

## ĐỀ CƯƠNG HỌC PHẦN CHI TIẾT

### 1. THÔNG TIN TỔNG QUÁT

- Tên học phần (tiếng Việt)	Quản trị Marketing
- Tên học phần (tiếng Anh)	Marketing Management
- Mã số học phần	CLC-MKMA 1112
- Thuộc khối kiến thức	Bắt buộc của chuyên ngành
- Số tín chỉ	3
+ Số tiết lý thuyết	30
+ Số tiết thực hành	15
- Các học phần tiên quyết	Marketing căn bản

### 2. THÔNG TIN GIẢNG VIÊN

TS. Nguyễn Thu Lan, Giảng viên bộ môn Marketing, khoa Marketing

Tel: 0932258666 Email: lannt@neu.edu.vn

### 3. MÔ TẢ HỌC PHẦN

Học phần Quản trị Marketing được thiết kế với các nội dung giúp người học hình dung được những công việc cơ bản mà một người quản lý hoạt động marketing tại một doanh nghiệp, từ việc nắm bắt nội dung cơ bản của một bản kế hoạch marketing đến tiến hành xây dựng được một bản kế hoạch marketing phù hợp với doanh nghiệp; cuối cùng lập kế hoạch tiến độ và nguồn lực để tổ chức thực hiện kế hoạch marketing đó.

### 4. TÀI LIỆU THAM KHẢO

Giáo trình

[1] Sách Trương Đình Chiến (2012), *Quản trị Marketing*, NXB ĐH KTQD.

Tài liệu khác

[1] Philip Kotler (1997), *Quản trị Marketing*, NXB Thống kê.

[2] Philip Kotler (2003), *Những phương thức sáng tạo, chiến thắng và khống chế thị trường*, NXB TP. Hồ Chí Minh.

[3] NXB TP. Hồ Chí Minh(2005), *Tiếp thị phá cách*, NXB Trẻ.

### 5. MỤC TIÊU HỌC PHẦN

1. Nắm bắt kiến thức cơ bản về Quản trị marketing: quá trình quản trị marketing trong doanh nghiệp, lập kế hoạch và chiến lược marketing, quản trị hệ thống thông tin và nghiên cứu marketing, thực hiện các phân tích về môi trường và nguồn lực marketing, quản trị các công cụ marketing hỗn hợp, đánh giá kiểm soát và điều chỉnh hoạt động marketing trong doanh nghiệp.
2. Giúp người học vận dụng các kiến thức về quản trị marketing trong thực tiễn hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp thông qua việc giải quyết các tình huống quản trị marketing.
3. Hướng dẫn sinh viên thực hành xây dựng các chiến lược và chính sách marketing cho một số doanh nghiệp tiêu biểu tại Việt Nam trên cơ sở những thông tin thị trường mà sinh viên được yêu cầu thu thập.
4. Hướng dẫn người học làm việc ở mức độ cá nhân và cộng tác nhóm để thực hiện và trình bày một số báo cáo/ xây dựng bản kế hoạch chiến lược marketing trong doanh nghiệp theo mẫu cho trước.
5. Giúp người học sử dụng tư duy sáng tạo và tư duy phản biện cho vấn đề thực tế tại các doanh nghiệp

**Bảng 5.1. Mục tiêu học phần**

<b>Mục tiêu</b>	<b>Mô tả mục tiêu</b>	<b>Chuẩn đầu ra của Chương trình đào tạo (X.x.x)</b>	<b>Trình độ năng lực</b>
<b>[1]</b>	<b>[2]</b>	<b>[3]</b>	<b>[4]</b>
G1	Nắm bắt kiến thức cơ bản về Quản trị marketing: quá trình quản trị marketing trong doanh nghiệp, lập kế hoạch và chiến lược marketing, quản trị hệ thống thông tin và nghiên cứu marketing, thực hiện các phân tích về môi trường và nguồn lực marketing, quản trị các công cụ marketing hỗn hợp, đánh giá kiểm soát và điều chỉnh hoạt động marketing trong doanh nghiệp.	PLO 1.3.2, 2.1.1	II
G2	Giúp người học vận dụng các kiến thức về quản trị marketing trong thực tiễn hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp thông qua việc giải quyết các tình huống quản trị marketing.	PLO 2.1.2	V

