

ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

I. Thông tin về học phần

- Tên học phần: **Marketing và quản trị marketing Thực phẩm**
- Tên tiếng Anh: **Food Marketing and Marketing Management**
- Mã học phần: CNTP
- Số tín chỉ: 02 TC

Phân bổ thời gian: 02 (2:0:4)

II. Thông tin giảng viên

- Giảng viên phụ trách chính:
- Giảng viên cùng giảng dạy:

III. Điều kiện tham gia học tập học phần

- Môn học:
- Môn học song hành: Phát triển sản phẩm, Nghiên cứu thị trường và người tiêu dùng

IV. Mô tả tóm tắt học phần

Môn học hướng dẫn chuyên sâu về quá trình, các kênh và công cụ của Quản trị Marketing đối với sản phẩm Thực phẩm. Chương trình mang đến những kiến thức và kỹ năng cần thiết để quản trị hoạt động marketing từ góc độ nhà sản xuất lẫn nhà phân phối.

V. Mục tiêu học phần

- ❖ Nêu mục tiêu cần đạt được đối với người học sau khi học học phần đó (*về mặt lý thuyết, thực hành*).

STT	MỤC TIÊU	MÔ TẢ (*)	CHUẨN ĐẦU RA CTĐT (**)
1	MTHP 01	Học viên có được những kiến thức về nghiên cứu tiếp thị, vai trò của marketing ngay từ giai đoạn phát triển sản phẩm, đến các phương pháp phát triển chiến lược tiếp thị, phân tích cơ hội thị trường.	PLO 2 (M)
2	MTHP 02	Học viên có khả năng thiết kế và quản lý dịch vụ khách hàng; có kỹ năng quản trị các kênh,	PLO 2 (M)

STT	MỤC TIÊU	MÔ TẢ (*)	CHUẨN ĐẦU RA CTĐT (**)
		công cụ truyền thông tiếp thị và đánh giá chiến lược tiếp thị đối với sản phẩm thực phẩm.	
3	MTHP03	Có khả năng chịu trách nhiệm về những kết luận chuyên môn. Có ý thức học tập nâng cao trình độ, tinh thần trách nhiệm đối với công việc	PLO 8 (L)

❖ **Ghi chú:**

- (*) Những kiến thức và kỹ năng mà học phần này trang bị cho người học.
- (**) Đối chiếu với chuẩn đầu ra Chương trình đào tạo.

VI. Chuẩn đầu ra của học phần

STT	MỤC TIÊU	CHUẨN ĐẦU RA HỌC PHẦN	MÔ TẢ (*)
1	MTHP 01	CĐRMH 01.1	Trình bày được khái niệm marketing hiện đại, thông tin thị trường và nghiên cứu tiếp thị, vai trò của marketing trong quá trình phát triển sản phẩm thực phẩm mới.
		CĐRMH 01.2	Vận dụng kiến thức về thông tin thị trường và nghiên cứu tiếp thị để phát triển chiến lược tiếp thị như phân khúc thị trường.
		CĐRMH 01.3	Phân tích cơ hội thị trường và dự báo nhu cầu người tiêu dùng, phân tích khách hàng doanh nghiệp: đại lý, nhà phân phối...
2	MTHP 02	CĐRMH 02.1	Thiết kế và thực hiện các chiến lược marketing thực phẩm
		CĐRMH 02.2	Quản trị các kênh, công cụ truyền thông tiếp thị và đánh giá chiến lược tiếp thị.
3	MTHP 03	CĐRMH 03.1	Có khả năng chịu trách nhiệm về những kết luận chuyên môn. Có ý thức học tập nâng cao trình độ, tinh thần trách nhiệm đối với công việc.

❖ **Ghi chú:**

- (*) Những kiến thức, kỹ năng mà người học có thể làm được sau khi học học phần này.

