

ĐỀ CƯƠNG HỌC PHẦN MARKETING THỰC PHẨM VÀ NGHIÊN CỨU NGƯỜI TIÊU DÙNG

1. THÔNG TIN TỔNG QUÁT

Tên học phần (tiếng Việt): Marketing thực phẩm và nghiên cứu người tiêu dùng

Tên học phần (tiếng Anh): Food marketing and consumer research

Trình độ: Đại học

Mã học phần: 0101101095

Mã tự quản: 05200161

Thuộc khối kiến thức: Kiến thức chuyên ngành

Loại học phần: Bắt buộc

Đơn vị phụ trách: Bộ môn Quản trị kinh doanh thực phẩm và Nghiên cứu người tiêu dùng – Khoa Công nghệ thực phẩm

Số tín chỉ: 2 (2,0)

Phân bố thời gian:

- Số tiết lý thuyết : 30 tiết
- Số tiết thí nghiệm/thực hành (TN/TH) : 00 tiết
- Số giờ tự học : 60 giờ

Điều kiện tham gia học tập học phần:

- Học phần tiên quyết: Không;
- Học phần học trước: Marketing căn bản (0101003185);
- Học phần song hành: Không.

Hình thức giảng dạy: ☐ Trực tiếp ☒ Trực tuyến (online) ☒ Thay đổi theo HK

2. THÔNG TIN GIẢNG VIÊN

STT	Họ và tên	Email	Đơn vị công tác
1.	ThS. Lê Thuỳ Linh	linhlt@huit.edu.vn	Khoa CNTP – HUIT
2.	TS. Huỳnh Thái Nguyên	nguyenht@huit.edu.vn	Khoa CNTP – HUIT
3.	TS. Trần Thị Hồng Cẩm	camtth@huit.edu.vn	Khoa CNTP – HUIT
4.	ThS. Nguyễn Trần Bảo Châu	chauntb@huit.edu.vn	Khoa CNTP – HUIT
5.	ThS. Nguyễn Thị Ngọc Thuý	thuyntn@huit.edu.vn	Khoa CNTP – HUIT
6.	ThS. Tô Phan Chiêu Đan		Thỉnh giảng

3. MÔ TẢ HỌC PHẦN

Học phần “Marketing thực phẩm và nghiên cứu người tiêu dùng” thuộc khối kiến thức chuyên ngành. Học phần này cung cấp cho người học khái niệm cơ bản về marketing thực phẩm và nghiên cứu hành vi người tiêu dùng. Ngoài ra học phần này cũng cung cấp một số phương pháp định tính và định lượng trong nghiên cứu hành vi người tiêu dùng nhằm hỗ trợ người học vận dụng kiến thức vào thực tế.

4. CHUẨN ĐẦU RA HỌC PHẦN

Chuẩn đầu ra (CĐR) chi tiết của học phần như sau:

CĐR của CTĐT	CĐR học phần	Mô tả CĐR (Sau khi học xong học phần này, người học có khả năng)	Mức độ năng lực
PLO1.1	CLO1 (*)	Phân tích được kiến thức thống kê vào lĩnh vực quản trị kinh doanh thực phẩm	C4
PLO3.1	CLO2	Áp dụng chính xác kỹ năng cơ bản về marketing thực phẩm và nghiên cứu hành vi người tiêu dùng trong hoạt động kinh doanh thực phẩm	P3

Ghi chú: (*) Chuẩn đầu ra của học phần (CLO) sử dụng để đánh giá chuẩn đầu ra của CTĐT (PLO)

5. NỘI DUNG HỌC PHẦN

5.1. Phân bố thời gian tổng quát

STT	Tên chương/bài	Chuẩn đầu ra của học phần	Phân bố thời gian (tiết/giờ) [4]		
			Lý thuyết	TN/TH	Tự học
1.	Chương 1: Tổng quan về marketing thực phẩm	CLO2	9	0	18
2.	Chương 2: Tổng quan về nghiên cứu người tiêu dùng trong công nghiệp thực phẩm	CLO2	6	0	12
3.	Chương 3: Các phương pháp nghiên cứu người tiêu dùng	CLO1, CLO2	15	0	30
Tổng			30	0	60

5.2. Nội dung chi tiết

Chương 1: Tổng quan về marketing thực phẩm

- 1.1. Giới thiệu về Marketing thực phẩm
- 1.2. Tầm quan trọng của Marketing trong ngành thực phẩm
- 1.3. Xây dựng chiến lược Marketing
- 1.4. Ứng dụng marketing mix trong công nghiệp thực phẩm

Chương 2. Tổng quan về nghiên cứu người tiêu dùng trong công nghiệp thực phẩm

- 2.1. Giới thiệu về nghiên cứu hành vi người tiêu dùng
- 2.2. Tầm quan trọng của nghiên cứu người tiêu dùng trong ngành thực phẩm
- 2.3. Phân khúc người tiêu dùng
- 2.4. Quan hệ giữa Marketing và nghiên cứu người tiêu dùng

Chương 3. Các phương pháp nghiên cứu người tiêu dùng

- 3.1. Các phương pháp nghiên cứu định tính
 - 3.1.1. Khái niệm nghiên cứu định tính
 - 3.1.2. Ứng dụng của nghiên cứu định tính
 - 3.1.3. Quy trình nghiên cứu định tính

