

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

- Tên học phần : **Nghiên cứu thị trường (Marketing Research)**
- Mã số học phần: 1722393
- Số tín chỉ học phần: 03 tín chỉ
- Thuộc chương trình đào tạo của bậc, ngành: Bậc đại học ngành Quan hệ quốc tế
- Số tiết học phần:
 - Nghe giảng lý thuyết : 15 tiết
 - Làm bài tập trên lớp : 10 tiết
 - Thảo luận /Hoạt động theo nhóm : 20 tiết
- Đơn vị phụ trách học phần: Khoa Quan hệ quốc tế

2. Học phần trước:**3. Mục tiêu của học phần:** Học phần trang bị cho sinh viên các mặt sau:

Về Kiến thức, sinh viên nắm vững lý thuyết và thực hành các hoạt động thực tiễn về Nghiên cứu thị trường, có kiến thức thu thập và phân tích dữ liệu một cách khoa học. Bên cạnh đó sinh viên được trang bị các kỹ năng phát hiện và giải quyết vấn đề, trình bày vấn đề, phát triển khả năng phân tích và tổng hợp một cách khoa học.

Sinh viên cũng hiểu được tầm quan trọng của Nghiên cứu thị trường và ảnh hưởng của nó đối với sự phát triển và tồn tại của các doanh nghiệp và tổ chức.

4. Chuẩn đầu ra:

	Nội dung	Đáp ứng CĐR CTĐT
Kiến thức	4.1.1. Sinh viên có am hiểu về nghiên cứu thị trường nói chung có khả năng thu thập, phân tích và giải thích dữ liệu	K1
	4.1.2. Có kiến thức tương đối về việc xử lý dữ liệu để vận dụng vào thực tiễn công việc	K2, K3

Kỹ năng	4.2.1. Sinh viên sử dụng tốt tiếng Anh của môn Nghiên cứu thị trường 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.	S2
	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.	S1, S3
Thái độ	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.	A1
	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.	A2, A3

5. Mô tả tóm tắt nội dung học phần:

Học phần nhằm trang bị cho sinh viên kiến thức cơ bản về Nghiên cứu thị trường trên các lĩnh vực khác nhau: marketing, quản trị truyền thông – PR, văn hóa tổ chức doanh nghiệp và xã hội, nghiên cứu về giới trẻ, nghiên cứu người lao động và nghiên cứu về sự hài lòng của khách hàng. Sinh viên được yêu cầu rèn luyện và phát triển kỹ năng làm việc nhóm. Sau khóa học sinh viên có thể nắm vững quy trình, các phương pháp cần thiết cho việc nghiên cứu thị trường và chuẩn bị cho một bài báo cáo kết quả nghiên cứu.

6. Nội dung và lịch trình giảng dạy:

Buổi/ Tiết	Nội dung	Hoạt động của giảng viên	Hoạt động của sinh viên	Giáo trình chính	Tài liệu tham khảo	Ghi chú
Buổi 1+2	Chương 1: Tổng quan về NCTT	-Thuyết giảng - Hướng dẫn	-Nghe giảng, ghi chép đầy đủ	Trang 10 - 28 cuốn [1]	Trang 8 cuốn [2] -Trang 5	Giải quyết mục tiêu 4.1.1

	<p>1.1 Tổng quan</p> <p>1.2 Nghiên cứu thị trường</p> <p>1.2.1 Tại sao phải NCTT</p> <p>1.2.2 Định nghĩa NCTT</p> <p>1.3 Quy trình khoa học của NCTT</p> <p>1.4 Cách xác định vấn đề nghiên cứu</p> <p>1.4.1 Tầm quan trọng của việc xác định vấn đề</p> <p>1.4.2 Câu hỏi nghiên cứu</p> <p>1.5 Những phần không thuộc NCTT</p> <p>1.6 Kết luận</p>	<p>làm việc nhóm</p>	<p>-Trả lời câu hỏi</p> <p>-Thảo luận nhóm theo chủ đề</p> <p>-Làm bài tập</p>		<p>cuốn [3]</p>	
<p>Buổi 3</p>	<p>Chương 2 : Quy trình Nghiên cứu thị trường</p> <p>2.1. Xác định vấn đề cần nghiên cứu.</p> <p>Bước 1: Xác định mục tiêu và Giới hạn nghiên cứu.</p> <p>B2 : Chọn Nguồn Dữ liệu</p> <p>B3 : Thiết kế và tổng hợp các nguồn dữ liệu</p> <p>B4 : Phân tích dữ liệu</p> <p>B5 : Báo cáo kết quả nghiên cứu</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>-Trả lời câu hỏi</p> <p>-Thảo luận nhóm theo chủ đề</p> <p>-Làm bài tập</p>	<p>Trang 15 – 27 cuốn [1]</p>	<p>-Trang 20 cuốn [2]</p> <p>-Trang 17 cuốn [3]</p>	<p>Giải quyết mục tiêu 4.1.1</p>
<p>Buổi 4</p>	<p>2.2. Xác định thông tin cần thu thập</p>	<p>-Thuyết giảng</p>	<p>Nghe giảng, ghi chép đầy</p>	<p>Trang 73 – 90</p>	<p>Trang 35 Cuốn [2]</p>	<p>Giải quyết mục tiêu</p>

