

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 QUỐC TẾ

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 QUỐC TẾ

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 QUỐC TẾ

Mã học phần: IMA33031 – Số tín chỉ: 03

Dùng cho (các) ngành: Quản trị Kinh doanh
(chuyên ngành Marketing)

Điều kiện tiên quyết (nếu có):

Hình thức đào tạo: Trực tiếp và trực tuyến

Đơn vị phụ trách: Khoa Quản trị Kinh doanh

Giáo viên phụ trách giảng dạy: ThS. Nguyễn Thị Tình

ThS. Nguyễn Văn Thụ

1. Mô tả chung về học phần

Môn Marketing quốc tế là một trong những môn học cốt lõi của ngành học Marketing và các ngành học có liên quan đến kinh doanh quốc tế. Bắt nguồn từ sự hội nhập kinh tế toàn cầu, môn Marketing quốc tế cung cấp cho người học có những kiến thức cốt lõi về hoạt động sản xuất kinh doanh, cung ứng sản phẩm và dịch vụ, các hoạt động marketing đang diễn ra ngày nay trên phạm vi toàn thế giới.

2. Các chữ viết tắt (nếu có)

- CDR: Chuẩn đầu ra

- ĐG: Đánh giá

3. Chuẩn đầu ra của học phần

Mã	Chuẩn đầu ra học phần
a3	Vận dụng phân tích môi trường và các chiến lược marketing – mix trong Marketing quốc tế của doanh nghiệp
b3	Sử dụng kỹ thuật phân tích để phân tích chiến lược marketing - mix trong Marketing quốc tế của doanh nghiệp.
c2	Thực hiện các nội dung học tập, thảo luận nhóm, trung thực trong các bài đánh giá.

4. Giáo trình và tài liệu học tập

[1] GS. TS Trần Minh Đạo, PGS.TS Vũ Trí Dũng (2014), *Giáo trình Marketing quốc tế*, NXB Đại học Kinh tế quốc dân.

[2] ThS Lê Thanh Hải, ThS Nguyễn Trung Tính, *Giáo trình Marketing quốc tế*,

NXB Thống kê

[3] Nguyễn Đông Phong và cộng sự (2011), Marketing quốc tế, NXB Kinh tế TP Hồ Chí Minh

5. Chiến lược học tập

Sinh viên cần tích cực và chủ động tham gia vào quá trình học tập; cần tham gia đầy đủ các giờ học theo quy định, không ngừng phấn đấu để duy trì sự tiến bộ liên tục trong học tập; hoàn thành nhiệm vụ học tập đúng tiến độ.

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

- Học viên đọc hiểu tài liệu, trả lời một cách tóm lược các câu hỏi gợi ý của mỗi chương, vấn đề trước khi đến lớp.

- Tham gia các hoạt động giảng dạy trên lớp, thực hành các tình huống, trau dồi kỹ năng.

- Tham gia các bài thảo luận nhóm, thuyết trình, đặt câu hỏi và trả lời câu hỏi của bài thảo luận.

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	1. Giới thiệu về đề cương học phần, bao gồm cả các quy định của nhà trường và của giảng viên đối với sinh viên. 2. Giải đáp thắc mắc trước khi đi vào nội dung của học phần. 4. Chuyển bài giảng chi tiết, cho sinh viên.	0.5			
CHƯƠNG 1: KHÁI QUÁT VỀ MARKETING QUỐC TẾ		2.5		2.0	a3, c2
1.1. Khái niệm marketing và marketing mix	Nghe giảng Thảo luận		- Nghiên cứu bài giảng. - Lắng nghe, đánh dấu, ghi lại theo ý hiểu của mình về nội dung của chương. - Tài liệu [1], [2].		
1.2. Xu hướng kinh doanh toàn cầu	Nghe giảng Thảo luận				
1.3 Bản chất của marketing quốc tế	Nghe giảng Thảo luận				
1.4 Sự cần thiết hội nhập thị trường quốc	Nghe giảng Thảo luận				

