

ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

QUẢN TRỊ MARKETING

Ngành đào tạo: Quản trị Kinh doanh

Hệ đào tạo: Đại học chính quy

1. Tên học phần: Quản trị Marketing

2. Mã học phần: DHPR04

3. Số đvht: 4 (3,1)

4. Trình độ: SV năm thứ 3 (Học kỳ 6)

5. Phân bổ thời gian:

+ Lý thuyết: 45 tiết

+ Thảo luận, thực hành: 29 tiết

+ Kiểm tra/ đánh giá: 1 tiết

+ Tự học: 75 giờ

6. Điều kiện tiên quyết: Marketing căn bản

7. Mục tiêu của học phần:

7.1. Về kiến thức

Môn học trang bị cho sinh viên những kiến thức về quản trị Marketing. Trong khi Marketing căn bản cung cấp các kiến thức cơ bản để làm rõ nội hàm Marketing thì Quản trị Marketing tập trung vào các vấn đề trong quản trị như kế hoạch, chiến lược, quản trị các công cụ Marketing hỗn hợp và quản trị thương hiệu. Sau khi học xong học phần này, sinh viên có thể:

- Nhận thức và phân biệt được vai trò và vị trí của chuyên viên Marketing và nhà quản trị hoạt động Marketing
- Nắm được các nội dung cơ bản trong kế hoạch và chiến lược Marketing
- Phân tích được môi trường cạnh tranh và có kế hoạch ứng phó trong hoạt động Marketing
- Nhận thức được các vấn đề chiến lược và quản trị các công cụ Marketing hỗn hợp (tập trung chủ yếu vào 4P đầu tiên)
- Nhận thức được vai trò và các nội dung cơ bản trong quản trị thương hiệu

7.2. Về kỹ năng

Sau khi học xong, sinh viên có thể có được những kỹ năng cơ bản của nhà quản trị Marketing, cụ thể:

- Xây dựng được chiến lược và kế hoạch Marketing cho một sản phẩm/doanh nghiệp.
- Phân tích cạnh tranh và lập kế hoạch định vị sản phẩm/doanh nghiệp trên thị trường
- Tổ chức, kiểm tra, giám sát việc triển khai các công cụ Marketing của doanh nghiệp

7.3. Về thái độ

Sinh viên tiếp tục phát triển nhận thức và sự yêu thích đối với Marketing. Đồng thời, xây dựng được góc nhìn của nhà quản trị Marketing. Từ đó, sinh viên hình thành được cho bản thân ý thức thực hành và ứng dụng thường xuyên các kiến thức, kỹ năng Marketing được học trong hoạt động kinh doanh dưới con mắt và tư duy của nhà quản trị.

8. Mô tả tóm tắt nội dung học phần:

Học phần Quản trị Marketing cung cấp cho sinh viên những kiến thức và kỹ năng Marketing trong vai trò của nhà quản trị. Học phần Quản trị Marketing làm rõ các nội dung chính bao gồm: bản chất của Quản trị Marketing, Xây dựng chiến lược và kế hoạch Marketing của doanh nghiệp, Phân tích cạnh tranh và xác định lợi thế cạnh tranh dài hạn, chiến lược khác biệt hóa và định vị thị trường, quản trị các công cụ Marketing hỗn hợp (4P) và Quản trị thương hiệu.

9. Bộ môn phụ trách giảng dạy: Marketing và Công nghệ, Khoa QTKD

10. Nhiệm vụ của sinh viên:

- Nghiên cứu trước giáo trình, tài liệu theo chương, bài vào các giờ tự học
- Tham gia đầy đủ các giờ lên lớp.
- Tham gia thảo luận tích cực tại lớp
- Hoàn thành các bài tập cá nhân, bài tập nhóm được giao
- Hoàn thành 1 bài kiểm tra giữa kỳ và các hoạt động đánh giá kết quả làm việc nhóm
- Hoàn thành kỳ thi kết thúc học phần

11. Tài liệu học tập

11.1. Giáo trình bắt buộc:

- PGS.TS. Trương Đình Chiến (chủ biên): Giáo trình Quản trị Marketing, Nxb Đại học Kinh tế quốc dân, 2011.

11.2. Tài liệu tham khảo:

- PGS.TS. Trần Minh Đạo (chủ biên): Giáo trình Marketing căn bản, Nxb Đại học Kinh tế quốc dân, 2012.

