|  |  |
| --- | --- |
| A blue circle with text and a book  AI-generated content may be incorrect. | TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ - LUẬT  **KHOA QUẢN TRỊ KINH DOANH**  **BỘ MÔN QUẢN LÝ CÔNG** |

**ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN**

***Mẫu 7: Đề cương chi tiết học phần***

**1. Thông tin tổng quát**

|  |  |
| --- | --- |
| **Tên học phần tiếng Việt** | **MARKETING** |
| **Tên học phần tiếng Anh** | **PRINCIPLES OF MARKETING** |
| **Mã học phần** | **BBM2066** |
| Thuộc khối kiến thức | Đại cương 🞎; Cơ sở nhóm ngành 🗹;  Cơ sở ngành 🞎; Chuyên ngành 🞎; Tốt nghiệp 🞎 |
| Trình độ | Đại học |
| Ngành học | Marketing |
| Khóa học | 2025-2029 |
| Năm học | 2025-2026 |
| Học kỳ | I |
| Số tín chỉ | 2 tín chỉ  Lý thuyết (15 tiết/tín chỉ): 30 tiết  Thực hành, thí nghiệm, thảo luận (30 tiết/tín chỉ): 0 tiết  Tự học, tự nghiên cứu (45 giờ/tín chỉ): 90 giờ tự học |
| Môn học tiên quyết | Không có |
| Môn học trước | Không có |
| Ngôn ngữ sử dụng trong giảng dạy | Tiếng Việt & Tiếng Anh |
| Các giảng viên phụ trách giảng dạy | Nhóm giảng viên bộ môn Marketing |

**2. Mô tả môn học**

Marketing là một trong những môn học nằm trong nhóm kiến thức bắt buộc của chuyên ngành Quản Trị Kinh Doanh và Marketing. Môn học này không chỉ dành cho những người mong muốn nghiên cứu, thực hành chuyên sâu về Marketing, mà dành cho tất cả những ai đang và sẽ làm quản lý từ cấp thấp tới cấp cao trong mọi doanh nghiệp. Với hiểu biết đầy đủ về marketing, các nhà quản lý sẽ khai thác hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp mang lại cho doanh nghiệp lợi thế to lớn so với đối thủ cạnh tranh của mình.

Marketing trang bị cho sinh viên kiến thức nền tảng về các khái niệm cơ bản của marketing, tầm quan trọng của marketing trong doanh nghiệp, nêu các phương hướng marketing được vận hành hiện nay. Học phần đi sâu phân tích nội dung quá trình marketing như phân tích môi trường marketing, phân tích hành vi người tiêu dùng, phân khúc thị trường, chọn thị trường mục tiêu, định vị sản phẩm và xây dựng chiến lược sản phẩm, giá, phân phối và truyền thông. Từ đó, sinh viên có khả năng vận dụng được khái niệm marketing, các nguyên tăc và qui trình marketing của doanh nghiệp, mô tả các hoạt động marketing của doanh nghiệp trên thị trường, vận dụng và đưa ra nhận định về các hoạt động marketing của doanh nghiệp trên thị trường.

**3. Tài liệu học tập**

***3.1. Giáo trình:***

1. Philip Kotler & Gary Armstrong (2021), *Principles of Marketing*. Hà Nội: NXB Đại học Kinh Tế Quốc Dân (sách dịch).

***3.2. Tài liệu khác:***

1. Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, Iwan Setiawan (2022), *Tiếp Thị 4.0* - Dịch Chuyển Từ Truyền Thống Sang Công Nghệ Số. Tp.HCM: NXB Trẻ.

2. Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, Iwan Setiawan (2021), *Tiếp Thị 5.0*: Công Nghệ Vị Nhân Sinh. Tp.HCM: Nxb Trẻ.

3. Philip Kotler (2020), *Thấu Hiểu Tiếp Thị Từ A Đến Z*. Tp.HCM: Nxb Trẻ. Don Sexton (2018), *Marketing Căn Bản Marketing 101*. Hà Nội: NXB: Lao động.

