



MARKETING CƠ BẢN

GIỚI THIỆU MÔN HỌC MARKETING CĂN BẢN

www.dinhvienminh.net

T.S Đinh Tiên Minh
Trường ĐHKT TPHCM



Đình Tiên Minh



Khoa KDQT - Marketing



Trường Đại học Kinh tế Tp.HCM



Email: dinhtienminh@ueh.edu.vn



Website: www.dinhtienminh.net

- 1. Thời gian học
- 2. Mô tả môn học
- 3. 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

3 ĐƠN VỊ HỌC TRÌNH



9 buổi x 5 tiết
(lớp ngày)



11 buổi x 4 tiết
(lớp tối)

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.

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...

4. ĐÁNH GIÁ KẾT QUẢ HỌC TẬP



Quá trình học:

- 60% tổng điểm.

Kết thúc môn:

- 40% tổng điểm.
- Tiểu luận không thuyết trình (TLOTT) hoặc trắc nghiệm.



5. KẾ HOẠCH GIẢNG DẠY

Buổi	Nội dung	Số tiết
	Giới thiệu môn học	
1	• Bài 1: Tổng quan Marketing.	5
2	• Bài 2: Môi trường Marketing. Sinh viên thảo luận theo nhóm.	5
3	• Bài 3: Tìm hiểu hành vi khách hàng. Sinh viên thảo luận theo nhóm.	5
4	• Bài 4: Nghiên cứu Marketing. Sinh viên thảo luận theo nhóm.	5
5	• Bài 5: Phân khúc, xác định và định vị thị trường. Sinh viên thảo luận theo nhóm.	5
6	• Bài 6: Chiến lược sản phẩm. Sinh viên làm bài kiểm tra giữa kỳ	5

5. KẾ HOẠCH GIẢNG DẠY (TT)

Buổi	Nội dung	Số tiết
7	<ul style="list-style-type: none">Bài 7: Chiến lược giá. Sinh viên thảo luận tại lớp.	5
8	<ul style="list-style-type: none">Bài 8: Chiến lược phân phối. Sinh viên báo cáo đề tài nghiên cứu theo nhóm.	5
9	<ul style="list-style-type: none">Bài 9: Chiến lược chiêu thị. Sinh viên báo cáo đề tài nghiên cứu theo nhóm.	5

6. TÀI LIỆU THAM KHẢO (TIẾNG ANH)

Principles of Marketing

[Author removed at request of original publisher]

Principles of Marketing teaches the experience and process of actually doing marketing - not just the vocabulary. It carries five dominant themes throughout in order to expose students to marketing in today's environment: Service dominant logic, sustainability, ethics and social responsibility, global coverage, and metrics. For questions about this textbook please contact textbookuse@umn.edu

