

ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

Ngành đào tạo: Đại học ngành 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: **QUẢN TRỊ MARKETING**
Tên học phần bằng tiếng Anh: Marketing Management
- Mã học phần: 0101001068 Số tín chỉ: 3(3,0,6)
- 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: Bắt buộc
- Học phần tiên quyết: Marketing căn bản
- Các học phần học trước:
- Các học phần học song hành:
- Các yêu cầu khác đối với học phần: tích cực, có kỹ năng tìm kiếm thông tin, kiến thức chuyên ngành liên quan. Chủ động trong học tập.
- Phân bổ giờ tín chỉ đối với các hoạt động:
 - + Nghe giảng lý thuyết: 31 giờ
 - + Làm bài tập, thảo luận, hoạt động theo nhóm trên lớp: 11 giờ
 - + Kiểm tra trên lớp: 3 giờ
 - + Tự học: 90 giờ
- Khoa/Bộ môn phụ trách học phần: Bộ môn Khoa học xã hội và nhân văn – Khoa Kinh tế – QTKD

2. Mô tả học phần

Quản trị marketing là học phần bắt buộc, thuộc khối kiến thức chuyên ngành của chương trình đào tạo ngành Quản trị kinh doanh. Học phần cung cấp kiến thức tổng quan về quản trị marketing như khái niệm, các quan điểm quản trị marketing, các khái niệm, vai trò và tầm quan trọng của hoạt động quản trị marketing đối với doanh nghiệp. Bên cạnh đó, học phần còn cung cấp các kiến thức chuyên sâu về: Kế hoạch hóa chiến lược và quá trình quản trị marketing, hệ thống trợ giúp ra quyết định, môi trường marketing, khách hàng của doanh nghiệp, phân đoạn thị trường và các chiến lược marketing theo thị trường mục tiêu, quản trị chiến lược sản phẩm, quản trị chiến lược giá, chiến lược phân phối, xúc tiến bán. Học phần được xem là nền tảng cho việc học phần chuyên sâu thuộc ngành Quản trị kinh doanh.

3. Mục tiêu của học phần

Mã số	Mô tả mục tiêu học phần	CĐR của CTĐT PLOs	Mức độ
[1]	[2]	[3]	[4]
G1	Có khả năng vận dụng các quan điểm quản trị	PLO1.3.1	4/5

	marketing, xây dựng hệ thống thông tin, phân tích môi trường, các khách hàng của doanh nghiệp, các đối thủ cạnh tranh, phân đoạn thị trường để đưa ra các quyết định marketing.	PLO1.4.1	
	Có khả năng hiểu được qui trình quản trị marketing, áp dụng các chiến lược, các nhóm biện pháp marketing phù hợp để tăng khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp trên thị trường.	PLO1.5.1	4/5
G2	Có khả năng hoạch định và triển khai thực thi, đo lường đánh giá được các hoạt động quản trị marketing ở cấp độ chiến lược và chiến thuật cho doanh nghiệp.	PLO2.2.1	3/5
	Có kỹ năng làm việc nhóm, kỹ năng nghiên cứu và truyền đạt, bảo vệ quan điểm liên quan đến các quyết định marketing.	PLO2.2.2	3/5
G3	Có năng lực hướng dẫn, giám sát người khác lập kế hoạch, tổ chức, thực thi và kiểm soát các hoạt động hoạt động quản trị marketing. Tuân thủ các chuẩn mực đạo đức nghề nghiệp.	PLO3.1 PLO3.2	3/5

