



Về giảng viên

- TS Đinh Tiên Minh
- Trưởng Bộ môn Marketing
- Khoa KDQT - Marketing
- Đại học Kinh tế Tp.HCM
- Email: info@dinhvienminh.net
- Website: www.dinhvienminh.net

MỤC LỤC

- 1 Thời gian học
- 2 Mô tả môn học & Nhiệm vụ của sinh viên
- 3 Cách thức làm bài tập nhóm
- 4 Đánh giá kết quả học tập
- 5 Kế hoạch giảng dạy
- 6 Tài liệu tham khảo
- 7 Trao đổi với giảng viên

1. THỜI GIAN HỌC

- Tổng số buổi: 11 buổi
- Số buổi giảng: 7
- Số buổi thực hành: 4



2. MÔ TẢ MÔN HỌC

- Cung cấp kiến thức cơ bản của hoạt động Marketing như:
 - Nghiên cứu thị trường;
 - Môi trường Marketing của doanh nghiệp;
 - Nhận dạng nhu cầu và hành vi khách hàng;
 - Nhận dạng thị trường doanh nghiệp;
 - Và các chiến lược Marketing cụ thể.



3. NHIỆM VỤ CỦA SINH VIÊN

- Tham dự giờ giảng trên lớp.
- Tìm và đọc các tài liệu do giảng viên giới thiệu.
- Tham gia thảo luận các tình huống và làm các bài tập theo nhóm của mình.
- Nêu các thắc mắc về bài học để giảng viên giải thích thêm.



4. BÀI TẬP NHÓM

Mục đích bài tập nhóm:

- Nhằm hiểu rõ hơn môn học Marketing bằng cách áp dụng lý thuyết Marketing vào thực tế.
- Rèn luyện, nâng cao các kỹ năng trong công việc: phỏng vấn, làm việc nhóm, viết và thuyết trình...

Mục tiêu bài tập nhóm:

- Hoàn thành đúng chuẩn một bài nghiên cứu thị trường theo chủ đề được giao bởi giảng viên.

Thời gian nộp bài:

- Nộp báo cáo (Word): Qua Email



7

5. ĐÁNH GIÁ KẾT QUẢ HỌC TẬP

❖ Thuyết trình, thảo luận, kiểm tra trong quá trình học:

- ❖ 30% tổng điểm.

❖ Bài thi hết môn:

- ❖ 70% tổng điểm.



8

6. KẾ HOẠCH GIẢNG DẠY

Buổi	Nội dung	Số tiết
1.	<ul style="list-style-type: none"> • Giới thiệu môn học. • Bài 1: Tổng quan Marketing. 	4
2.	<ul style="list-style-type: none"> • Bài 1: Tổng quan Marketing (tt). • Bài 2: Môi trường Marketing. • Sinh viên thảo luận tại lớp. 	4
3.	<ul style="list-style-type: none"> • Bài 2: Môi trường Marketing (tt). • Bài 3: Tìm hiểu hành vi khách hàng. • Sinh viên thảo luận tại lớp. 	4
4.	<ul style="list-style-type: none"> • Bài 3: Tìm hiểu hành vi khách hàng (tt). • Bài 4: Nghiên cứu Marketing. • Sinh viên thảo luận tại lớp. 	4
5.	<ul style="list-style-type: none"> • Bài 5: Phân khúc, xác định và định vị thị trường. • Sinh viên thảo luận tại lớp. 	4



9

6. KẾ HOẠCH GIẢNG DẠY (tt)

Buổi	Nội dung	Số tiết
6.	<ul style="list-style-type: none"> • Bài 5: Phân khúc, xác định và định vị thị trường • Bài 6: Chiến lược sản phẩm. • Sinh viên làm bài kiểm tra giữa kỳ 	4
7.	<ul style="list-style-type: none"> • Bài 6: Chiến lược sản phẩm (tt). • Sinh viên thảo luận tại lớp. 	4
8.	<ul style="list-style-type: none"> • Bài 7: Chiến lược giá. • Sinh viên báo cáo đề tài nghiên cứu theo nhóm. 	4
9.	<ul style="list-style-type: none"> • Bài 7: Chiến lược giá (tt). • Sinh viên báo cáo đề tài nghiên cứu theo nhóm. 	4
10.	<ul style="list-style-type: none"> • Bài 8: Chiến lược phân phối. • Sinh viên báo cáo đề tài nghiên cứu theo nhóm. 	4



10

6. KẾ HOẠCH GIẢNG DẠY (tt)

Buổi	Nội dung	Số tiết
11.	<ul style="list-style-type: none"> • Bài 8: Chiến lược phân phối (tt). • Sinh viên báo cáo đề tài nghiên cứu theo nhóm. 	4
12.	<ul style="list-style-type: none"> • Bài 9: Chiến lược chiêu thị. • Sinh viên báo cáo đề tài nghiên cứu theo nhóm. 	4



11

7. TÀI LIỆU THAM KHẢO (Tiếng Việt)

1. Nguyên lý tiếp thị, Philip Kotler & Gary Armstrong, 14th NXB LĐ-XH, 2014.
2. Marketing căn bản, Nhóm giảng viên Bộ môn Marketing, Khoa TM-DL-Marketing, ĐHKT Tp.HCM, NXB Lao Động, 2014.



12

8. Trao đổi với giảng viên (tt)

CÁCH THỨC TRUYỀN THÔNG
VÀ TỐT NHẤT DÀNH CHO
CÁC BẠN SINH VIÊN LÀ
HỎI TẠI LỚP



16

9. Câu hỏi của sinh viên

MỜI ĐẶT CÂU HỎI !

Q & A



17

Kết thúc !

www.dinhvienminh.net