**4. Mục tiêu môn học**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Mục tiêu**  **(1)** | **Mô tả mục tiêu**  **(2)** | **CĐR của môn học**  **(3)** |
| CO1 | Thể hiện kiến thức marketing căn bản để giải quyết các vấn đề marketing trong doanh nghiệp. | CLO1: Trình bày được bản chất của marketing và các khái niệm cơ bản của marketing, marketing mix, các nguyên tắc và qui trình marketing trong doanh nghiệp. |
| CLO2: Trình bày nội dung các hoạt động marketing (quá trình marketing) như phân tích môi trường marketing, phân tích hành vi khách hàng, chọn thị trường mục tiêu, định vị sản phẩm và các chiến lược sản phẩm, định giá, phân phối và chiêu thị. |
| CO2 | Phân tích và vận dụng lý thuyết marketing căn bản vào thực tế hoạt động của doanh nghiệp. | CLO3: Phân tích các khái niệm, nguyên tắc và quy trình marketing để giải thích và đưa ra giải pháp cho các vấn đề trong hoạt động marketing của doanh nghiệp |

**5. Đánh giá môn học**

- Yêu cầu chung của học phần theo quy chế:

+ Sinh viên vắng mặt trong buổi thi, đánh giá không có lý do chính đáng phải nhận điểm 0. Sinh viên vắng mặt có lý do chính đáng được dự thi, đánh giá ở một đợt khác và được tính điểm lần đầu.

+ Điểm thành phần: kết quả học tập một học phần được đánh giá theo quá trình học tập, thể hiện bởi các điểm thành phần được làm tròn tới một chữ số thập phân.

+ Điểm học phần được tính từ tổng các điểm thành phần nhân với trọng số tương ứng, được làm tròn tới một chữ số thập phân.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Thành phần đánh giá (1)** | **Bài đánh giá (Ax.x)**  **(2)** | **CĐR môn học**  **(CLOx)**  **(3)** | **Tiêu chí đánh giá**  **(4)** | **Thời lượng đánh giá (5)** | **Trọng số**  **(6)** | **Trọng số con**  **(7)** |
| A1. Đánh giá quá trình | A1.1  Nhiệm vụ cá nhân | CLO1  CLO2 | Điểm tham gia  Điểm mini quiz |  | **25%** | **10%** |
| A1.2  Nhiệm vụ nhóm | CLO1  CLO2  CLO3 | Rubric |  | **15%** |
| A2. Đánh giá giữa kỳ | A2.1  Bài kiểm tra cá nhân | CLO1  CLO2 | Rubric | 60 phút | **25%** | **25%** |
| A3. Đánh giá cuối kì | A3.1  Thi trắc nghiệm trên LMS | CLO1  CLO2  CLO3 | Rubric | 60 phút | **50%** | **50%** |

- Thang điểm đánh giá: theo thang điểm 10, thang điểm 100 hoặc thang điểm 4 được dùng để ghi nhận và phân loại kết quả đánh giá. Thang điểm và cách xếp loại kết quả học tập được thực hiện như sau:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Xếp loại** | **Thang điểm hệ 10** | **Thang điểm hệ 100** | **Thang điểm hệ 4** | |
| **Điểm số** | **Điểm chữ** |
| Xuất sắc | Từ 9,0 đến 10,0 | Từ 90 đến 100 | 4,0 | A+ |
| Giỏi | Từ 8,0 đến cận 9,0 | Từ 80 đến cận 90 | 3,5 | A |
| Khá | Từ 7,0 đến cận 8,0 | Từ 70 đến cận 80 | 3,0 | B+ |
| Trung bình khá | Từ 6,0 đến cận 7,0 | Từ 60 đến cận 70 | 2,5 | B |
| Trung bình | Từ 5,0 đến cận 6,0 | Từ 50 đến cận 60 | 2,0 | C |
| Yếu | Từ 4,0 đến cận 5,0 | Từ 40 đến cận 50 | 1,5 | D+ |
| Kém | Từ 3,0 đến cận 4,0 | Từ 30 đến cận 40 | 1,0 | D |
| < 3,0 | Dưới 30 | 0,0 | F |

- Học phần có điểm từ 5,0 trở lên được xem là học phần đạt, số tín chỉ của học phần này được tính là số tín chỉ tích lũy.

