

ĐỀ CƯƠNG MÔN HỌC

I. THÔNG TIN VỀ KHÓA HỌC

- Tên khóa học: Marketing căn bản
- Học kỳ/Năm: I năm học 2016 - 2017
- Số tín chỉ: 03
- Địa điểm lớp học
- Thời gian lớp học

II. THÔNG TIN GIẢNG VIÊN

- Họ và tên: Nguyễn Trần Cẩm Linh
- Văn phòng: P.403; 35-37 Hồ Hảo Hớn, Quận 1 Tp.HCM
- Email: linh.ntc@ou.edu.vn
- Số điện thoại: 0937.978.398
- Lịch tiếp sinh viên (trực tiếp hoặc gặp trực tuyến): gặp trực tuyến chiều thứ 3 hàng tuần trong thời gian khóa học diễn ra.

III. MÔ TẢ KHÓA HỌC

• Mô tả tổng quát:

Môn Marketing căn bản nhằm giúp cho học viên hiểu rõ các kiến thức nền tảng trong marketing, các nguyên lý cơ bản trong marketing, giúp học viên hiểu rõ các khái niệm và nguyên tắc cơ bản để có nền tảng học các môn học chuyên sâu như Quản trị marketing, Nghiên cứu marketing và Truyền thông marketing tích hợp. Ngoài ra môn học này còn giúp học viên hiểu được bản chất các kiến thức có tính hệ thống của marketing trong kinh doanh, cách thức, nội dung, và quá trình thực hiện marketing trong một tổ chức.

Các mục tiêu môn học và Đánh giá các mục tiêu

Mục tiêu môn học	Đánh giá mục tiêu
Giải thích bản chất marketing là gì và vai trò của hoạt động marketing trong sản xuất kinh doanh (MT1)	<ul style="list-style-type: none">• Học viên xem video một cách chủ động, suy nghĩ, phân tích nội dung bài học được giảng viên trình bày ở chủ đề và chương liên quan chương.• Học viên có thể ghi chép lại nội dung bài giảng theo hình thức liệt kê hoặc theo bản đồ tư duy để giải thích các khái niệm và các nội dung liên quan đến các khái niệm• Học viên làm bài đánh giá cuối video và cuối chương để tổng kết lại và hệ thống lại những kiến thức của từng chủ đề và chương liên quan.
Trình bày và phân biệt các quan điểm khác nhau về marketing, hiểu và có thể giải thích các môi trường marketing. (MT2)	<ul style="list-style-type: none">• Học viên xem video và phân tích nội dung bài học, có thể sử dụng phương pháp ghi chép theo cột nhằm so sánh và phân biệt các quan điểm khác nhau• Học viên đọc bài đọc thêm để hiểu và giải thích các yếu tố thuộc môi trường marketing• Học viên làm câu hỏi trắc nghiệm ở cuối chủ đề và cuối chương để tổng hợp và ghi nhớ các kiến thức đã học
Giải thích các khái niệm thị trường, phân khúc thị trường. (MT3)	<ul style="list-style-type: none">• Học viên thử quan sát trong thực tế các doanh nghiệp thường lấy tiêu chí nào để phân khúc thị trường. Ví dụ doanh nghiệp phân khúc theo độ tuổi (nhân khẩu học: sữa Anlene, phân khúc theo giới

