



GIỚI THIỆU MÔN HỌC
Marketing Công nghiệp
(B2B Marketing)

www.dinhvienminh.net

TS Đinh Tiên Minh
Trường ĐHKHT TPHCM

MỤC LỤC

- 1 Thời gian học
- 2 Mô tả môn học
- 3 Nhiệm vụ của sinh viên
- 4 Đánh giá kết quả học tập
- 5 Kế hoạch giảng dạy
- 6 Tài liệu tham khảo

1. THỜI GIAN HỌC

- Số buổi học: 12
 - Số buổi giảng: 7
 - Số buổi thảo luận & thuyết trình: 5

2. MÔ TẢ MÔN HỌC

- Giới thiệu những khái niệm cơ bản và các hoạt động Marketing trong lĩnh vực công nghiệp/ tổ chức (Business to Business).
- Phân biệt sự khác nhau trong hoạt động Marketing ngành hàng tiêu dùng (B2C) và ngành hàng công nghiệp (B2B).



4

3. NHIỆM VỤ CỦA SINH VIÊN

- Tham dự giờ giảng trên lớp.
- Xem bài trước khi đến lớp.
- Tìm kiếm và đọc thêm các tài liệu do giảng viên giới thiệu.
- Tham gia thảo luận về các tình huống và làm các bài tập thực tế theo nhóm của mình.
- Nêu thắc mắc về bài học để giảng viên giải thích thêm (nếu có).



5

4. ĐÁNH GIÁ KẾT QUẢ HỌC TẬP

❖ Bài tập, thảo luận, kiểm tra quá trình học:

- ❖ 50% tổng điểm (tiểu luận 15%, kiểm tra giữa kỳ 15%, bài tập nhóm 10%, bài tập cá nhân 10%).

❖ Bài thi hết môn:

- ❖ 50% tổng điểm.
- ❖ Tự luận
- ❖ Thời gian làm bài 60 phút (SDTL).



6

5. KẾ HOẠCH GIẢNG DẠY

Buổi	Nội dung	Số tiết
1.	<ul style="list-style-type: none"> Giới thiệu môn học Bài 1: Giới thiệu Marketing Công nghiệp <i>Chia nhóm và nhận đề tài.</i> 	4
2.	<ul style="list-style-type: none"> Bài 1: Giới thiệu Marketing Công nghiệp (tt) Bài 2: Tìm hiểu Thị trường Công nghiệp <i>Sinh viên thảo luận tình huống tại lớp</i> 	4
3.	<ul style="list-style-type: none"> Bài 2: Tìm hiểu Thị trường Công nghiệp (tt) Bài 3: Hành vi mua của khách hàng công nghiệp <i>Sinh viên thảo luận tình huống tại lớp</i> 	4
4.	<ul style="list-style-type: none"> Bài 3: Hành vi mua của khách hàng công nghiệp (tt) Bài 4: Phân khúc, Xác định thị trường và Định vị <i>Sinh viên thảo luận tình huống tại lớp</i> 	4
5.	<ul style="list-style-type: none"> Bài 4: Phân khúc, Xác định thị trường và Định vị (tt) Bài 5: Chiến lược Sản phẩm <i>Thuyết trình (3 nhóm)</i> 	4

7

5. KẾ HOẠCH GIẢNG DẠY (12 buổi)

Buổi	Nội dung	Số tiết
6.	<ul style="list-style-type: none"> Bài 5: Chiến lược Sản phẩm (tt) Bài 6: Chiến lược phân phối và Logistics <i>Sinh viên làm bài kiểm tra giữa kỳ (11/09/2014)</i> 	4
7.	<ul style="list-style-type: none"> Bài 6: Chiến lược phân phối và Logistics (tt) Bài 7: Bán hàng cá nhân <i>Sinh viên thuyết trình (18/09/2014)</i> 	4
8.	<ul style="list-style-type: none"> Bài 7: Bán hàng cá nhân (tt) Bài 8: Chiến lược chiêu thị <i>Sinh viên thuyết trình (25/09/2014)</i> 	4
9.	<ul style="list-style-type: none"> Bài 8: Chiến lược chiêu thị (tt) Bài 9: Chiến lược giá <i>Sinh viên làm bài tập tại lớp</i> 	4
10.	<ul style="list-style-type: none"> Bài 9: Chiến lược giá (tt) <i>Sinh viên làm bài tập tại lớp</i> 	4