	<p>2.2.1. Nguồn thông tin nội bộ</p> <p>2.2.2. Nguồn dữ liệu thứ cấp</p> <p>2.2.3. Nguồn dữ liệu sơ cấp</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Đặt câu hỏi và các tình huống - Hướng dẫn làm việc nhóm 	<p>đủ</p> <ul style="list-style-type: none"> - Chủ động tham gia trả lời câu hỏi - Thảo luận nhóm theo chủ đề - Làm bài tập tại lớp 	<p>Cuốn [1]</p>	<p>Trang 19</p> <p>Cuốn [3]</p>	<p>4.1.1</p>
Buổi 5	<p>2.3. Những hình thức tiêu biểu khi phân tích những bảng hỏi</p> <p>2.3.1. Phân tích khách hàng</p> <p>2.3.2. Phân tích đối thủ cạnh tranh</p> <p>2.3.4. Phân tích công tác điều hành của doanh nghiệp</p> <p>2.3.5. Phân tích môi trường kinh doanh</p> <p>2.3.6. Quản lý chi phí và thời gian</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Thuyết giảng - Đặt câu hỏi và các tình huống - Hướng dẫn làm việc nhóm 	<p>Nghe giảng, ghi chép đầy đủ</p> <ul style="list-style-type: none"> - Chủ động tham gia trả lời câu hỏi - Thảo luận nhóm theo chủ đề - Làm bài tập tại lớp 	<p>Trang (95 – 118)</p> <p>Trang (176 – 179)</p> <p>Cuốn [1]</p>	<p>Trang 50</p> <p>Cuốn [3]</p>	<p>Giải quyết mục tiêu 4.1.1</p> <p>4.2.1.</p> <p>4.2.2</p>
Buổi 6	<p>2.4. Thiết kế Bảng câu hỏi</p> <p>2.4.1. Lên kế hoạch nội dung</p> <p>2.4.2. Xây dựng bảng câu hỏi</p> <p>2.4.3. Quy định khi đặt câu hỏi</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 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 - Phân tích các tình huống thực tế 	<p>Nghe giảng, ghi chép đầy đủ</p> <ul style="list-style-type: none"> - Chủ động tham gia trả lời câu hỏi - Thảo luận nhóm theo chủ đề - Làm bài tập tại lớp 	<p>Trang 281 – 304)</p> <p>Cuốn [1]</p>	<p>Trang 50</p> <p>Cuốn [3]</p>	<p>Giải quyết mục tiêu 4.1.1</p> <p>4.2.2</p>

