

ĐỀ CƯƠNG HỌC PHẦN CHI TIẾT

1. THÔNG TIN TỔNG QUÁT (GENERAL INFORMATION)

- Tên học phần (tiếng Việt)	Đề án chuyên ngành Marketing
- Tên học phần (tiếng Anh)	Essay On Marketing Management
- Mã số học phần	CLC-MKMA1104
- Thuộc khối kiến thức	Chuyên ngành
- Số tín chỉ	3TC
+ Số tiết lý thuyết	15
+ Số tiết thực hành	30
- Các học phần tiên quyết	Marketing căn bản, Quản trị marketing, Nghiên cứu marketing, Hành vi người tiêu dùng

2. THÔNG TIN GIẢNG VIÊN Giảng viên Bộ môn Marketing

3. MÔ TẢ HỌC PHẦN

Đề án chuyên ngành là học phần được thiết kế để sinh viên tìm hiểu sâu sắc hơn về một vấn đề lý thuyết thuộc các học phần chuyên ngành Marketing; qua đó vận dụng vấn đề lý thuyết đó vào đánh giá ứng dụng thực tế tại một đơn vị; nhận dạng những khó khăn, bất cập, điều kiện ứng dụng lý thuyết vào thực tiễn và/hoặc đề xuất các giải pháp giải quyết vấn đề thực tiễn đó dưới góc nhìn marketing.

Dưới sự hướng dẫn của giảng viên, sinh viên phải chọn một vấn đề thuộc lĩnh vực marketing (ưu tiên những vấn đề thực tiễn) và tìm cách giải quyết vấn đề đó một cách khoa học dựa trên những kiến thức chuyên ngành đã được học theo hai hướng: nghiên cứu và ứng dụng.

- Với hướng nghiên cứu, sinh viên lại có hai lựa chọn: (a) Chọn một vấn đề lý thuyết về marketing ở bất kỳ học phần chuyên ngành nào trong chương trình đào tạo, tìm hiểu sâu sắc hơn vấn đề đó và trình bày lại vấn đề dưới quan điểm của cá nhân; (b) Chọn một vấn đề nghiên cứu, thiết kế và thực hiện cuộc nghiên cứu bằng quy trình được học từ học phần Nghiên cứu marketing.
- Với hướng ứng dụng, sinh viên chọn một đơn vị và một mảng hoạt động thuộc lĩnh vực marketing, đánh giá hoạt động đó, nhận dạng vấn đề và giải quyết vấn đề đó dựa trên những kiến thức chuyên ngành đã được học. Giảng viên có trách nhiệm hỗ trợ về mặt chuyên môn và giám sát quá trình nghiên cứu và viết Đề án chuyên ngành.

4. TÀI LIỆU THAM KHẢO (LEARNING RESOURCES: COURSE BOOKS, REFERENCE BOOKS, AND SOFTWARES)

Giáo trình

- [1] Trần Minh Đạo (2014), Giáo trình Marketing căn bản, NXB ĐH Kinh tế Quốc dân
- [2] Trương Đình Chiến (2014), Giáo trình Quản trị Marketing, NXB ĐH Kinh tế Quốc dân.
- [3] Nguyễn Việt Lâm (2007), Nghiên cứu Marketing, NXB Thống kê.
- [4] Vũ Huy Thông (2016), Hành vi người tiêu dùng, NXB ĐH Kinh tế Quốc dân
- Và các tài liệu chuyên khảo về marketing khác.

Phần mềm (nếu nghiên cứu theo hướng áp dụng lý thuyết Nghiên cứu marketing)

- [1] IBM, SPSS, 20.0 trở lên

5. MỤC TIÊU HỌC PHẦN (COURSE GOALS)

Mục tiêu	Mô tả mục tiêu	Chuẩn đầu ra của Chương trình đào tạo	Trình độ năng lực
[1]	[2]	[3]	[4]
G1	Làm sâu sắc thêm hoặc chi tiết hơn về một vấn đề lý thuyết thuộc các học phần chuyên ngành Marketing	PLO1	III
G2	Thực hành kỹ năng nghiên cứu (hoặc vận dụng kỹ nghiên cứu định tính, nghiên cứu sâu sắc hơn về một vấn đề lý thuyết và khả năng vận dụng nó ở Việt Nam; hoặc vận dụng kỹ năng nghiên cứu định lượng trong marketing để thực hiện một dự án nghiên cứu thị trường cụ thể).	PLO3	IV
G3	Bước đầu rèn luyện khả năng tìm hiểu, phát hiện và giải quyết một vấn đề thực tiễn marketing dựa trên những lý thuyết của các học phần chuyên ngành marketing	PLO5	IV