**7. Kế hoạch giảng dạy chi tiết**

| **Số tiết** | **Nội dung** | **Video bài giảng (MV)/ Tài liệu hướng dẫn (TL)** | **CĐR môn học** | **Hoạt động dạy và học** | | **Hoạt động đánh giá** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Dạy** | **Học** |  |
|  | Giới thiệu môn học   1. Mục tiêu, nội dung môn học 2. Tài nguyên học liệu trực tuyến 3. Kịch bản dạy học trực tuyến 4. Lộ trình và cách học trên LMS 5. Nhiệm vụ của người học và tiêu chí đánh giá | MV.00.01  TL.00.01 |  | - Video MV.00.01: Giới thiệu môn học  -Hướng dẫn cách học trực tuyến, làm quen hệ thống LMS (tài liệu)  - Hướng dẫn lập nhóm, tạo diễn đàn thảo luận (trực diện hoặc họp đồng bộ)  - Công bố thang điểm đánh giá và các hoạt động trực tuyến cần hoàn thành  - Tổ chức học đồng bộ trực tiếp hoặc trực tuyến để Giới thiệu và Hướng dẫn cách học | - Xem video MV.00.01 giới thiệu môn học và làm quiz sau video  - Đọc các thông báo, tài liệu hướng dẫn về môn học  - Lập nhóm theo hướng dẫn của GV  - Tham gia học đồng bộ | **A1.1** |
|  | **Phần 1: Tổng quan Marketing và thị trường** | | | | | |
|  | **Chương 1: Tổng quan về marketing**   * 1. Khái niệm về marketing và quy trình marketing   2. Các khái niệm cơ bản của marketing   3. Thiết kế chiến lược marketing hướng đến khách hàng   4. Xây dựng mối quan hệ khách hàng |  | CLO1, CLO2 | - Tài nguyên của Chương 1:  + **Slide**: TL.01.01  + **Video**: từ MV.01.01 đến MV.01.08 *(8 video)*  + **Mini quiz**: từ MQ.01.01 đến MQ.01.07 *(7 quiz)* | - Việc cần làm:  + Xem các video  + Đọc Slide  + Làm Mini quiz  + Đặt câu hỏi và trả lời câu hỏi trên Diễn đàn Thảo luận & Hỏi đáp |  |
|  | **Chương 2: Môi trường marketing**   * 1. Khái niệm về môi trường marketing   2. Môi trường vi mô   3. Môi trường vĩ mô |  | CLO1, CLO2, CLO3 | - Tài nguyên của Chương 2:  + **Slide**: TL.02.01  + **Video**: từ MV.02.01 đến MV.02.07 *(7 video)*  + **Mini quiz**: từ MQ.02.01 đến MQ.02.03 *(3 quiz)* | - Việc cần làm:  + Xem các video  + Đọc Slide  + Làm Mini quiz  + Đặt câu hỏi và trả lời câu hỏi trên Diễn đàn Thảo luận & Hỏi đáp |  |
|  | **Chương 3: Hành vi người tiêu dùng**   * 1. Mô hình hành vi người tiêu dùng   2. Những yếu tố tác động đến hành vi người tiêu dùng   3. Quá trình ra quyết định mua hàng |  | CLO1, CLO2, CLO3 | - Tài nguyên của Chương 3:  + **Slide**: TL.03.01  + **Video**: từ MV.03.01 đến MV.03.07 *(7 video)*  + **Mini quiz**: từ MQ.03.01 đến MQ.03.07 *(7 quiz)* | - Việc cần làm:  + Xem các video  + Đọc Slide  + Làm Mini quiz  + Đặt câu hỏi và trả lời câu hỏi trên Diễn đàn Thảo luận & Hỏi đáp |  |
|  | **Chương 4: Phân khúc, chọn thị trường mục tiêu và định vị**   * 1. Phân khúc thị trường   2. Chọn thị trường mục tiêu   3. Khác biệt hóa và Định vị thương hiệu/ sản phẩm |  | CLO1, CLO2, CLO3 | - Tài nguyên của Chương 4:  + **Slide**: TL.04.01  + **Video**: từ MV.04.01 đến MV.04.08 *(8 video)*  + **Mini quiz**: từ MQ.04.01 đến MQ.04.03 *(3 quiz)* | - Việc cần làm:  + Xem các video  + Đọc Slide  + Làm Mini quiz  + Đặt câu hỏi và trả lời câu hỏi trên Diễn đàn Thảo luận & Hỏi đáp |  |
| **Phần 2: 4P của Marketing mix** | | | | | | |
|  | **Chương 5: Chiến lược sản phẩm**   * 1. Sản phẩm là gì?   2. Các quyết định về sản phẩm và dịch vụ   3. Chiến lược thương hiệu: Xây dựng thương hiệu mạnh   4. Chu kỳ sống của sản phẩm   5. Các chiến lược vòng đời sản phẩm |  | CLO1, CLO2, CLO3 | - Tài nguyên của Chương 5:  + **Slide**: TL.05.01  + **Video**: từ MV.05.01 đến MV.05.08 *(8 video)*  + **Mini quiz**: từ MQ.05.01 đến MQ.05.07 *(7 quiz)* | - Việc cần làm:  + Xem các video  + Đọc Slide  + Làm Mini quiz  + Đặt câu hỏi và trả lời câu hỏi trên Diễn đàn Thảo luận & Hỏi đáp |  |
|  | **Chương 6: Chiến lược định giá**   * 1. Giá cả là gì?   2. Ba chiến lược định giá cơ bản   3. Các mục tiêu định giá   4. Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định về giá   5. Các chiến lược định giá sản phẩm mới   6. Chiến lược điều chỉnh giá |  | CLO1, CLO2, CLO3 | - Tài nguyên của Chương 6:  + **Slide**: TL.06.01  + **Video**: từ MV.06.01 đến MV.06.08 *(8 video)*  + **Mini quiz**: từ MQ.06.01 đến MQ.06.08 *(8 quiz)* | - Việc cần làm:  + Xem các video  + Đọc Slide  + Làm Mini quiz  + Đặt câu hỏi và trả lời câu hỏi trên Diễn đàn Thảo luận & Hỏi đáp |  |
|  | **Chương 7: Chiến lược phân phối**   * 1. Bản chất và chức năng của các kênh phân phối trong marketing   2. Tổ chức của kênh phân phối   3. Các quyết định trong việc thiết kế kênh phân phối |  | CLO1, CLO2, CLO3 | - Tài nguyên của Chương 7:  + **Slide**: TL.07.01  + **Video**: từ MV.07.01 đến MV.07.08 *(8 video)*  + **Mini quiz**: từ MQ.07.01 đến MQ.07.08 *(8 quiz)* | - Việc cần làm:  + Xem các video  + Đọc Slide  + Làm Mini quiz  + Đặt câu hỏi và trả lời câu hỏi trên Diễn đàn Thảo luận & Hỏi đáp |  |
|  | **Chương 8: Chiến lược chiêu thị**   * 1. Các công cụ chiêu thị   2. Truyền thông marketing tích hợp   3. Khái quát quy trình truyền thông và các bước phát triển chương trình truyền thông marketing hiệu quả   4. Thiết lập ngân sách chiêu thị và thiết kế tổ hợp chiêu thị |  | CLO1, CLO2, CLO3 | - Tài nguyên của Chương 8:  + **Slide**: TL.08.01  + **Video**: từ MV.08.01 đến MV.08.08 *(8 video)*  + **Mini quiz**: từ MQ.08.01 đến MQ.08.07 *(7 quiz)* | - Việc cần làm:  + Xem các video  + Đọc Slide  + Làm Mini quiz  + Đặt câu hỏi và trả lời câu hỏi trên Diễn đàn Thảo luận & Hỏi đáp |  |
|  | **Tổng kết môn học**  **Kiểm tra giữa kỳ** |  | CLO1, CLO2, CLO3 | - Tài nguyên của Chương Tổng kết  + **Slide**: TL.09.01  + **Video**: MV.09.01 | - Việc cần làm:  + Xem video  + Đọc Slide  + Đặt câu hỏi và trả lời câu hỏi trên Diễn đàn Thảo luận & Hỏi đáp |  |

