

### ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

**Ngành đào tạo: Đại học Quản trị kinh doanh**

(Ban hành kèm theo Quyết định số: 762/QĐ-ĐHTB, ngày 01 tháng 12 năm 2021 của Hiệu trưởng trường Đại học Thái Bình)

#### 1. Thông tin chung về học phần

- Tên học phần bằng tiếng Việt: **HÀNH VI NGƯỜI TIÊU DÙNG**
- Tên học phần bằng tiếng Anh: Customer behavior
- Mã học phần: 0101002977 Số tín chỉ: 2 (2,0,4)
- Áp dụng cho ngành/chuyên ngành đào tạo: Quản trị kinh doanh.
  - + Trình độ đào tạo: Đại học
  - + Hình thức đào tạo: Chính quy
- Yêu cầu của học phần: Tự chọn
- Học phần tiên quyết:
- Các học phần học trước:
- Các học phần song hành:
- Các yêu cầu khác đối với học phần (nếu có): Không
- Phân bổ giờ tín chỉ đối với các hoạt động:
  - + Nghe giảng lý thuyết: 22 giờ
  - + Thảo luận: 06 giờ
  - + Kiểm tra: 2 giờ
  - + Tự học: (30x2) = 60 giờ
- Khoa/Bộ môn phụ trách học phần: Bộ môn Khoa học xã hội và nhân văn – Khoa Kinh tế - Quản trị kinh doanh

#### 2. Mô tả học phần

Là học phần tự chọn trong khối kiến thức cơ sở ngành của ngành Quản trị kinh doanh, cung cấp cho sinh viên các lý thuyết khoa học về hành vi khách hàng, các nhân tố ảnh hưởng đến hành vi khách hàng, hành vi khách hàng trước, trong và sau khi mua sắm. Nghiên cứu những nhóm yếu tố chủ yếu ảnh hưởng đến hành vi người tiêu dùng trong quá trình mua sắm và sử dụng sản phẩm. Trên cơ sở đó ứng dụng những hiểu biết về hành vi người tiêu dùng vào quá trình xây dựng các chiến lược marketing tương ứng.

#### 3. Mục tiêu của học phần

Mã số	Mô tả mục tiêu học phần	CDR của CTĐT PLOs	Mức độ
[1]	[2]	[3]	[4]
G1	Có khả năng áp dụng các kiến thức cơ bản về hành vi khách hàng như: khái niệm, đối tượng, nội dung, phương pháp nghiên cứu hành vi khách hàng;	PLO1.3.1 PLO1.3.2	3/5

	Có khả năng vận dụng những kiến thức về hành vi khách hàng để phân tích được đặc điểm hành vi khách hàng trong từng giai đoạn: trước khi mua sắm, trong khi mua sắm và sau khi mua sắm; xác định được những nhân tố ảnh hưởng đến hành vi khách hàng, động cơ, nhận thức, thái độ và chiến lược Marketing.		
G2	Có ý thức trong việc vận dụng các kiến thức về hành vi khách hàng trong hoạt động kinh doanh..	PLO2.1 PLO2.2.2	3/5
	Có khả năng thực hiện vận dụng linh hoạt các kiến thức liên quan đến hành vi khách hàng trong quản trị kinh doanh.		
G3	SV nhận thức được ý nghĩa, tầm quan trọng của việc nghiên cứu hành vi khách hàng	PLO3.1 PLO3.2	3/5
	Có ý thức tìm hiểu, vận dụng kiến thức vào công việc.		

#### 4. Chuẩn đầu ra của học phần

Học phần đóng góp cho chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo

Mục tiêu học phần (Gs)	Chuẩn đầu ra học phần (CLOs)		Chuẩn đầu ra CTĐT (PLOs)	Mức độ đạt được
	Ký hiệu	Mô tả		
G1	[2]	[3]	[4]	[5]
<b>Kiến thức</b>				
G1	CLO1.1	Hiểu được những kiến thức cơ bản về hành vi khách hàng. Nắm được đặc điểm hành vi khách hàng trong từng giai đoạn.	PLO1.3.1	3/5
	CLO1.2	Phân tích được những nhân tố ảnh hưởng đến hành vi khách hàng	PLO1.3.2	3/5
<b>Kỹ năng</b>				
G2	CLO2.1	Thực hiện các kỹ năng phân tích, đánh giá để giải quyết các vấn đề liên quan đến hành vi khách hàng	PLO2.1	3/5
	CLO2.2	Có khả năng vận dụng những kiến thức đã học vào truyền đạt, phản biện các trong quá trình xây dựng kế hoạch kinh doanh	PLO2.2.2	
<b>Mức tự chủ và trách nhiệm</b>				
G3	CLO3.1	Có thái độ đúng đắn đối với việc nghiên cứu hành vi khách hàng, vận dụng kiến thức môn học vào hoạt động kinh doanh.	PLO3.1	3/5
	CLO3.2	Có ý thức tìm hiểu hành vi khách	PLO3.2	3/5