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		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Kiến thức				
G1	CLO1.1	Hiểu được bản chất của marketing, áp dụng các quan điểm quản trị marketing phù hợp với bối cảnh thị trường, điều kiện thực tế của doanh nghiệp	PLO1.3.1	4/5
	CLO1.2	Làm rõ mối quan hệ giữa kế hoạch chiến lược và kế hoạch marketing, hiểu được bản chất kế hoạch và các cấp kế hoạch của doanh nghiệp.	PLO1.4.1	4/5
	CLO1.3	Nhận thức được sự vận hành của các hệ thống quản trị thông tin và nghiên cứu marketing. Thực hành thu thập, phân tích thông tin marketing cho tình huống cụ thể.	PLO1.3.1 PLO1.4.1	4/5
	CLO1.4	Phân tích sự ảnh hưởng của các nhân tố thuộc môi trường marketing đến việc ra các quyết định marketing của doanh nghiệp. Vận dụng ma trận SWOT để đưa ra các quyết định chiến lược.	PLO1.3.1 PLO1.4.1	4/5
	CLO1.5	Phân tích quá trình ra quyết định của khách	PLO1.3.1	4/5

		hàng từ đó đưa ra các giải pháp marketing nhằm rút ngắn quá trình ra quyết định mua. Lựa chọn các tiêu thức phù hợp để phân đoạn thị trường và lựa chọn thị trường mục tiêu. Đưa ra các chiến lược marketing phù hợp.	PLO1.4.1	
	CLO1.6	Đánh giá được các vị trí, mối quan hệ giữa các công cụ marketing mix để đưa ra quyết định quản trị.	PLO1.5.1	4/5
Kỹ năng				
G2	CLO2.1	Kỹ năng lập kế hoạch marketing cho doanh nghiệp trong những tình huống cụ thể.	PLO2.2.1	3/5
	CLO2.2	Thực hành thu thập và phân tích thông tin cho doanh nghiệp trong tình huống cụ thể.	PLO2.2.1	3/5
	CLO2.3	Kỹ năng làm việc nhóm, kỹ năng nghiên cứu và truyền đạt, bảo vệ quan điểm liên quan đến các quyết định marketing.	PLO2.2.2	3/5
Mức tự chủ và trách nhiệm				
G3	CLO3.1	Nhận thức được tầm quan trọng của học phần và có động cơ học tập đúng đắn thông qua tinh thần học tập, hình thức bài làm cá nhân, bài làm nhóm theo tiêu chí đánh giá.	PLO3.1	3/5
	CLO3.2	Tác phong làm việc nghiêm túc, khoa học thái độ làm việc chuyên nghiệp của nhà quản lý tương lai trong tổ chức. Hình thành chuẩn mực đạo đức nghề nghiệp.	PLO3.2	3/5

5. Tài liệu phục vụ học phần

Giáo trình chính:	[1] TS. Trương Đình Chiến (2012), Giáo trình Quản trị marketing, NXB Đại học Kinh tế quốc dân, Hà Nội.
Tài liệu tham khảo thêm:	[2] Ths. Ngô Minh Cách (2012), Giáo trình Quản trị marketing, NXB Học viện Tài chính, Hà Nội [3] GS.TS Đỗ Hoàng Toàn, Giáo trình Quản trị kinh doanh, năm 2002, NXB Thống kê, Hà Nội.
Giáo trình chính:	[1] TS. Trương Đình Chiến (2012), Giáo trình Quản trị marketing, NXB Đại học Kinh tế quốc dân, Hà Nội.

6. Phương pháp, hình thức tổ chức dạy học

Phương pháp, hình thức tổ chức dạy học	Mục đích	CDR của HP đạt được CLOs	Phương pháp, hình thức học của người học
Thuyết trình, giảng giải	- Giảng viên trình chiếu, giải thích và phân tích các nội dung kiến thức theo từng bài học. Sinh viên lắng nghe, quan sát và ghi chép nội dung bài học và nêu các câu hỏi cần thiết.	CLO1.1 CLO1.2 CLO1.3 CLO1.4 CLO1.5	Bài bản (lắng nghe, tiếp nhận thông tin)