VII. Nội dung chi tiết học phần:

STT	NỘI DUNG	PHÂN BỐ THỜI GIAN	CHUẨN ĐẦU RA HỌC PHẦN
1	Chương 1: Khái niệm Marketing hiện đại	(3:0:3)	CĐRMH 01.1
	A. Các nội dung giảng dạy trên lớp: – Nội dung: 1.1 Marketing hướng đến khách hàng 1.2 Marketing toàn cầu 1.3 Marketing và quản trị chiến lược 1.4 Các phạm trù trong Marketing thực phẩm Phương pháp giảng dạy: Diễn giảng, thảo luận	<i>(số tiết học trên lớp)</i> 3 tiết	
	B. Các nội dung tự học ở nhà: Học viên đọc thêm các tài liệu liên quan đến nội dung trên	<i>(số tiết học ở nhà)</i> 3 tiết	
2	Chương 2: Thông tin thị trường & nghiên cứu tiếp thị	(3:0:6)	CĐRMH 01.1 CĐRMH 01.2 CĐRMH 01.3
	A. Các nội dung giảng dạy trên lớp: – Nội dung: 2.1 Thu thập thông tin và nhận định môi trường kinh doanh 2.2 Tổ chức nghiên cứu thị trường và người tiêu dùng 2.3 Phân tích cơ hội thị trường & dự báo nhu cầu – Phương pháp giảng dạy: Diễn giảng, thảo luận	<i>(số tiết học trên lớp)</i> 3 tiết	
	Các nội dung tự học ở nhà: Học viên đọc thêm các tài liệu liên quan đến nội dung trên	<i>(số tiết học ở nhà)</i> 6 tiết	
3	Chương 3: Thấu hiểu khách hàng & người tiêu dùng	(3:0:6)	CĐRMH 01.2 CĐRMH 01.3
	A. Các nội dung giảng dạy trên lớp: – Nội dung: 3.1 Chân dung người tiêu dùng hiện đại trong thị trường thực phẩm Việt Nam	<i>(số tiết học trên lớp)</i> 3 tiết	

STT	NỘI DUNG	PHÂN BỐ THỜI GIAN	CHUẨN ĐẦU RA HỌC PHẦN
	<p>3.2 Xây dựng quan hệ lâu dài và lòng trung thành của khách hàng</p> <p>3.3 Phân tích người tiêu dùng cuối</p> <p>3.4 Phân tích khách hàng doanh nghiệp: đại lý, nhà phân phối</p> <p>– Phương pháp giảng dạy: Diễn giảng, thảo luận</p>		
	<p>B. Các nội dung tự học ở nhà:</p> <p>Học viên đọc thêm các tài liệu liên quan đến nội dung trên</p>	<p>(số tiết học ở nhà)</p> <p>6 tiết</p>	
4	<p>Chương 4: Phát triển sản phẩm và chuỗi giá trị</p>	<p>(6:0:12)</p>	<p>CĐRMH 01.1</p> <p>CĐRMH 01.2</p>
	<p>A. Các nội dung giảng dạy trên lớp:</p> <p>– Nội dung:</p> <p>4.1 Sản xuất hướng đến người tiêu dùng</p> <p>4.2 Vai trò của marketing trong quá trình phát triển sản phẩm thực phẩm mới</p> <p>4.3 Chuỗi giá trị trong sản xuất sản phẩm thực phẩm</p> <p>– Phương pháp giảng dạy: Diễn giảng, đàm thoại</p>	<p>(số tiết học trên lớp)</p> <p>6 tiết</p>	
	<p>B. Các nội dung tự học ở nhà:</p> <p>Học viên đọc thêm các tài liệu liên quan đến nội dung trên</p>	<p>(số tiết học ở nhà)</p> <p>12 tiết</p>	
5	<p>Chương 5: Thực hiện các chiến lược marketing</p>	<p>(6:0:15)</p>	<p>CĐRMH 02.1</p> <p>CĐRMH 02.2</p> <p>CĐRMH 03.1</p>
	<p>A. Các nội dung giảng dạy trên lớp:</p> <p>– Nội dung:</p> <p>5.1 Quản lý sản phẩm – sự khác biệt và định vị</p> <p>5.2 Xây dựng chiến lược về giá</p> <p>5.3 Quản lý kênh phân phối & phát triển nhà phân phối: bán sỉ, bán lẻ, hậu cần</p> <p>5.4 Thiết kế và quản lý dịch vụ khách hàng</p> <p>5.5 Đánh giá hiệu quả</p> <p>– Phương pháp giảng dạy: Diễn giảng, thảo luận, học viên thuyết trình</p>	<p>(số tiết học trên lớp)</p> <p>6 tiết</p>	

