

**MARKETING CHANNEL STRATEGY**

QUẢN TRỊ KÊNH PHÂN PHỐI  
01-2018

---

---

---

---

---

---

---

---

**VỀ GIẢNG VIÊN**

- TS Đinh Tiên Minh
- Trưởng Bộ môn Marketing
- Khoa KDQT - Marketing
- Đại học Kinh tế Tp.HCM
- Email: [info@dinhtienminh.net](mailto:info@dinhtienminh.net)
- Website: [www.dinhtienminh.net](http://www.dinhtienminh.net)

2

---

---

---

---

---

---

---

---

**THỜI GIAN HỌC**

❖ **3 đơn vị học trình (9 buổi – 5 tiết)**

- Số buổi học lý thuyết: 6
- Số buổi bài tập và thực hành: 3
- Từ ngày 08/01 đến 19/03/2018
- Nghỉ Tết: 11/02 đến 25/02/2018
- Thời gian học: 07h10-11h30
- Kết hợp dạy trên LMS

3

---

---

---

---

---

---

---

---

## MÔ TẢ MÔN HỌC

- **Phần 1:** Các vấn đề cốt lõi liên quan đến chiến lược kênh.
- **Phần 2:** Các nội dung liên quan đến việc thiết kế kênh phân phối.
- **Phần 3:** Các chiến lược và các thành phần thuộc cấu trúc kênh phân phối.
- **Phần 4:** Thực thi các chiến lược phân phối.

4

---

---

---

---

---

---

---

---

## NHIỆM VỤ CỦA SINH VIÊN

- Tham dự giờ giảng trên lớp.
- Tham gia thảo luận các tình huống.
- Làm việc nhóm theo đề tài.
- Xem bài trên LMS trước khi đến lớp.
- Đọc thêm các tài liệu do giảng viên giới thiệu.
- Nêu các thắc mắc về bài học.

5

---

---

---

---

---

---

---

---

## ĐÁNH GIÁ KẾT QUẢ HỌC TẬP

### ❖ **Bài tập, thảo luận, thuyết trình:**

❖ 40% tổng điểm.

### ❖ **Kiểm tra giữa kỳ:**

❖ 10% tổng điểm (Tự luận).

### ❖ **Bài thi hết môn:**

❖ 50% tổng điểm (Tự luận).

6

---

---

---

---

---

---

---

---

## KẾ HOẠCH GIẢNG DẠY

Buổi	Nội dung
1	<ul style="list-style-type: none"> <li>Giới thiệu môn học, giới thiệu tài liệu tham khảo</li> <li><b>Chapter 1: Understanding Channel Strategies</b></li> </ul>
2	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Chapter 2: End-User Analysis: Segmenting and Targeting</b></li> <li>Bài tập nhóm</li> </ul>
3	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Chapter 3: Channel Analysis: Auditing Marketing Channels</b></li> <li>Bài tập nhóm</li> </ul>
4	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Chapter 4: Make-or-Buy Channel Analysis</b></li> <li>Bài tập nhóm</li> </ul>

7

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## KẾ HOẠCH GIẢNG DẠY

Buổi	Nội dung
5	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Chapter 5: Designing Channel Structures and Strategies</b></li> <li><i>Kiểm tra giữa kỳ</i></li> </ul>
6	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Chapter 6: Retailing Structures and Strategies</b></li> <li><i>Thuyết trình (2 nhóm)</i></li> </ul>
7	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Chapter 7: Wholesaling Structures and Strategies</b></li> <li><i>Thuyết trình (2 nhóm)</i></li> </ul>
8	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Chapter 8: Managing Channel Power</b></li> <li><i>Thuyết trình (2 nhóm)</i></li> </ul>
9	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Chapter 9: Managing Channel Conflict</b></li> <li><i>Ôn tập</i></li> </ul>

8

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Robert W.Palmatier, Louis W.Stern, Adel I.El-Ansary (2015), **Marketing channel strategy**, 8<sup>th</sup> edition, Pearson.



9

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## TÀI LIỆU THAM KHẢO



10

---

---

---

---

---

---

---

---

## TRAO ĐỔI VỚI GIẢNG VIÊN



11

---

---

---

---

---

---

---

---

TRAO ĐỔI VỚI GIẢNG VIÊN  
CÁCH THỨC TRUYỀN THÔNG VÀ TỐT  
NHẤT DÀNH CHO SINH VIÊN LÀ  
**HỎI TẠI LỚP**

12

---

---

---

---

---

---

---

---

# HỎI & ĐÁP

Q&A

13

---

---

---

---

---

---

---

---

# KẾT THÚC

[www.dinhvienminh.net](http://www.dinhvienminh.net)

---

---

---

---

---

---

---

---