tế và vai trò của marketing quốc tế					
CHƯƠNG 2: NGHIÊN CỨU MARKETING QUỐC TẾ		5.0		3.0	a3, c2
2.1. Khái niệm và vai trò của nghiên cứu marketing quốc tế	Nghe giảng Thảo luận		- Nghiên cứu bài giảng. - Lắng nghe, đánh dấu, ghi lại theo ý hiểu của mình về nội dung của chương. - Tài liệu [1], [2].		
2.2. Nội dung nghiên cứu Marketing quốc tế	Nghe giảng Thảo luận				
2.3 Nguồn thông tin nghiên cứu Marketing quốc tế	Nghe giảng Thảo luận				
CHƯƠNG 3 : MÔI TRƯỜNG MARKETING QUỐC TẾ		5.0		10.0	a3, b3, c2
3.1. Khái quát về môi trường Marketing quốc tế	Nghe giảng Thảo luận		- Nghiên cứu bài giảng. - Lắng nghe, đánh dấu, ghi lại theo ý hiểu của mình về nội dung của chương. - Tài liệu [1], [2].		
3.2. Môi trường vĩ mô trong Marketing quốc tế	Nghe giảng Thảo luận	2.0			
3.3. Môi trường vi mô trong Marketing quốc tế	Nghe giảng Thảo luận				
Chủ đề 1 : Môi trường marketing quốc tế	Thực hành	3.0	Một nhóm thuyết trình nội dung đã chọn được bằng Powerpoint và chủ trì thảo luận		
CHƯƠNG 4 : PHÂN KHÚC THỊ TRƯỜNG VÀ ĐỊNH VỊ TRONG MARKETING QUỐC TẾ		2.0		15.0	a3, b3, c2
4.1 Phân khúc thị trường quốc tế	Nghe giảng Thảo luận		- Nghiên cứu bài giảng. - Lắng nghe, đánh dấu, ghi lại theo ý hiểu của mình về nội dung của chương. - Tài liệu [1], [2].		
4.2 Chiến lược và phương pháp lựa chọn thị trường mục tiêu	Nghe giảng Thảo luận				
4.3 Định vị trong thị trường quốc tế	Nghe giảng Thảo luận				
CHƯƠNG 5: CHIẾN LƯỢC THÂM NHẬP THỊ TRƯỜNG QUỐC TẾ		2.0		15.0	a3, b3, c2
5.1 Khái niệm, mục tiêu và vai trò của chiến lược thâm nhập	Nghe giảng Thảo luận		- Nghiên cứu bài giảng.		

5.2. Các yếu tố cần xem xét khi lựa chọn chiến lược thâm nhập thị trường thế giới	Nghe giảng Thảo luận		- Lắng nghe, đánh dấu, ghi lại theo ý hiểu của mình về nội dung của chương.		
5.3. Các phương thức thâm nhập thị trường thế giới	Nghe giảng Thảo luận		- Tài liệu [1], [2].		
5.4. Chiến lược mở rộng thị trường và thoái lui thị trường	Nghe giảng Thảo luận				
Chủ đề 2: Chiến lược thị trường	Thực hành	4.0	Một nhóm thuyết trình nội dung đã chọn được bằng Powerpoint và chủ trì thảo luận		
CHƯƠNG 6: CHIẾN LƯỢC SẢN PHẨM TRÊN THỊ TRƯỜNG THẾ GIỚI		5.0		15.0	a3, b3, c2
6.1. Khái quát về chiến lược sản phẩm trên thị trường thế giới	Nghe giảng Thảo luận	0.5	- Nghiên cứu bài giảng.		
6.2. Các chiến lược sản phẩm trên thị trường thế giới	Nghe giảng Thảo luận	1.0	- Lắng nghe, đánh dấu, ghi lại theo ý hiểu của mình về nội dung của chương.		
6.3. Chu kỳ sống quốc tế của sản phẩm	Nghe giảng Thảo luận	0.5	- Tài liệu [1], [2].		
Chủ đề 3: Chiến lược sản phẩm trên thị trường quốc tế	Thực hành	3.0	Một nhóm thuyết trình nội dung đã chọn được bằng Powerpoint và chủ trì thảo luận		
CHƯƠNG 7: CHIẾN LƯỢC ĐỊNH GIÁ SẢN PHẨM TRÊN THỊ TRƯỜNG THẾ GIỚI		4.0		10.0	a3, b3, c2
7.1 Khái niệm về giá sản phẩm quốc tế và chiến lược giá sản phẩm trên thị trường quốc tế	Nghe giảng Thảo luận		- Nghiên cứu bài giảng.		
7.2 Các nhân tố ảnh hưởng đến chiến lược định giá sản phẩm trên thị trường quốc tế	Nghe giảng Thảo luận	1.0	- Lắng nghe, đánh dấu, ghi lại theo ý hiểu của mình về nội dung của chương.		
7.3 Các chiến lược định giá sản phẩm trên thị trường quốc tế	Nghe giảng Thảo luận		- Tài liệu [1], [2].		