12. Tiêu chuẩn đánh giá sinh viên:

STT	Điểm thành phần	Quy định	Trọng số	Ghi chú
-----	-----------------	----------	----------	---------

1	Điểm thường xuyên, đánh giá nhận thức, chuyên cần	1 điểm	10%	
2	Điểm kiểm tra định kỳ	1 bài KT	20%	
3	Điểm thảo luận, bài tập nhóm/cá nhân	1 điểm	10%	
4	Thi kết thúc học phần	Thi viết (120 phút)	60%	

13. Thang điểm: 10

- Lấy đến một chữ số thập phân

14. Nội dung chi tiết học phần:

Tuần	Nội dung giảng dạy	Lý thuyết	TL + KT	Tài liệu đọc trước	Nhiệm vụ của Sinh viên
Tuần 1	CHƯƠNG 1 TỔNG QUAN VỀ QUẢN TRỊ MARKETING 1.1. Khái niệm và đặc điểm của Quản trị Marketing <i>1.1.1. Khái niệm</i> <i>1.1.2. Đặc điểm của quản trị Marketing</i> <i>1.1.3. Những nhiệm vụ chủ yếu của quản trị Marketing</i> 1.2. Sự hình thành và phát triển của các quan	3	2	- PGS.TS. Trương Đình Chiến (chủ biên) (2011): Giáo trình Quản trị Marketing, Nxb Đại học Kinh tế quốc dân, trang 7-45. - PGS.TS. Trần Minh Đạo (chủ biên) (2012): Giáo	Đọc trước nội dung học Tuần 1 và chuẩn bị cho câu hỏi thảo luận trong Tuần 1

Tuần	Nội dung giảng dạy	Lý thuyết	TL + KT	Tài liệu đọc trước	Nhiệm vụ của Sinh viên
	điểm quản trị Marketing 1.2.1. Quan điểm tập trung vào sản xuất 1.2.2. Quan điểm tập trung vào hoàn thiện sản phẩm 1.2.3. Quan điểm tập trung vào bán hàng 1.2.4. Quan điểm Marketing hiện đại 1.2.5. Quan điểm Marketing coi trọng lợi ích xã hội 1.3. Quản trị quá trình Marketing 1.3.1. Quá trình cung ứng giá trị cho người tiêu dùng 1.3.2. Các bước của quản trị Marketing 1.4. Quản trị quan hệ đối tác trong Marketing 1.4.1. Các đối tác bên trong 1.4.2. Các đối tác bên ngoài Hướng dẫn thảo luận: - Câu hỏi thảo luận chung: + Các quan điểm quản trị Marketing còn có thể áp dụng trong thực tế kinh doanh hiện nay ở Việt Nam			trình Marketing căn bản, Nxb Đại học Kinh tế quốc dân, trang 5-32	

Tuần	Nội dung giảng dạy	Lý thuyết	TL + KT	Tài liệu đọc trước	Nhiệm vụ của Sinh viên
	và trên thế giới không? Cụ thể trong những lĩnh vực nào? + Một số câu hỏi thảo luận khác trong tài liệu - Cách thảo luận: thảo luận theo nhóm (8-10 sinh viên/nhóm). Tùy tình huống, giảng viên sẽ phân công chủ đề thảo luận cụ thể và cách thức trình bày.				
Tuần 2	CHƯƠNG 2 XÂY DỰNG KẾ HOẠCH VÀ CHIẾN LƯỢC MARKETING 2.1. Bản chất của kế hoạch hóa và các cấp lập kế hoạch của doanh nghiệp 2.2. Quá trình lập kế hoạch chiến lược <i>2.2.1. Nhiệm vụ của tổ chức (doanh nghiệp)</i> <i>2.2.2. Các mục tiêu của tổ chức</i> <i>2.2.3. Các định hướng chiến lược của tổ chức</i> <i>2.2.4. Kế hoạch danh mục đầu tư của tổ chức</i> <i>2.2.5. Kế hoạch chiến lược hoàn chỉnh</i> 2.3. Lập kế hoạch Marketing	3	2	- PGS.TS. Trương Đình Chiến (chủ biên) (2011): Giáo trình Quản trị Marketing, Nxb Đại học Kinh tế quốc dân, trang 46-81. - PGS.TS. Trần Minh Đạo (chủ biên) (2012): Giáo trình Marketing căn bản, Nxb Đại học Kinh tế quốc dân, trang 33 đến 57	Đọc trước nội dung học Tuần 2 và chuẩn bị cho câu hỏi thảo luận trong Tuần 2

Tuần	Nội dung giảng dạy	Lý thuyết	TL + KT	Tài liệu đọc trước	Nhiệm vụ của Sinh viên
	2.3.1. Các bước kế hoạch hóa hoạt động marketing 2.3.2. Tổ chức thực hiện, kiểm tra và điều khiển kế hoạch marketing 2.4. Mối quan hệ giữa kế hoạch chiến lược và kế hoạch marketing Hướng dẫn thảo luận: - Câu hỏi thảo luận chung: + Chiến lược Marketing có quan hệ như thế nào với chiến lược phát triển của doanh nghiệp? Hãy phân tích và trình bày mối quan hệ này thông qua một ví dụ cụ thể trong tài liệu phát tay. + Một số câu hỏi thảo luận khác trong tài liệu - Cách thảo luận: thảo luận theo nhóm (8-10 sinh viên/nhóm). Tùy tình huống, giảng viên sẽ phân công chủ đề thảo luận cụ thể và cách thức trình bày.				
Tuần 3	CHƯƠNG 3 PHÂN TÍCH CẠNH TRANH VÀ ỨNG XỬ CỦA DOANH NGHIỆP TRƯỚC CÁC ĐỐI THỦ	3	2	- PGS.TS. Trương Đình Chiến (chủ biên) (2011): Giáo trình Quản trị	Đọc trước nội dung học Tuần 3 và chuẩn bị cho câu hỏi thảo