3.1.4. Các phương pháp nghiên cứu định tính (focus group, in-depth interview, ethnography)

3.2 Các phương pháp nghiên cứu định lượng

3.2.1. Khái niệm nghiên cứu định lượng

3.2.2. Phân biệt nghiên cứu định tính và định lượng

3.2.3. Quy trình nghiên cứu định lượng

3.2.4. Nguyên tắc thiết kế bảng câu hỏi

3.2.5. Các phương pháp nghiên cứu định lượng

6. PHƯƠNG PHÁP DẠY VÀ HỌC

Phương pháp giảng dạy	Phương pháp học tập	Nhóm CDR của học phần			
		Kiến thức	Kỹ năng cá nhân	Kỹ năng tương tác/nhóm	Năng lực thực hành nghề nghiệp
		CLO1 CLO2			
Thuyết giảng	Lắng nghe, ghi chép, ghi nhớ và đặt câu hỏi	x			
Câu hỏi gợi mở	Lắng nghe, suy nghĩ và trả lời câu hỏi	x			
Bài tập nhóm	Đọc tài liệu và làm bài tập, kiểm tra	x			
Bài tập cá nhân	Đọc tài liệu và làm bài tập, kiểm tra	x			

7. ĐÁNH GIÁ HỌC PHẦN

– Thang điểm đánh giá: 10/10

– Kế hoạch đánh giá học phần cụ thể như sau:

Hoạt động đánh giá	Thời điểm	Chuẩn đầu ra	Tỉ lệ (%)	Thang điểm/ Rubrics
QUÁ TRÌNH			50	
Bài tập				
Bài tập nhóm: Phân tích các kiến thức chuyên ngành về marketing và nghiên cứu người tiêu dùng thông qua bài tiểu luận.	Sau khi hoàn thành chương 1,2	CLO2	25	Theo thang điểm của đề bài
Bài tập cá nhân: Người học làm bài tập liên quan đến các phương pháp nghiên cứu người tiêu dùng	Sau khi hoàn thành chương 3	CLO1, CLO2	25	Theo thang điểm của câu hỏi
THI CUỐI KỲ			50	
Thi trắc nghiệm	Sau khi kết thúc	CLO2		Theo thang

	học phần		điểm của đề thi
--	----------	--	-----------------

8. NGUỒN HỌC LIỆU

8.1. Sách, giáo trình chính:

- [1] Paul Hague, Julia Cupman, Matthew Harrison, Oliver Truman. *Market research in practice*. KoganPage, third edition, 2016
- [2] Nguyễn Đình Thọ, Nguyễn Thị Mai Trang. *Giáo trình nghiên cứu thị trường*. NXB Kinh Tế Tp. HCM, 2011

8.2. Tài liệu tham khảo

- [1] Esomar (Biên dịch: Tường Vy, Song Thương). *Cẩm Nang Nghiên Cứu Thị Trường (Market research handbook- Esomar)*. NXB Tổng hợp Tp. Hồ Chí Minh, 2011
- [2] Vũ Huy Thông. *Giáo trình hành vi người tiêu dùng*. NXB Đại học kinh tế quốc dân, 2014
- [3] Philip Kotler (Biên dịch: Phan Thăng, Vũ Thị Phụng, Giang Văn Chiến). *Marketing căn bản (Marketing Essentials - Philip Kotler)*. NXB Lao động - Xã hội, 2007
- [4] Marc Cenedella. *Ladders Interviews Guide: 74 Questions That Will Land You The Job*. Kindle Edition, 2019
- [5] Don Sexton (Biên dịch: Hà Minh Hoàng). *Marketing căn bản*. NXB John Wiley & Son, 2010

8.3. Phần mềm

Không

9. QUY ĐỊNH CỦA HỌC PHẦN

Người học có nhiệm vụ:

- Tham dự trên 75% giờ học lý thuyết;
- Chủ động lên kế hoạch học tập:
 - + Tích cực khai thác các tài nguyên trong thư viện của trường và trên mạng để phục vụ cho việc tự học, tự nghiên cứu và các hoạt động thảo luận;
 - + Đọc trước tài liệu do giảng viên cung cấp hoặc yêu cầu;
 - + Ôn tập các nội dung đã học; tự kiểm tra kiến thức bằng cách làm các bài trắc nghiệm kiểm tra hoặc bài tập được giảng viên cung cấp.
- Tích cực tham gia các hoạt động thảo luận, trình bày, vấn đáp trên lớp.
- Chủ động hoàn thành đầy đủ, trung thực các bài tập cá nhân, bài tập nhóm theo yêu cầu;
- Dự kiểm tra trên lớp và thi cuối kỳ.

10. HƯỚNG DẪN THỰC HIỆN

- Phạm vi áp dụng: Đề cương này được áp dụng cho chương trình đại học ngành Quản trị kinh doanh thực phẩm từ khóa 15DH, năm học 2024-2025;
- Giảng viên: sử dụng đề cương này để làm cơ sở cho việc chuẩn bị bài giảng, lên kế hoạch giảng dạy và đánh giá kết quả học tập của người học;

- Lưu ý: Trước khi giảng dạy, giảng viên cần nêu rõ các nội dung chính của đề cương học phần cho người học – bao gồm chuẩn đầu ra, nội dung, phương pháp dạy và học chủ yếu, phương pháp đánh giá và tài liệu tham khảo dùng cho học phần;

- Người học: sử dụng đề cương này làm cơ sở để nắm được các thông tin chi tiết về học phần, từ đó xác định được phương pháp học tập phù hợp để đạt được kết quả mong đợi.

11. PHÊ DUYỆT

☒ Phê duyệt lần đầu

☐ Bản cập nhật lần thứ:

Ngày phê duyệt: 12/08/2024

Ngày cập nhật:

Trưởng khoa

Trưởng bộ môn/Trưởng ngành

Chủ nhiệm học phần

Lê Nguyễn Đoan
Duy

Huỳnh Thái Nguyên

Lê Thuỳ Linh