

ĐỀ CƯƠNG HỌC PHẦN QUẢN TRỊ KÊNH PHÂN PHỐI

1. THÔNG TIN TỔNG QUÁT

Tên học phần (tiếng Việt): Quản trị Kênh phân phối

Tên học phần (tiếng Anh): Distribution Channel Management

Trình độ: Đại học

Mã học phần: 0101106962

Mã tự quản: 13200101

Thuộc khối kiến thức: Chuyên ngành

Loại học phần: Tự chọn

Đơn vị phụ trách: Bộ môn Quản trị – Khoa Quản trị kinh doanh

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 : 30 giờ

Điều kiện tham gia học tập học phần:

– Học phần tiên quyết: Không

– Học phần học trước: Không

– Học phần song hành: Không

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

2. THÔNG TIN GIẢNG VIÊN

TT	Họ và tên	Email	Đơn vị công tác
1.	TS. Nguyễn Hoàng Tiến	tiennh@huit.edu.vn	Khoa QTKD – HUIT
2.	ThS. Vũ Mạnh Cường	cuongvm@huit.edu.vn	Khoa QTKD – HUIT
3.	ThS. Trần Thị Xuân Viên	vienttx@huit.edu.vn	Khoa QTKD – HUIT

3. MÔ TẢ HỌC PHẦN

Quản trị kênh phân phối là một môn học chuyên sâu và không thể thiếu đối với ngành Marketing. Phân phối là một phần quan trọng trong hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp, nó không chỉ thực chức năng phân phối sản phẩm mà còn giúp doanh nghiệp thỏa mãn tốt hơn nhu cầu của khách hàng thông qua hàng loạt các hoạt động được thực hiện sau

sản xuất và nắm bắt các thông tin về thị trường và khách hàng để từ đó điều chỉnh các chính sách kinh doanh cho phù hợp.

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
PLO2.1	CLO1	Phân tích được kiến thức chuyên ngành marketing	C4
PLO4	CLO2	Áp dụng chính xác kỹ năng tự học, nghiên cứu và khám phá tri thức trong lĩnh vực marketing	P3
PLO6	CLO3	Áp dụng chính xác kỹ năng hợp tác, tổ chức và làm việc theo nhóm trong hoạt động marketing	P3

5. NỘI DUNG HỌC PHẦN

5.1. Phân bố thời gian tổng quát

ST T	Tên chương/bài	Chuẩn đầu ra của học phần	Phân bố thời gian (tiết/giờ)		
			Lý thuyết	TN/TH	Tự học
1.	Tổng quan về kênh phân phối	CLO1; CLO2; CLO3	2	0	2
2.	Môi trường kênh phân phối	CLO1; CLO2; CLO3	4	0	4
3.	Cấu trúc kênh phân phối	CLO1; CLO2; CLO3	4	0	4
4.	Chiến lược kênh phân phối	CLO1; CLO2; CLO3	4	0	4
5.	Thiết kế kênh phân phối	CLO1; CLO2; CLO3	4	0	4
6.	Quản trị kênh phân phối	CLO1; CLO2; CLO3	4	0	4
7.	Công nghệ thông tin đối với kênh phân phối	CLO1; CLO2; CLO3	4	0	4
8.	Hoạt động hậu cần trong phân phối	CLO1; CLO2; CLO3	4	0	4
Tổng			30	00	30

5.2. Nội dung chi tiết

Chương 1. Tổng quan về kênh phân phối

- 1.1. Khái niệm và vai trò của kênh phân phối
- 1.2. Các chức năng và dòng chảy trong kênh phân phối
- 1.3. Lý thuyết về quá trình phát triển phân phối

Chương 2. Môi trường kênh phân phối

- 2.1. Môi trường bên ngoài kênh phân phối
- 2.2. Môi trường bên trong kênh phân phối

Chương 3. Cấu trúc kênh phân phối

- 3.1. Tổng quan cấu trúc kênh phân phối
- 3.2. Các thành viên trong kênh phân phối
- 3.3. Các tổ chức hỗ trợ kênh phân phối

Chương 4. Chiến lược kênh phân phối

- 4.1. Khái quát về chiến lược kênh phân phối
- 4.2. Chiến lược kênh phân phối trong các mục tiêu chiến lược marketing của doanh nghiệp
- 4.3. Chiến lược kênh phân phối với các chiến lược marketing mix
- 4.4. Các loại chiến lược kênh phân phối

