

TP. Hồ Chí Minh, ngày      tháng      năm

## **ĐỀ CƯƠNG MÔN HỌC**

### **MARKETING DỊCH VỤ TÀI CHÍNH**

#### **A. THÔNG TIN CHUNG VỀ MÔN HỌC**

- 1. Tên môn học (tiếng Việt) : MARKETING DỊCH VỤ TÀI CHÍNH**
- 2. Tên môn học (tiếng Anh) : FINANCIAL SERVICES MARKETING**
- 3. Mã số môn học : MKE304**
- 4. Trình độ đào tạo : Đại học chính quy chuẩn**
- 5. Ngành đào tạo áp dụng : Tài chính ngân hàng**
- 6. Số tín chỉ : 3**
  - Lý thuyết : 02 tín chỉ
  - Thảo luận và bài tập : 01 tín chỉ
  - Thực hành : 00
  - Khác (ghi cụ thể) : 00
- 7. Phân bổ thời gian :**
  - Tại giảng đường : 45 tiết
  - Tự học ở nhà : 5 giờ/tuần
  - Trực tuyến : Giảng viên có thể bố trí học online nhưng tổng số không quá 30% số tiết của toàn môn học
  - Khác (ghi cụ thể) : 00
- 8. Khoa quản lý môn học : Khoa Ngân hàng**
- 9. Môn học trước : Lý thuyết tài chính tiền tệ**
- 10. Mô tả môn học**

Marketing dịch vụ tài chính là môn học thuộc khối kiến thức chuyên ngành/ngành. Môn học sẽ cung cấp cho người học những kiến thức về hoạt động tiếp thị đặc thù trong các tổ chức cung cấp dịch vụ tài chính như : Ngân hàng, công ty bảo hiểm, công ty tài chính, công ty chứng khoán. Qua đó, người học có thể hiểu và vận dụng kiến thức để lập kế hoạch, xây dựng chiến lược Marketing và thực hiện các hoạt

động tiếp thị cụ thể như phát triển sản phẩm dịch vụ tài chính, định giá, truyền thông quảng cáo... cho một tổ chức cung cấp dịch vụ tài chính.

## **11. Yêu cầu môn học**

Quy định về giờ giấc, chuyên cần, kỷ luật: Sinh viên phải đến lớp đúng giờ, đảm bảo thời gian học trên lớp, có thái độ nghiêm túc và chủ động, tích cực trong học tập, nghiên cứu.

Quy định liên quan đến các sự cố trong bài thi, bài tập: Theo quy định của Trường Đại học Ngân hàng TP.HCM.

Quy định sử dụng phương tiện học tập: Máy tính cá nhân, giáo trình và các tài liệu tham khảo phục vụ quá trình học tập.

## **12. Học liệu của môn học**

### **12.1. Giáo trình**

[1] Christine Ennew, Nigel Waite, Marketing Financial Services, Butter-Heinemann, 2012

### **12.2. Tài liệu tham khảo**

[2] TS. Hoàng Thị Thanh Hằng, Ths. Ngô Thị Xuân Bình, Ths. Trần Thị Ngọc Quỳnh, Marketing Dịch vụ Tài chính, NXB Kinh tế, 2015

[3] Evelyn Ehrlich and Duke Fanelli (2004). The financial services marketing handbook: Tactics and techniques that produce results. Princeton, NJ : Bloomberg Press, 2007.

## **B. PHƯƠNG THỨC ĐÁNH GIÁ MÔN HỌC**

### **Các thành phần đánh giá môn học**

| <b>Thành phần đánh giá</b> | <b>Phương thức đánh giá</b>               | <b>Các CDR MH</b> | <b>Trọng số</b> |
|----------------------------|-------------------------------------------|-------------------|-----------------|
| A.1. Đánh giá quá trình    | A.1.1. Chuyên cần, thái độ ý thức học tập | CLO1, CLO2, CLO3  | 10%             |
|                            | A.1.2. Thuyết trình                       | CLO1, CLO2, CLO3  | 20%             |
|                            | A.1.3. Bài kiểm tra cá nhân               | CLO1, CLO2, CLO3  | 20%             |
| A.2. Đánh giá cuối kỳ      | A.2.1. Thi cuối kỳ                        | CLO1, CLO2, CLO3  | 50%             |

**C. NỘI DUNG CHI TIẾT GIẢNG DẠY**

**CHƯƠNG 1. TỔNG QUAN VỀ MARKETING DỊCH VỤ TÀI CHÍNH**

**CHƯƠNG 2. PHÂN TÍCH MÔI TRƯỜNG, PHÁT TRIỂN CHIẾN LƯỢC MARKETING VÀ ĐỊNH VỊ TRONG DỊCH VỤ TÀI CHÍNH**

**CHƯƠNG 3. TẠO DỰNG GIÁ TRỊ CHO KHÁCH HÀNG**

**CHƯƠNG 4. CHUYỂN GIAO GIÁ TRỊ CHO KHÁCH HÀNG**

**CHƯƠNG 5. QUẢN TRỊ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ**

