

BỘ GIÁO DỤC & ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐH CÔNG NGHỆ SÀI GÒN
KHOA/BAN: CÔNG NGHỆ THỰC PHẨM

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

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: CNTP522
- Số tín chỉ: 02 TC

Phân bổ thời gian: 02 (2:0:4)

II. Thông tin giảng viên

- Giảng viên phụ trách chính: TS. Nguyễn Thị Thanh Bình
- Giảng viên cùng giảng dạy:

III. Điều kiện tham gia học tập học phần

- Môn học: Cơ sở và chuyên ngành
- 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

- **MTHP01: Mục tiêu về kiến thức**
- **MTHP02: Mục tiêu về kỹ năng**
- **MTHP03: Mục tiêu về thái độ**

STT	MỤC TIÊU	MÔ TẢ (*)	CHUẨN ĐẦU RA CTĐT (**)
1.	MTHP01	Trang bị cho học viên 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 như phân	A1, A2, A3

		khúc thị trường, xác định cơ hội thị trường và khách hàng mục tiêu.	
2.	MTHP02	Học viên có khả năng thiết kế và quản lý dịch vụ khách hàng; có kỹ năng quản trị các kênh, công cụ truyền thông tiếp thị và đánh giá chiến lược tiếp thị đối với sản phẩm thực phẩm.	A1, A2, A3, B1, B2, B5
3.	MTHP03	Đào tạo học viên theo các nhóm năng lực cốt lõi của một người làm marketing thực phẩm chuyên nghiệp, có tinh thần trách nhiệm và đạo đức nghề nghiệp.	C1, C2

❖ **Ghi chú:**

- (*) Những kiến thức 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.	MTHP01	CĐRMH01.1: 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.	Học viên được hướng dẫn về nghiên cứu tiếp thị, vai trò của marketing ngay từ giai đoạn phát triển sản phẩm.
		CĐRMH01.2: 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.	Trang bị cho học viên các phương pháp phát triển chiến lược tiếp thị.
		CĐRMH01.3: 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...	Học viên được hướng dẫn để xác định cơ hội thị trường và khách hàng mục tiêu.
2.	MTHP02	CĐRMH02.1: Thiết kế và thực hiện các chiến lược marketing thực phẩm và truyền đạt kiến thức cho mọi người.	Học viên có khả năng thiết kế chiến lược marketing và có khả năng truyền đạt.
		CĐRMH02.2: Quản trị các kênh, công cụ truyền thông tiếp thị và đánh giá chiến lược tiếp thị.	Học viên có kỹ năng quản trị toàn bộ hoạt động marketing đối với sản phẩm thực phẩm.

		CĐRMH02.3: Trao đổi với các chuyên gia Marketing đến từ các công ty, tập đoàn sản xuất và kinh doanh thực phẩm.	Học viên có khả năng làm việc chủ động, sáng tạo trong tập thể đa lĩnh vực.
3.	MTHP03	CĐRMH03.1: Thực hành các tình huống tại phòng Marketing của các công ty, nhà máy sản xuất thực phẩm.	Học viên được đào tạo theo các nhóm năng lực cốt lõi của một người làm marketing thực phẩm chuyên nghiệp, có tinh thần trách nhiệm, và đạo đức nghề nghiệp.
		CĐRMH03.2: Thể hiện tác phong làm việc chuyên nghiệp, tính kỷ luật.	

❖ **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)	CĐRMH01.1
	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)	
	A. Các nội dung giảng dạy trên lớp:	<i>(số tiết học trên lớp)</i> 3 tiết	

	<p>– Nội dung:</p> <p>2.1 Thu thập thông tin và nhận định môi trường kinh doanh</p> <p>2.2 Tổ chức nghiên cứu thị trường và người tiêu dùng</p> <p>2.3 Phân tích cơ hội thị trường & dự báo nhu cầu</p> <p>– Phương pháp giảng dạy: Diễn giảng, thảo luận</p>		<p>CĐRMH01.1</p> <p>CĐRMH01.2</p> <p>CĐRMH01.3</p>
	<p>Các nội dung tự học ở nhà:</p> <p>Học viên đọc thêm các tài liệu liên quan đến nội dung trên</p>	<p><i>(số tiết học ở nhà)</i></p> <p>6 tiết</p>	
	<p>Chương 3: Thấu hiểu khách hàng & người tiêu dùng</p>	<p>(3:0:6)</p>	
3	<p>A. Các nội dung giảng dạy trên lớp:</p> <p>– Nội dung:</p> <p>3.1 Chân dung người tiêu dùng hiện đại trong thị trường thực phẩm Việt Nam</p> <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><i>(số tiết học trên lớp)</i></p> <p>3 tiết</p>	<p>CĐRMH01.1</p> <p>CĐRMH01.2</p> <p>CĐRMH01.3</p> <p>CĐRMH03.1</p> <p>CĐRMH03.2</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><i>(số tiết học ở nhà)</i></p> <p>6 tiết</p>	
	<p>Chương 4: Phát triển sản phẩm và chuỗi giá trị</p>	<p>(6:0:12)</p>	
4	<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</p>	<p><i>(số tiết học trên lớp)</i></p> <p>6 tiết</p>	<p>CĐRMH01.1</p> <p>CĐRMH01.2</p> <p>CĐRMH01.3</p>

