

**ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN****1. Thông tin chung về học phần**

- Tên học phần : **Tiếp Thị căn bản ( Basic Marketing Management )**
- Mã học phần : 1722203
- Số tín chỉ : 03 ( 45 tiết )
- Thuộc Chương trình Đào tạo Chất lượng cao của bậc, ngành : Đại học
- Giờ tín chỉ đối với các hoạt động:
  - Nghe giảng lý thuyết : 23 tiết
  - Làm bài tập trên lớp : 10 tiết
  - Hoạt động theo nhóm dự án / Thảo luận: 12 tiết
  - Tự học : 90 giờ
- Đơn vị phụ trách học phần: **Khoa Quan hệ Quốc tế**

**2. Học phần trước:****3. Mục tiêu của học phần:** *(là kết quả học tập mong đợi người học đạt được)*

Môn học Tiếp thị học – Tiếp thị Quốc tế cung cấp cho sinh viên những kiến thức nền tảng về Marketing và Marketing quốc tế trong các hoạt động kinh doanh của một doanh nghiệp. Nội dung của học phần sẽ giới thiệu đến sinh viên những nội dung như : vị trí và vai trò của Marketing trong tổ chức và đời sống xã hội, phân tích một chiến lược Marketing hoàn hảo (Khái niệm, tầm nhìn, phân tích chiến lược Marketing hoàn chỉnh).

Ngoài ra, sinh viên có một cái nhìn tổng quát về nền kinh tế thị trường nói chung và nhiệm vụ của một Người Quản lý phụ trách trong lĩnh vực Marketing. Bên cạnh đó, sinh viên sẽ hiểu được khi thực hiện một chiến lược Marketing, đâu là những quyết định đúng đắn và đâu là quyết định sai lầm khi chọn 1 đề tài dự án để triển khai.

**4. Chuẩn đầu ra:**

	<b>Nội dung</b>	<b>Đáp ứng CDR CTĐT</b>
<b>Kiến thức</b>	4.1.1. Sinh viên có am hiểu về thị trường nói chung có khả năng thu thập, phân tích và lập kế hoạch tiếp thị cho tổ chức, doanh nghiệp	<b>K5</b>
	4.1.2. Có kiến thức về cách thức khảo sát, nghiên cứu, triển khai, lập kế hoạch dự án tiếp thị để vận dụng vào thực tiễn công việc	<b>K5</b>

<b>Kỹ năng</b>	4.2.1. Sinh viên sử dụng tốt tiếng Anh của môn Tiếp thị học – Tiếp thị Quốc tế trong công việc, biết khai thác thông tin, thảo luận, tranh luận, thuyết trình, viết báo cáo, cập nhật kiến thức tiếng Anh để phục vụ công việc.	<b>S4</b>
	4.2.2. Sinh viên có kỹ năng giao tiếp, ứng xử tốt, kỹ năng làm việc đội nhóm, ra quyết định, quản lý công việc và làm việc dưới áp lực cao.	<b>S1</b>
<b>Thái độ</b>	4.3.1 Chấp hành kỷ luật, hiểu và tôn trọng các quy định, có tác phong công nghiệp, thực hiện tốt tôn chỉ hoạt động của nơi làm việc.	<b>A1</b>
	4.3.2 Tự tin và chủ động trong công việc, biết chấp nhận khó khăn, sống trung thực, khiêm tốn, thân thiện với mọi người.	<b>A2,A3</b>

### 5. Mô tả tóm tắt nội dung học phần:

Học phần giới thiệu tổng quan về thị trường kinh tế và vai trò của Marketing trong đời sống xã hội. Người học thấu hiểu được nhu cầu của khách hàng và những phân khúc của thị phần, sự đa dạng và phong phú của hàng hóa sản phẩm, hiểu được tính cạnh tranh trong thị trường, thấu hiểu đối thủ và định vị được vị trí sản phẩm của công ty trên thị trường, những kênh phân phối và các hình thức Marketing để quảng bá thương hiệu và tăng doanh số cho doanh nghiệp. Bên cạnh đó case study liên quan đến phân tích những thí dụ điển hình về thành công của các công ty cũng được hướng dẫn như doanh nghiệp trong nước thành công khi phát triển thương hiệu và kinh doanh ở nước ngoài, công ty có vốn đầu tư nước ngoài kinh doanh thành công ở thị trường Việt Nam.