		hàng và vận dụng vào trong hoạt động quản trị kinh doanh.		
--	--	---	--	--

### 5. Tài liệu phục vụ học phần

Giáo trình chính	[1] Vũ Huy Thông (2014), <i>Giáo trình hành vi người tiêu dùng</i> , NXB Đại học Kinh tế quốc dân.
Tài liệu tham khảo thêm	[2] GS.TS Trần Minh Đạo Giáo trình Marketing căn bản, NXB Kinh tế quốc dân, 2018 [3] Bùi Văn Quang (2015), <i>Hành vi người tiêu dùng thấu hiểu và vận dụng</i> , NXB Lao động xã hội.
Các loại tài liệu khác	[Phần mềm, cơ sở dữ liệu, trang Web]

### 6. Phương pháp, hình thức tổ chức dạy học

Phương pháp, hình thức tổ chức dạy học	Mục đích	CĐR của HP đạt được CLOs	Phương pháp, hình thức học của người học
Diễn giảng	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Giảng viên trình chiếu, giải thích và phân tích các nội dung kiến thức theo từng bài học: giải thích các nội dung lý thuyết của bài học, phân tích các ví dụ cụ thể gắn với nội dung lý thuyết, giải đáp những thắc mắc của sinh viên giúp sinh viên đạt được các chuẩn đầu ra về kiến thức.</li> <li>- Sinh viên nghiên cứu tự học trước khi lên lớp theo hướng dẫn trong đề cương chi tiết của học phần; lắng nghe, quan sát, ghi chép nội dung bài học và nêu các câu hỏi cần thiết.</li> </ul>	CLO1.1 CLO1.2 CLO2.1 CLO2.2 CLO3.1 CLO3.2	Bài bản (lắng nghe, tiếp nhận thông tin)
Đàm thoại, vấn đáp	Thông qua việc hỏi đáp, thảo luận để GV, SV cùng làm rõ các nội dung kiến thức trong học phần. <ul style="list-style-type: none"> <li>- Giảng viên nêu các câu hỏi hướng dẫn, gợi ý, yêu cầu sinh viên trình bày cách làm, kết quả. Giảng viên nhận xét, kết luận giúp sinh viên chuẩn hóa các kiến thức kỹ năng theo nội dung của từng bài học</li> </ul>	CLO1.1 CLO1.2 CLO2.1 CLO2.2 CLO3.1 CLO3.2	Tương tác
Hướng dẫn tự học, tự nghiên cứu và làm bài tập	Giúp người học tăng cường khả năng tự học, tự nghiên cứu. Sinh viên chuẩn bị nội dung bài tập trước khi lên lớp theo yêu cầu của giảng viên Giúp người học phát triển khả năng tự học, tự nghiên cứu để có thể tiếp tục	CLO1.1 CLO1.2 CLO2.1 CLO2.2 CLO3.1 CLO3.2	Chủ động tìm hiểu và khám phá kiến thức một cách tự nhiên, độc lập và sáng tạo. Sử dụng hiệu quả

	học tập và nghiên cứu độc lập, từ đó đó giúp người học trở nên độc lập và tự tin hơn trong việc giải quyết vấn đề, phát triển kỹ năng quản lý thời gian và lập kế hoạch, nâng cao khả năng tìm kiếm và sử dụng thông tin, và tăng cường sự đam mê và tự tin trong học tập. Ngoài ra, việc hướng dẫn tự học, tự nghiên cứu còn giúp người học phát triển khả năng học tập suốt đời và thích nghi với những thay đổi trong công việc và cuộc sống.		kiến thức tìm được.
Kiểm tra	Đánh giá ý thức, thái độ, khả năng tiếp nhận và vận dụng kiến thức đã học vào thực tế, đáp ứng được yêu cầu của môn học.	CLO1.1 CLO1.2 CLO2.1 CLO2.2 CLO3.1 CLO3.2	Ôn luyện kiến thức, kỹ năng, thông tin và cách làm bài kiểm tra.