7.4 Quy trình xác định giá cho sản phẩm trên thị trường quốc tế	Nghe giảng Thảo luận				
Chủ đề 4: Chiến lược giá sản phẩm	Thực hành	3.0	Một nhóm thuyết trình nội dung đã chọn được bằng Powerpoint và chủ trì thảo luận		
CHƯƠNG 8: CHIẾN LƯỢC PHÂN PHỐI SẢN PHẨM TRÊN THỊ TRƯỜNG THẾ GIỚI		6.0		15.0	a3, b3, c2
8.1 Khái quát về chiến lược phân phối sản phẩm trên thị trường quốc tế	Nghe giảng Thảo luận	3.0	<ul style="list-style-type: none"> - Nghiên cứu bài giảng. - Lắng nghe, đánh dấu, ghi lại theo ý hiểu của mình về nội dung của chương. - Tài liệu [1], [2]. 		
8.2 Quy trình phân phối sản phẩm trên thị trường thế giới và thành viên tham gia	Nghe giảng Thảo luận				
8.3 Lựa chọn giữa phân phối từng đợt cho thị trường hay phân phối đồng loạt	Nghe giảng Thảo luận				
8.4 Các phương thức thâm nhập kênh phân phối trên thị trường quốc tế	Nghe giảng Thảo luận				
8.5 Hệ thống hậu cần phân phối sản phẩm trên thị trường quốc tế	Nghe giảng Thảo luận				
Chủ đề 5: Chiến lược phân phối sản phẩm		3.0	Một nhóm thuyết trình nội dung đã chọn được bằng Powerpoint và chủ trì thảo luận		
CHƯƠNG 9: CHIẾN LƯỢC CHIẾU THỊ SẢN PHẨM TRÊN THỊ TRƯỜNG THẾ GIỚI		6.0		15.0	a3, b3, c2
9.1 Quá trình truyền thông quốc tế	Nghe giảng Thảo luận	0.5	<ul style="list-style-type: none"> - Nghiên cứu bài giảng. - Lắng nghe, đánh dấu, ghi lại theo ý hiểu của mình về nội 		
9.2 Môi trường quốc tế ảnh hưởng đến chiến lược xúc tiến	Nghe giảng Thảo luận				
9.3 Chiến lược quảng cáo quốc tế	Nghe giảng Thảo luận				

9.4 Chiến lược khuyến mãi quốc tế	Nghe giảng Thảo luận	0.5	dung của chương. - Tài liệu [1], [2].		
9.5 Hoạt động giao tế quốc tế	Nghe giảng Thảo luận	0.5			
9.6 Hoạt động bán hàng quốc tế	Nghe giảng Thảo luận	0.5			
9.7 Marketing trực tiếp	Nghe giảng Thảo luận	0.5			
Chủ đề 6: Chiến lược chiêu thị sản phẩm	Thực hành	3.0	Từng nhóm thuyết trình bằng Powerpoint và chủ trì thảo luận		
CHƯƠNG 10: TỔ CHỨC MARKETING QUỐC TẾ CỦA MỘT DOANH NGHIỆP		2.0		5.0	b3, c2
10.1 Những yếu tố ảnh hưởng đến cơ cấu tổ chức Marketing quốc tế	Nghe giảng Thảo luận	1.0			
10.2 Những hình thức bộ phận marketing quốc tế	Nghe giảng Thảo luận	1.0			
Đánh giá : 50% <i>Phân tích môi trường và các chiến lược marketing – mix trong Marketing quốc tế của doanh nghiệp</i>	<i>Sinh viên phân tích 2 trong số các vấn đề: Môi trường marketing quốc tế; Phân khúc và định vị thị trường, xâm nhập thị trường quốc tế; Chiến lược sản phẩm trên thị trường thế giới; Chiến lược định giá sản phẩm trên thị trường thế giới; Chiến lược phân phối sản phẩm trên thị trường thế giới; Chiến lược chiêu thị sản phẩm trên thị trường thế giới.</i>		Thi cuối kỳ	15	
Tổng số tiết/giờ học		45		120	