	- Giảng viên 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	CLO1.6	
Đàm thoại, vấn đáp	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 giúp người học đạt được các chuẩn đầu ra về kiến thức	CLO1.2 CLO1.3 CLO1.4 CLO1.5 CLO1.6 CLO2.1 CLO2.2 CLO2.3 CLO3.1 CLO3.2	Trương tác
Hướng dẫn làm bài tập, thảo luận nhóm	Giảng viên xây dựng hệ thống câu hỏi ôn tập, nội dung thảo luận phù hợp với nội dung từng chương. Giảng viên thực hiện làm một số câu hỏi mẫu, hướng dẫn và hỗ trợ người học cách phân tích và trả lời câu hỏi. Hướng dẫn sinh viên thảo luận để rèn các kỹ năng: kỹ năng làm việc độc lập, kỹ năng làm việc nhóm.	CLO1.1 CLO1.2 CLO1.3 CLO1.4 CLO1.5 CLO1.6 CLO2.1 CLO2.2 CLO2.3 CLO3.1 CLO3.2	Bài bản (lắng nghe, tiếp nhận thông tin) Trương tác - Ôn luyện, tìm kiếm, học nhóm - Giải quyết vấn đề, - Sáng tạo
Hướng dẫn tự học, tự nghiên cứu và làm bài tập	Sau mỗi buổi học trên lớp, giảng viên giao nhiệm vụ về nhà bao gồm hệ thống câu hỏi ôn tập và câu hỏi soạn bài nhằm củng cố kiến thức, kỹ năng đã học cũng chuẩn bị nghiên cứu kiến thức cho bài học sau trong các tài liệu tham khảo.	CLO1.2 CLO1.3 CLO1.4 CLO1.5 CLO1.6 CLO2.1 CLO2.2 CLO2.3 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 kiến thức tìm được.
Kiểm tra	Sinh viên hệ thống, tổng hợp kiến thức đã học	CLO1.1 CLO1.2 CLO1.3 CLO1.4 CLO1.5 CLO1.6 CLO2.1	Ôn luyện kiến thức, kỹ năng, thông tin và cách làm bài kiểm tra.

		CLO2.2 CLO2.3 CLO3.1 CLO3.2	
--	--	--------------------------------------	--

7. Kế hoạch giảng dạy chi tiết

Buổi học	Nội dung		CĐR học phần (CLOs)
(1)	(2)		(3)
1	Lý thuyết	<p style="text-align: center;">CHƯƠNG 1 BẢN CHẤT CỦA MARKETING VÀ QUẢN TRỊ MARKETING</p> <p>1.1. Bản chất của marketing 1.1.1. Khái niệm marketing 1.1.2. Các khái niệm thuộc về bản chất marketing 1.1.3. Vai trò của marketing 1.2. Các quan điểm định hướng kinh doanh 1.2.1. Quan điểm quản trị doanh nghiệp theo định hướng sản xuất 1.2.2. Quan điểm quản trị doanh nghiệp theo định hướng sản phẩm 1.2.3. Quan điểm quản trị doanh nghiệp theo định hướng</p>	CLO1.1 CLO3.2
	Tự học	Hệ thống kiến thức, ôn tập, làm bài tập và chuẩn bị nội dung bài mới (tuần 2)	
2	Lý thuyết	<p style="text-align: center;">CHƯƠNG 1 BẢN CHẤT CỦA MARKETING VÀ QUẢN TRỊ MARKETING (tiếp theo)</p> <p>1.3. Quản trị marketing 1.3.1. Khái niệm 1.3.2. Đặc điểm của quản trị marketing 1.3.3. Những nhiệm vụ chủ yếu 1.3.4. Quan hệ chức năng quản trị marketing với các chức năng khác 1.4. Quá trình cung ứng giá trị cho khách hàng và marketing quan hệ</p>	CLO1.1 CLO2.3 CLO3.2
	Thảo luận, làm bài tập trên lớp	SV thảo luận theo sự phân công của GV	
	Tự học	Hệ thống kiến thức, ôn tập và chuẩn bị nội dung bài mới (tuần 3)	
3	Lý thuyết	CHƯƠNG 2	CLO1.1