Tuần	Nội dung giảng dạy	Lý thuyết	TL + KT	Tài liệu đọc trước	Nhiệm vụ của Sinh viên
	CẠNH TRANH 3.1. Quan điểm marketing về cạnh tranh <i>3.1.1. Cạnh tranh là tất yếu</i> <i>3.1.2. Cạnh tranh và chiến lược marketing</i> <i>3.1.3. Nhận dạng đối thủ cạnh tranh</i> 3.2. Nghiên cứu đối thủ cạnh tranh <i>3.2.1. Nhận dạng chiến lược của đối thủ cạnh tranh</i> <i>3.2.2. Xác định mục tiêu của đối thủ</i> <i>3.2.3. Xác định điểm mạnh và điểm yếu của đối thủ</i> <i>3.2.4. Đánh giá các phản ứng của đối thủ cạnh tranh</i> Hướng dẫn thảo luận: - Câu hỏi thảo luận chung: + Hãy tìm hiểu về một doanh nghiệp trong thực tế và phân tích đối thủ cạnh tranh của doanh nghiệp đó? + Một số câu hỏi thảo luận khác trong tài liệu - Cách thảo luận: thảo luận theo nhóm (8-10 sinh			Marketing, Nxb Đại học Kinh tế quốc dân, trang 163-173. - PGS.TS.Trần Minh Đạo (chủ biên) (2012): Giáo trình Marketing căn bản, Nxb Đại học Kinh tế quốc dân, trang 80 đến 81	luyện trong Tuần 3

Tuần	Nội dung giảng dạy	Lý thuyết	TL + KT	Tài liệu đọc trước	Nhiệm vụ của Sinh viên
	viên/nhóm). Tùy tình huống, giảng viên sẽ phân công chủ đề thảo luận cụ thể và cách thức trình bày.				
Tuần 4	3.3. Quản trị thông tin về đối thủ cạnh tranh và xác định lợi thế cạnh tranh khác biệt của doanh nghiệp <i>3.3.1. Xây dựng hệ thống thông tin tình báo cạnh tranh</i> <i>3.3.2. Các nguồn thu thập thông tin tình báo về đối thủ cạnh tranh</i> 3.4. Ứng xử của doanh nghiệp trước các đối thủ cạnh tranh <i>3.4.1. Học tập kinh nghiệm từ nghiên cứu các đối thủ cạnh tranh (Benchmarking)</i> <i>3.4.2. Lựa chọn đối thủ cạnh tranh để tấn công hoặc né tránh</i> <i>3.4.3. Cân bằng giữa quan điểm định hướng khách hàng và quan điểm định hướng cạnh tranh</i> Hướng dẫn thảo luận: - Câu hỏi thảo luận chung:	3	2	- PGS.TS. Trương Đình Chiến (chủ biên) (2011): Giáo trình Quản trị Marketing, Nxb Đại học Kinh tế quốc dân, trang 174-184.	Đọc trước nội dung học Tuần 4 và chuẩn bị cho câu hỏi thảo luận trong Tuần 4

Tuần	Nội dung giảng dạy	Lý thuyết	TL + KT	Tài liệu đọc trước	Nhiệm vụ của Sinh viên
	+ Hãy xây dựng kế hoạch phân tích cạnh tranh và kế hoạch ứng phó cụ thể trước những khả năng tấn công của đối thủ cạnh tranh trong tương lai? + Một số câu hỏi thảo luận khác trong tài liệu - Cách thảo luận: thảo luận theo nhóm (8-10 sinh viên/nhóm). Tùy tình huống, giảng viên sẽ phân công chủ đề thảo luận cụ thể và cách thức trình bày.				
Tuần 5	CHƯƠNG 4 CHIẾN LƯỢC KHÁC BIỆT HOÁ VÀ ĐỊNH VỊ 4.1. Các chiến lược khác biệt hoá <i>4.1.1. Khác biệt hóa là gì?</i> <i>4.1.2. Vai trò của quản trị marketing trong khác biệt hoá</i> <i>4.1.3. Các yếu tố khác biệt hoá</i> <i>4.1.4. Xác định lợi thế cạnh tranh khác biệt dài hạn</i> 4.2. Định vị và chiến lược định vị <i>4.2.1. Bản chất của định vị và chiến lược định vị</i>	3	2	- PGS.TS. Trương Đình Chiến (chủ biên) (2011): Giáo trình Quản trị Marketing, Nxb Đại học Kinh tế quốc dân, trang 207-218. - PGS.TS. Trần Minh Đạo (chủ biên) (2012): Giáo trình Marketing căn bản, Nxb Đại học Kinh tế quốc dân,	Đọc trước nội dung học Tuần 5 và chuẩn bị cho câu hỏi thảo luận trong Tuần 5