	<p>tính: dầu gội X-men). Từ quan sát này học viên có thể hình dung sự khác biệt của các tiêu chí được các doanh nghiệp dựa vào để phân khúc thị trường.</p> <ul style="list-style-type: none"> Học viên làm bài đánh giá cuối mỗi video và cuối mỗi chương để tổng kết lại và hệ thống lại những kiến thức của từng chủ đề và chương liên quan.
Biết cách xác định thị trường mục tiêu và định vị sản phẩm, định vị thương hiệu. (MT4)	<ul style="list-style-type: none"> Học viên tìm hiểu cách xác định mục tiêu cụ thể của một doanh nghiệp sau đó tự thực hiện xác định mục tiêu cho một sản phẩm cụ thể Tìm các thông tin về định vị sản phẩm và định vị thương hiệu trên thị trường nhằm xác định các đặc tính của sản phẩm/thương hiệu từ đó biết cách xác định được. Ví dụ khi quan sát sản phẩm Sunsilk học viên sẽ thấy được đặc tính mà công ty Unilever muốn sử dụng để định vị loại dầu gội này là đặc tính suôn mượt và đặc tính này được gắn bó với tên gọi Sunsilk nhằm giúp phân biệt loại dầu gội này so với đối thủ. Phương pháp quan sát và phân tích này sẽ giúp học viên hiểu hơn và biết cách xác định thị trường mục tiêu.
Giải thích tầm quan trọng của việc nghiên cứu tiến trình quyết định mua hàng của người tiêu dùng và các yếu tố tác động đến tiến trình quyết định mua hàng đó. (MT5)	<ul style="list-style-type: none"> Học viên cần xem và hiểu nội dung của video bài giảng để hiểu được tiến trình quyết định mua hàng của người tiêu dùng Liệt kê các yếu tố tác động đến tiến trình quyết định mua theo sơ đồ mind map để thấy được tổng thể cũng như nguyên nhân gốc rễ của các tác động của các yếu tố này lên tiến trình quyết định mua hàng. Học viên có thể quan sát và so sánh mức độ tác động của các yếu tố lên hành vi mua hàng của người tiêu dùng, có thể gắn với một sản phẩm hoặc dịch vụ cụ thể để đánh giá mức độ tác động của từng yếu tố.
Giải thích được chiến lược marketing và tiến trình hoạch định chiến lược marketing. (MT6)	<ul style="list-style-type: none"> Học viên thực hiện xem video clip để hiểu được về khái niệm chiến lược marketing Cần ghi chép cụ thể các bước trong quy trình hoạch định chiến lược marketing để phân biệt các bước và đặc điểm của từng bước trong tiến trình hoạch định chiến lược Học viên cần quan sát cách thức các công ty lớn tổ chức các sự kiện hay chương trình marketing từ đó phân tích một sự kiện hoặc một chương trình marketing để có thể hiểu hơn phần lý thuyết đã học. Ví dụ phân tích chương trình khuyến mãi của bột giặt OMO tại siêu thị Coopmart từ đó học viên có thể rút ra được cách thức các công ty thực hiện và đối chiếu với phần lý thuyết đã học để hiểu thêm về quy trình hoạch định chiến lược marketing.
Trình bày được khái niệm marketing tích hợp và nội	<ul style="list-style-type: none"> Học viên cần phân biệt rõ 04 thành phần của marketing tích hợp bằng cách vẽ các thành phần

dung của từng thành phần trong marketing tích hợp. (MT7)	<p>này trên bảng đồ tư duy. Qua bảng đồ này học viên sẽ hiểu và nhớ được đặc điểm của từng thành phần. Ngoài ra học viên cũng có thể kết hợp một vài ví dụ mà học viên tự quan sát thực tế của các sản phẩm được bán trên thị trường, giá bán của sản phẩm đó, các chương trình khuyến mãi được áp dụng cho sản phẩm và cách thức phân phối nhà sản xuất.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Học viên làm bài đánh giá cuối mỗi video và cuối mỗi chương để tổng kết lại và hệ thống lại những kiến thức của từng chủ đề và chương liên quan.
--	--

IV. CẤU TRÚC CỦA KHÓA HỌC:

Khóa học này sẽ được triển khai hoàn toàn trực tuyến. Môn học marketing căn bản gồm 9 chương và học viên sẽ học theo tuần tự từ chương 1-9. Học viên tham gia khóa học sẽ tham gia vào khóa học bằng cách đăng nhập vào hệ thống học trực tuyến của trường Đại học Mở Thành phố Hồ Chí Minh (elearning.oude.edu.vn)