Buổi học	Nội dung		CĐR học phần (CLOs)
(1)	(2)		(3)
		<p style="text-align: center;">PHÁT TRIỂN CÁC KẾ HOẠCH VÀ CHIẾN LƯỢC MARKETING</p> <p>2.1. Bản chất của kế hoạch hóa và các cấp lập kế hoạch của doanh nghiệp 2.2. Quá trình lập kế hoạch chiến lược 2.3. Lập kế hoạch marketing 2.4. Mối quan hệ giữa kế hoạch chiến lược và kế hoạch marketing</p>	CLO1.2 CLO2.1 CLO2.3 CLO3.1 CLO3.2
	Thảo luận, làm bài tập trên lớp	SV thảo luận theo sự phân công của GV	
	Tự học	Hệ thống kiến thức, ôn tập và chuẩn bị nội dung bài mới (nội dung tuần 4)	
4	Lý thuyết	<p style="text-align: center;">CHƯƠNG 3</p> <p style="text-align: center;">QUẢN TRỊ HỆ THỐNG THÔNG TIN VÀ NGHIÊN CỨU MARKETING</p> <p>3.1. Hệ thống thông tin marketing hay hệ thống trợ giúp ra quyết định marketing (MDSS) 3.2. Nghiên cứu marketing 3.3. Đo lường và dự báo cầu thị trường và lượng bán</p>	CLO1.1 CLO1.2 CLO1.3 CLO2.1 CLO2.2 CLO2.3 CLO3.1
	Thảo luận, làm bài tập trên lớp	SV thảo luận theo sự phân công của GV	
	Tự học	Hệ thống kiến thức, ôn tập và chuẩn bị nội dung bài mới (nội dung tuần 5)	
5	Lý thuyết	<p style="text-align: center;">CHƯƠNG 4</p> <p style="text-align: center;">PHÂN TÍCH MÔI TRƯỜNG MARKETING</p> <p>4.1. Khái niệm, đặc điểm và ý nghĩa của việc phân tích môi trường marketing 4.2. Phân tích môi trường marketing vĩ mô 4.3. Phân tích môi trường vi mô hay môi trường cạnh tranh trong ngành 4.4. Phân tích môi trường nội bộ 4.5. Sử dụng môi trường marketing trong</p>	CLO1.1 CLO1.2 CLO1.3 CLO1.4 CLO2.2 CLO2.3 CLO3.1 CLO3.2

Buổi học	Nội dung		CĐR học phần (CLOs)
(1)	(2)		(3)
		phân tích SWOT	
	Thảo luận, làm bài tập trên lớp	SV thảo luận theo sự phân công của GV	
	Tự học	Hệ thống kiến thức, ôn tập và chuẩn bị nội dung bài mới (tuần 6)	
6	Lý thuyết	<p style="text-align: center;">CHƯƠNG 5 CÁC KHÁCH HÀNG CỦA DOANH NGHIỆP</p> <p>5.1. Thị trường tiêu dùng cá nhân và hành vi của người tiêu dùng</p> <p>5.1.1. Quá trình quyết định mua của người tiêu dùng</p> <p>5.1.2. Người mua và các dạng giải quyết vấn đề</p> <p>5.1.3. Những ảnh hưởng của hoàn cảnh</p> <p>5.1.4. Những ảnh hưởng của tâm lý và cá nhân đến hành vi người tiêu dùng</p> <p>5.1.5. Những ảnh hưởng văn hóa-xã hội đến hành vi mua của người tiêu dùng</p>	CLO1.1 CLO1.2 CLO1.3 CLO1.4 CLO1.5 CLO2.3 CLO3.1 CLO3.2
	Thảo luận, làm bài tập trên lớp	SV thảo luận theo sự phân công của GV	
	Tự học	Hệ thống kiến thức, ôn tập, làm bài tập và chuẩn bị nội dung bài mới (nội dung tuần 7)	
7	Lý thuyết	<p style="text-align: center;">CHƯƠNG 5 CÁC KHÁCH HÀNG CỦA DOANH NGHIỆP (tiếp theo)</p> <p>5.2. Thị trường và hành vi mua của các tổ chức</p> <p>5.2.1. Những ảnh hưởng của sản phẩm đến việc mua của tổ chức</p> <p>5.2.2. Sự ảnh hưởng của cấu trúc đến việc mua của tổ chức</p> <p>5.2.3. Những ảnh hưởng của hành vi đến việc mua</p> <p>5.2.4. Các giai đoạn trong quá trình mua</p> <p>5.2.5. Xác định các tiêu chuẩn lựa chọn</p>	CLO1.1 CLO1.2 CLO1.3 CLO1.4 CLO1.5 CLO2.3 CLO3.1 CLO3.2

