

CHƯƠNG TRÌNH MÔN HỌC

Tên môn học: LÝ THUYẾT TỔNG HỢP NGHỀ NGHIỆP

Mã môn học: TNN02

Thời gian thực hiện môn học: 15 ; (Lý thuyết: 9 giờ; Thực hành, thí nghiệm, thảo luận, bài tập: 6 giờ)

I. Vị trí, tính chất của môn học:

- Vị trí: Môn Lý thuyết tổng hợp nghề nghiệp là tổ hợp các môn học cơ sở ngành và chuyên ngành được sử dụng ôn tập và thi tốt nghiệp của SV cao đẳng ngành Marketing.
- Tính chất: là khối kiến thức bắt buộc, có vai trò đánh giá kiến thức lý thuyết ngành marketing.

II. Mục tiêu môn học:

- Kiến thức:

Vận dụng được các kiến thức đã học trong việc thực hiện các chiến lược marketing.

- Kỹ năng:

+ Lập các chiến lược marketing cụ thể ở từng doanh nghiệp.

+ Lập các chiến lược marketing để gia nhập thị trường thế giới.

- Về năng lực tự chủ và trách nhiệm: Chủ động sáng tạo, nắm vững kiến thức, vận dụng linh hoạt.

III. Nội dung môn học:

1. Nội dung tổng quát và phân bổ thời gian:

Số TT	Nội dung	Thời gian (giờ)			
		Tổng số	Lý thuyết	Bài tập/ thảo luận	Thực hành/ thực tập/ thí nghiệm
1	Phần 1: Nguyên lý marketing 1.1. Các nguyên lý hoạt động marketing 1.2. Một số khái niệm cơ bản trong marketing	5	3	2	
2	Phần 2: Chiến lược marketing 2.1. Phân tích môi trường marketing 2.2. Phân tích chiến lược cấp Công ty 2.3. Phân tích chiến lược cấp đơn vị kinh doanh 2.4. Tổ chức thực hiện chiến lược	5	3	2	
3	Phần 3: Marketing quốc tế 3.1. Môi trường marketing quốc tế 3.2. Phân khúc thị trường và lựa chọn thị trường mục tiêu 3.3. Chiến lược thâm nhập thị trường thế giới 3.4. Chiến lược sản phẩm quốc tế	5	3	2	
Cộng		15	9	6	

2. Nội dung chi tiết:

Phần 1: Nguyên lý marketing (Lý thuyết: 3 giờ; bài tập: 2 giờ)

- Mục tiêu: Hệ thống những khái niệm cơ bản của marketing

- Nội dung:

1.1. Các nguyên lý hoạt động của marketing

1.2. Thị trường và phân khúc thị trường

- Phân khúc thị trường
- Xác định thị trường mục tiêu

Phần 2: Chiến lược marketing (Lý thuyết: 3 giờ; bài tập: 2 giờ)

- Mục tiêu: Đề xuất các chiến lược marketing dựa vào nhu cầu thị trường

- Nội dung:

2.1. Phân tích môi trường marketing

- Môi trường bên trong doanh nghiệp
- Môi trường bên ngoài doanh nghiệp: Vĩ mô và vi mô

2.2. Phân tích chiến lược cấp công ty

- Là chiến lược mang tính toàn diện và dài hạn của doanh nghiệp
- Ảnh hưởng lên toàn bộ doanh nghiệp
- Thể hiện cụ thể giá trị cốt lõi của doanh nghiệp

2.3. Phân tích chiến lược cấp đơn vị kinh doanh

- Chiến lược cấp đơn vị kinh doanh hay còn gọi là chiến lược cạnh tranh
- Đây là chiến lược thể hiện sức mạnh cạnh tranh của doanh nghiệp
- Các cách tối ưu lợi thế cạnh tranh

2.4. Tổ chức thực hiện

- Lãnh đạo và thực hiện chiến lược
- Cơ cấu tổ chức và thực hiện chiến lược
- Văn hóa DN và thực hiện chiến lược
- Giải quyết mâu thuẫn và xung đột khi thực hiện chiến lược
- Balance Scorecard và quản trị chiến lược

Phần 3: Marketing quốc tế (Lý thuyết: 3 giờ; bài tập: 2 giờ)

- Mục tiêu: Nắm bắt thông tin thị trường thế giới và các phương pháp thâm nhập.

- Nội dung:

3.1. Môi trường marketing quốc tế

- Môi trường bên trong doanh nghiệp
- Môi trường bên ngoài doanh nghiệp

3.2. Phân khúc thị trường và lựa chọn thị trường mục tiêu

- Phân khúc thị trường: Các tiêu thức phân khúc thị trường
- Thị trường mục tiêu
 - + Phương pháp xác định thị trường mục tiêu
 - + Phương pháp đánh giá và lựa chọn thị trường mục tiêu

3.3. Các chiến lược thâm nhập thị trường quốc tế

- Chiến lược thâm nhập thị trường quốc tế
- Chiến lược sản phẩm quốc tế
- Chiến lược giá của sản phẩm quốc tế

IV. Điều kiện thực hiện môn học:

- Phòng học lý thuyết
- Máy tính, máy chiếu
- Đề cương, giáo án, bài giảng theo mô đun, giáo trình, tài liệu tham khảo

V. Nội dung và phương pháp đánh giá:

1. Nội dung:

- Kiến thức: Hệ thống kiến thức với các nội dung đã học tại các môn học có liên quan.
- Kỹ năng:
 - + Phân tích
 - + Đánh giá
- Năng lực tự chủ và trách nhiệm:
 - + Nghiêm túc trong học tập
 - + Trung thực trong kiểm tra
 - + Linh hoạt trong thực hành

2. Phương pháp:

Thi tự luận: 120 phút

VI. Hướng dẫn thực hiện môn học:

1. Phạm vi áp dụng môn học: Chương trình được sử dụng cho SV bậc cao đẳng ngành Marketing.
2. Hướng dẫn về phương pháp giảng dạy, học tập môn học:
 - Hình thức giảng dạy chính của môn học: Hệ thống lý thuyết trên lớp kết hợp với tự học
 - Giảng viên trước khi giảng dạy cần phải căn cứ vào nội dung của từng phần, tóm tắt nội dung chính, tài khoản sử dụng và phương pháp hạch toán một số nghiệp vụ chủ yếu.
3. Những trọng tâm cần chú ý:
 - Các khái niệm và nguyên tắc cơ bản của marketing
 - Các phương pháp thiết lập các chiến lược marketing
 - Phân tích đánh giá được các chiến lược marketing
4. Tài liệu tham khảo:
 - [1] TS. Nguyễn Đông Phong, Marketing quốc tế, ĐH Kinh Tế TP.Hồ Chí Minh.
 - [2]. Slide bài giảng của Giảng viên.
 - [3] William M.Luther, (2013), Chiến lược marketing hoàn hảo, NXB Lao Động - Xã Hội.
 - [4] Harvard Business Review, Hoàng Hưng dịch,(2018), Marketing chiến lược, Nhà Xuất Bản Công Thương.
 - [5] Bài giảng Nguyên lý marketing - Vũ Phạm Tín - TCCN Tôn Đức Thắng.
 - [6] Giáo trình Nguyên lý marketing – Trần Hồng Hải - ĐH Kinh tế Huế.