### 6. Nội dung và lịch trình giảng dạy: ( Các học phần lý thuyết và thực hành )

<b>Buổi</b>	<b>Nội dung</b>	<b>Tổng hợp các hoạt động giảng dạy</b>				
		<b>Hoạt động của Giảng viên</b>	<b>Hoạt động của sinh viên</b>	<b>Giáo trình chính</b>	<b>Tài liệu tham khảo</b>	<b>Ghi chú</b>
(1)	<p>Giới thiệu tổng quan về ngành Marketing.</p> <p>Giới thiệu về vị trí và vai trò của một Giám Đốc Marketing trong một tổ chức Doanh nghiệp và trong cộng đồng xã hội.</p> <p>Phân khúc về thị trường, lựa chọn thị trường mục tiêu, khách hàng mục tiêu và nhu cầu của khách</p>	<p>-Thuyết giảng</p> <p>-Hướng dẫn làm việc nhóm</p>	<p>-Nghe giảng, ghi chép đầy đủ</p> <p>-Trả lời câu hỏi</p> <p>-Thảo luận nhóm theo chủ</p>	Trang 10 - 28 cuốn [1]	Trang 10-28 cuốn [1] -Trang 10 cuốn [3]	Giải quyết mục tiêu 4.1.1

	hàng.		đề -Làm bài tập			
(2)	<p>Định vị giá trị của sản phẩm thông qua các hoạt động nghiên cứu marketing.</p> <p>Phân tích vị trí và vai trò của Marketing và Sales trong tổ chức, doanh nghiệp. ( Giống và khác nhau về quan điểm, tầm nhìn, mối tương quan, thời điểm triển khai )</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Thuyết giảng</li> <li>- Đặt câu hỏi và các tình huống</li> <li>- Hướng dẫn làm việc nhóm</li> <li>-</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Nghe giảng, ghi chép đầy đủ</li> <li>-Trả lời câu hỏi</li> <li>-Thảo luận nhóm theo chủ đề</li> <li>-Làm bài tập</li> </ul>	Trang 30 – 45 cuốn [1]	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Trang 25 cuốn [3]</li> <li>-Trang 15 cuốn [4]</li> </ul>	Giải quyết mục tiêu 4.1.1
(3)	<p>Phân tích những tình huống Marketing tại các doanh nghiệp trong và ngoài nước.</p> <p>Vai trò và vị trí của Nghiên cứu thị trường trong việc Quản trị Marketing</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Thuyết giảng</li> <li>- Đặt câu hỏi và các tình huống</li> <li>-Hướng dẫn làm việc nhóm</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nghe giảng, ghi chép đầy đủ</li> <li>- Chủ động tham gia trả lời câu hỏi</li> <li>-Thảo luận nhóm theo chủ đề</li> <li>-Làm bài tập tại lớp</li> </ul>	Trang 73 – 90 Cuốn [1]	- Trang 30 Cuốn [3]	Giải quyết mục tiêu 4.1.1
(4)	<p>Thế nào là một chiến lược Marketing hoàn chỉnh. Mục tiêu của việc lập chiến lược và lựa chọn một chiến lược Marketing phù hợp.</p> <p>Quy trình thực hiện một chiến lược Marketing hoàn hảo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Thuyết giảng</li> <li>- Đặt câu hỏi và các tình huống</li> <li>-Hướng dẫn làm</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nghe giảng, ghi chép đầy đủ</li> <li>- Chủ động tham gia trả lời câu hỏi</li> </ul>	Trang (95 – 118) Trang (176 – 179) Cuốn [1]	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Trang 48 cuốn [3]</li> <li>- Trang 32 cuốn [4]</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Giải quyết mục tiêu 4.1.1</li> <li>4.2.1.</li> <li>4.2.2</li> </ul>