Buổi học	Nội dung		CĐR học phần (CLOs)
(1)	(2)		(3)
		chọn nhà cung cấp 5.3. Sử dụng kết quả nghiên cứu hành vi mua trong quản trị marketing	
	Thảo luận, làm bài tập trên lớp	SV thảo luận theo sự phân công của GV	
	Tự học	Hệ thống kiến thức, ôn tập và chuẩn bị nội dung bài mới (nội dung tuần 8)	
8	Lý thuyết	<p style="text-align: center;">Ch-ng 6 PHÂN TÍCH ĐỐI THỦ CẠNH TRANH VÀ XÁC ĐỊNH LỢI THẾ CẠNH TRANH KHÁC BIỆT</p> 6.1. Quan điểm marketing cạnh tranh 6.1.1. Cạnh tranh là tất yếu 6.1.2. Cạnh tranh và chiến lược marketing 6.1.3. Nhận dạng đối thủ cạnh tranh 6.2. Nghiên cứu đối thủ cạnh tranh 6.2.1. Nhận dạng chiến lược của đối thủ cạnh tranh 6.2.2. Xác định mục tiêu của đối thủ 6.2.3. Xác định điểm mạnh và điểm yếu 6.2.4. Đánh giá các phản ứng của đối thủ cạnh tranh	CLO1.1 CLO1.2 CLO1.3 CLO1.4 CLO1.5 CLO2.1 CLO2.2 CLO3.1
	Kiểm tra Đánh giá	SV vận dụng kiến thức đã học làm bài kiểm tra số 1	
	Tự học	Hệ thống kiến thức, ôn tập và chuẩn bị nội dung bài mới (nội dung tuần 9)	
9	Lý thuyết	<p style="text-align: center;">Ch-ng 6 PHÂN TÍCH ĐỐI THỦ CẠNH TRANH VÀ XÁC ĐỊNH LỢI THẾ CẠNH TRANH KHÁC BIỆT (tiếp theo)</p> 6.3. Quản trị thông tin về đối thủ cạnh tranh và xác định lợi thế cạnh tranh khác biệt của doanh nghiệp 6.4. Xác định lợi thế khác biệt dài hạn và ứng xử của doanh nghiệp trước các đối thủ cạnh tranh 6.4.1. Xác định lợi thế cạnh tranh khác biệt dài	CLO1.1 CLO1.2 CLO1.3 CLO1.4 CLO1.5 CLO2.2 CLO3.1