Tuần	Nội dung giảng dạy	Lý thuyết	TL + KT	Tài liệu đọc trước	Nhiệm vụ của Sinh viên
	4.2.2. Quá trình xác lập và thực hiện chiến lược định vị 4.2.2.1. Lựa chọn chiến lược định vị 4.2.2.2. Xây dựng chương trình Marketing hỗn hợp để thực hiện chiến lược định vị Hướng dẫn thảo luận: - Câu hỏi thảo luận chung: + Hãy xây dựng các yếu tố khác biệt hóa và chiến lược định vị cho một sản phẩm kinh doanh cụ thể? + Một số câu hỏi thảo luận khác trong tài liệu - Cách thảo luận: thảo luận theo nhóm (8-10 sinh viên/nhóm). Tùy tình huống, giảng viên sẽ phân công chủ đề thảo luận cụ thể và cách thức trình bày.			trang 136-166.	
Tuần 6	CHƯƠNG 5 CHIẾN LƯỢC MARKETING THEO VỊ THẾ CỦA DOANH NGHIỆP TRÊN THỊ TRƯỜNG VÀ THEO CHUỖI GIÁ TRỊ 5.1. Chiến lược marketing theo vị thế cạnh tranh	3	2	- PGS.TS. Trương Đình Chiến (chủ biên) (2011): Giáo trình Quản trị Marketing, Nxb Đại học Kinh tế quốc	Đọc trước nội dung học Tuần 6 và chuẩn bị cho câu hỏi thảo luận trong Tuần 6

Tuần	Nội dung giảng dạy	Lý thuyết	TL + KT	Tài liệu đọc trước	Nhiệm vụ của Sinh viên
	<i>5.1.1. Phân loại doanh nghiệp theo vị thế cạnh tranh trên thị trường</i> <i>5.1.2. Các chiến lược marketing theo từng vị thế của doanh nghiệp</i> 5.1.2.1. Chiến lược của người dẫn đầu thị trường 5.1.2.2. Chiến lược của doanh nghiệp thách thức 5.1.2.3. Chiến lược của người theo sau 5.1.2.4. Chiến lược của doanh nghiệp chuyên môn hóa 5.2. Các chiến lược marketing theo chuỗi giá trị <i>5.2.1. Chuỗi giá trị</i> <i>5.2.2. Các chiến lược bên trong chuỗi giá trị</i> 5.2.2.1. Giành lấy giá trị từ khách hàng 5.2.2.2. Cắt giảm chi phí 5.2.2.3. Tái thiết kế 5.2.2.4. Thuê ngoài 5.2.2.5. Tìm nguồn lực bên trong <i>5.2.3. Các chiến lược bên ngoài chuỗi giá trị</i>			dân, trang 253-265.	

Tuần	Nội dung giảng dạy	Lý thuyết	TL + KT	Tài liệu đọc trước	Nhiệm vụ của Sinh viên
	5.2.3.1. Loại bỏ và chia tách tổ chức 5.2.3.2. Bán và cấp giấy phép 5.2.3.3. Mua lại Hướng dẫn thảo luận: - Câu hỏi thảo luận chung: + Xác định vị thế cạnh tranh của một doanh nghiệp thực tế trên thị trường tại thời điểm hiện tại. Xác định chuỗi giá trị của doanh nghiệp và xây dựng chiến lược Marketing theo chuỗi giá trị cho doanh nghiệp. + Một số câu hỏi thảo luận khác trong tài liệu - Cách thảo luận: thảo luận theo nhóm (8-10 sinh viên/nhóm). Tùy tình huống, giảng viên sẽ phân công chủ đề thảo luận cụ thể và cách thức trình bày.				
Tuần 7	*** KIỂM TRA GIỮA KỲ *** CHƯƠNG 6 QUẢN TRỊ CÁC CÔNG CỤ MARKETING HỖN HỢP (4P)	0 2	1 1	- Ôn lại các chương - PGS.TS. Trương Đình Chiến (chủ biên) (2011): Giáo	Kiểm tra 45' Đọc trước nội dung học Tuần 7 và chuẩn bị