V. CÁC YÊU CẦU CỦA KHÓA HỌC:

• Quy định về việc tham gia vào khóa học:

- Nhiệm vụ của học viên là tham gia đầy đủ và chủ động vào toàn khóa học trong vòng 7 tuần để học 9 chương. Học viên cần phải học theo thứ tự từ chương 1 đến chương 9. Trong tuần 4,5,6 học viên sẽ làm các bài tập tình huống bằng việc đọc các tình huống được đưa lên diễn đàn và trả lời các câu hỏi của tình huống nêu lên. Trước khi có câu trả lời chính thức, học viên tiến hành thảo luận các câu hỏi này trên diễn đàn (để giảng viên chấm điểm tương tác và thực hành thảo luận của học viên). Khi trả lời các câu hỏi của bài tập tình huống, học viên cần liên tưởng đến các nội dung đã được học (nội dung trong video và cả nội dung trong bài đọc thêm) để có thể hiểu hơn nội dung của bài học và có các phương án trả lời thích hợp cho các câu hỏi.
- Sau một số chương, học viên cần đọc các bài đọc thêm để có thể bổ sung hoặc mở rộng kiến thức của chương. Trong quá trình đọc bài đọc thêm, học viên cần ghi chép tóm tắt nội dung để ghi nhớ các ý chính của phần đọc thêm, ngoài ra học viên cần liên tưởng thêm phần đọc thêm có liên hệ với bài học trên các video như thế nào.
- Sinh viên làm bài trắc nghiệm cuối chương để kiểm tra kiến thức và xem các video để trả lời câu hỏi trên diễn đàn.
- Sinh viên lên diễn đàn thảo luận các câu hỏi của khóa học và chia sẻ những thông tin mà mình tìm được liên quan đến các nội dung đã được học và đọc thêm sau đó có thể chủ động đặt ra các câu hỏi thảo luận liên quan đến nội dung mà mình tìm được ở diễn đàn để các học viên khác cùng thảo luận.

Tài liệu học tập: gồm tài liệu chính và tài liệu tham khảo

Tài liệu chính

- Hoàng Thị Phương Thảo, Đoàn Thị Mỹ Hạnh, Lê Khoa Nguyên, *Marketing căn bản*, NXB Nông nghiệp, 2013

Tài liệu tham khảo

- Trịnh Thuỳ Anh (chủ biên) và ctg.; Các tình huống quản trị kinh doanh, NXB Thống kê, 2014
- Trường Đại học Tài chính – Marketing, *Marketing căn bản*, NXB Lao động – Xã hội, 2011

• **Các bài tập:**

- Học viên cần nộp 03 bài tập tình huống trong suốt quá trình học, hạn nộp mỗi bài tập được nộp vào trước 12h trưa ngày chủ nhật của các tuần 4, 5 và 6.
- Học viên tham gia thảo luận ít nhất 02 lần trên diễn đàn trong suốt 07 tuần học.
- Tìm kiếm ít nhất 02 bài đọc thêm liên quan đến kiến thức mở rộng của bài học sau đó chia sẻ trên diễn đàn (lưu ý ghi rõ nguồn tham khảo) và đặt ít nhất 02 câu hỏi thảo luận trên diễn đàn
- Tiến hành làm bài tập cuối mỗi video và cuối mỗi chương.

Lưu ý: Các thông tin cụ thể của các bài tập vui lòng xem trong mục BÀI TẬP của trên trang LMS của khóa học.

VI. TIÊU CHÍ ĐÁNH GIÁ VÀ CHẤM ĐIỂM:

BÀI TẬP	ĐIỂM
Bài tập tình huống (10%) + Tham gia thảo luận trên diễn đàn và tìm kiếm bài đọc thêm chia sẻ trên diễn đàn và câu hỏi thảo luận (10%)	20%
Bài tập cuối mỗi chương	20%
Thi kết thúc môn (trắc nghiệm)	60%
Tổng cộng:	100%

VII. YÊU CẦU ĐỐI VỚI SINH VIÊN:

1. Tham gia thảo luận:

Việc đóng góp ý kiến và thông tin vào các cuộc thảo luận của lớp là cần thiết, cho nên sinh viên cần tham gia vào các hoạt động thảo luận. Trong trường hợp sinh viên không tham gia thảo luận được, phải báo với giảng viên. Việc không tham gia thảo luận sẽ ảnh hưởng xấu đến điểm của sinh viên.