		việc nhóm	-Thảo luận nhóm theo chủ đề  -Làm bài tập tại lớp			
(5)	<p>Phân khúc môi trường Marketing.</p> <p>Những đặc điểm của Phân khúc thị trường tác động như thế nào đến việc triển khai nội dung của Kế hoạch Marketing.</p> <p>Phân tích chuyên sâu về các yếu tố : Địa lý học – Nhân khẩu học – Tâm lý học – Hành vi</p>	<p>- Hướng dẫn sinh viên cách đặt câu hỏi đầy đủ và chi tiết khi thực hiện khảo sát NCTT, để có hiệu quả cao nhất</p> <p>- Phân tích các tình huống thực tế</p>	<p>Nghe giảng, ghi chép đầy đủ</p> <p>- Chủ động tham gia trả lời câu hỏi</p> <p>-Thảo luận nhóm theo chủ đề</p> <p>-Làm bài tập tại lớp</p>	<p>Trang 281 – 304)</p> <p>Cuốn [1]</p>	- Trang 67 cuốn [3]	<p>Giải quyết mục tiêu 4.1.1</p> <p>4.2.2</p>
(6)	<p>Phân tích Khách hàng và khách hàng mục tiêu.</p> <p>Phân tích tâm lý khách hàng khi quyết định thực hiện một chiến lược Marketing</p>	<p>-Thuyết giảng</p> <p>- Đặt câu hỏi và các tình huống</p> <p>-Hướng dẫn làm việc nhóm</p> <p>-</p>	<p>Nghe giảng, ghi chép đầy đủ</p> <p>- Chủ động tham gia trả lời câu hỏi</p> <p>-Thảo luận nhóm theo chủ</p>	<p>Trang (66 – 84)</p> <p>Cuốn [1]</p>	<p>Trang (71–116) cuốn [3]</p> <p>Trang (103– 130) cuốn [4]</p>	- Giải quyết mục tiêu 4.1.1

			đề -Làm bài tập tại lớp			
(7)	<p>Phân tích Đối thủ cạnh tranh. Những đặc tính nào của Đối thủ chúng ta cần chú ý.</p> <p>Ai là đối thủ của công ty bạn. Những đối thủ nào trong tương lai chúng ta cần phải thận trọng chú ý.</p>	<p>- Đặt vấn đề</p> <p>-- Thuyết giảng</p>	<p>- Nghe giảng, ghi chú</p> <p>- Thảo luận</p>	Trang 108-114, cuốn [1]	- Trang 195-200, cuốn [3]	- Giải quyết mục tiêu 4.1.1
(8)	<p>Tầm quan trọng của Dịch vụ khách hàng, chính là vũ khí để chiến thắng đối thủ của mình.</p> <p>English for Marketing : Customer Services. Case study for this situation.</p>	<p>- Đặt vấn đề</p> <p>- Thuyết giảng</p> <p>-- Hướng dẫn SV chọn đề tài nghiên cứu.</p>	<p>- Thảo luận theo nhóm</p> <p>- Chọn đề tài nghiên cứu.</p>	Trang 151- 170, cuốn[1]	Trang 217-244 cuốn [3]	- Giải quyết mục tiêu 4.2.1, 4.2.2
(9)	<p>Phân tích những đặc điểm của marketing dịch vụ và nghiên cứu về Quản trị thương hiệu. Những Đặc điểm của việc Quản trị thương hiệu trong thời đại toàn cầu hóa.</p> <p>Những đặc tính quan trọng nào theo từng giai đoạn của vòng đời sản phẩm</p>	<p>- Đặt vấn đề</p> <p>- Thuyết giảng</p> <p>-- Hướng dẫn SV chọn đề tài nghiên cứu.</p>	<p>- Thảo luận theo nhóm</p> <p>- Chọn đề tài nghiên cứu.</p>	Trang 151- 170, cuốn [1]	Trang 253 cuốn [3]	- Giải quyết mục tiêu 4.2.1, 4.2.2
(10)	<p>- Giới thiệu về Marketing Mix</p> <p>Phân tích chi tiết về Chiến lược của sản phẩm (Product Strategy) &amp; chiến lược giá (Price Strategy). Kết hợp giữa lý thuyết và các bài</p>	<p>- Đặt vấn đề</p> <p>- Thuyết</p>	<p>- Thảo luận theo</p>	Trang 170 - 272 cuốn [1]	Trang 268 cuốn [3]	- Giải quyết mục tiêu