Tuần	Nội dung giảng dạy	Lý thuyết	TL + KT	Tài liệu đọc trước	Nhiệm vụ của Sinh viên
	6.1. Quản trị sản phẩm (P1 – Product) <i>6.1.1. Tổ chức quản trị sản phẩm</i> 6.1.1.1. Quản trị sản phẩm hay thương hiệu theo quan điểm Marketing 6.1.1.2. Kiểm tra sản phẩm 6.1.1.3. Tổ chức quản trị sản phẩm Hướng dẫn thảo luận: - Câu hỏi thảo luận chung: + Hãy đưa ra những quyết định hợp lý cho một sản phẩm của một doanh nghiệp trong bối cảnh thực tế mà nhóm lựa chọn. + Một số câu hỏi thảo luận khác trong tài liệu - Cách thảo luận: thảo luận theo nhóm (8-10 sinh viên/nhóm). Tùy tình huống, giảng viên sẽ phân công chủ đề thảo luận cụ thể và cách thức trình bày.			trình Quản trị Marketing, Nxb Đại học Kinh tế quốc dân, trang 266-277, 287-291. - PGS.TS.Trần Minh Đạo (chủ biên) (2012): Giáo trình Marketing căn bản, Nxb Đại học Kinh tế quốc dân, trang 167-183.	cho câu hỏi thảo luận trong Tuần 7
Tuần 8	<i>6.1.2. Chiến lược phát triển sản phẩm mới</i> 6.1.2.1. Xây dựng chiến lược phát triển sản phẩm mới	3	2	- PGS.TS. Trương Đình Chiến (chủ biên) (2011): Giáo	Đọc trước nội dung học Tuần 8 và chuẩn bị

Tuần	Nội dung giảng dạy	Lý thuyết	TL + KT	Tài liệu đọc trước	Nhiệm vụ của Sinh viên
	6.1.2.2 Quá trình phát triển và kế hoạch hoá sản phẩm mới 6.1.2.3. Các nguyên nhân thất bại của sản phẩm mới 6.1.2.4. Sự cần thiết của nghiên cứu khi phát triển sản phẩm mới <i>6.1.3. Chiến lược marketing theo chu kỳ sống sản phẩm</i> 6.1.3.1. Bản chất của chu kỳ sống sản phẩm 6.1.3.2. Chiến lược marketing theo chu kỳ sống của sản phẩm Hướng dẫn thảo luận: - Câu hỏi thảo luận chung: + Hãy lên kế hoạch phát triển một sản phẩm mới? Nghiên cứu và dự tính chu kỳ sống của sản phẩm mới này trên thị trường. + Một số câu hỏi thảo luận khác trong tài liệu - Cách thảo luận: thảo luận theo nhóm (8-10 sinh viên/nhóm). Tùy tình huống, giảng viên sẽ phân			trình Quản trị Marketing, Nxb Đại học Kinh tế quốc dân, trang 230-252. - PGS.TS.Trần Minh Đạo (chủ biên) (2012): Giáo trình Marketing căn bản, Nxb Đại học Kinh tế quốc dân, trang 184-191.	cho câu hỏi thảo luận trong Tuần 8

Tuần	Nội dung giảng dạy	Lý thuyết	TL + KT	Tài liệu đọc trước	Nhiệm vụ của Sinh viên
	công chủ đề thảo luận cụ thể và cách thức trình bày.				
Tuần 9	6.2. Quản trị giá (P2 - Price) <i>6.2.1. Chiến lược giá và phân biệt giá</i> 6.2.1.1 Chiến lược giá cho sản phẩm mới: chiến lược giá hót váng hay chiến lược giá thâm nhập 6.2.1.2. Phân biệt giá theo dòng và hỗn hợp hàng hoá 6.2.1.3. Phân biệt giá thành phần cứng và phần linh hoạt 6.2.1.4. Phân biệt giá theo trọn gói và giá sản phẩm riêng lẻ 6.2.1.5. Phân biệt giá theo khu vực địa lý 6.2.1.6. Một số loại phân biệt giá khác <i>6.2.2 Các quyết định về thay đổi giá và đối phó với chính sách giá của đối thủ cạnh tranh</i> 6.2.2.1. Thay đổi giá 6.2.2.2. Đối phó với việc thay đổi giá của đối thủ cạnh tranh	3	2	- PGS.TS. Trương Đình Chiến (chủ biên) (2011): Giáo trình Quản trị Marketing, Nxb Đại học Kinh tế quốc dân, trang 292-309. - PGS.TS. Trần Minh Đạo (chủ biên) (2012): Giáo trình Marketing căn bản, Nxb Đại học Kinh tế quốc dân, trang 210-218.	Đọc trước nội dung học Tuần 9 và chuẩn bị cho câu hỏi thảo luận trong Tuần 9