G3	Hướng dẫn sinh viên thực hành xây dựng các chiến lược và chính sách marketing cho một số doanh nghiệp tiêu biểu tại Việt Nam trên cơ sở những thông tin thị trường mà sinh viên được yêu cầu thu thập.	PLO 2.1.2	VI
G4	Giúp người học sử dụng tư duy sáng tạo và tư duy phản biện cho vấn đề thực tế tại các doanh nghiệp	PLO32.1.7, 3.1.1, 3.1.2	VI
G5	Hướng dẫn người học làm việc ở mức độ cá nhân và cộng tác nhóm để thực hiện và trình bày một số báo cáo/ xây dựng bản kế hoạch chiến lược marketing trong doanh nghiệp theo mẫu cho trước.	PLO 2.1.7, 3.1.4, 3.3.2, 4.4.1	VI

## 6. CHUẨN ĐẦU RA HỌC PHẦN

**Bảng 6.1. Chuẩn đầu ra học phần**

Mục tiêu học phần	CDR (CLO <sub>x.x</sub> )	Mô tả chuẩn đầu ra	Trình độ năng lực
[1]	[2]	[3]	[4]
G1	CLO1.1	Hiểu được bản chất và những khái niệm cơ bản của quản trị marketing	II
	CLO1.2	Nắm được quá trình quản trị marketing trong doanh nghiệp	II
	CLO1.3	Nắm được quá trình lập kế hoạch và chiến lược marketing	II
	CLO1.4	Hiểu được sự vận hành của hệ thống quản trị hệ thống thông tin và nghiên cứu marketing	I
	CLO1.5	Hiểu được cách phân tích môi trường và nguồn lực marketing trong hoạt động marketing của doanh nghiệp	II
	CLO1.6	Hiểu được cách thức quản trị các công cụ marketing hỗn hợp	II
	CLO1.7	Nắm được hoạt động đánh giá kiểm soát và điều chỉnh marketing trong doanh nghiệp	I
G2	CLO2.1	Phân tích sự ảnh hưởng của môi trường marketing tới hoạt động marketing của doanh nghiệp	IV
	CLO2.2	Phân tích sự ảnh hưởng của nguồn lực marketing tới hoạt động marketing của doanh nghiệp	IV
	CLO2.3	Vận dụng phân tích sự ảnh hưởng của môi trường marketing	V

		và nguồn lực để đánh giá các quyết định về lựa chọn thị trường mục tiêu	
	CLO2.4	Vận dụng phân tích sự ảnh hưởng của môi trường marketing và nguồn lực để đánh giá các quyết định về các công cụ marketing hỗn hợp	V
G3	CLO3.1	Thực hành thu thập và phân tích thông tin cho một doanh nghiệp cụ thể	IV
	CLO3.2	Xây dựng chính sách marketing cho một doanh nghiệp cụ thể	VI
	CLO3.3	Xây dựng chiến lược marketing cho một doanh nghiệp cụ thể	VI
G4	CLO4.1	Hình thành và thực hành tư duy phản biện các chính sách và chiến lược marketing của một doanh nghiệp	IV
	CLO4.2	Hình thành tư duy sáng tạo để xây dựng thiết lập các chính sách và chiến lược marketing cho một doanh nghiệp	VI
G5	CLO5.1	Thành lập, tổ chức, vận hành và quản lý nhóm	I
	CLO5.2	Tham gia thảo luận, tranh luận theo nhóm trên chủ đề học phần	II
	CLO5.3	Phân tích, tổng hợp và viết báo cáo theo mẫu cho trước theo cá nhân hoặc công tác nhóm	IV
	CLO5.4	Thuyết trình, bảo vệ bản kế hoạch chiến lược marketing cho doanh nghiệp, thực hiện các hoạt động phản biện.	VI