	<p>tập tình huống, thí dụ minh họa điển hình tương ứng với từng “ P ”</p> <p>- Phân tích chi tiết về chiến lược phân phối ( Place Strategy) và chiến lược chiêu thị (Promotion strategy)</p> <p>- Kết hợp giữa lý thuyết và các bài tập tình huống, thí dụ minh họa điển hình tương ứng với từng “ P ”</p>	<p>giảng</p> <p>-- Hướng dẫn SV chọn đề tài nghiên cứu.</p>	<p>nhóm</p> <p>- Chọn đề tài nghiên cứu.</p>			<p>4.2.1, 4.2.2</p>
(11)	<p>2 nhóm thuyết trình Dự án về Xây dựng kế hoạch Marketing cho một sản phẩm mới của Doanh nghiệp.</p>	<p>- Góp ý, chỉnh sửa, hoàn thiện dự án cho sinh viên</p>	<p>Thuyết minh dự án và thuyết phục người nghe</p>			<p>- Giải quyết mục tiêu 4.2.1, 4.2.2</p>
(12)	<p>2 nhóm thuyết trình Dự án về Xây dựng kế hoạch Marketing cho một sản phẩm mới của Doanh nghiệp.</p>	<p>- Góp ý, chỉnh sửa, hoàn thiện dự án cho sinh viên</p>	<p>Thuyết minh dự án và thuyết phục người nghe</p>			<p>- Giải quyết mục tiêu 4.2.1, 4.2.2</p>
(13)	<p>2 nhóm thuyết trình Dự án về Xây dựng kế hoạch Marketing cho một sản phẩm mới của Doanh nghiệp.</p>	<p>- Góp ý, chỉnh sửa, hoàn thiện dự án cho sinh viên</p>	<p>Thuyết minh dự án và thuyết phục người nghe</p>			<p>- Giải quyết mục tiêu 4.2.1, 4.2.2</p>
(14)	<p>2 nhóm thuyết trình Dự án về Xây dựng kế hoạch Marketing cho một sản phẩm mới của Doanh nghiệp.</p>	<p>- Góp ý, chỉnh sửa, hoàn thiện dự án cho sinh viên</p>	<p>Thuyết minh dự án và thuyết phục người nghe</p>			<p>- Giải quyết mục tiêu 4.2.1, 4.2.2</p>

(15)	<p>Tổng kết quá trình học tập và nghiên cứu của Sinh viên trong thời gian giảng dạy môn Tiếp thị học- Tiếp thị Quốc tế.</p> <p>Ôn tập và giải đáp các thắc mắc của sinh viên về môn học. Hướng dẫn, định hướng các em tự học, tự nghiên cứu và triển khai về dự án Marketing cuối môn học.</p>	<p>- Đặt vấn đề</p> <p>- Giải đáp thắc mắc của sinh viên về điểm số và nội dung thi</p> <p>Hướng dẫn SV hoàn thiện đề tài của dự án</p>	<p>-Nghe giảng</p> <p>- Đặt câu hỏi</p>			<p>- Giải quyết mục tiêu 4.2.1, 4.2.2</p>
------	--	---	---	--	--	---

## 7. Nhiệm vụ của sinh viên:

Sinh viên phải thực hiện các nhiệm vụ như sau:

- Tham dự tối thiểu 80% số tiết học lý thuyết.
- Tham gia đầy đủ 100% giờ thực hành và có báo cáo kết quả.
- Thực hiện đầy đủ các bài tập nhóm/ bài tập và được đánh giá kết quả thực hiện.
- Tham dự kiểm tra giữa học kỳ.
- Tham dự thi kết thúc học phần.
- Chủ động tổ chức thực hiện giờ tự học.