2. Nộp bài trễ:

- Sinh viên nộp bài trễ thì không được tính 20% điểm của bài tập tình huống
- Sinh viên không tham gia diễn đàn thì không được tính điểm 10% tham gia thảo luận trên diễn đàn và tìm kiếm tài liệu đọc thêm chia sẻ trên diễn đàn và câu hỏi thảo luận
- Sinh viên không tham gia thảo luận thì không được tính điểm 10% tham gia thảo luận trên diễn đàn và tìm kiếm tài liệu đọc thêm chia sẻ trên diễn đàn và câu hỏi thảo luận
- Sinh viên không tham gia tìm kiếm bài đọc thêm để chia sẻ trên diễn đàn thì không được tính điểm 10% tham gia thảo luận trên diễn đàn và tìm kiếm tài liệu đọc thêm chia sẻ trên diễn đàn và câu hỏi thảo luận

3. Các qui định về đạo đức học thuật:

Sinh viên không được:

- Gian lận,
- Đạo văn (Sử dụng từ ngữ hoặc ý tưởng của người khác như là của mình mà không có trích dẫn đúng đắn),
- Cùng nhau làm bài tập hoặc làm bài kiểm tra, trừ phi điều đó được yêu cầu bởi giảng viên,
- Cho người khác sử dụng tài khoản của mình để đăng nhập vào hệ thống học trực tuyến.

Việc vi phạm các điều khoản trên sẽ dẫn đến những ảnh hưởng xấu đến kết quả học tập. Giảng viên sẽ quyết định mức hình phạt.

VIII. NHỮNG NGUỒN TÀI NGUYÊN KHÁC

- Hỗ trợ kỹ thuật: Cung cấp thông tin số điện thoại và email sinh viên có thể liên hệ khi gặp sự cố kỹ thuật trong lúc sử dụng hệ thống học trực tuyến của trường.
- Trang hệ thống học trực tuyến của trường Đại học Mở Thành phố Hồ Chí Minh: elearning.oude.edu.vn

IX. CÁCH THÔNG TIN LIÊN LẠC TRONG SUỐT KHÓA HỌC

- Thông báo (Announcements)**

Thông báo mới sẽ được đăng trên trang mạng của khóa học với mục đích nhắc nhở học viên các hạn chót nộp bài, hoặc các vấn đề quan trọng khác của lớp.

- Thư điện tử (Email)**

Học viên và giảng viên sẽ dùng email được trường cấp để liên lạc. Giảng viên sẽ trả lời sinh viên trong vòng 4 ngày sau khi nhận được email. Nếu sau thời gian này không thấy giảng viên trả lời, học viên nên gửi lại lần nữa. Nếu giảng viên không trả lời trong vòng 48 giờ kế tiếp, vui lòng liên hệ văn phòng khoa.

- Diễn đàn thảo luận và câu hỏi (Questions and Discussion Forums)**

Diễn đàn này được sử dụng để tăng sự tương tác giữa các học viên trong lớp, và tương tác giữa giảng viên và học viên. Giảng viên yêu cầu sinh viên đăng tải nội dung, đặt câu hỏi và trả lời phải tôn trọng, lịch sự, có suy nghĩ và viết tốt. Những nội dung đăng tải phải liên quan đến nội dung môn học.