6. CHUẨN ĐẦU RA HỌC PHẦN (COURSE LEARNING OUTCOMES)

Mục tiêu học phần	CDR	Mô tả chuẩn đầu ra	Trình độ năng lực
[1]	[2]	[3]	[4]
G1	CLO1.1	Hiểu về marketing căn bản, những nội dung và quyết định marketing căn bản	II
	CLO1.2	Hiểu được cơ bản về nội hàm bản chất của khía cạnh marketing mà tác giả lựa chọn	III
G2	CLO2.1	Xây dựng được kế hoạch nghiên cứu một vấn đề marketing cụ thể (có thể là vấn đề lý thuyết hoặc vấn đề thực tiễn)	IV
	CLO2.2	Phân tích vấn đề và thu thập thông tin thứ cấp phục vụ nghiên cứu	IV
	CLO2.3	Viết báo cáo kết quả nghiên cứu dưới góc nhìn marketing	IV

G3	CLO3.1	Xác định được bối cảnh và đặt ra được câu hỏi nghiên cứu cho vấn đề marketing	IV
	CLO3.2	Lựa chọn được phương pháp nghiên cứu phù hợp	IV
	CLO3.3	Phân tích được thực trạng vấn đề nghiên cứu dưới góc nhìn marketing và nhận dạng được những bất cập của vấn đề nghiên cứu dưới góc nhìn marketing	IV
	CLO3.4	Đề xuất một số giải pháp giải quyết vấn đề nghiên cứu dưới góc nhìn marketing	IV
	CLO3.5	Áp dụng tư duy phản biện (phân tích, so sánh và tương phản, suy luận và diễn giải, đánh giá) ở mức độ đơn giản cho vấn đề thực tế	IV

7. ĐÁNH GIÁ HỌC PHẦN (COURSE ASSESSMENT)

Hình thức đánh giá	Nội dung	Thời điểm	CĐR học phần	Tiêu chí đánh giá	Tỷ lệ (%)
[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[6]
Đánh giá quá trình	Sự tham gia	Các buổi gặp	CLO1.1	Sự có mặt	20%
	Ý tưởng	3 tuần đầu tiên	CLO1.2	Presentation	
	Tính tương tác	Cả kỳ	CLO2.1- CLO2.3		
Đánh giá hình thức	Dung lượng	Cuối kỳ	CLO3.1- CLO3.5	Presentation Report	20%
	Kỹ thuật				
	Mỹ thuật				
	Đủ mục				
Đánh giá nội dung	Phần mở đầu	Cuối kỳ	CLO3.1- CLO3.5	Presentation Report	60%
	Phần nội dung				
	Phần kết luận				

8. NỘI DUNG GIẢNG DẠY (LESSON PLAN)

Tuần/Buổi học	Nội dung	CĐR học phần	Hoạt động dạy và học	Bài đánh giá
[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
Tuần 1	Gặp gỡ, trao đổi về nội dung, phương thức làm việc. Định hướng chọn đề tài	CLO1.1 CLO1.2	Giáo viên hướng dẫn và đưa ra các yêu cầu chung đối với đề án chuyên ngành; thống nhất lịch làm việc	

Tuần 2	Phân tích, đánh giá chủ đề, chọn chủ đề. Định hướng xây dựng đề cương sơ bộ	CLO1.1 CLO2.1-CLO2.3 CLO3.1-CLO3.2	Sinh viên chọn đề tài và làm đề cương sơ bộ. Giảng viên góp ý tên đề tài và đề cương sơ bộ	Đề cương sơ bộ
Tuần 3	Phân tích đánh giá đề cương sơ bộ. Định hướng xây dựng đề cương chi tiết	CLO1.2 CLO2.1-CLO2.3 CLO3.1-CLO3.2	Sinh viên lập đề cương chi tiết và thông qua giảng viên	Đề cương chi tiết
Tuần 4	Phân tích đánh giá đề cương chi tiết. Định hướng xây dựng bảng hỏi	CLO1.2 CLO2.1-CLO2.3 CLO3.1-CLO3.3	Sinh viên lập bảng câu hỏi hoặc hướng dẫn phỏng vấn	
Tuần 5-7	Thu thập dữ liệu, phân tích dữ liệu, viết bản thảo	CLO1.2 CLO2.1-CLO2.3 CLO3.2-CLO3.5	Sinh viên thu thập dữ liệu và viết bản thảo	
Tuần 8	Gặp gỡ, trao đổi về bản thảo	CLO1.2 CLO2.5 CLO3.3-CLO3.5	Giảng viên đọc, góp ý, chỉnh sửa bản thảo	Bản thảo đề án
Tuần 9-10	Hoàn thiện báo cáo đề án	CLO1.2 CLO2.5 CLO3.3-CLO3.5	Sinh viên hoàn thiện và nộp bản sạch	Bản sạch đề án

9. QUY ĐỊNH CỦA HỌC PHẦN (COURSE REQUIREMENTS AND EXPECTATION)

Sinh viên không nộp bài tập và báo cáo sau 5 ngày theo đúng thời hạn, được coi như không nộp bài

Sinh viên nộp muộn: Mỗi ngày nộp muộn bị trừ 1 điểm. Sinh viên không được thông qua đề cương sẽ không được quyền nộp báo cáo cuối cùng và nhận điểm 0.

10. NGÀY PHÊ DUYỆT:

**Xác nhận BQL CTTT, CLC
& POHE**

Trưởng Khoa

Trưởng Bộ môn

PGS.TS.Vũ Huy Thông

PGS.TS. Phạm Thị Huyền