## 7. ĐÁNH GIÁ HỌC PHẦN

**Bảng 7.1. Đánh giá học phần**

Hình thức đánh giá	Nội dung	Thời điểm	CĐR học phần (CLO.x.x)	Tiêu chí đánh giá	Tỷ lệ (%)
[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[6]
Đánh giá quá trình	Chương 1	Tuần 1,8	CLO1.1, 1.2	Bài tập ngắn, trả lời trên lớp thảo luận tình huống, tương tác với doanh nghiệp	10%
	Chương 2	Tuần 2,3,8	CLO 1.3		
	Chương 3	Tuần 3,8	CLO1.4, 3.1		
	Chương 4,5,6	Tuần 4,5,8,9	CLO 1.5, 2.1, 2.1		
	Chương 7,8	Tuần 6,7,8	CLO 1.3, 2.3, 3.3, 4		
	Chương 9,10,11,12,13,14	Tuần 10,11,12	CLO 1.6, 2.4, 3.2, 4		
	Chương 15,16	Tuần 13	CLO 1.7		

Đánh giá giữa kỳ	Chương 1 đến 8	Tuần 7	CLO 1.1 đến 1.5, CLO2.1 đến 2.3	Bài kiểm tra giữa kỳ	20%
Bài tập nhóm	Tất cả các chương	Tuần 13, 14	CLO1, CLO2, CLO3, CLO4, CLO5	Bài tập nhóm, thuyết trình	20%
Đánh giá cuối kỳ	Tất cả các chương	Tuần 18	CLO1, CLO2, CLO3.2, 3.3, CLO4	Bài thi cuối kỳ	50%

## 8. KẾ HOẠCH GIẢNG DẠY

### 8.1 Giảng dạy lý thuyết

Tuần/Buổi học	Nội dung	CDR học phần	Hoạt động dạy và học	Bài đánh giá
[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
1	Chương 1	CLO1	Sinh viên đọc trước ở nhà chương 1 trong giáo trình Giảng viên giảng lý thuyết và trao đổi với sinh viên những tình huống thực tế	Đánh giá quá trình : trả lời câu hỏi trên lớp Kiểm tra giữa kỳ Bài thi cuối kỳ
2 +3	Chương 2	CLO1, CLO2	Sinh viên đọc trước chương 2 trong giáo trình Giảng viên giảng lý thuyết và trao đổi với sinh viên những tình huống thực tế Thảo luận tình huống doanh nghiệp	Đánh giá quá trình : trả lời câu hỏi thảo luận Kiểm tra giữa kỳ Bài thi cuối kỳ
3	Chương 3	CLO1, CLO3	Sinh viên đọc trước chương 3 trong giáo trình Giảng viên giảng lý thuyết và trao đổi với sinh viên những tình huống thực tế	Đánh giá quá trình : trả lời câu hỏi thảo luận Kiểm tra giữa kỳ Bài thi cuối kỳ
4+5	Chương 4,5,6	CLO1, CLO3	Sinh viên đọc trước ở nhà chương 4,5,6 trong giáo trình Giảng viên giảng lý thuyết và trao đổi với sinh viên những tình huống thực tế	Đánh giá quá trình : trả lời câu hỏi thảo luận Kiểm tra giữa kỳ

				Bài thi cuối kỳ
6+7	Chương 7,8	CLO1, CLO3, CLO4	Sinh viên đọc trước ở nhà chương 7,8 trong giáo trình Giảng viên giảng và trao đổi với sinh viên những tình huống thực tế Thảo luận tình huống doanh nghiệp Kiểm tra giữa kỳ	Đánh giá quá trình : trả lời câu hỏi thảo luận Kiểm tra giữa kỳ Bài thi cuối kỳ
9	Chương 9, 10	CLO1, CLO2, CLO4	Sinh viên đọc trước ở nhà chương 9,10 trong giáo trình Giảng viên giảng lý thuyết và trao đổi với sinh viên những tình huống thực tế Thảo luận tình huống doanh nghiệp	Đánh giá quá trình: Trả lời câu hỏi thảo luận Bài tập nhóm Bài thi cuối kỳ
10	Chương 11	CLO1, CLO2, CLO4	Sinh viên đọc trước ở nhà chương 11 trong giáo trình Giảng viên giảng lý thuyết và trao đổi với sinh viên những tình huống thực tế Thảo luận tình huống doanh nghiệp	Đánh giá quá trình: Trả lời câu hỏi thảo luận Bài tập nhóm Bài thi cuối kỳ
11	Chương 12	CLO1, CLO2, CLO4	Sinh viên đọc trước ở nhà chương 12 trong giáo trình Giảng viên giảng lý thuyết và trao đổi với sinh viên những tình huống thực tế Thảo luận tình huống doanh nghiệp	Đánh giá quá trình: Trả lời câu hỏi thảo luận Bài tập nhóm Bài thi cuối kỳ
12	Chương 13,14	CLO1, CLO2, CLO4	Sinh viên đọc trước ở nhà chương 13,14 trong giáo trình Giảng viên giảng lý thuyết và trao đổi với sinh viên những tình huống thực tế Thảo luận tình huống doanh nghiệp	Đánh giá quá trình: Trả lời câu hỏi thảo luận Bài tập nhóm Bài thi cuối kỳ
13	Chương 15,16	CLO1	Sinh viên đọc trước ở nhà chương 15,16 trong giáo trình Giảng viên giảng lý thuyết và trao đổi với sinh viên những tình huống thực tế	Đánh giá quá trình: Trả lời câu hỏi thảo luận Bài tập nhóm Bài thi cuối kỳ