## 8. Đánh giá kết quả học tập của sinh viên:

### 8.1. Cách đánh giá

Sinh viên được đánh giá tích lũy học phần như sau:

TT	Điểm thành phần	Quy định	Trọng số	Mục tiêu
1	Điểm chuyên cần	Số tiết tham dự học/tổng số tiết	10%	4.3.1, 4.3.2
2	Điểm bài tập	Số bài tập đã làm/số bài tập được giao	5%	4.1.1 đến 4.2.2
3	Điểm bài tập nhóm	- Được nhóm xác nhận có tham gia	5%	4.1.1 đến 4.2.2
4	Điểm kiểm tra giữa kỳ	- Báo cáo thuyết minh đề tài	20%	4.1.1 đến 4.2.2
5	Điểm thi kết thúc học phần	- Thi viết 90 phút, không sử dụng tài liệu - Tham dự đủ 80% tiết lý thuyết và 100% giờ thực hành - Bắt buộc dự thi	60%	4.1.1 đến 4.2.2

## 8.2. Cách tính điểm

- Điểm đánh giá thành phần và điểm thi kết thúc học phần được chấm theo thang điểm 10 (từ 0 đến 10), làm tròn đến 0.5.
- Điểm học phần là tổng điểm của tất cả các điểm đánh giá thành phần của học phần nhân với trọng số tương ứng. Điểm học phần theo thang điểm 10 làm tròn đến một chữ số thập phân.

## 9. Tài liệu học tập:

### 9.1. Giáo trình chính:

[1] Basic Marketing Management, Douglas J. Dalrymple & Leonard J. Parsons, John Wiley & Sons, Inc, 2000, Thư viện HUFLIT.

### 9.2. Tài liệu tham khảo:

[2] Những nguyên lý tiếp thị, Philip Kotler, NXB Tp.HCM, 1995

[3] Để trở thành siêu sao Marketing, Jeffrey J. FOX, NXB Lao động Xã hội, 2012

## 10. Hướng dẫn sinh viên tự học:

Tuần /Buổi	Nội dung	Lý thuyết (tiết)	Thực hành (tiết)	Nhiệm vụ của sinh viên
1	<p>Giới thiệu tổng quan về ngành Marketing.</p> <p>Giới thiệu về vị trí và vai trò của một Giám Đốc Marketing trong một tổ chức Doanh nghiệp và trong cộng đồng xã hội.</p> <p>Phân khúc về thị trường, lựa chọn thị trường mục tiêu, khách hàng mục tiêu và nhu cầu của khách hàng.</p>	2	1	<p>-Nghiên cứu trước: +Tài liệu [1]: nội dung từ mục 1.1 đến 1.3, Chương 1 +Tra cứu nội dung về Vị trí và vai trò của Marketing trong tổ chức....</p>
2	<p>Định vị giá trị của sản phẩm thông qua các hoạt động nghiên cứu marketing.</p> <p>Phân tích vị trí và vai trò của Marketing và Sales trong tổ chức, doanh nghiệp. ( Giống và khác nhau về quan điểm, tầm nhìn, mối tương quan, thời điểm triển khai )</p>	2	1	<p>-Nghiên cứu trước: +Tài liệu [1]: trang 30 - 45 +Ôn lại nội dung : Phân khúc thị trường mục tiêu đã học ở học phần 1 +Tra cứu nội dung về .... --Làm việc nhóm (<i>theo danh sách phân nhóm</i>): làm bài tập nhóm theo sự hướng dẫn và đề bài của giảng viên.</p>