Số tiết nghe giảng và thảo luận: 26 tiết, số tiết thực hành, thực tế: 19 tiết

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	b3

Quá trình	ĐG1. Thuyết trình (điểm nhóm)	30%		x
	ĐG1. Thuyết trình (điểm cá nhân)	20%		x
Kết thúc học phần	ĐG3. Bài thi kết thúc học phần	50%	x	
<i>Tổng cộng:</i>		100%		

8. Hoạt động đánh giá

a. Hoạt động đánh giá 1 - Chuẩn đầu ra b3 - Tỷ lệ: 50% điểm học phần

- Hình thức đánh giá: Thuyết trình các chủ đề của môn học theo nhóm
- Mô tả bài đánh giá: Giảng viên chia nhóm, giao các vấn đề nghiên cứu cho từng nhóm, hướng dẫn cách thực hiện, quy định về trọng số điểm của các nội dung trong bài thuyết trình. Mỗi nhóm sinh viên chuẩn bị nội dung và thuyết trình theo chủ đề mà nhóm đã bốc thăm được. Nhóm thuyết trình có vai trò chủ trì buổi thảo luận của mình. Các nhóm khác và giảng viên đặt câu hỏi phản biện. Giảng viên tổng kết, cho điểm. Điểm của bài thuyết trình bao gồm 2 đầu điểm: điểm nhóm (nội dung bài thuyết trình, hình ảnh số liệu minh họa phù hợp với nội dung thuyết trình, trả lời câu hỏi phản biện) và điểm cá nhân (đóng góp của cá nhân vào nội dung thuyết trình và trả lời câu hỏi phản biện của nhóm cũng, đặt câu hỏi phản biện cho các chủ đề còn lại)
- Các yêu cầu: Sinh viên sưu tầm thông tin về các doanh nghiệp quốc tế theo các chủ đề: Môi trường Marketing quốc tế; Phân khúc và định vị thị trường, xâm nhập thị trường quốc tế; Chiến lược sản phẩm trên thị trường thế giới; Chiến lược định giá sản phẩm trên thị trường thế giới; Chiến lược phân phối sản phẩm trên thị trường thế giới; Chiến lược chiêu thị sản phẩm trên thị trường thế giới. Thuyết trình và minh họa bằng các hình ảnh, số liệu vv... mà từng nhóm thu thập được. Bài thuyết trình cần thể hiện được sự hiểu biết, khả năng phân tích sâu sắc, có tính thuyết phục cao. Kết cấu của bài thuyết trình phải chia làm 2 phần để thuận tiện trong việc đánh giá.
- 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 – Điểm nhóm (30%)	Nội dung đầy đủ, chính xác, PowerPoint đẹp, khoa học, số liệu logic với chủ đề, kỹ năng	Nội dung đầy đủ, chính xác, PowerPoint đẹp, khoa học, số liệu logic với chủ đề, kỹ năng	Nội dung đầy đủ, chính xác, PowerPoint đẹp, có số liệu minh chứng, kỹ năng thuyết	Nội dung đầy đủ, chính xác, PowerPoint chưa đẹp, không có số liệu minh chứng, kỹ năng thuyết	Nội dung không đầy đủ, PowerPoint chưa đẹp, không có minh chứng, kỹ năng

