

Giới thiệu môn học
MARKETING TRONG KINH DOANH
(B2B MARKETING)



TS. Đinh Tiên Minh

Mục lục

Học viên cần nắm rõ để xác định mục tiêu học tập.

- 01 Thời gian học
- 02 Mô tả môn học
- 03 Nhiệm vụ của sinh viên
- 04 Đánh giá kết quả học tập
- 05 Kế hoạch giảng dạy
- 06 Tài liệu tham khảo
- 07 Trao đổi với giảng viên

1. Thời gian học

Số buổi học: 12

- Trên lớp 9 buổi.
- LMS 3 buổi
- Thời gian học: 7h10-10h40; 12h45-16h15

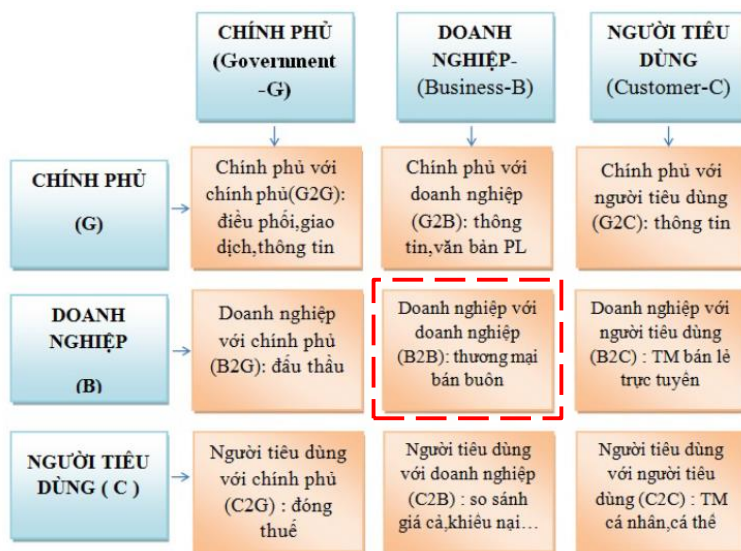


www.dinhkienminh.net



ĐƠN GIẢN LÀ KHÁC BIỆT

2. Mô tả môn học

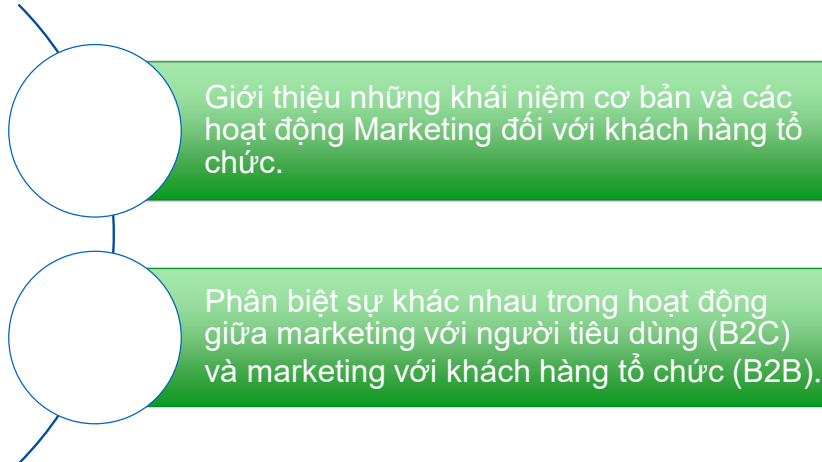


www.dinhkienminh.net



ĐƠN GIẢN LÀ KHÁC BIỆT

2. Mô tả môn học



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).

4. Đánh giá kết quả học tập

Bài tập, thảo luận, kiểm tra quá trình học

- 50% tổng điểm (thuyết trình, kiểm tra giữa kỳ, bài tập nhóm, bài tập cá nhân).

Bài thi hết môn

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



www.dinhkienminh.net



ĐƠN GIẢN LÀ KHÁC BIỆT

4. Đánh giá kết quả học tập

❖ 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).



www.dinhkienminh.net



ĐƠN GIẢN LÀ KHÁC BIỆT

4. Đánh giá kết quả học tập

❖ 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).



www.dinhhieminh.net



ĐƠN GIẢN LÀ KHÁC BIỆT

5. Kế hoạch giảng dạy

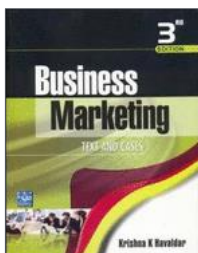
Buổi	Nội dung	Số tiết
1.	<ul style="list-style-type: none"> •Giới thiệu môn học •Chương 1: Giới thiệu Marketing Công nghiệp •Chia nhóm 	4
2.	<ul style="list-style-type: none"> •Chương 1: Giới thiệu Marketing Công nghiệp (tt) •Chương 2: Tìm hiểu Thị trường Công nghiệp •Sinh viên thảo luận tình huống tại lớp 	4
3.	<ul style="list-style-type: none"> •Chương 2: Tìm hiểu Thị trường Công nghiệp (tt) •Chương 3: Hành vi mua của khách hàng công nghiệp •Sinh viên thảo luận tình huống tại lớp 	4
4.	<ul style="list-style-type: none"> •Chương 3: Hành vi mua của khách hàng công nghiệp (tt) •Chương 6: Phân khúc, Xác định thị trường và Định vị •Sinh viên thảo luận tình huống tại lớp 	4
5.	<ul style="list-style-type: none"> •Chương 6: Phân khúc, Xác định thị trường và Định vị (tt) •Chương 7: Chiến lược Sản phẩm •Kiểm tra giữa kỳ 	4

5. Kế hoạch giảng dạy

Buổi	Nội dung	Số tiết
6.	<ul style="list-style-type: none"> Chương 8: Chiến lược Sản phẩm Chương 9: Chiến lược phân phối và Logistics Thuyết trình (3 nhóm) 	4
7.	<ul style="list-style-type: none"> Chương 9: Chiến lược phân phối và Logistics (tt) Chương 10: Chiến lược bán hàng cá nhân Thuyết trình (3 nhóm) 	4
8.	<ul style="list-style-type: none"> Chương 10: Chiến lược bán hàng cá nhân (tt) Chương 11: Chiến lược chiêu thị Thuyết trình (3 nhóm) 	4
9.	<ul style="list-style-type: none"> Chương 11: Chiến lược chiêu thị (tt) Chương 12: Chiến lược giá Ôn tập 	4

6. Tài liệu tham khảo

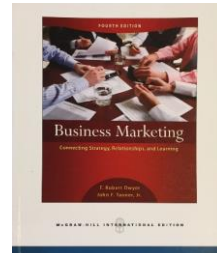
1 Krishna K Havaladar,
Business Marketing,
McGraw Hill, 3rd
edition, 2010.



2 Lau Geok Theng, *Business Marketing – An Asian Perspective*, McGraw Hill, 2007.



3 F. Robert Dwyer,
John F. Tanner Jr,
Business Marketing,
McGraw Hill, 4th Int'l
Ed., 2009.



6. Tài liệu tham khảo

(website)

www.dinhvienminh.net



7. Trao đổi với giảng viên

Cách thức truyền thống và tốt nhất dành cho sinh viên là
hỏi tại lớp

hoặc

www.dinhvienminh.net

KẾT THÚC



ĐÌNH TIÊN MINH
“ĐƠN GIẢN LÀ KHÁC BIỆT”

www.dinhvienminh.net