	<p>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>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><i>(số tiết học ở nhà)</i></p> <p>12 tiết</p>	
	<p>Chương 5: Thực hiện các chiến lược marketing</p>	<p>(6:0:15)</p>	
5	<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><i>(số tiết học trên lớp)</i></p> <p>6 tiết</p>	<p>CĐRMH01.1</p> <p>CĐRMH01.2</p> <p>CĐRMH01.3</p> <p>CĐRMH02.1</p> <p>CĐRMH02.2</p> <p>CĐRMH02.3</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><i>(số tiết học ở nhà)</i></p> <p>15 tiết</p>	
	<p>Chương 6: Tiếp thị truyền thông tích hợp</p>	<p>(6:0:12)</p>	
6	<p>A. Các nội dung giảng dạy trên lớp:</p> <p>– Nội dung:</p> <p>6.1 Các kênh và công cụ của truyền thông</p> <p>6.2 Quản trị truyền thông đại chúng: quảng cáo, khuyến mãi, sự kiện, quan hệ công chúng</p>	<p><i>(số tiết học trên lớp)</i></p> <p>6 tiết</p>	

	<p>6.3 Quản trị truyền thông trực tiếp: Tiếp thị trực tiếp, truyền miệng, bán hàng trực tiếp</p> <p>6.4 Quản lý chiến dịch IMC</p> <p>6.5 Tiếp thị trực tuyến: công nghệ số và truyền thông xã hội</p> <p>– Phương pháp giảng dạy: Diễn giảng, thảo luận, học viên thuyết trình</p>		<p>CĐRMH01.1</p> <p>CĐRMH01.2</p> <p>CĐRMH01.3</p> <p>CĐRMH02.1</p> <p>CĐRMH02.2</p> <p>CĐRMH02.3</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>	
	<p>Chương 7: Xây dựng thương hiệu</p>	<p>(3:0:6)</p>	
7	<p>A. Các nội dung giảng dạy trên lớp:</p> <p>– Nội dung:</p> <p>7.1 Tạo dựng giá trị thương hiệu</p> <p>7.2 Định vị thương hiệu</p> <p>7.3 Gắn kết thương hiệu với phát triển bền vững: vì cộng đồng, vì môi trường</p> <p>– Phương pháp giảng dạy: Diễn giảng, thảo luận</p>	<p>(số tiết học trên lớp)</p> <p>3 tiết</p>	<p>CĐRMH02.1</p> <p>CĐRMH02.2</p> <p>CĐRMH02.3</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>	

VIII. Tài liệu học tập

- Sách, giáo trình, tài liệu chính:
- Sách, tài liệu tham khảo:
 - [1]. Philip Kotler, Keven Keller, *Marketing Management*, 14th edition, Prentice Hall, 2012
 - [2]. IM Crawford - FAO, *Agricultural and Food Marketing Management*, 2000
 - [3]. Thấu hiểu Tiếp thị từ A đến Z (Marketing Insights from A to Z – Philip Kotler), NXB Trẻ
 - [4]. Các kỹ năng tiếp thị hiệu quả, Cẩm nang Harvard – First News dịch và phát hành

IX. Nhiệm vụ người học

- Dự lớp: Học viên tham dự lớp học đầy đủ, tham gia thảo luận xây dựng bài trên lớp
- 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:

[1] Để hoàn tất môn học, học viên phải “đạt”:

+ Điểm tổng kết môn học $\geq 5,0$ (năm) điểm theo thang điểm 10,0 (mười);

+ Thực hiện đầy đủ các yêu cầu đánh giá môn học theo trọng số (%) của các điểm thành phần như sau:

- Điểm quá trình: ----- chiếm 10% (a)

- Điểm kiểm tra giữa kỳ: ----- chiếm 30% (b)

- Điểm thi cuối kỳ: ----- chiếm 60% (c)

- Điểm tổng kết môn học: ----- (a) + (b) + (c) = 100%

Trong đó: ----- (a) + (b) $\leq 50\%$ và (c) $\geq 50\%$

[2] Hình thức, nội dung, thời lượng và tiêu chí chấm điểm của các bài thi:

STT	HÌNH THỨC	NỘI DUNG	THỜI LƯỢNG	TIÊU CHÍ ĐÁNH GIÁ	TỶ LỆ (%)
1.	Quá trình				10%
	Điểm danh, phát biểu xây dựng bài học				
2.	Kiểm tra giữa kỳ				30%
	Báo cáo tiểu luận	<ul style="list-style-type: none"> - Thực tập tình huống tại phòng Marketing của các công ty, nhà máy sản xuất thực phẩm - Trao đổi với các chuyên gia Marketing đến từ các công ty, tập đoàn sản xuất và kinh doanh thực phẩm 	30 phút mỗi nhóm	<ul style="list-style-type: none"> - Hiểu, trình bày được phân lý thuyết - Vận dụng phân lý thuyết để giải quyết tình huống cụ thể 	<p>20%</p> <p>10%</p>
3.	Thi cuối kỳ				60%

	Tự luận	Các nội dung trong học phần	120 phút	- Hiểu, trình bày được phần lý thuyết	20%
				- Vận dụng phần lý thuyết để giải quyết tình huống cụ thể	20%
				- Phân tích được ý nghĩa, cơ sở phù hợp, chính xác	10%
				- Tính sáng tạo: thể hiện ý tưởng riêng của học viên trong phần trả lời	10%

❖ **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)