Tuần	Nội dung giảng dạy	Lý thuyết	TL + KT	Tài liệu đọc trước	Nhiệm vụ của Sinh viên
	Hướng dẫn thảo luận: - Câu hỏi thảo luận chung: + Hãy lựa chọn một sản phẩm của một doanh nghiệp và phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến giá bán của sản phẩm đó. + Một số câu hỏi thảo luận khác trong tài liệu - Cách thảo luận: thảo luận theo nhóm (8-10 sinh viên/nhóm). Tùy tình huống, giảng viên sẽ phân công chủ đề thảo luận cụ thể và cách thức trình bày.				
Tuần 10	6.3. Quản trị kênh phân phối (P3 - Place) <i>6.3.1 Quyết định phân phối hàng hoá vật chất</i> 6.3.1.1 Bản chất của phân phối hàng hoá vật chất 6.3.1.2. Mục tiêu của phân phối vật chất 6.3.1.3. Các quyết định phân phối vật chất <i>6.3.2. Các trung gian bán buôn và bán lẻ trong kênh phân phối</i> 6.3.2.1. Bán lẻ	3	2	- PGS.TS. Trương Đình Chiến (chủ biên) (2011): Giáo trình Quản trị Marketing, Nxb Đại học Kinh tế quốc dân, trang 336-345. - PGS.TS. Trần Minh Đạo (chủ biên) (2012): Giáo	Đọc trước nội dung học Tuần 10 và chuẩn bị cho câu hỏi thảo luận trong Tuần 10

Tuần	Nội dung giảng dạy	Lý thuyết	TL + KT	Tài liệu đọc trước	Nhiệm vụ của Sinh viên
	6.3.2.2. Bán buôn 6.3.3. <i>Thiết kế và quản trị kênh phân phối</i> 6.3.3.1. Các quyết định thiết kế kênh 6.3.3.2. Quản trị kênh phân phối 6.3.3.2.1. Tuyển chọn thành viên kênh 6.3.3.2.2. Quản lý và xây dựng các chính sách khuyến khích các thành viên kênh 6.3.3.2.3. Đánh giá hoạt động của các thành viên Hướng dẫn thảo luận: - Câu hỏi thảo luận chung: + Hãy xây dựng chính sách phân phối sản phẩm vật chất cho một doanh nghiệp cụ thể. + Một số câu hỏi thảo luận khác trong tài liệu - Cách thảo luận: thảo luận theo nhóm (8-10 sinh viên/nhóm). Tùy tình huống, giảng viên sẽ phân công chủ đề thảo luận cụ thể và cách thức trình bày.			trình Marketing căn bản, Nxb Đại học Kinh tế quốc dân, trang 231-235.	
Tuần 11	6.4. Quản trị xúc tiến tổng hợp (P4 - Promotion)	3	2	- PGS.TS. Trương	Đọc trước nội

Tuần	Nội dung giảng dạy	Lý thuyết	TL + KT	Tài liệu đọc trước	Nhiệm vụ của Sinh viên
	6.4.1. <i>Quảng cáo</i> 6.4.1.1. Các mục tiêu quảng cáo 6.4.1.2. Các công việc quảng cáo cụ thể 6.4.1.3. Các quyết định ngân sách quảng cáo 6.4.1.4. Chiến lược thông điệp 6.4.2. <i>Khuyến mại</i> 6.4.2.1. Marketing đẩy và Marketing kéo 6.4.2.2. Khuyến mại nhằm vào các trung tâm thương mại 6.4.2.3. Khuyến mại nhằm vào người tiêu dùng 6.4.2.4. Những hạn chế của khuyến mại 6.4.3. <i>Quan hệ công chúng (PR)</i> Hướng dẫn thảo luận: - Câu hỏi thảo luận chung: + Hãy xây dựng kế hoạch xúc tiến tổng hợp cho sản phẩm của một doanh nghiệp cụ thể. + Một số câu hỏi thảo luận khác trong tài liệu			Đình Chiến (chủ biên) (2011): Giáo trình Quản trị Marketing, Nxb Đại học Kinh tế quốc dân, trang 360-379. - PGS.TS.Trần Minh Đạo (chủ biên) (2012): Giáo trình Marketing căn bản, Nxb Đại học Kinh tế quốc dân, trang 264-288	dung học Tuần 11 và chuẩn bị cho câu hỏi thảo luận trong Tuần 11

