



Về giảng viên

- TS Đinh Tiên Minh
- Trưởng Bộ môn Marketing
- Khoa KDQT - Marketing
- Đại học Kinh tế Tp.HCM
- Email: info@dinhvienminh.net
- Website: www.dinhvienminh.net

MỤC LỤC

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

1. THỜI GIAN HỌC

- Tổng số buổi: 8 buổi (09/01/2017 – 13/03/2017)
- Số buổi giảng: 6
- Số tiết thảo luận & thực hành: 2
- Nghỉ tết: 22/01/2017 – 05/02/2017



4

2. MỤC TIÊU MÔN HỌC

▪ Sau khi học môn này, sinh viên có khả năng:

1. Hiểu các khái niệm cơ bản và các vấn đề cốt lõi của quản trị marketing để vận dụng vào các tổ chức/doanh nghiệp khác nhau.
2. Biết phương pháp phân tích khoa học, đánh giá cơ hội/ thách thức của thị trường làm cơ sở đưa ra những quyết định marketing thích ứng và xây dựng các chương trình marketing hiệu quả.



5

2. MÔ TẢ MÔN HỌC

▪ Cung cấp những kiến thức cơ bản như:

1. Bản chất của Quản trị Marketing và sự khác biệt của nó đối với Marketing căn bản.
2. Hệ thống thông tin Marketing trong một doanh nghiệp được xây dựng như thế nào và hỗ trợ gì cho công tác nghiên cứu thị trường.
3. Những yếu tố môi trường vi mô và vĩ mô tác động đến việc lập kế hoạch và thực hiện các chiến lược Marketing.



6

2. MÔ TẢ MÔN HỌC (tt)

4. Khách hàng của một doanh nghiệp bao gồm những ai và hành vi ra quyết định khi mua sản phẩm của họ diễn ra như thế nào.
5. Các chiến lược cụ thể mà doanh nghiệp cần thực hiện từ công việc phân khúc thị trường đến việc xây dựng các chiến lược cụ thể cho từng chữ P trong Marketing.
6. Tổ chức, thực hiện và điều hành phòng Marketing trong một doanh nghiệp



7

3. NHIỆM VỤ CỦA SINH VIÊN

- Tham dự thường xuyên giờ giảng trên lớp.
- Xem bài trước khi đến lớp.
- Tìm và đọc thêm các tài liệu tham khảo do giảng viên giới thiệu.
- Tham gia thảo luận các tình huống và làm các bài tập theo nhóm của mình.
- Mạnh dạn nêu các thắc mắc về bài học để giảng viên giải thích thêm.



8

4. BÀI TẬP NHÓM

Mục tiêu:

- Nhằm hiểu rõ hơn môn học bằng cách áp dụng lý thuyết Marketing vào thực tế.
- Rèn luyện, nâng cao kỹ năng thuyết trình và làm việc nhóm.

Công việc:

- Thực hiện phỏng vấn thực tế theo chủ đề.
- Thống kê số liệu và lập báo cáo.
- Tổ chức báo cáo đề tài nghiên cứu tại lớp.



9

5. ĐÁNH GIÁ KẾT QUẢ HỌC TẬP

❖ Bài tập, thảo luận, thuyết trình:

❖ 40% tổng điểm.

❖ Kiểm tra giữa kỳ:

❖ 10% tổng điểm.

❖ Bài thi hết môn:

❖ 50% tổng điểm.



13

6. KẾ HOẠCH GIẢNG DẠY

| Buổi | Chủ đề | Bài tập |
|------|--|--|
| 1 | Giới thiệu môn học. Chương 1: Nhập môn Quản trị Marketing | Chương 1: Tình huống 1.3: “ <i>Nhu cầu tiềm ẩn</i> ” |
| 2 | Chương 1: Nhập môn Quản trị Marketing (tt). Chương 2: Thu thập thông tin và đo lường thị trường | Chương 2: Tình huống 2.4: “ <i>Đổi thủ điều tra bia Sài Gòn</i> ” |
| 3 | Chương 2: Thu thập thông tin và đo lường thị trường (tt) Chương 3: Môi trường Marketing | Chương 3: Tình huống 2.9: “ <i>Dự báo thị trường dầu thế kỷ 21: Các ngành dịch vụ</i> ” |
| 4 | Chương 3: Môi trường Marketing (tt) Chương 4: Hành vi khách hàng | Chương 4: Tình huống 3.5: “ <i>Son phần dân ông</i> ” |
| 5 | Chương 4: Hành vi khách hàng (tt) Chương 5: PKTT, Xác định thị trường mục tiêu và Định vị trên thị trường | Chương 5: Tình huống 4.1: “ <i>Lợi thế cạnh tranh</i> ” |