9

5. KẾ HOẠCH GIẢNG DẠY (tt)

❖ Tiểu luận:

- ❖ Lốp chia nhóm.
- ❖ Mỗi nhóm bốc thăm 1 tình huống.
- ❖ Thời gian chuẩn bị: 5 tuần (từ ngày hôm nay).
- ❖ Nộp bài hoàn thiện (WORD) qua email info@dinhtienminh.net
- ❖ Bài PPT nộp vào ngày thuyết trình.
- ❖ Ngôn ngữ trình bày: Tiếng Anh.
- ❖ Nhóm phân biện: Theo chiều kim đồng hồ



10

5. KẾ HOẠCH GIẢNG DẠY (tt)

❖ **Tình huống (Integrated cases):**

- Metal products India Limited (Case 1, p431).
- Star Material Handling Co., Ltd (Case 3, p436).
- Precision Steel Tubes Ltd. (Case 4, p439).
- Sigma Telecom Company (Case 5, p442).
- Plastic Technologies (India) Ltd. (Case 6, p448).
- Alfa Networks (Case 7, p455).
- ROBO KNON (Case 8, p460).
- Electrical Equipment Ltd. (Case 10, p467).
- Saragam Aluminium Ltd. (Case 11, p470).
- Structural Engineering Ltd. (Case 15, p481).



11

5. KẾ HOẠCH GIẢNG DẠY (tt)

❖ **Tình huống (Integrated cases):**

- IMS Company Ltd. (Case 17, p489).
- BT Technologies (Case 19, p495).
- Nammura Hotel Ltd. (Case 20, p498).
- TNM Systems, Inc. (Case 21, p501).
- NM Technologies Ltd. (Case 22, p503).



12

5. KẾ HOẠCH GIẢNG DẠY (tt)

❖ **Sườn bài (Outline):**

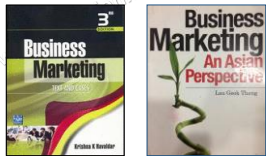
1. Bìa + DS (Cover + member list)
2. Mục lục (Outline)
3. Nội dung tình huống (Case content)
4. Tóm tắt tình huống (Case summary)
5. Cơ sở lý thuyết (theoretical frameworks)
6. Giải pháp (Solutions)
7. Tài liệu tham khảo (References)



13

6. TÀI LIỆU THAM KHẢO

- ❖ Krishna K Havaldar, *Business Marketing*, McGraw Hill, 3rd edition, 2010.
- ❖ Lau Geok Theng, *Business Marketing – An Asian Perspective*, McGraw Hill, 2007.



19

6. TÀI LIỆU THAM KHẢO

The screenshot shows the website 'DINH TIEN MINH' with a navigation menu. The item 'Tài liệu tham khảo' is circled in red. Below the menu, there is a section for 'TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ TP.HCM' with contact information and a list of services. On the right side, there is a sidebar with options like 'Tài liệu tham khảo', 'Liên hệ tư vấn', and 'Giới thiệu sách hay'.

21

7. Trao đổi với giảng viên

The screenshot shows the website 'DINH TIEN MINH' with a section titled 'Trao đổi với giảng viên'. It lists various topics for discussion such as 'Marketing cơ bản', 'Marketing truyền thông', and 'Chiến lược kinh doanh'. There is a sidebar with options like 'Chuyên đề thực tập', 'Liên hệ tư vấn', and 'Giới thiệu sách hay'. A red circle highlights the 'Liên hệ tư vấn' button in the sidebar.

22

7. Trao đổi với giảng viên (tt)

CÁCH THỨC TRUYỀN THÔNG
VÀ TỐT NHẤT DÀNH CHO
CÁC BẠN SINH VIÊN LÀ
HỎI TẠI LỚP



23

8. Câu hỏi của sinh viên

MỜI ĐẶT CÂU HỎI !

Q & A



24

Kết thúc !

www.dinhvienminh.net