Tuần	Nội dung giảng dạy	Lý thuyết	TL + KT	Tài liệu đọc trước	Nhiệm vụ của Sinh viên
	- Cách thảo luận: thảo luận theo nhóm (8-10 sinh viên/nhóm). Tùy tình huống, giảng viên sẽ phân công chủ đề thảo luận cụ thể và cách thức trình bày.				
Tuần 12	<i>6.4.4. Marketing trực tiếp</i> 6.4.4.1. Khái quát về marketing trực tiếp 6.4.4.1.1. Lợi ích cho khách hàng 6.4.4.1.2. Lợi ích cho doanh nghiệp 6.4.4.2. Tiến trình marketing trực tiếp 6.4.4.3. Những điều kiện để marketing trực tiếp thành công 6.4.4.3.1. Xây dựng, hình thành, phát triển hệ thống cơ sở dữ liệu khách hàng 6.4.4.3.2. Thông tin đến khách hàng 6.4.4.3.3. Nhận phản hồi từ khách hàng 6.4.4.3.4. Đáp ứng nhu cầu khách hàng 6.4.4.3.5. Thực hiện tốt dịch vụ khách hàng 6.4.4.3.6. Tổ chức thực hiện cẩn thận, chu đáo và	3	2	- PGS.TS. Trương Đình Chiến (chủ biên) (2011): Giáo trình Quản trị Marketing, Nxb Đại học Kinh tế quốc dân, trang 397-416. - PGS.TS. Trần Minh Đạo (chủ biên) (2012): Giáo trình Marketing căn bản, Nxb Đại học Kinh tế quốc dân, trang 289-295.	Kiểm tra 45' Đọc trước nội dung học Tuần 12 và chuẩn bị cho câu hỏi thảo luận trong Tuần 12

Tuần	Nội dung giảng dạy	Lý thuyết	TL + KT	Tài liệu đọc trước	Nhiệm vụ của Sinh viên
	đúng tiến độ thời gian 6.4.4.3.7. Áp dụng Marketing trực tiếp tích hợp 6.4.4.4. Các phương pháp marketing trực tiếp 6.4.4.4.1. Marketing bằng catalog 6.4.4.4.2. Marketing bằng thư trực tiếp 6.4.4.4.3. Marketing qua điện thoại 6.4.4.4.4. Marketing trực tiếp trên truyền hình 6.4.4.4.5. Marketing trực tiếp trên truyền thanh, tạp chí và báo 6.4.4.4.6. Computer marketing 6.4.4.5. Mô hình maxi marketing Hướng dẫn thảo luận: - Câu hỏi thảo luận chung: + Hãy xây dựng các biện pháp Marketing trực tiếp cho một doanh nghiệp cụ thể? + Một số câu hỏi thảo luận khác trong tài liệu - Cách thảo luận: thảo luận theo nhóm (8-10 sinh viên/nhóm). Tùy tình huống, giảng viên sẽ phân				

Tuần	Nội dung giảng dạy	Lý thuyết	TL + KT	Tài liệu đọc trước	Nhiệm vụ của Sinh viên
	công chủ đề thảo luận cụ thể và cách thức trình bày.				
Tuần 13	6.5. Tổ chức, thực hiện và điều khiển các hoạt động Marketing trong doanh nghiệp <i>6.5.1. Hệ thống tổ chức quản trị marketing</i> 6.5.1.1. Tổ chức bộ phận marketing theo chức năng 6.5.1.2. Tổ chức theo nguyên tắc địa lý 6.5.1.3. Tổ chức theo sản phẩm và thương hiệu 6.5.1.4. Tổ chức theo nguyên tắc thị trường 6.5.1.5. Tổ chức theo nguyên tắc sản phẩm – thị trường <i>6.5.2. Thực hiện kế hoạch và biện pháp marketing</i> <i>6.5.3. Đánh giá và điều khiển hoạt động Marketing</i> 6.5.3.1. Điều khiển kế hoạch năm 6.5.3.1.1. Phân tích lượng bán 6.5.3.1.2. Phân tích thị phần 6.5.3.1.3. Phân tích chi phí Marketing trên doanh số	3	2	- PGS.TS. Trương Đình Chiến (chủ biên) (2011): Giáo trình Quản trị Marketing, Nxb Đại học Kinh tế quốc dân, trang 444-458.	Đọc trước nội dung học Tuần 13 và chuẩn bị cho câu hỏi thảo luận trong Tuần 13

Tuần	Nội dung giảng dạy	Lý thuyết	TL + KT	Tài liệu đọc trước	Nhiệm vụ của Sinh viên
	6.5.3.1.4. Đánh giá mức độ hài lòng của khách hàng 6.5.3.2. Điều khiển khả năng sinh lời 6.5.3.3. Điều khiển hiệu quả 6.5.3.4. Điều khiển chiến lược Hướng dẫn thảo luận: - Câu hỏi thảo luận chung: + Hãy lựa chọn và phân tích hệ thống tổ chức quản trị Marketing của một doanh nghiệp thực tế tại Việt Nam? + Một số câu hỏi thảo luận khác trong tài liệu - Cách thảo luận: thảo luận theo nhóm (8-10 sinh viên/nhóm). Tùy tình huống, giảng viên sẽ phân công chủ đề thảo luận cụ thể và cách thức trình bày.				
Tuần 14	CHƯƠNG 7 QUẢN TRỊ THƯƠNG HIỆU 7.1. Khái quát về quản trị thương hiệu	3	2	- PGS.TS. Trương Đình Chiến (chủ biên) (2011): Giáo trình Quản trị	Đọc trước nội dung học Tuần 14 và chuẩn bị cho câu hỏi thảo