14

6. KẾ HOẠCH GIẢNG DẠY (tt)

| | | |
|----|---|--|
| 6 | Chương 5: PKTT, Xác định thị trường mục tiêu và Định vị trên thị trường (tt) Chương 6: Chiến lược Marketing cạnh tranh | Chương 6: Tình huống 4.10: “ <i>Một xu hướng kinh doanh quán cà phê gây dựng “gu” riêng</i> ” |
| 7 | Chương 7: Chiến lược sản phẩm | Chương 7: Tình huống 5.6: “ <i>Chuyên nghiệp hóa ly cà phê</i> ” |
| 8 | Chương 8: Chiến lược giá | Chương 8: Tình huống 7.5: “ <i>Cà phê- Internet cạnh tranh quyết liệt về giá</i> ” Tình huống 7.7: “ <i>Nghệ thuật bán hàng giảm giá</i> ” |
| 9 | Chương 9: Chiến lược phân phối | Chương 9: Tình huống 6.5: “ <i>Xây dựng hệ thống phân phối</i> ” |
| 10 | Chương 10: Chiến lược truyền thông Marketing tổng hợp | Chương 10: Tình huống 8.6: “ <i>Nghệ xem quảng cáo</i> ” |



15

7. TÀI LIỆU THAM KHẢO

- ❖ Philip Kotler, Kevin Keller, 2013, Quản trị Marketing, NXB LĐXH – Tinh văn Media.
- ❖ Trương Đình Chiến, *Quản trị Marketing*, NXB Đại học Kinh tế Quốc dân, 2011.
- ❖ Vũ Thế Dũng & Trương Tôn Hiền Đức, *Quản trị Tiếp thị - Lý thuyết và Tình huống*, NXB Khoa học và Kỹ thuật, 2004.



17

7. TÀI LIỆU THAM KHẢO (Website)

TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ TP. HCM

Hiện nay là một trong 10 trường đại học trong điểm quốc gia, là một trung tâm đào tạo và nghiên cứu khoa học hàng đầu ở cấp độ quốc gia và quốc tế.

Tên đăng nhập:
 Mật khẩu:
 Lưu mật khẩu Quên mật khẩu Quên Tên Đăng nhập
 Đăng ký mật khẩu mới

Chuyển đề thực tập
 Liên hệ tư nghiệp
 Giải thích sách học

www.dinhvien.net

18

8. Trao đổi với giảng viên

TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ TP. HCM

Hiện nay là một trong 10 trường đại học trong điểm quốc gia, là một trung tâm đào tạo và nghiên cứu khoa học hàng đầu ở cấp độ quốc gia và quốc tế.

Tài liệu tham khảo

- Marketing cơ bản
- Marketing bán cầu
- Quản trị công chúng PR
- Khác

Chuyên đề thực tập

- Chủ đề mục đề tài gợi ý
- Cách thực hành bài Chuyên đề
- Giảng thực hành bài Chuyên đề
- Khác

Liên hệ tư nghiệp

- Phương pháp trình bày LVTH
- Phần bổ thời gian làm LVTH
- hướng dẫn làm mẫu

QUẢN TRỊ

- Chuyên đề thực tập
- Liên hệ tư nghiệp
- Giải thích sách học
- Thông tin thực tế
- Lịch giảng dạy
- Forum - Diễn đàn
- Cơ sở sinh viên
- Xem điểm thi

GỬI THƯ LIÊN HỆ

Tên:
 Email:
 Nội dung:

Tư vấn Marketing và Sales

19

8. Trao đổi với giảng viên (tt)

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



20

9. Câu hỏi của sinh viên

MỜI ĐẶT CÂU HỎI !

Q & A



21

Kết thúc !

www.dinhvienminh.net