**8. Quy định của môn học**

*(Các quy định của môn học (nếu có), thí dụ: sinh viên không nộp bài tập và các báo cáo đúng hạn, được coi như không nộp bài; sinh viên vắng 2 buổi thực hành trở lên, không được phép dự thi cuối kỳ…)*

- Sinh viên nộp trễ hạn bài tập trên LMS sẽ bị trừ 50% số điểm của bài tập đó.

- Sinh viên vắng mặt trong buổi thi, đánh giá không có lý do chính đáng phải nhận điểm 0. - Sinh viên vắng mặt có lý do chính đáng được dự thi, đánh giá ở một đợt khác và được tính điểm lần đầu.

**9. Phụ trách môn học**

- Khoa: Quản trị kinh doanh

- Bộ môn: Marketing

- Địa chỉ và email liên hệ: khoaqtkd@uel.edu.vn

**10. Đề cương được cập nhật và biên soạn ngày:** Ngày 16 tháng 03 năm 2025

**11. Đề cương được thẩm định và thông qua ngày:** Ngày 27 tháng 03 năm 2025

*TP. Hồ Chí Minh, ngày 27 tháng 03 năm 2024*

A signature on a white surface

AI-generated content may be incorrect.A close-up of a signature

AI-generated content may be incorrect.A blue letter on a black background

Description automatically generated**GIẢNG VIÊN LẬP ĐỀ CƯƠNG TRƯỞNG BỘ MÔN TRƯỞNG KHOA**

**CUNG THỤC LINH LÊ THỊ HẢI YẾN TRẦN THỊ HỒNG LIÊN**