

ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

1. Thông tin môn học

Tên học phần : Nghiên cứu người tiêu dùng

Mã học phần : 05200108

Số tín chỉ : 2 (2,0,4)

Loại học phần : Tự chọn

Phân bố thời gian: 15 tuần, trong đó:

- Lý thuyết : 02 tiết/tuần
- Thí nghiệm/Thực hành (TN/TH) : 00 tiết/tuần
- Tự học : 04 tiết/tuần

Điều kiện tham gia học tập học phần:

- Học phần tiên quyết: Không
- Học phần trước: Không
- Học phần song hành: Không

2. Mục tiêu học phần:

Chuẩn đầu ra HP	Mục tiêu học phần (<i>Học phần này trang bị cho sinh viên</i>)	Chuẩn đầu ra CTĐT
G1	Các kiến thức về phương pháp nghiên cứu thị trường về nhận thức, hành vi, thói quen của người tiêu dùng thực phẩm và phân tích kết quả nghiên cứu.	ELO 3
G2	Kỹ năng thiết kế bảng câu hỏi khảo sát và phỏng vấn đáp ứng mục đích nghiên cứu người tiêu dùng	ELO 5
G3	Kỹ năng làm việc nhóm	ELO 8
	Kỹ năng tìm kiếm và đọc các tài liệu; kỹ năng tổng hợp, báo cáo, thuyết trình.	ELO 9
G4	Nhận thức sự cần thiết của nghiên cứu thị trường và người tiêu dùng trong quá trình phát triển sản phẩm và hoạt động marketing.	ELO 10

3. Chuẩn đầu ra của học phần:

Chuẩn đầu ra HP		Mô tả (Sau khi học xong môn học này, người học có thể)	Chuẩn đầu ra CTĐT
G1	G1.3	Xác định được tầm quan trọng và vai trò của nghiên cứu người tiêu dùng và vận dụng các phương pháp nghiên cứu thị trường trong phát triển sản phẩm (đặc biệt là sản phẩm mới), đánh giá cảm quan và hoạt động marketing.	ELO 3
G2	G2.1	Thiết kế bảng câu hỏi khảo sát và kỹ năng phỏng vấn theo mục tiêu nghiên cứu như: + Xác định nhu cầu (hiện hữu, tiềm ẩn, phôi thai) của người tiêu dùng + Tìm hiểu nhận thức của người tiêu dùng + Khảo sát hành vi, đặc điểm của người tiêu dùng theo nhóm sản phẩm cùng loại	ELO 5
G3	G3.1	Phối hợp, phân công làm việc cho các thành viên trong nhóm	ELO 8
	G3.2	Tìm kiếm, đọc hiểu cơ bản các tài liệu chuyên ngành tiếng Việt và/hoặc tiếng Anh; Tổng hợp tài liệu, báo cáo, thuyết trình cô đọng, có trọng tâm.	ELO 9
G4	G4.1	Hiểu và trình bày được sự cần thiết, cũng như mục đích của nghiên cứu thị trường và người tiêu dùng trong phát triển sản phẩm, hoạt động marketing.	ELO 10

4. Nhiệm vụ của sinh viên:

- Tham dự trên 75% giờ học lý thuyết;
- Làm các bài tập, tiểu luận theo yêu cầu của giảng viên;
- Dự kiểm tra trên lớp (nếu có) và thi cuối học phần.

5. Đánh giá học phần:

- Đánh giá học phần:
 - + Điểm quá trình (bài tập, tiểu luận): 30 %;
 - + Điểm thi kết thúc học phần: 70%.

6. Nội dung học phần:

STT	Tên chương	Phân bố thời gian (tiết hoặc giờ)			
		Tổng	Lý thuyết	TN/TH	Tự học
1.	Quá trình nghiên cứu người tiêu dùng và xây dựng đề cương nghiên cứu	12	4	0	8
2.	Các phương pháp phổ biến trong nghiên cứu người tiêu dùng	24	8	0	16
3.	Kỹ năng thiết kế bảng câu hỏi và kỹ năng phỏng vấn	24	8	0	16
4.	Phân tích kết quả nghiên cứu người tiêu dùng	24	6	0	12
5.	Nghiên cứu nhu cầu người tiêu dùng và sự lựa chọn thực phẩm	12	4	0	8
Tổng		90	30	0	60