Chương 5. Thiết kế kênh phân phối

- 5.1. Khái quát về thiết kế kênh
- 5.2. Nhận dạng nhu cầu phải thiết kế kênh
- 5.3. Xác định và phối hợp các mục tiêu phân phối
- 5.4. Phân loại các công việc phân phối
- 5.5. Phân tích các biến số ảnh hưởng đến cấu trúc kênh
- 5.6. Phát triển các cấu trúc kênh có thể thay thế
- 5.7. Lựa chọn cấu trúc kênh tối ưu
- 5.8. Lựa chọn các thành viên kênh phân phối

Chương 6. Quản trị kênh phân phối

- 6.1. Bản chất của quản trị kênh
- 6.2. Nhận diện tiềm tàng và thực tại xung đột trong kênh

6.3. Đánh giá các thành viên và điều chỉnh hệ thống kênh phân phối

6.4. Vận dụng các yếu tố marketing mix trong quản trị kênh

6.5. Động viên khuyến khích các thành viên trong kênh phân phối

Chương 7. Công nghệ thông tin đối với kênh phân phối

7.1. Công nghệ thông tin đối với quản trị kênh phân phối truyền thống

7.2. Công nghệ thông tin trong xu thế thương mại điện tử

Chương 8. Hoạt động hậu cần trong phân phối

8.1. Khái quát về hoạt động hậu cần trong phân phối

7.1. 8.2. Tổ chức và quản lý hoạt động hậu cần trong phân phối

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	CLO3	
Thuyết trình	Lắng nghe, ghi chép, ghi nhớ và đặt câu hỏi	x	x	x	
Minh họa	Quan sát, ghi chép, đặt câu hỏi	x	x	x	
Vấn đáp	Vấn đáp	x	x	x	
Bài tập	Đọc tài liệu, thảo luận, trình bày.	x	x	x	
Hướng dẫn người học tìm kiếm và phân tích quản trị kênh phân phối	Tóm tắt, đặt câu hỏi làm rõ, và ghi chú	x	x	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	
Chuyên cần	Suốt quá trình học	Không đánh giá chuẩn đầu ra	5	
Bài tập				
Bài tập cá nhân	Suốt quá trình học	CLO1, CLO2, CLO3	30	Theo thang điểm của câu hỏi
Bài tập nhóm	Suốt quá trình học	CLO1, CLO2, CLO3	15	Theo thang điểm của đề tài
THI CUỐI KỲ/ĐÁNH GIÁ CUỐI KỲ			50	
Thi trắc nghiệm/tự luận	Sau khi kết thúc học phần	CLO1		Theo thang điểm của đề thi

8. NGUỒN HỌC LIỆU

8.1. Sách, giáo trình chính

[1] Trương Đình Chiến, Quản trị kênh phân phối, Nhà xuất bản Đại học kinh tế quốc dân, 2011.

8.2. Tài liệu tham khảo

[1] Ryoichi Kakui, *Chiến Lược Phân Phối Hàng Hóa Tuyệt Vời*. Cty Văn Hóa Văn Lang, 2023.

8.3. Phần mềm

[1] Các phần mềm quản lý kênh phân phối

9. QUY ĐỊNH CỦA HỌC PHẦN

Người học có nhiệm vụ:

– “Tham dự trên 75% giờ học lý thuyết” hoặc “Tham dự 100% giờ thực hành- thí nghiệm”;

– 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 và hoạt động nhóm;
- Chủ động hoàn thành đầy đủ, trung thực các bài tập cá nhân, bài tập nhóm theo yêu cầu;
- Dự kiểm tra trên lớp (nếu có) và thi cuối kỳ.

10. HƯỚNG DẪN THỰC HIỆN

- Phạm vi áp dụng: Đề cương này được áp dụng cho chương trình đào tạo học ngành Quản trị kinh doanh thực phẩm, từ khóa 15ĐH, 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: 12/8/2024

Ngày cập nhật:

Trưởng khoa

Trưởng bộ môn/Trưởng ngành

Chủ nhiệm học phần

Huỳnh Quang Linh

Trần Thị Ngọc Lan

Nguyễn Hoàng Tiến