<p>Buổi 7 + 8 + 9</p>	<p>Chương 3 :Nghiên cứu định tính & Nghiên cứu định lượng</p> <p>3.1 Tổng quan về Nghiên cứu định tính và nghiên cứu định lượng</p> <p>3.1.1. Khái niệm và vai trò</p> <p>3.1.2. Ưu điểm và nhược điểm</p> <p>3.2. Nghiên cứu định tính</p> <p>3.2.1. Chọn mẫu</p> <p>3.2.2. Kỹ thuật thu thập dữ liệu</p> <p>3.2.3. Phân tích dữ liệu định tính.</p> <p>3.3. Nghiên cứu định lượng</p> <p>3.3.1. So sánh NCDT & NCDL</p> <p>3.3.2. Các phương pháp thu thập dữ liệu</p> <p>3.3.3. Thiết kế bảng câu hỏi</p> <p>3.3.4. Tổ chức thu thập dữ liệu</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 đề</p> <p>-Làm bài tập tại lớp</p>	<p>Trang (66 – 84)</p> <p>Cuốn [1]</p>	<p>Trang (71 – 116)</p> <p>Cuốn [3]</p>	<p>- Giải quyết mục tiêu 4.1.1</p>
<p>Buổi 10</p>	<p>Chương 4 : Báo cáo kết quả nghiên cứu</p> <p>4.1.Nguyên tắc cơ bản khi viết báo cáo</p> <p>4.2.Nội dung cơ bản của một báo cáo nghiên cứu</p>	<p>- Đặt vấn đề</p> <p>- Thuyết giảng</p>	<p>- Nghe giảng, ghi chú</p> <p>- Thảo luận</p>	<p>Trang 108-114, tài liệu [1]</p>	<p>- Trang 195-200, tài liệu [3]</p>	<p>- Giải quyết mục tiêu 4.1.1</p>
<p>Buổi</p>	<p>Chương 4 (tt)</p> <p>4.3 Phân tích các tình</p>	<p>- Đặt vấn đề</p>	<p>- Thảo luận theo nhóm</p>	<p>Trang 120-145, tài liệu [1]</p>	<p>Trang 217-244 tài liệu [3]</p>	<p>- Giải quyết mục tiêu 4.2.1,</p>

11	<p>huống nghiên cứu thị trường</p> <p>4.4. Thực hiện đề án nghiên cứu xoay quanh các nội dung :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Thương hiệu - Thị trường <p>- Nghiên cứu về sự hài lòng của khách hàng đối với sản phẩm / thương hiệu</p> <p>4.5.Trình bày kết quả nghiên cứu</p> <p>4.6.Đánh giá báo cáo kết quả nghiên cứu</p> <ul style="list-style-type: none"> - Báo cáo kết quả 	<ul style="list-style-type: none"> - Thuyết giảng -- Hướng dẫn SV chọn đề tài nghiên cứu. 	<ul style="list-style-type: none"> - Chọn đề tài nghiên cứu. 			4.2.2
Buổi 12 + Buổi 13 + Buổi 14	<p>Thi kiểm tra giữa kỳ:</p> <p>Báo cáo nhóm thuyết trình đề tài Nghiên cứu thị trường</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Giáo viên chấm điểm, góp ý và chỉnh sửa chi tiết báo cáo đề tài nghiên cứu thực tế ngoài thị trường 				<ul style="list-style-type: none"> - Giải quyết mục tiêu 4.2.1, 4.2.2
Buổi 15	<p>Tổng kết môn học</p> <p>Chỉnh sửa và hướng dẫn chi tiết cách làm Báo cáo Tiểu luận kết thúc môn học</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Hướng dẫn chi tiết và góp ý từng đề tài - Công bố điểm giữa kỳ và giải đáp thắc mắc về môn học cho sinh viên 	<ul style="list-style-type: none"> - Đặt câu hỏi và tìm hiểu những vấn đề còn chưa hiểu về môn học, cũng như cách hoàn thiện bài báo cáo cuối môn học 			<ul style="list-style-type: none"> - Giải quyết mục tiêu 4.2.1, 4.2.2

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.
- 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
2	Điểm bài tập	Số bài tập đã làm/số bài tập được giao, thuyết trình nhóm, bài tập nhóm	10%	4.1.1,4.2.1,4.2.2, 4.3.2
3	Điểm kiểm tra giữa kỳ	Thuyết trình giữa kỳ nội dung nghiên cứu	20%	4.1.1,4.2.1,4.2.2, 4.3.2
4	Điểm thi kết thúc học phần	Gửi Báo cáo Nghiên cứu thị trường theo từng nhóm (Nộp tiểu luận)	60%	4.1.1,4.2.1,4.2.2, 4.3.2

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: Tên sách, Tác giả, Nhà xuất bản, Năm xuất bản, Nơi có tài liệu, website

[1] Marketing Research - A problem solving approach, Seymour Sudman & Edward Blair, Mc Graw Hill, 1998, Thư viện HUFLIT

9.2. Tài liệu tham khảo:

[2] Nghiên cứu thị trường, Nguyễn Đình Thọ và Nguyễn Thị Mai Trang, NXB Đại học quốc gia, 2007.

[3] Tương lai của Quảng cáo và Tiếp thị, Christopher Vollmer & Geoffrey Precourt, NXB Thời đại, 2008.

