



**PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM MỚI**


GIẢNG VIÊN: PGS. TS ĐÌNH TIỀN MINH

*In the modern world of business, it is useless to be a creative, original thinker unless you can also sell what you create (David Ogilvy)*

Giới thiệu môn học




1



**NỘI DUNG**

01. Giới thiệu giảng viên
02. Mục tiêu môn học
03. Kế hoạch học tập
04. Phương pháp đánh giá
05. Tài liệu học tập
06. Q&A

2



## MỤC TIÊU MÔN HỌC

### 1 - Về kiến thức

- Hiểu được các khái niệm cơ bản về sản phẩm mới.
- Giải thích được vai trò của chiến lược và quản trị phát triển sản phẩm mới trong doanh nghiệp.
- Nắm được các giai đoạn chính của quá trình phát triển sản phẩm mới.
- Hiểu được vai trò của nghiên cứu thị trường, phân tích thuộc tính sản phẩm và kiểm định concept trong quá trình phát triển sản phẩm mới.

### 2 - Về kỹ năng

- Phân tích bối cảnh thị trường/doanh nghiệp để xác định cơ hội phát triển sản phẩm mới.
- Xây dựng được Product Innovation Charter cho dự án phát triển sản phẩm mới ở mức cơ bản.
- Khám phá khách hàng mục tiêu, xác định insight và problem statement phục vụ phát triển ý tưởng.
- Đề xuất, sàng lọc và xây dựng concept sản phẩm/dịch vụ phù hợp với nhu cầu thị trường.
- Thực hiện đánh giá concept, kiểm định tính khả thi ở mức cơ bản và đề xuất hướng cải tiến.
- Phát triển prototype/demo của sản phẩm.
- Xây dựng kế hoạch tung sản phẩm ra thị trường và thuyết trình dự án.

4



## KẾ HOẠCH HỌC TẬP

STT	Ngày học	Bài giảng	Hoạt động của sinh viên
1	16/03/2026	Tổng quan môn học và quy trình phát triển sản phẩm mới	- Lập nhóm - Chọn thương hiệu cho dự án nhóm.
2	23/03/2026	LMS	Phân tích bối cảnh doanh nghiệp để xác định 01 cơ hội phát triển sản phẩm mới; trên cơ sở đó xây dựng Product Innovation Charter cho dự án nhóm <b>(A)</b>
3	30/03/2026	Chiến lược & phát triển sản phẩm mới Phát triển ý tưởng sản phẩm mới	Thuyết trình mục <b>(A)</b>
4	06/04/2026	Phát triển ý tưởng và hình thành product concept	Thực hiện phỏng vấn tối thiểu 5 khách hàng mục tiêu và xây dựng Customer Insight + Problem Statement hoàn chỉnh <b>(B)</b>
5	13/04/2026	Nghiên cứu thị trường và hoàn thiện concept sản phẩm	Đề xuất ít nhất 5 ý tưởng sản phẩm, sử dụng ma trận tiêu chí để lựa chọn 1 ý tưởng phù hợp nhất và xây dựng concept sơ bộ cho dự án <b>(C)</b>
6	20/04/2026	Đánh giá concept và kiểm định tính khả thi	Phân tích khách hàng mục tiêu, đối thủ cạnh tranh và các thuộc tính cốt lõi của sản phẩm để hoàn thiện concept statement và xác định điểm khác biệt của concept.
7	27/04/2026	Thiết kế và phát triển giải pháp	Thực hiện concept test với khách hàng mục tiêu, phân tích phản hồi và báo cáo kết quả đánh giá để đề xuất cải tiến/chốt concept <b>(D)</b>
8	04/05/2026	Kế hoạch tung sản phẩm ra thị trường	Thiết kế <b>demo vật lý/mô hình/mockup</b>
9	<b>11/05/2026</b>	Thuyết trình dự án kết thúc môn học	<b>(E) Thuyết trình dự án</b> - Demo sản phẩm - Trả lời Q&A - Nộp báo cáo

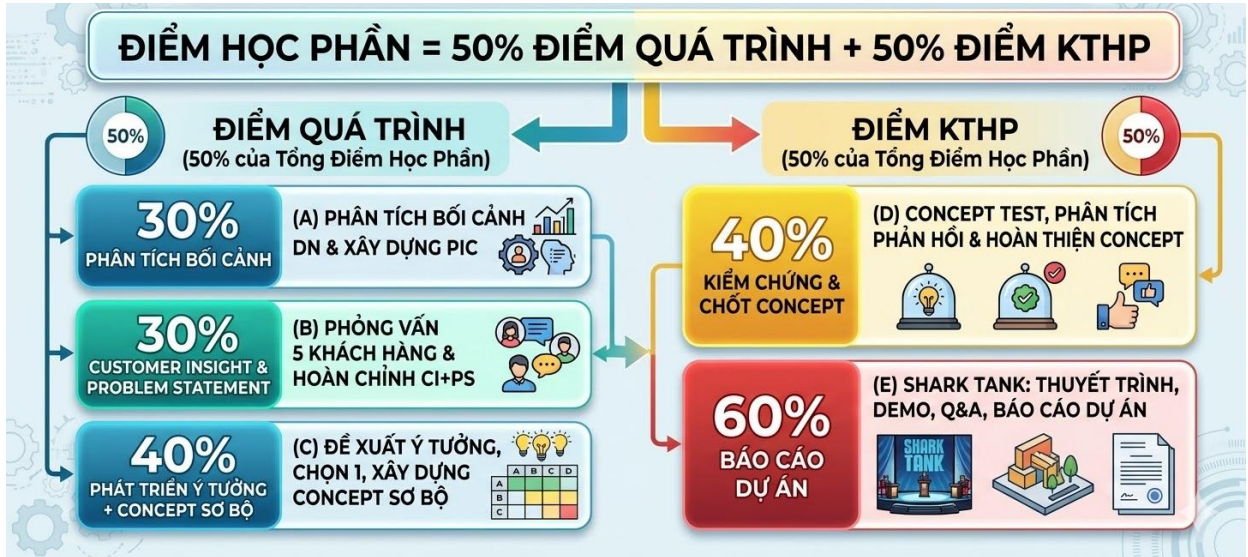
Điểm quá trình = 30% (A) + 30% (B) + 40% (C)

Điểm KTHP = 40% (D) + 60% (E)

5



## PHƯƠNG PHÁP ĐÁNH GIÁ



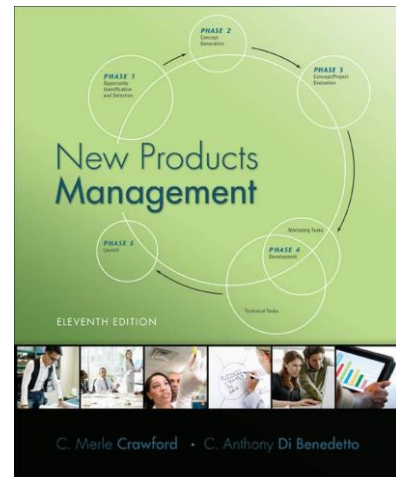
6



## TÀI LIỆU HỌC TẬP



Paul Trott, **Innovation Management and New Product Development**, 7th ed.



C.M Crawford, C.A Di Benedetto, **New Products Management**, 11th ed.

7



## TÀI LIỆU HỌC TẬP

Xin mời đặt câu hỏi.  
**Cách tốt nhất luôn là hỏi ngay tại lớp!**



*The important thing is not to stop questioning.  
 Curiosity has its own reason for existence.*  
**Albert Einstein**

8

Phát triển sản phẩm mới

2026 →

# thank you

9