## 8.2 Giảng dạy thực hành

Tuần/ Buổi học	Nội dung	CDR học phần	Hoạt động dạy và học	Bài đánh giá
[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
8	Doanh nghiệp chia sẻ kinh nghiệm quản trị marketing	CLO1, CLO2, CLO4	Sinh viên nắm kiến thức từ chương 1 đến chương 8 Nhà quản trị doanh nghiệp chia sẻ kinh nghiệm và tương tác với sinh viên về các vấn đề quản trị Giảng viên hỗ trợ quá trình tương tác	Đánh giá quá trình : tương tác với doanh nghiệp Bài tập nhóm Kiểm tra giữa kỳ Bài thi cuối kỳ
14, 15	Các nhóm sinh viên trình bày kết quả bài tập nhóm	CLO1, CLO2 CLO3, CLO4, CLO5	Thuyết trình nhóm: Sinh viên chuẩn bị báo cáo tại nhà, bản word và Slides dạng powerpoint. Mỗi nhóm có 10 phút trình bày báo cáo và 10 phút hỏi đáp với giảng viên và các sinh viên còn lại của lớp.	Đánh giá quá trình: Trả lời câu hỏi thảo luận Bài tập nhóm Bài thi cuối kỳ

## 9. QUY ĐỊNH CỦA HỌC PHẦN

### 9.1 Quy định về tham dự lớp học

- Sinh viên/học viên có trách nhiệm tham dự đầy đủ các buổi học. Trong trường hợp nghỉ học do lý do bất khả kháng thì phải có giấy tờ chứng minh đầy đủ và hợp lý. Sinh viên vắng quá 4 buổi học dù có lý do hay không có lý do đều bị coi như không hoàn thành khóa học và phải đăng ký học lại. Mỗi buổi vắng mặt sẽ bị trừ 1 điểm đánh giá quá trình.
- Sinh viên sẽ được cộng điểm cho mỗi lần phát biểu xây dựng bài, có thể bù đắp cho điểm quy trình, điểm kiểm tra và điểm bài tập nhóm.
- Sinh viên không nộp bài tập sẽ nhận điểm 0 (không) cho mỗi bài thiếu. Sinh viên nộp muộn bài kiểm tra sẽ trừ 20% số điểm kiểm tra. Nhóm sinh viên nộp bài trễ sẽ bị trừ 1 điểm cho mỗi ngày nộp muộn.

### 9.2 Quy định về hành vi lớp học

- Học phần được thực hiện trên nguyên tắc tôn trọng người học và người dạy. Mọi hành vi làm ảnh hưởng đến quá trình dạy và học đều bị nghiêm cấm.
- Sinh viên phải đi học đúng giờ quy định. Sinh viên đi học muộn 15 phút coi như không tham dự buổi học, tính vào một buổi vắng.

- Tuyệt đối không làm ồn, gây ảnh hưởng đến người khác trong quá trình học.
- Tuyệt đối không được ăn uống, nhai kẹo cao su, sử dụng các thiết bị như điện thoại, máy nghe nhạc trong giờ học.
- Máy tính xách tay, máy tính bảng chỉ được thực hiện vào mục đích ghi chép bài giảng, tính toán phục vụ bài giảng, bài tập, tuyệt đối không dùng vào việc khác.

#### **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*