### 7. Kế hoạch giảng dạy chi tiết

Buổi học/Tuần		Nội dung	CDR học phần (CLOs)
Tuần 1	Lý thuyết	CHƯƠNG 1. TỔNG QUAN VỀ HÀNH VI KHÁCH HÀNG 1.1. Khái niệm khách hàng, hành vi khách hàng 1.1.1. Khái niệm khách hàng 1.1.2. Khái niệm hành vi khách hàng 1.2. Tầm quan trọng của nghiên cứu hành vi khách hàng trong xây dựng chiến lược Marketing	CLO1.1 CLO1.2 CLO2.1 CLO2.2 CLO3.1 CLO3.2
	Tự học	SV chuẩn bị nội dung theo yêu cầu của giáo viên	
Tuần 2	Lý thuyết	CHƯƠNG 1. TỔNG QUAN VỀ HÀNH VI KHÁCH HÀNG (tiếp theo) 1.3. Đối tượng, nội dung, phương pháp nghiên cứu hành vi khách hàng 1.3.1. Đối tượng nghiên cứu 1.3.2. Nội dung nghiên cứu 1.3.3. Phương pháp nghiên cứu	CLO1.1 CLO1.2 CLO2.1 CLO2.2 CLO3.1 CLO3.2
	Tự học	SV chuẩn bị nội dung theo yêu cầu của giáo viên	
Tuần 3	Lý thuyết	CHƯƠNG 2. NHỮNG YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN HÀNH VI KHÁCH HÀNG 2.1. Ảnh hưởng của các yếu tố văn hóa đến hành vi khách hàng 2.1.1. Khái niệm văn hóa 2.1.2. Ảnh hưởng của các yếu tố văn hóa đến hành	CLO1.1 CLO1.2 CLO2.1 CLO2.2 CLO3.1 CLO3.2

		vi khách hàng	
	Thảo luận	Nội dung thảo luận phần 2.1	
	Tự học	SV chuẩn bị nội dung theo yêu cầu của giáo viên	
<b>Tuần 4</b>	Lý thuyết	CHƯƠNG 2. NHỮNG YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN HÀNH VI KHÁCH HÀNG (tiếp theo) 2.2. Ảnh hưởng của các yếu tố xã hội đến hành vi khách hàng 2.2.1. Ảnh hưởng của tầng lớp xã hội 2.2.2. Ảnh hưởng của nhóm tham khảo 2.2.3. Ảnh hưởng của gia đình	CLO1.1 CLO1.2 CLO2.1 CLO2.2 CLO3.1 CLO3.2
	Tự học	SV chuẩn bị nội dung theo yêu cầu của giáo viên	
<b>Tuần 5</b>	Lý thuyết	CHƯƠNG 3. ĐỘNG CƠ VÀ HÀNH VI CỦA KHÁCH HÀNG 3.1. Động cơ 3.1.1. Khái niệm, vai trò của động cơ 3.1.2. Cơ chế tác động của động cơ đến hành vi con người	CLO1.1 CLO1.2 CLO2.1 CLO2.2 CLO3.1 CLO3.2
	Thảo luận	Nội dung thảo luận phần 3.1	
	Tự học	SV chuẩn bị nội dung theo yêu cầu của giáo viên	
<b>Tuần 6</b>	Lý thuyết	CHƯƠNG 3. ĐỘNG CƠ VÀ HÀNH VI CỦA KHÁCH HÀNG (tiếp theo) 3.2. Một số lý thuyết cơ bản về động cơ ảnh hưởng đến hành vi khách hàng 3.2.1. Thuyết nhu cầu của Abraham Maslow 3.2.2. Thuyết phân tâm học của Sigmund Freud	CLO1.1 CLO1.2 CLO2.1 CLO2.2 CLO3.1 CLO3.2
	Tự học	SV chuẩn bị nội dung theo yêu cầu của giáo viên	
<b>Tuần 7</b>	Lý thuyết	CHƯƠNG 3. ĐỘNG CƠ VÀ HÀNH VI CỦA KHÁCH HÀNG (tiếp theo) 3.3. Ứng dụng việc nghiên cứu động cơ của khách hàng trong xây dựng chiến lược Marketing 3.3.1. Ứng dụng thuyết nhu cầu của Abraham Maslow trong phân đoạn thị trường và định vị 3.3.2. Ứng dụng thuyết phân tâm học của Sigmund Freud trong định hướng Marketing	CLO1.1 CLO1.2 CLO2.1 CLO2.2 CLO3.1 CLO3.2
	Kiểm tra	Kiểm tra định kỳ, nội dung chương 1;2;3	
	Tự học	SV chuẩn bị nội dung theo yêu cầu của giáo viên	
<b>Tuần 8</b>	Lý thuyết	CHƯƠNG 4. NHẬN THỨC CỦA KHÁCH HÀNG 4.1. Nhận thức 4.1.1. Khái niệm, phân loại nhận thức 4.1.2. Ảnh hưởng của nhận thức đến hành vi khách hàng	CLO1.1 CLO1.2 CLO2.1 CLO2.2 CLO3.1 CLO3.2