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
	thuyết trình tốt	thuyết trình chưa tốt	chưa trình tốt	trình chưa tốt	thuyết trình chưa tốt
b3 – Điểm cá nhân (20%)	Tích cực tham gia thu thập minh chứng, làm PowerPoint, tích cực đặt câu hỏi phản biện và trả lời câu hỏi phản biện	Tích cực tham gia thu thập minh chứng, làm PowerPoint, chưa tích cực đặt câu hỏi phản biện và trả lời câu hỏi phản biện	Tích cực tham gia thu thập minh chứng, chưa tích cực đặt câu hỏi phản biện và trả lời câu hỏi phản biện	Chưa tích cực tham gia thu thập minh chứng, chưa tích cực đặt câu hỏi phản biện và trả lời câu hỏi phản biện	Không tích cực tham gia làm bài thuyết trình và thu nhập minh chứng, không có câu hỏi phản biện

Kết quả đánh giá chung = 30% b3 + 20% b3

b. Hoạt động đánh giá 2 - Chuẩn đầu ra a3 - Tỷ lệ: 50% điểm học phần

- Hình thức đánh giá: Tự luận

- Mô tả bài đánh giá: Sinh viên phân tích 2 trong số các chủ đề marketing quốc tế: Môi trường marketing quốc tế; Phân khúc và định vị thị trường, xâm nhập thị trường quốc tế; Chiến lược sản phẩm trên thị trường thế giới; Chiến lược định giá sản phẩm trên thị trường thế giới; Chiến lược phân phối sản phẩm trên thị trường thế giới; Chiến lược chiêu thị sản phẩm trên thị trường thế giới.

- Thời lượng đánh giá: 90 phút

- Thời điểm đánh giá: Thi cuối kỳ

- 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 kiến thức lý luận để phân tích môi trường marketing quốc tế và các chiến lược	Phân tích được 85% - 100% môi trường marketing quốc tế và các chiến lược	Phân tích được 85% - 100% môi trường marketing quốc tế và các chiến lược	Phân tích được 85% - 100% môi trường marketing quốc tế và các chiến lược	Phân tích được 85% - 100% môi trường marketing quốc tế và các chiến lược	Phân tích được 85% - 100% môi trường marketing quốc tế và các chiến lược

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
lược marketing – mix trong Marketing quốc tế của doanh nghiệp	marketing – mix trong Marketing quốc tế của doanh nghiệp	marketing – mix trong Marketing quốc tế của doanh nghiệp	marketing – mix trong Marketing quốc tế của doanh nghiệp	marketing – mix trong Marketing quốc tế của doanh nghiệp	marketing – mix trong Marketing quốc tế của doanh nghiệp

Kết quả đánh giá chung = 100% a3

c. Hoạt động đánh giá quá trình học tập – Chuẩn đầu ra c2

- Sinh viên phải chuẩn bị, đọc tài liệu, hoàn thành bài tập, yêu cầu đối với từng nội dung bài học theo đúng tiến độ được ghi trong đề cương.
- Sinh viên được đánh giá điểm học phần khi thỏa mãn đồng thời các điều kiện sau:
 - + Có mặt trên lớp tối thiểu 80% tổng số tiết môn học.
 - + Tham gia đầy đủ các bài đánh giá
 - + Không có gian lận trong quá trình làm bài đánh giá.
- Sinh viên phải tham dự ĐG1, mới được tham dự ĐG2
- Sinh viên phải tham dự đủ 2 ĐG mới có điểm kết thúc học phần
- Sinh viên được cộng điểm (điểm thưởng) vào điểm học phần ở mục 8.4 khi tích cực tham gia phát biểu ý kiến trong quá trình học khi điểm học phần ở mục 8.4 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 8.4 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 câu hỏi kiểm tra trên lớp từ trên 6 lần trừ 1 điểm;
 - + Không tham dự cá 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

d. Cách tính kết quả học tập chung của học phần

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 = 50% a3 + 30% b3 + 20% b3

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

Trong quá trình học tập tại trường sinh viên phải tuân thủ đầy đủ các quy định an toàn, an ninh của nhà trường. Trong trường hợp phát sinh các vấn đề có thể dẫn đến mất an toàn, sinh viên cần kịp thời báo cáo với giảng viên để phối hợp giải quyết.

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
Người biên soạn