STT	NỘI DUNG	PHÂN BỐ THỜI GIAN	CHUẨN ĐẦU RA HỌC PHẦN
	B. Các nội dung tự học ở nhà: Học viên đọc thêm các tài liệu liên quan đến nội dung trên, chuẩn bị báo cáo thuyết trình	(số tiết học ở nhà) 15 tiết	
6	Chương 6: Tiếp thị truyền thông tích hợp	(6:0:12)	CĐRMH 02.1 CĐRMH 02.2 CĐRMH 03.1
	A. Các nội dung giảng dạy trên lớp: – Nội dung: 6.1 Các kênh và công cụ của truyền thông 6.2 Quản trị truyền thông đại chúng: quảng cáo, khuyến mãi, sự kiện, quan hệ công chúng 6.3 Quản trị truyền thông trực tiếp: Tiếp thị trực tiếp, truyền miệng, bán hàng trực tiếp 6.4 Quản lý chiến dịch IMC 6.5 Tiếp thị trực tuyến: công nghệ số và truyền thông xã hội – Phương pháp giảng dạy: Diễn giảng, thảo luận, học viên thuyết trình	(số tiết học trên lớp) 6 tiết	
	B. Các nội dung tự học ở nhà: Học viên đọc thêm các tài liệu liên quan đến nội dung trên, chuẩn bị báo cáo thuyết trình	(số tiết học ở nhà) 12 tiết	
7	Chương 7: Xây dựng thương hiệu	(3:0:6)	CĐRMH 02.1 CĐRMH 02.2
	A. Các nội dung giảng dạy trên lớp: – Nội dung: 7.1 Tạo dựng giá trị thương hiệu 7.2 Định vị thương hiệu 7.3 Gắn kết thương hiệu với phát triển bền vững: vì cộng đồng, vì môi trường – Phương pháp giảng dạy: Diễn giảng, thảo luận	(số tiết học trên lớp) 3 tiết	
	B. Các nội dung tự học ở nhà: Học viên đọc thêm các tài liệu liên quan đến nội dung trên	(số tiết học ở nhà) 6 tiết	

VIII. Tài liệu học tập

1. Sách, giáo trình, tài liệu chính:

2. Sách, tài liệu tham khảo:

- [1]. Philip Kotler, Keven Keller (2012), *Marketing Management*, 14th edition, Prentice Hall
- [2]. IM Crawford – FAO (2000), *Agricultural and Food Marketing Management*
- [3]. Thấu hiểu Tiếp thị từ A đến Z (Marketing Insights from A to Z – Philip Kotler), Lê Hoàng Anh biên dịch, NXB Trẻ, in lần thứ 20 năm 2020
- [4]. Các kỹ năng tiếp thị hiệu quả, Cẩm nang kinh doanh Harvard – First News, Phạm Ngọc Sáu và Trần Thị Bích Nga biên dịch, NXB Tổng hợp TP.HCM phát hành năm 2007.

IX. Nhiệm vụ người học

1. Dự lớp: Học viên tham dự lớp học đầy đủ, tham gia thảo luận xây dựng bài trên lớp
2. Bài tập: Học viên nghiêm túc thực hiện các yêu cầu của giảng viên đối với môn học
3. Chuẩn bị nội dung ở nhà: chuẩn bị bài tập kỹ năng ở nhà để tự củng cố kiến thức cho bản thân
4. Khác (nếu có): Học viên nghiêm túc thực hiện bài kiểm tra giữa kỳ và bài thi kết thúc môn học; Học viên vi phạm quy chế thi sẽ bị xử lý theo quy định.

X. Phương pháp đánh giá học phần

1. Thang điểm đánh giá: 10.
2. Hình thức và kế hoạch đánh giá:

STT	HÌNH THỨC	NỘI DUNG	THỜI ĐIỂM	CÔNG CỤ	TỶ LỆ (%)	CĐRMH
1	Điểm quá trình					
	Tham dự lớp		Toàn bộ thời gian	Điểm danh	10	CĐRMH 03
2	Báo cáo chuyên đề/tiểu luận					
	Báo cáo – Thuyết trình	Chương 5 và chương 6: Chiến lược marketing và Tiếp thị truyền thông tích hợp	15 tiết cuối môn học	Projector, màn chiếu, máy tính	40	CĐRMH 02 CĐRMH 03
3	Thi cuối kỳ					
	Tự luận – Thi viết	Tất cả các chương	Kết thúc môn học	- Trình bày các nội dung đã được học - Giải quyết câu hỏi tình huống	50	CĐRMH 01 CĐRMH 02

3. Tiêu chí đánh giá bài thi/ kiểm tra

- Tiêu chí đánh giá bài báo cáo thuyết trình (Thang điểm 10)

Tiêu chí đánh giá	Trọng số điểm (%)
Hình thức của báo cáo (word, ppt file)	20
Chất lượng nội dung bài viết	40
Kỹ năng thuyết trình, trả lời các câu hỏi	40

- Tiêu chí đánh giá bài thi cuối kỳ (Thang điểm 10)

Tiêu chí đánh giá	Trọng số điểm (%)
Câu hỏi cơ sở	40
Câu hỏi nâng cao	40
Câu hỏi mang tính sáng tạo	20

❖ **Ghi chú:**

– Các nội dung và hình thức đánh giá trên có thể thay đổi tùy theo môn học.

XI. Ngày phê duyệt

.....

GIẢNG VIÊN BIÊN SOẠN
(Ký và ghi rõ họ tên)

TRƯỞNG KHOA/BAN CHUYÊN MÔN
(Ký và ghi rõ họ tên)

PGS. TS. Hoàng Kim Anh