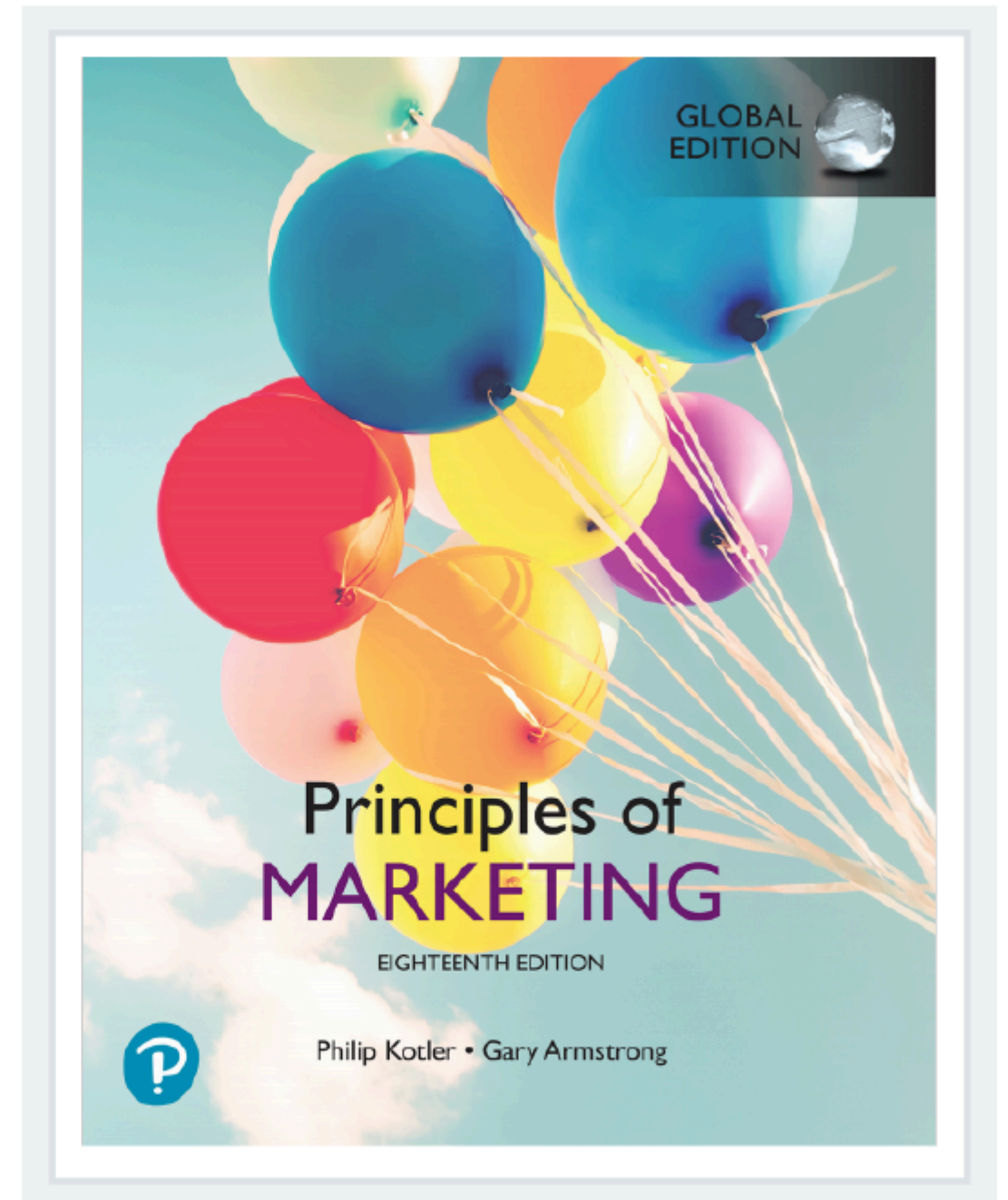
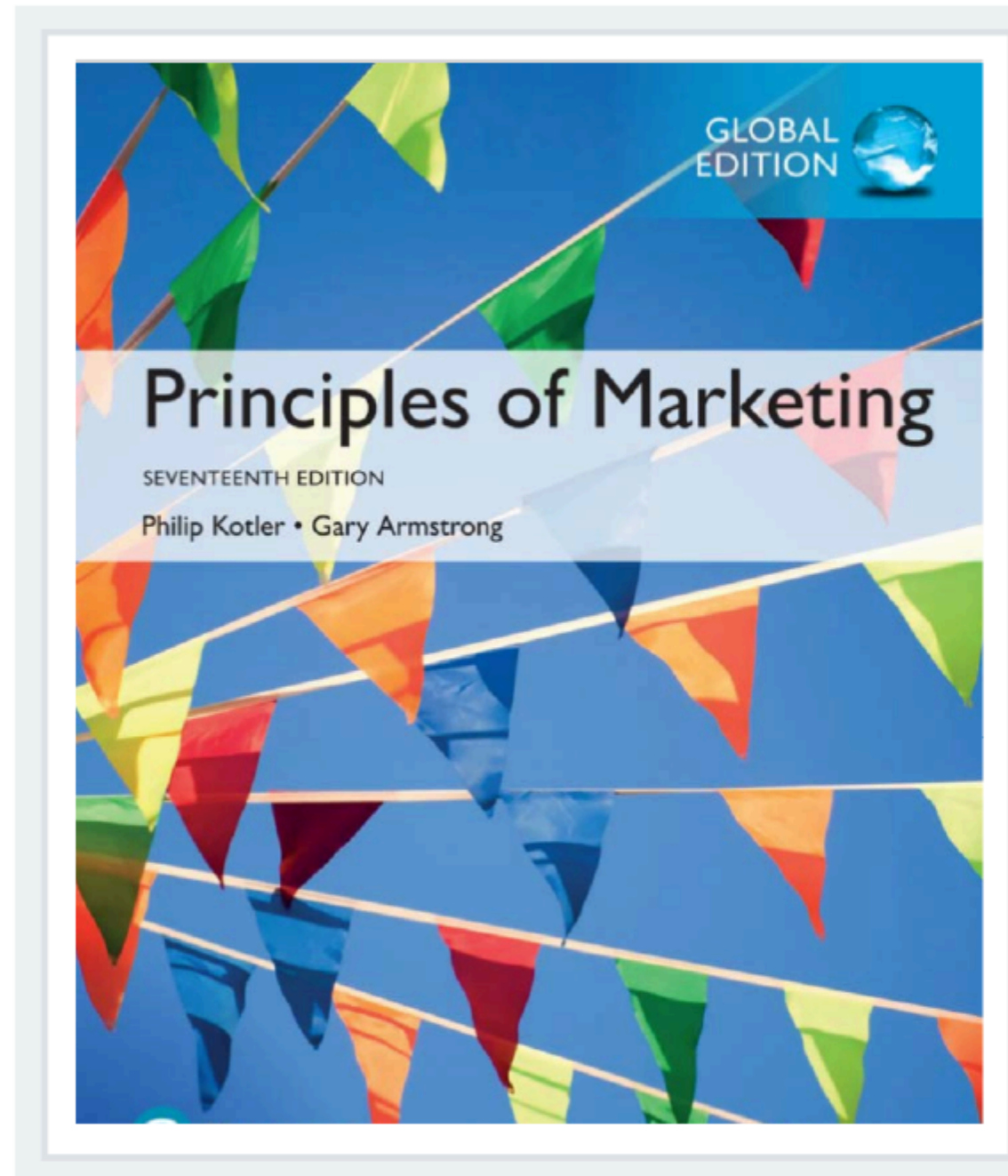