3	<p>Phân tích những tình huống Marketing tại các doanh nghiệp trong và ngoài nước.</p> <p>Vai trò và vị trí của Nghiên cứu thị trường trong việc Quản trị Marketing</p>	1.5	1.5	<p>-Nghiên cứu trước:          +Tài liệu [1]: trang 73 - 90          +Ôn lại nội dung : Định vị giá trị của sản phẩm đã được học phần 2          +Tra cứu nội dung về Marketing Research          --Làm việc nhóm (<i>theo danh sách phân nhóm</i>): làm bài tập nhóm theo sự hướng dẫn và đề bài của giảng viên.</p>
4	<p>Thế nào là một chiến lược Marketing hoàn chỉnh. Mục tiêu của việc lập chiến lược và lựa chọn một chiến lược Marketing phù hợp.</p> <p>Quy trình thực hiện một chiến lược Marketing hoàn hảo.</p>	1.5	1.5	<p>-Nghiên cứu trước:          +Tài liệu [1]: trang 95 - 118; trang 176 - 179          +Ôn lại nội dung : Tầm quan trọng của Marketing Research trong phần 3          +Tra cứu nội dung về Chiến lược Marketing          --Làm việc nhóm (<i>theo danh sách phân nhóm</i>): làm bài tập nhóm theo sự hướng dẫn và đề bài của giảng viên.</p>
5	<p>Phân khúc môi trường Marketing.</p> <p>Những đặc điểm của Phân khúc thị trường tác động như thế nào đến việc triển khai nội dung của Kế hoạch Marketing.</p> <p>Phân tích chuyên sâu về các yếu tố : Địa lý học – Nhân khẩu học – Tâm lý học – Hành vi</p>	1.5	1.5	<p>-Nghiên cứu trước:          +Tài liệu [1]: trang 281 - 304          +Ôn lại nội dung : Chiến lược Marketing đã được học phần 4          +Tra cứu nội dung về Phân khúc môi trường Marketing          --Làm việc nhóm (<i>theo danh sách phân nhóm</i>): làm bài tập nhóm theo sự hướng dẫn và đề bài của giảng viên.</p>
6	<p>Phân tích Khách hàng và khách hàng mục tiêu.</p> <p>Phân tích tâm lý khách hàng khi quyết định thực hiện một chiến lược Marketing</p>	1.5	1.5	<p>-Nghiên cứu trước:          +Tài liệu [1]: trang 66 - 84          + Tài liệu [4] : trang 103 - 130          +Ôn lại nội dung : Định vị giá trị của sản phẩm đã được học phần 5          +Tra cứu nội dung về Phân tích Khách hàng          --Làm việc nhóm (<i>theo danh sách phân nhóm</i>): làm bài tập nhóm theo sự hướng dẫn</p>