	Thảo luận	Nội dung thảo luận phần 4.1.2	
	Tự học	SV chuẩn bị nội dung theo yêu cầu của giáo viên	
<b>Tuần 9</b>	Lý thuyết	CHƯƠNG 4. NHẬN THỨC CỦA KHÁCH HÀNG (tiếp theo) 4.2. Thông tin và quá trình xử lý thông tin của khách hàng 4.2.1. Bản chất của thông tin và các cách xử lý thông tin của khách hàng 4.2.2. Quá trình xử lý thông tin của khách hàng	CLO1.1 CLO1.2 CLO2.1 CLO2.2 CLO3.1 CLO3.2
	Tự học	SV chuẩn bị nội dung theo yêu cầu của giáo viên	
<b>Tuần 10</b>	Lý thuyết	CHƯƠNG 4. NHẬN THỨC CỦA KHÁCH HÀNG (tiếp theo) 4.3. Ứng dụng việc nghiên cứu nhận thức của khách hàng trong xây dựng chiến lược Marketing 4.3.1. Định vị sản phẩm 4.3.2. Sử dụng phương tiện truyền thông 4.3.3. Bao gói và quảng cáo 4.3.4. Đặt tên nhãn hiệu 4.3.5. Thiết kế thông điệp truyền thông Marketing	CLO1.1 CLO1.2 CLO2.1 CLO2.2 CLO3.1 CLO3.2
	Tự học	SV chuẩn bị nội dung theo yêu cầu của giáo viên	
<b>Tuần 11</b>	Lý thuyết	CHƯƠNG 5: THÁI ĐỘ CỦA KHÁCH HÀNG 5.1. Khái niệm, vai trò của thái độ 5.1.1. Khái niệm thái độ 5.1.2. Vai trò của thái độ 5.2. Môi quan hệ giữa thái độ và hành vi	CLO1.1 CLO1.2 CLO2.1 CLO2.2 CLO3.1 CLO3.2
	Thảo luận	Nội dung thảo luận phần 4.3; 5.1.2	
	Tự học	SV chuẩn bị nội dung theo yêu cầu của giáo viên	
<b>Tuần 12</b>	Lý thuyết	CHƯƠNG 5: THÁI ĐỘ CỦA KHÁCH HÀNG (tiếp theo) 5.3. Một số phương thức thay đổi thái độ 5.3.1. Thay đổi niềm tin về nhãn hiệu 5.3.2. Thay đổi tầm quan trọng của thuộc tính 5.3.3. Thay đổi điểm lý tưởng	CLO1.1 CLO1.2 CLO2.1 CLO2.2 CLO3.1 CLO3.2
	Thảo luận	Nội dung thảo luận phần 5.3	
	Tự học	SV chuẩn bị nội dung theo yêu cầu của giáo viên	
<b>Tuần 13</b>	Lý thuyết	CHƯƠNG 6. HÀNH VI KHÁCH HÀNG TRONG QUÁ TRÌNH MUA SẴM 6.1. Hành vi khách hàng trước khi mua sắm 6.1.1. Nhận biết nhu cầu 6.1.2. Tìm kiếm thông tin	CLO1.1 CLO1.2 CLO2.1 CLO2.2 CLO3.1 CLO3.2
	Thảo luận	Nội dung thảo luận phần 6.1	
	Tự học	SV chuẩn bị nội dung theo yêu cầu của giáo viên	
<b>Tuần 14</b>	Lý thuyết	CHƯƠNG 6. HÀNH VI KHÁCH HÀNG TRONG	CLO1.1