Buổi học	Nội dung		CĐR học phần (CLOs)
(1)	(2)		(3)
		hạn 6.4.2. Học tập kinh nghiệm từ nghiên cứu các đối thủ cạnh tranh 6.4.3. Lựa chọn đối thủ cạnh tranh để tấn công hoặc né tránh 6.4.4. Cân bằng giữa quan điểm định hướng KH và quan điểm định hướng cạnh tranh.	
	Thảo luận, làm bài tập trên lớp	SV thảo luận theo sự phân công của GV	
	Tự học	Hệ thống kiến thức, ôn tập và chuẩn bị nội dung bài mới (nội dung tuần 10)	
10	Lý thuyết	<p style="text-align: center;">ch-ng 7</p> <p style="text-align: center;">PHÂN ĐOẠN THỊ TRƯỜNG VÀ LỰA CHỌN THỊ TRƯỜNG MỤC TIÊU</p> 7.1. Xác định vị thế hiện tại của doanh nghiệp trên thị trường sản phẩm 7.2. Xác định đối tượng khách hàng hay thị trường cần phân đoạn 7.3. Phân chia thị trường theo tiêu thức phù hợp 7.4. Đánh giá tiềm năng của các đoạn thị trường 7.5. Lựa chọn các phương thức marketing nhằm khai thác các đoạn thị trường mục tiêu 7.6. Hoạch định chiến lược marketing và marketing mix	CLO1.1 CLO1.2 CLO1.3 CLO1.4 CLO1.5 CLO2.3 CLO3.1 CLO3.2
	Thảo luận, làm bài tập trên lớp	SV thảo luận theo sự phân công của GV	
	Tự học	Hệ thống kiến thức, ôn tập và chuẩn bị nội dung bài mới (nội dung tuần 11)	
11	Lý thuyết	<p style="text-align: center;">CHƯƠNG 8</p> <p style="text-align: center;">QUẢN TRỊ SẢN PHẨM VÀ THƯƠNG HIỆU</p> 8.1. Các vấn đề cơ bản trong quản trị sản phẩm 8.2. Quản trị thương hiệu 8.3. Kiểm tra sản phẩm	CLO1.1 CLO1.2 CLO1.3 CLO1.4 CLO1.5 CLO1.6 CLO2.1

Buổi học	Nội dung		CĐR học phần (CLOs)
(1)	(2)		(3)
		8.4. Tổ chức và quản trị sản phẩm thương hiệu	CLO2.3
	Thảo luận, làm bài tập trên lớp	SV thảo luận theo sự phân công của GV	CLO3.1
	Tự học	Hệ thống kiến thức, ôn tập và chuẩn bị nội dung bài mới (nội dung tuần 12)	
12	Lý thuyết	<p style="text-align: center;">CHƯƠNG 9 QUẢN TRỊ GIÁ</p> 9.1. Xác định giá bán sản phẩm 9.1.1. Mục tiêu định giá 9.1.2. Phân tích yếu tố cầu thị trường ảnh hưởng đến giá bán 9.1.3. Phân tích các yếu tố của doanh nghiệp ảnh hưởng tới giá bán 9.1.4. Phân tích cạnh tranh chi phối đến giá bán 9.1.5. Phân tích các yếu tố môi trường ảnh hưởng đến giá bán 9.1.6. Mô hình quyết định giá tổng quát	CLO1.1 CLO1.2 CLO1.3 CLO1.4 CLO1.5 CLO1.6 CLO2.1 CLO2.3 CLO3.1
	Thảo luận, làm bài tập trên lớp	SV thảo luận theo sự phân công của GV	
	Tự học	Hệ thống kiến thức, ôn tập và chuẩn bị nội dung bài mới (nội dung tuần 13)	
13	Lý thuyết	<p style="text-align: center;">CHƯƠNG 9 QUẢN TRỊ GIÁ (tiếp theo)</p> 9.2. Chiến lược giá và phân biệt giá 9.2.1. Chiến lược giá cho sản phẩm mới 9.2.2. Phân biệt giá theo dòng và theo hỗn hợp sản phẩm 9.2.3. Phân biệt giá thành phần cứng và phần linh hoạt 9.2.4. Phân biệt giá trọn gói và giá sản phẩm riêng lẻ 9.2.5. Phân biệt giá theo khu vực địa lý 9.2.6. Một số loại phân biệt giá khác. 9.3. Các quyết định về thay đổi hay điều chỉnh giá	CLO1.1 CLO1.2 CLO1.3 CLO1.4 CLO1.5 CLO1.6 CLO2.3 CLO3.1
	Kiểm tra Đánh giá	SV vận dụng kiến thức đã học làm bài kiểm tra số 2	
	Tự học	Hệ thống kiến thức, ôn tập và chuẩn bị nội	