X. THỜI KHÓA BIỂU VÀ NỘI DUNG

Tuần	Chương	Chủ đề	Bài đọc/Thảo luận/ Bài tập	Hạn nộp bài
1	Chương giới thiệu môn học	Giới thiệu môn học	Xem video và đọc script	
	Chương 1	Chủ đề 1: Khái quát về marketing và lịch sử hình thành khoa học marketing	- Xem video và đọc script liên quan đến các nội dung: khái niệm marketing, lịch sử hình thành và phát triển khoa học marketing, hiểu biết thị trường và nhu cầu khách hàng Làm bài tập trắc nghiệm	
		Chủ đề 2: Các quan điểm quản trị	Xem video và đọc script liên quan đến các nội dung: - Các quan điểm quản trị marketing - Sự phát triển của marketing theo chiều sâu - Vai trò của marketing Làm bài tập trắc nghiệm	
		Chủ đề 3: Sự phát triển của marketing theo chiều sâu	Xem video và đọc script liên quan đến các nội dung: - Công việc quản trị marketing - Chiến lược marketing Làm bài tập trắc nghiệm	

		Phần tự học (đọc giáo trình và tìm thông tin trên Internet)	Xem video và đọc script liên quan đến các nội dung: -Thiết kế chiến lược marketing hướng về khách hàng (trang 20 tài liệu học tập chính) - Chuẩn bị kế hoạch và chương trình marketing (trang 25) -Xây dựng mối quan hệ với khách hàng (trang 26) -Thu đạt giá trị từ khách hàng (trang 30)	Chia sẻ trên diễn đàn những bài/thông tin tìm được 12h trưa chủ nhật của tuần 1
2	Chương 2 Khái quát về hoạch định chiến lược	Chủ đề 1: Công việc quản trị Marketing	Xem video và đọc script liên quan đến các nội dung: - Công việc quản trị Marketing Làm bài tập trắc nghiệm	
		Chủ đề 2: Chiến lược marketing	Xem video và đọc script liên quan đến các nội dung: - Chiến lược marketing Làm bài tập trắc nghiệm	
	Chương 3 Môi trường marketing	Chủ đề 1: Môi trường vĩ mô	Xem video và đọc script liên quan đến các nội dung: -Tầm quan trọng và khái niệm môi trường marketing -Môi trường vĩ mô Làm bài tập trắc nghiệm	
		Chủ đề 2: Môi trường vĩ mô và Đối thoại về các yếu tố thuộc môi trường vĩ mô (2 clips)	Xem video và đọc script liên quan đến các nội dung: -Môi trường vĩ mô Làm bài tập trắc nghiệm	
		Phần tự học	- Phản ứng và thích nghi đối với môi trường marketing (trang 77) (tham khảo theo giáo trình)	
3	Chương 4 Hành vi khách hàng	Chủ đề 1: Khách hàng cá nhân và quá trình ra quyết định mua hàng của người tiêu dùng	Xem video và đọc script liên quan đến các nội dung: - Khách hàng cá nhân và tổ chức - Quá trình ra quyết định mua hàng của người tiêu dùng Làm bài tập trắc nghiệm	
		Chủ đề 2: Các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi mua của người tiêu dùng	Xem video và đọc script liên quan đến các nội dung: -Các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi mua của người tiêu dùng	