Creative Commons Attribution NonCommercial ShareAlike

Principles of
Marketing

<https://open.lib.umn.edu/principlesmarketing/>

6. TÀI LIỆU THAM KHẢO (TIẾNG ANH)

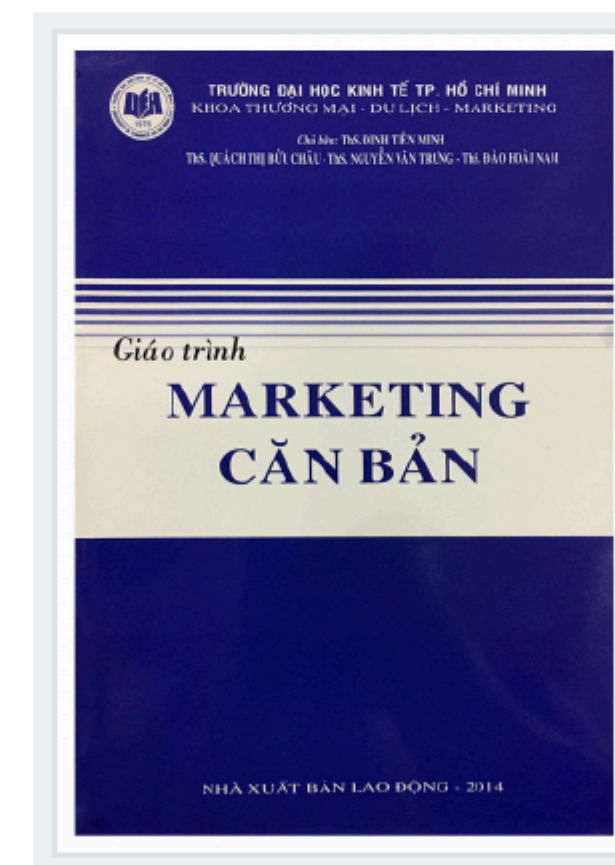
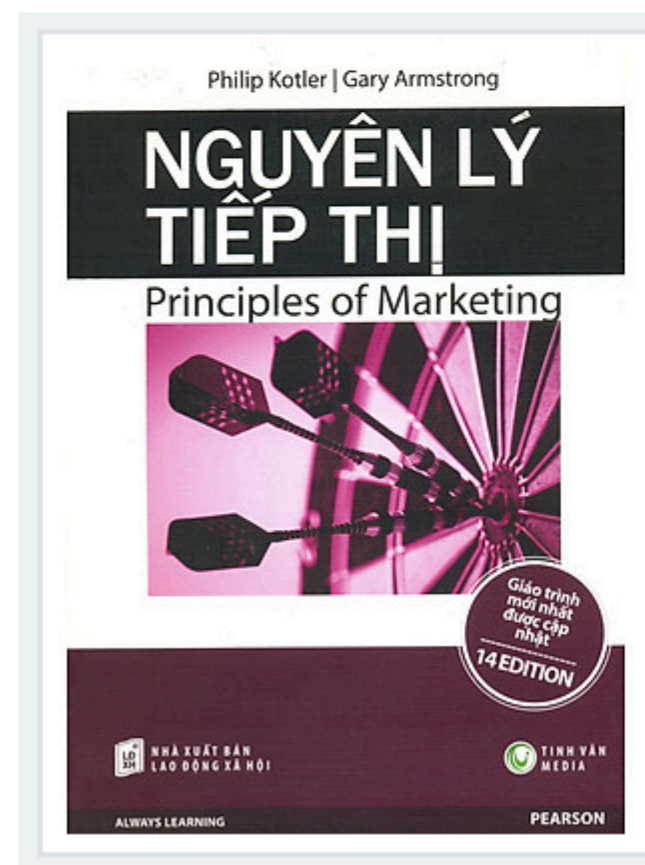


Principles of Marketing (18th Edition) - Kotler, Armstrong and Opresnik – Pearson, 2020.

6. TÀI LIỆU THAM KHẢO (TIẾNG VIỆT)

Nguyên lý tiếp thị, Philip Kotler & Gary Amstrong, 14th NXB LĐ-XH, 2014.

Marketing căn bản, Nhóm giảng viên Bộ môn Marketing, Khoa TM-DL-Marketing, ĐHKT Tp.HCM, NXB Lao Động, 2014.



7. TRAO ĐỔI VỚI GIẢNG VIÊN (TT)



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



MỜI ĐẶT CÂU HỎI !



MARKETING CƠ BẢN

X KẾT THÚC

www.dinhtienminh.net