Buổi học	Nội dung		CĐR học phần (CLOs)
(1)	(2)		(3)
		dung bài mới (nội dung tuần 14)	
14	Lý thuyết	<p style="text-align: center;">CHƯƠNG 10 QUẢN TRỊ KÊNH PHÂN PHỐI</p> 10.1. Bản chất và chức năng của kênh phân phối 10.2. Cấu trúc và hoạt động của kênh phân phối 10.3. Tổ chức (xây dựng) kênh phân phối 10.4. Quản lý kênh phân phối	CLO1.1 CLO1.2 CLO1.3 CLO1.4 CLO1.5 CLO1.6
	Thảo luận, làm bài tập trên lớp	SV thảo luận theo sự phân công của GV	CLO2.1 CLO2.2 CLO2.3
	Tự học	Hệ thống kiến thức, ôn tập, làm bài tập và chuẩn bị nội dung cần giải đáp, hoàn thiện tiểu luận học phần.	CLO3.1 CLO3.2
15	Lý thuyết	<p style="text-align: center;">CHƯƠNG 11 QUẢN TRỊ TRUYỀN THÔNG MARKETING TÍCH HỢP</p> 11.1. Bản chất của truyền thông tích hợp 11.2. Quảng cáo: kế hoạch và chiến lược 11.3. Xúc tiến bán hàng (khuyến mại) 11.4. Quan hệ công chúng (PR)	CLO1.1 CLO1.2 CLO1.3 CLO1.4 CLO1.5 CLO1.6 CLO2.1 CLO2.2
	Kiểm tra Đánh giá	SV vận dụng kiến thức đã học làm bài kiểm tra số 3	CLO2.3 CLO3.1
	Tự học	Ôn tập và hệ thống lại kiến thức	CLO3.2

8. Đánh giá kết quả học tập

Sử dụng thang 10 điểm 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 HP (CLOs)	Trọng số
1	Chuyên cần	Tính chủ động, mức độ tích cực chuẩn bị bài và tham gia các hoạt động trong giờ học.	Hàng tuần	CLO3.1	10%
		Thời gian tham dự buổi học bắt buộc, vắng không quá 20% số tiết học.	Hàng tuần	CLO3.1	
2	Quá trình	- Sinh viên làm 3 bài kiểm tra cá nhân 1 tiết/bài và 01 tiểu luận học phần 01 tiết. - Tiêu chí đánh giá bài kiểm tra, tiểu luận (theo đáp án,	Tuần 8, tuần 13, Tuần 15	CLO1.1 CLO1.2 CLO1.3 CLO1.4 CLO1.5	40%

		thang điểm của giảng viên)		CLO1.6 CLO2.1 CLO2.2 CLO2.3 CLO3.1 CLO3.2	
3	Cuối kỳ	Thi kết thúc học phần; Hình thức thi: Tự luận. Tiêu chí đánh giá bài thi: theo đáp án, thang điểm của giảng viên ra đề	Theo lịch thi của nhà trường	CLO1.1 CLO1.2 CLO1.3 CLO1.4 CLO1.5 CLO1.6 CLO2.1 CLO2.2 CLO2.3 CLO3.1 CLO3.2	50%

9. Thông tin về giảng viên

TT	Học hàm, học vị. Họ và tên	Điện thoại	Email
1	TS. Viên Thị An	0978005035	vienthian@gmail.com
2	Ths. Lại Phương Mai	0826336555	mailp0488@gmail.com

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)