			Làm bài tập trắc nghiệm	
		Chủ đề 3: Khách hàng tổ chức và quyết định mua hàng của khách hàng tổ chức	Xem video và đọc script liên quan đến các nội dung: -Các tình huống mua hàng của tổ chức -Quá trình mua hàng của khách hàng tổ chức Làm bài tập trắc nghiệm	
		Phần tự học	- Các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi mua hàng của tổ chức (tham khảo theo giáo trình)	
4	Chương 5 Chọn thị trường mục tiêu và định vị sản phẩm	Chủ đề 1: Chiến lược marketing hướng về khách hàng và phân khúc thị trường	Xem video và đọc script liên quan đến các nội dung: - Chiến lược marketing hướng về khách hàng -Phân khúc thị trường Làm bài tập trắc nghiệm	
		Chủ đề 2: Lựa chọn thị trường mục tiêu và định vị thương hiệu	Xem video và đọc script liên quan đến các nội dung: -Đánh giá và lựa chọn thị trường mục tiêu -Khác biệt hoá và định vị thương hiệu Làm bài tập trắc nghiệm	
		Bài tập tình huống		hạn nộp mỗi bài tập được nộp vào trước 12h trưa ngày nhật của các tuần 4
5	Chương 6 Sản phẩm	Chủ đề 1: Thành phần của sản phẩm và phân loại sản phẩm	Xem video và đọc script liên quan đến các nội dung: - Sản phẩm và thành phần của sản phẩm - Phân loại sản phẩm Làm bài tập trắc nghiệm	
		Chủ đề 2: Chu kỳ sống của sản phẩm và các quyết định về sản phẩm	Xem video và đọc script liên quan đến các nội dung: -Chu kỳ sống của sản phẩm -Các quyết định về sản phẩm Làm bài tập trắc nghiệm	
		Phần tự học	- Quá trình phát triển sản phẩm mới (tham khảo theo giáo trình)	
		Bài tập tình huống		hạn nộp mỗi bài tập được nộp vào trước 12h trưa ngày nhật của các tuần 5

6	Chương 7 Phân phối	Chủ đề 7.1: Phân phối, kênh phân phối và mạng lưới phân phối (2 clips)	Xem video và đọc script liên quan đến các nội dung: - Bản chất và tầm quan trọng của kênh phân phối - Khái niệm phân phối, kênh và mạng lưới phân phối - Hành vi và tổ chức kênh phân phối Làm bài tập trắc nghiệm	
		Chủ đề 7.2: Quyết định thiết kế và quản trị kênh phân phối (2 clips)	Xem video và đọc script liên quan đến các nội dung: - Quyết định thiết kế kênh phân phối - Quyết định quản trị kênh phân phối Làm bài tập trắc nghiệm	
6	Chương 8 Chiêu Thị	Chủ đề 8.1: Chiêu thị và chiến lược chiêu thị (2 clips)	Xem video và đọc script liên quan đến các nội dung: - Hỗn hợp chiêu thị - Truyền thông marketing - Chiến lược chiêu thị hỗn hợp Làm bài tập trắc nghiệm	
		Chủ đề 8.2: Các công cụ truyền thông marketing (2 clips hội thoại)	Xem video và đọc script liên quan đến các nội dung: Các công cụ truyền thông marketing 1. Bán hàng cá nhân 2. Marketing trực tiếp 3. Quan hệ công chúng 4. Quảng cáo 5. Khuyến mãi Làm bài tập trắc nghiệm	
		Phần tự học (đọc giáo trình và tìm thông tin trên Internet)	- Xây dựng chương trình truyền thông marketing (trang 192)	Chia sẻ trên diễn đàn những bài/thông tin tìm được 12h trưa chủ nhật của tuần 6
		Bài tập tình huống		hạn nộp mỗi bài tập được nộp vào trước 12h trưa ngày nhật của các tuần 6.
7	Chương 9 Giá	Chủ đề 9.1: Giá bán sản phẩm và một số yếu tố ảnh hưởng đến quyết định giá (2 clips)	Xem video và đọc script liên quan đến các nội dung: - Giá bán sản phẩm - Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định về giá Làm bài tập trắc nghiệm	

		Chủ đề 9.2: Các phương pháp tính giá bán (2 clips)	Xem video và đọc script liên quan đến các nội dung: -Phương pháp tính giá bán sản phẩm Làm bài tập trắc nghiệm	
		Chủ đề 9.3: Chiến lược giá (2 clips)	Xem video và đọc script liên quan đến các nội dung: -Chiến lược giá Làm bài tập trắc nghiệm	
		Phần tự học (đọc giáo trình và tìm Internet)	-Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định về giá (trang 216) + Các thành phần marketing mix + Chi phí sản xuất + Cạnh tranh trên thị trường + Môi trường kinh doanh -Các phương pháp xác định giá bán (trang 231)	Chia sẻ trên diễn đàn những bài/thông tin tìm được 12h trưa chủ nhật của tuần 7