

ĐỀ CƯƠNG MÔN HỌC

NGUYÊN LÝ MARKETING

A. THÔNG TIN CHUNG VỀ MÔN HỌC

- 1. Tên môn học (tiếng Việt) : NGUYÊN LÝ MARKETING**
- 2. Tên môn học (tiếng Anh) : PRINCIPLES OF MARKETING**
- 3. Mã số môn học : MKE308**
- 4. Trình độ đào tạo : Đại học chính quy chuẩn và
Đại học chính quy chương trình chất lượng cao**
- 5. Ngành đào tạo áp dụng : Đa ngành**
- 6. Số tín chỉ : 03**
 - Lý thuyết : 5/3 tín chỉ (tương đương 25 tiết)
 - Thảo luận và bài tập : 01 tín chỉ (tương đương 15 tiết)
 - Thực hành : 00
 - Khác (tham gia các buổi báo cáo tiểu luận nhóm) : 1/3 tín chỉ (tương đương 05 tiết)
- 7. Phân bổ thời gian :**
 - Tại giảng đường : 45 tiết
 - Tự học ở nhà : 90 giờ để chuẩn bị bài, tự học, làm tiểu luận nhóm
 - Trực tuyến : Giảng viên có thể bố trí học online nhưng tổng số không quá 30% số tiết của toàn môn học
 - Khác : 00
- 8. Khoa quản lý môn học : Khoa Quản trị kinh doanh**
- 9. Môn học trước : Không**
- 10. Mô tả môn học**

Môn học được xây dựng trên cơ sở các nguyên lý cơ bản của marketing. Đây là học phần thuộc kiến thức cơ sở ngành kinh tế. Môn học cung cấp cho người học những kiến thức cơ bản, khả năng nhận biết, hiểu và bước đầu áp dụng được những nội dung

marketing cơ bản vào hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp. Người học cũng được giới thiệu những kiến thức cơ bản liên quan đến việc thu thập thông tin về thị trường, hiểu được hành vi của khách hàng, thực hiện được hoạt động phân khúc thị trường, xác định thị trường mục tiêu và biết cách triển khai bộ công cụ marketing để phục vụ nhu cầu của khách hàng mục tiêu, đồng thời mang lại lợi thế cạnh tranh cho doanh nghiệp.

11. Yêu cầu môn học

- Sinh viên chỉ được đánh giá đạt học phần khi: (1) có điểm quá trình, (2) có điểm thi kết thúc học phần (trường hợp sinh viên nhận điểm 0 do vắng thi không được ghi nhận là có điểm thi), (3) có tổng điểm học phần từ 4 trở lên.
- Tùy số lượng sinh viên mà giảng viên quyết định số lượng thành viên các nhóm học tập.
- Sinh viên tham dự lớp học phần phải tuân thủ quy tắc ứng xử của Nhà Trường; 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.
- Sinh viên phải có ý thức chuẩn bị giáo trình, học liệu, máy tính cá nhân (khi cần thiết) để phục vụ quá trình học tập.

12. Học liệu của môn học

12.1. Giáo trình

[1] Philip Kotler, Gary Armstrong | Pearson [2017] Principles of Marketing- Nguyên lý tiếp thị, 17th Edition: Pearson

12.2. Tài liệu tham khảo

P.Kotler Tiếp thị 4.0 - Dịch Chuyển Từ Truyền Thống Sang Công Nghệ Số- Nhóm dịch: Nguyễn Khoa Hồng Thành, Hoàng Thùy Minh Anh, Nguyễn Quỳnh Như, nhà xuất bản trẻ

B. PHƯƠNG THỨC ĐÁNH GIÁ MÔN HỌC

Các thành phần đánh giá môn học

Thành phần đánh giá	Phương thức đánh giá	Các CDR MH	Trọng số
A.1. Đánh giá quá trình	A.1.1. Chuyên cần	CLO1, CLO2	10%
	A.1.2. Bài kiểm tra tự luận	CLO1, CLO2, CLO3	20%
	A.1.3. Tiểu luận nhóm	CLO1, CLO2, CLO3, CLO4	20%
A.2. Đánh giá cuối kỳ	A.2.1. Bài thi trắc nghiệm	CLO1, CLO2, CLO3, CLO4, CLO5	50%

C. NỘI DUNG CHI TIẾT GIẢNG DẠY

CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN VỀ MARKETING

CHƯƠNG 2: MÔI TRƯỜNG MARKETING

CHƯƠNG 3: NGHIÊN CỨU MARKETING

CHƯƠNG 4: HÀNH VI NGƯỜI TIÊU DÙNG

CHƯƠNG 5: PHÂN KHÚC THỊ TRƯỜNG VÀ LỰA CHỌN THỊ TRƯỜNG MỤC TIÊU

CHƯƠNG 6: SẢN PHẨM

CHƯƠNG 7 : GIÁ VÀ ĐỊNH GIÁ

CHƯƠNG 8 : PHÂN PHỐI

CHƯƠNG 9 : XÚC TIẾN, YẾM TRỢ