		QUÁ TRÌNH MUA SẮM (tiếp theo) 6.2. Hành vi khách hàng khi mua sắm 6.2.1. Các tiêu chuẩn đánh giá 6.2.2. Các quy tắc quyết định 6.2.3. Mua sắm	CLO1.2 CLO2.1 CLO2.2 CLO3.1 CLO3.2
	Tự học	SV chuẩn bị nội dung theo yêu cầu của giáo viên	
<b>Tuần 15</b>	Lý thuyết	CHƯƠNG 6. HÀNH VI KHÁCH HÀNG TRONG QUÁ TRÌNH MUA SẮM (tiếp theo) 6.3. Hành vi khách hàng sau khi mua sắm 6.3.1. Mâu thuẫn tâm lý của khách hàng sau khi mua sắm 6.3.2. Đánh giá việc mua sắm	CLO1.1 CLO1.2 CLO2.1 CLO2.2 CLO3.1 CLO3.2
	Kiểm tra	Kiểm tra định kỳ, nội dung chương 4; 5 và 6	CLO3.2
	Tự học	SV chuẩn bị nội dung theo yêu cầu của giáo viên	

### 8. Đánh giá kết quả học tập

#### Sử dụng thang điểm 10 cho tất cả các hình thức đánh giá trong học phần

TT	Hình thức đánh giá	Tiêu chí đánh giá	Thời điểm	Chuẩn đầu ra Học phần (CLOs)	Trọng số
1	Chuyên cần	Tích chủ động, mức độ tích cực chuẩn bị bài và tham gia các hoạt động trong giờ học Thời gian tham dự buổi học bắt buộc, vắng không quá 20% số tiết học	Hàng tuần	CLO1.1 CLO1.2 CLO2.1 CLO2.2 CLO3.1 CLO3.2	10%
2	Quá trình	- Sinh viên làm 2 bài kiểm tra cá nhân 1 tiết/bài. -Tiêu chí đánh giá bài kiểm tra (theo đáp án, thang điểm của giảng viên)	Tuần 7, Tuần 15	CLO1.1 CLO1.2 CLO2.1 CLO2.2 CLO3.1 CLO3.2	40%
3	Cuối kỳ	- Thi kết thúc học phần; - - Hình thức thi: Tự luận - Tiêu chí đánh giá bài thi: theo thang điểm đã được phê chuẩn.	Theo lịch thi của nhà trường	CLO1.1 CLO1.2 CLO2.1 CLO2.2 CLO3.1 CLO3.2	50%

### 9. Thông tin về giảng viên

#### 9.1. Giảng viên 1

- Họ và tên:

**Nguyễn Thị Tuyết Mai**

- Chức danh, học hàm, học vị: Giảng viên, Thạc sỹ

- Email: [nguyenthituyetmai751984@gmail.com](mailto:nguyenthituyetmai751984@gmail.com) Điện thoại liên hệ: 0984.555.056

#### 9.3. Giảng viên 2

- Họ và tên:
- Chức danh, học hàm, học vị:
- Email: [mailp0488@gmail.com](mailto:mailp0488@gmail.com)

**Lại Phương Mai**  
 Giảng viên, Thạc sỹ  
 Điện thoại liên hệ: 0826.336.555

### 10. Các quy định chung

Cam kết của giảng viên	Giảng đúng kế hoạch giảng dạy, đúng đề cương chi tiết học phần và đúng thời lượng tiết học, thời gian quy định
Yêu cầu đối với sinh viên	Tham dự đầy đủ các buổi học theo quy định, chuẩn bị, đọc bài trước khi lên lớp
Quy định về tham dự lớp học	Trang phục theo quy định của Trường, Khoa; có giáo trình, tài liệu môn học
Quy định về hành vi trong lớp học	Nghiêm túc, tích cực học tập
Quy định về học vụ	Làm đầy đủ các yêu cầu của giảng viên.
Các quy định khác	Thực hiện đúng quy tắc ứng xử của Trường

*Thái Bình, ngày ... tháng ... năm 2021*

**TRƯỞNG KHOA**  
*(Ký, ghi rõ họ tên)*

**TRƯỞNG BỘ MÔN**  
*(Ký, ghi rõ họ tên)*

**GIẢNG VIÊN**  
*(Ký, ghi rõ họ tên)*