				và đề bài của giảng viên.
7	<p>Phân tích Đối thủ cạnh tranh. Những đặc tính nào của Đối thủ chúng ta cần chú ý.</p> <p>Ai là đối thủ của công ty bạn. Những đối thủ nào trong tương lai chúng ta cần phải thận trọng chú ý.</p>	1.5	1.5	<p>-Nghiên cứu trước: +Tài liệu [1]: trang 108 - 114 +Ôn lại nội dung : Phân tích Tâm lý khách hàng đã được học phần 6 +Tra cứu nội dung về Phân tích Đối thủ cạnh tranh --Làm việc nhóm (<i>theo danh sách phân nhóm</i>): làm bài tập nhóm theo sự hướng dẫn và đề bài của giảng viên.</p>
8	<p>Tầm quan trọng của Dịch vụ khách hàng, chính là vũ khí để chiến thắng đối thủ của mình.</p> <p>English for Marketing : Customer Services. Case study for this situation.</p>	1.5	1.5	<p>-Nghiên cứu trước: +Tài liệu [3]: trang 217 - 244 +Ôn lại nội dung : Phân tích đối thủ cạnh tranh đã được học phần 7 +Tra cứu nội dung về Tầm quan trọng của Dịch vụ khách hàng trong chiến lược Marketing --Làm việc nhóm (<i>theo danh sách phân nhóm</i>): làm bài tập nhóm theo sự hướng dẫn và đề bài của giảng viên.</p>
9	<p>Phân tích những đặc điểm của marketing dịch vụ và nghiên cứu về Quản trị thương hiệu. Những Đặc điểm của việc Quản trị thương hiệu trong thời đại toàn cầu hóa.</p> <p>Những đặc tính quan trọng nào theo từng giai đoạn của vòng đời sản phẩm</p>	1.5	1.5	<p>-Nghiên cứu trước: +Tài liệu [1]: trang 187 - 250 +Ôn lại nội dung : Dịch vụ khách hàng đã được học phần 8 +Tra cứu nội dung về Quản trị Thương hiệu --Làm việc nhóm (<i>theo danh sách phân nhóm</i>): làm bài tập nhóm theo sự hướng dẫn và đề bài của giảng viên.</p>
10	<p>Giới thiệu về Marketing Mix</p> <p>Phân tích chi tiết về Chiến lược của sản phẩm (Product Strategy) &amp; chiến lược giá (Price Strategy). Kết hợp giữa lý thuyết và các bài tập tình huống, thí dụ minh họa điển hình tương ứng với từng “ P ”</p>	1.5	1.5	<p>-Nghiên cứu trước: +Tài liệu [1]: trang 180 - 358 +Ôn lại nội dung : Phân tích vòng đời của Thương hiệu +Tra cứu nội dung về Marketing tích hợp - Marketing Mix --Làm việc nhóm (<i>theo danh sách phân nhóm</i>): làm bài tập nhóm theo sự hướng dẫn và đề bài của giảng viên.</p>

	<p>- Phân tích chi tiết về chiến lược phân phối ( Place Strategy) và chiến lược chiêu thị (Promotion strategy)</p> <p>- Kết hợp giữa lý thuyết và các bài tập tình huống, thí dụ minh họa điển hình tương ứng với từng “ P ”</p>			
11 + 12 + 13+ 14	<p>8 nhóm thuyết trình Dự án về Xây dựng kế hoạch Marketing cho một sản phẩm mới của Doanh nghiệp.</p> <p>( Mỗi buổi 2 nhóm thuyết trình )</p>		12	<p>-Nghiên cứu trước: +Ôn lại tất cả các kiến thức đã được học + Chuẩn bị bài thuyết trình chi tiết, đầy đủ theo sự phân công của Nhóm + Chuẩn bị đầy đủ sản phẩm mẫu, soạn Powerpoint trình chiếu, xử lý các tình huống diễn ra khi thuyết trình về sản phẩm mới.</p>
15	<p>Tổng kết quá trình học tập và nghiên cứu của Sinh viên trong thời gian giảng dạy môn Tiếp thị học- Tiếp thị Quốc tế.</p> <p>Ôn tập và giải đáp các thắc mắc của sinh viên về môn học. Hướng dẫn, định hướng các em tự học, tự nghiên cứu và triển khai về dự án Marketing cuối môn học.</p>	3		<p>-Nghiên cứu trước: +Ôn lại tất cả các kiến thức đã được học + Chuẩn bị những câu hỏi về kiến thức, về bài tập thuyết trình để thảo luận với giảng viên</p> <p>+ Đặt câu hỏi về những vấn đề chưa rõ về phần thuyết trình thi kết thúc môn học.</p>

Ngày... tháng.... năm 201

**Trưởng khoa**  
(Ký và ghi rõ họ tên)

Ngày... tháng.... năm 201

**Trưởng Bộ môn**  
(Ký và ghi rõ họ tên)

Ngày... tháng.... năm 201

**Người biên soạn**  
(Ký và ghi rõ họ tên)

Ngày... tháng.... năm 201

**Ban giám hiệu**