh giá :

Bài đánh giá theo hình thức tự luận bao gồm các câu hỏi và bài tập để ĐG CĐR a3, b3: vận dụng lý luận Quản trị Marketing để giải thích, làm rõ các vấn đề về QTM tại DN; Sử dụng kỹ năng phân tích, tổng hợp, tư duy logic để giải quyết các yêu cầu QTM tại DN theo các nội dung chương 1-3. Thời gian làm bài đánh giá là 1 tiết trên lớp. SV phải hoàn thành và nộp bài ĐG trong thời gian qui định.

- 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: <b>Vận dụng</b> lý luận Quản trị Marketing để giải thích, làm rõ các vấn đề về QTM (70%)	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	Phản giải quyết <40% các yêu cầu của đề bài
b3: <b>Sử dụng</b> kỹ năng phân tích, tổng hợp, tư duy logic để giải quyết các yêu cầu QTM tại DN (30%)	Giải quyết được (85% - 100%) các yêu cầu của đề bài	Giải quyết được 70% - 84% các yêu cầu của đề bài	Giải quyết được 55% - 69% các yêu cầu của đề bài	Giải quyết được 40% - 54% các yêu cầu của đề bài	Giải quyết <40% các yêu cầu của đề bài

**Kết quả đánh giá chung: Điểm ĐG1 = Điểm a3 \* 70% + Điểm b3 \* 30%**

**8.2. Hoạt động đánh giá 2 - Chuẩn đầu ra: a4, b3 - Tỷ lệ: 20% điểm học phần**

- Hình thức đánh giá: Tự luận
- Mô tả bài đánh giá :
- Bài đánh giá theo hình thức tự luận bao gồm các câu hỏi và bài tập để ĐG CDR a4,b3: phân tích môi trường/chiến lược/hoạt động Marketing tại DN, b3: Sử dụng kỹ năng phân tích, tổng hợp, tư duy logic để giải quyết các yêu cầu QTM tại DN theo các nội dung chương 4-5. Thời gian làm bài đánh giá là 1 tiết trên lớp. SV phải hoàn thành và nộp bài ĐG trong thời gian qui định.
- 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
a4: phân tích môi trường /chiến lược /hoạt động Marketing tại DN (50%)	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	Phản giải quyết <40% các yêu cầu của đề bài
b3: Sử dụng kỹ năng phân tích, tổng hợp, tư duy logic để giải quyết các yêu cầu QTM tại DN(50%)	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	Phản giải quyết <40% các yêu cầu của đề bài

**Kết quả đánh giá chung: Điểm ĐG2 = Điểm a4 \* 50% + Điểm b3 \* 50%**

**8.3. Hoạt động đánh giá 3 - Chuẩn đầu ra: a3, a4, a5, b3, c3 - Tỷ lệ: 60% điểm học phần**

- Hình thức đánh giá: Tự luận
- Mô tả bài đánh giá :
- Bài đánh giá theo hình thức tự luận bao gồm các câu hỏi và bài tập để ĐG CDR a3,a4,a5,b3: **Vận dụng** lý luận Quản trị Marketing để giải thích , làm rõ các vấn đề về QTM; phân tích môi trường/chiến lược/hoạt động Marketing tại DN; Đánh giá hoạt động Marketing tại doanh nghiệp; Sử dụng kỹ năng phân tích, tổng hợp, tư duy logic để giải quyết các yêu cầu QTM tại DN. SV phải hoàn thành và nộp bài ĐG trong thời gian qui định. Thời gian làm bài thi là 90 phút – trong kì thi cuối kì
- 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 lý luận Quản trị Marketing để giải thích, làm rõ các vấn đề về QTM (20%)	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 <40% các yêu cầu của đề bài
a4: Phân tích môi trường /chiến lược /hoạt động Marketing tại DN (30%)	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 <40% các yêu cầu của đề bài
a5: Đánh giá hoạt động Marketing tại doanh nghiệp (20%)	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 <40% các yêu cầu của đề bài
b3: Sử dụng kỹ năng phân tích, tổng hợp, tư duy logic để giải quyết các yêu cầu QTM tại DN (30%)	Đạt yêu cầu 85% trở lên	Đạt yêu cầu 70% - 84%	Đạt yêu cầu 55% - 69%	Đạt yêu cầu 40% - 54%	Đạt yêu cầu < 40%

### Kết quả đánh giá chung:

**Điểm ĐG3 = Điểm a3 \* 20% + Điểm a4 \* 30% + Điểm a5 \* 20% + Điểm b3 \* 30%**

### 8.4. Cách tính kết quả học tập chung của học phần

**Điểm học phần = Điểm ĐG1\*20% + Điểm ĐG2\*20% + Điểm ĐG3\*60%**

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

Để hoàn thành nhiệm vụ học tập, sinh viên cần phải lấy dữ liệu, thông tin trên các phương tiện thông tin đại chúng, trên mạng, đi thực tế ... quay phim, chụp ảnh làm tư liệu cho các phần thuyết trình trước lớp, phục vụ cho việc đánh giá kết quả học tập của từng nhóm. Vì vậy, cần có giáo trình, tài liệu và các phương tiện như máy tính, mạng Internet, máy chiếu,...

### 10. An toàn của sinh viên và giảng viên

Phòng học sạch sẽ, đủ ánh sáng, nhiệt độ phù hợp. Y tế học đường hoạt động tốt.

### 11. Kỷ luật, khiếu nại và hỗ trợ



- Sinh viên nộp các đánh giá đúng hạn (không chấp nhận bài nộp muộn), nghiêm túc, không gian lận trong làm bài đánh giá, nếu vi phạm các nội dung trên điểm của bài đánh giá sẽ là 0 điểm
  - Sinh viên sẽ được điểm thưởng cho từng ĐG tương đương trong thời gian học nội dung của ĐG khi: có ý thức học tập trên lớp - có ý thức chuẩn bị bài cá nhân, BT nhóm, phát biểu, thảo luận nhóm, thuyết trình, phản biện, đi học đầy đủ, nộp BT đúng thời gian (Cộng 1- 2 điểm)
  - Sinh viên sẽ bị trừ điểm hoặc bị điểm 0 cho từng ĐG tương đương trong thời gian học nội dung của ĐG khi: Không có ý thức học tập trên lớp: không hoặc chậm chuẩn bị bài, không phát biểu, thảo luận nhóm (Trừ từ 1-2 điểm)
  - Sinh viên không tham gia bài ĐG nào thì điểm của bài đó sẽ là 0 điểm.
  - Sinh viên được quyền khiếu nại về điểm các bài ĐG của mình với Giảng viên ngay sau khi nhận được kết quả.
  - Sinh viên phải tham dự ĐG1, ĐG2 mới được tham dự ĐG3.
  - Sinh viên phải tham dự đủ 3 ĐG mới tính điểm kết thúc học phần.
  - Nghỉ học không phép: < 10% sẽ bị trừ 0,5 điểm, từ 10% đến <20% sẽ trừ 1 điểm.
- Sinh viên gặp bất kỳ khó khăn gì trong 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 và hỗ trợ.

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

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