Tuần	Nội dung giảng dạy	Lý thuyết	TL + KT	Tài liệu đọc trước	Nhiệm vụ của Sinh viên
	7.1.1. Khái niệm thương hiệu 7.1.2. Vai trò và chức năng của thương hiệu 7.1.2.1. Vai trò đối với khách hàng 7.1.2.2. Vai trò đối với doanh nghiệp 7.1.3. Quản trị thương hiệu 7.1.3.1. Thuận lợi và thách thức trong quản trị thương hiệu 7.1.3.2. Quy trình quản trị thương hiệu 7.2. Đặc tính, định vị và giá trị thương hiệu 7.2.1. Đặc tính thương hiệu 7.2.2. Định vị thương hiệu 7.2.3. Giá trị thương hiệu 7.3. Thiết kế và bảo vệ thương hiệu 7.3.1. Những tiêu chí lựa chọn thành tố thương hiệu 7.3.2. Lựa chọn các yếu tố thương hiệu 7.3.3. Bảo vệ thương hiệu			Marketing, Nxb Đại học Kinh tế quốc dân, trang 278-286. - PGS.TS. Trương Đình Chiến (chủ biên) (2011): Giáo trình Quản trị thương hiệu – lý thuyết và thực tiễn, Nxb Đại học Kinh tế quốc dân.	luyện trong Tuần 14

Tuần	Nội dung giảng dạy	Lý thuyết	TL + KT	Tài liệu đọc trước	Nhiệm vụ của Sinh viên
	Hướng dẫn thảo luận: - Câu hỏi thảo luận chung: + Hãy thiết kế và lên kế hoạch bảo vệ thương hiệu cho một doanh nghiệp mới thành lập? + Một số câu hỏi thảo luận khác trong tài liệu - Cách thảo luận: thảo luận theo nhóm (8-10 sinh viên/nhóm). Tùy tình huống, giảng viên sẽ phân công chủ đề thảo luận cụ thể và cách thức trình bày.				
Tuần 15	7.4. Các mô hình thương hiệu và chiến lược phát triển thương hiệu <i>7.4.1. Các mô hình thương hiệu cơ bản</i> 7.4.1.1. Mô hình thương hiệu gia đình 7.4.1.2. Mô hình thương hiệu cá biệt 7.4.1.3. Mô hình đa thương hiệu <i>7.4.2. Các quyết định về chiến lược thương hiệu</i> 7.4.2.1. Mở rộng dòng sản phẩm 7.4.2.2. Mở rộng thương hiệu	3	2	- PGS.TS. Trương Đình Chiến (chủ biên) (2011): Giáo trình Quản trị Marketing, Nxb Đại học Kinh tế quốc dân, trang 278-286. - PGS.TS. Trương Đình Chiến (chủ biên) (2011): Giáo trình Quản trị	Đọc trước nội dung học Tuần 15 và chuẩn bị cho câu hỏi thảo luận trong Tuần 15

Tuần	Nội dung giảng dạy	Lý thuyết	TL + KT	Tài liệu đọc trước	Nhiệm vụ của Sinh viên
	7.4.2.3. Sử dụng nhiều thương hiệu 7.4.2.4. Các thương hiệu mới 7.4.3. <i>Duy trì, thay thế và đổi mới thương hiệu</i> 7.4.3.1. Tái tạo sức sống cho thương hiệu 7.4.3.2 Các lựa chọn để kết thúc thương hiệu 7.4.3.3. Đầu tư cho thương hiệu Hướng dẫn thảo luận: - Câu hỏi thảo luận chung: + Hãy phân tích và ra quyết định về chiến lược thương hiệu cụ thể cho một doanh nghiệp trong thực tế?			thương hiệu – lý thuyết và thực tiễn, Nxb Đại học Kinh tế quốc dân.	

Tuần	Nội dung giảng dạy	Lý thuyết	TL + KT	Tài liệu đọc trước	Nhiệm vụ của Sinh viên
	6.4.3 Giải quyết những mâu thuẫn, xung đột khi ra quyết định 6.4.4 Nhìn nhận vấn đề hợp lý trong quá trình ra quyết định 6.4.5 Những yếu tố cần xem xét khi ra quyết định quản trị Tóm lược nội dung học phần Kỹ năng giải quyết vấn đề và hướng dẫn ôn thi cuối khóa Công bố điểm thành phần của học phần Ôn và thi kết thúc học phần				

Hà Nội, ngày ... tháng ... năm 2014

P.GIÁM ĐỐC PHỤ TRÁCH HỌC VIỆN



Ts. Trần Quang Tiến

Q.TRƯỞNG KHOA

Ts. Nguyễn Hùng Cường

TRƯỞNG BỘ MÔN

Ts. Nguyễn Hùng Cường