10. Hướng dẫn sinh viên tự học:

Tuần/ Buổi	Nội dung	Lý thuyết (tiết)	Thực hành (tiết)	Nhiệm vụ của sinh viên
1 + 2	Chương 1: Tổng quan về NCTT 1.1 Tổng quan 1.2 Nghiên cứu thị trường 1.3 Quy trình khoa học của NCTT 1.4 Cách xác định vấn đề nghiên cứu 1.5 Những phân không thuộc NCTT 1.6 Kết luận	4	2	- Nghiên cứu trước: Trang 10 - 28 cuốn [1], Trang 8 cuốn [2], Trang 5 cuốn [3]
3	Chương 2: Quy trình Nghiên cứu thị trường 2.1. Xác định vấn đề cần nghiên cứu.	1.5	1.5	- Nghiên cứu trước: +Trang 15 – 27 cuốn [1] +Trang 20 cuốn [2] + Trang 17 cuốn [3] -Tìm hiểu thêm các thông tin trên mạng v/v tập trung vào những khía cạnh nào khi xác định nội dung cần nghiên cứu. Tìm các ví dụ cụ thể.
4	2.2. Xác định thông tin cần thu thập	1.5	1.5	- Nghiên cứu trước: +Tài liệu [1]: từ trang 73 -90 + Tài liệu [2]: từ trang 35 -Nghiên cứu trước tầm quan trọng của các dữ liệu cần thu thập khi tiến hành NCTT. -Sưu tầm các dữ liệu có được khi làm báo cáo về NCTT

5	2.3. Những hình thức tiêu biểu khi phân tích những bảng hỏi	1.5	1.5	- Nghiên cứu trước: +Tài liệu [1]: từ trang 95 - 118 +Tài liệu [1]: từ trang 176 - 179 +Tài liệu [3] : từ trang 50 -Nghiên cứu trước các nội dung và tài liệu liên quan đến Đối tác, khách hàng, đối thủ cạnh tranh. Tìm xem các tình huống, các nội dung liên quan khi bắt đầu tiến hành khảo sát.
6	2.4. Thiết kế Bảng câu hỏi	1.5	1.5	-Nghiên cứu trước: +Tài liệu [1]: từ trang 281 - 304 +Tài liệu [3]: từ trang 50 Nghiên cứu trước các bảng câu hỏi và các cách đặt câu hỏi đang được sử dụng trong các bảng khảo sát hiện tại. Phân tích đúng – sai; thiếu sót.
7 + 8 + 9	Chương 3 :Nghiên cứu định tính & Nghiên cứu định lượng 3.1 Tổng quan về Nghiên cứu định tính và nghiên cứu định lượng 3.1.1. Khái niệm và vai trò 3.1.2. Ưu điểm và nhược điểm 3.2. Nghiên cứu định tính 3.2.1. Chọn mẫu 3.2.2. Kỹ thuật thu thập dữ liệu và lợi hại của các kỹ thuật này 3.3. Nghiên cứu định lượng 3.3.1. So sánh NCDT & NCDL 3.3.2. Các phương pháp thu thập dữ liệu 3.3.3. Thiết kế bảng câu hỏi 3.3.4. Tổ chức thu thập dữ liệu	6	3	Nghiên cứu trước tài liệu: [1]Trang66 – Trang84 [3]Trang71 – Trang116
10 + 11	Phân tích kết quả nghiên cứu, Báo cáo tình hình khảo sát theo đề tài thực tế	4	2	Đọc trước : +Tài liệu[1]:trang 108-114 ; trang 120-145 + Tài liệu [3]: trang 195-200; trang 217-244

				Đọc kỹ lại tất cả kiến thức đã được học và trình bày những câu hỏi về đề tài khảo sát.
12+ 13+ 14	Báo cáo thuyết trình giữa kỳ nội dung khảo sát	0	9	Chuẩn bị thật kỹ nội dung báo cáo. Lắng nghe và ghi chú phần hướng dẫn, chỉnh sửa của giáo viên
15	Tổng kết môn học	3	0	Sinh viên làm việc nhóm, xem lại toàn bộ đề tài khảo sát của nhóm, cần chỉnh sửa những vấn đề nào. Trình bày và đặt câu hỏi với giáo viên.

Ngày... tháng.... năm 20.....

Trưởng khoa
(Ký và ghi rõ họ tên)

Ngày... tháng.... năm 20.....

Trưởng Bộ môn
(Ký và ghi rõ họ tên)

Ngày... tháng.... năm 20.....

Người biên soạn
(Ký và ghi rõ họ tên)

Ngày... tháng.... năm 20.....

Ban giám hiệu