

ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN**1. THÔNG TIN CHUNG (General information)**

Tên học phần (tiếng Việt)	: Nghiên cứu Marketing
Tên học phần(tiếng Anh)	: Marketing Research
Mã học phần	: DM3005
Thuộc khối kiến thức	Đại cương ☐ ; Cơ sở nhóm ngành ☐ ; Cơ sở ngành ☐ ; Chuyên ngành ☐ ; Tốt nghiệp ☐
Khoa, Bộ môn phụ trách	: Kinh tế - Quản trị, Marketing
Số tín chỉ (LT, TH, Tự học)	: 3(3,0,6)
<i>Số giờ lý thuyết</i>	: 45 giờ
<i>Số giờ thực hành</i>	: 0
<i>Số giờ tự học</i>	: 90 giờ
Học phần tiên quyết	:
Học phần học trước	: Marketing căn bản, Quản trị Marketing, Thống kê

2. MÔ TẢ HỌC PHẦN (Course description)

Môn học cung cấp những kiến thức cơ bản về các lý thuyết và cách thức thực hiện nghiên cứu Marketing. Sinh viên có thể thực hiện các nghiên cứu marketing hàn lâm và ứng dụng nhằm xác định và đánh giá các lợi thế và yếu kém của tổ chức, là nền tảng cho việc xây dựng chiến lược marketing, hoạt động kinh doanh phù hợp.

3. MỤC TIÊU HỌC PHẦN (Course objectives)

Sau khi hoàn thành học phần này, sinh viên có:

Ký hiệu (Ox)	Mục tiêu học phần
O1	Hiểu được vai trò và quy trình thực hiện nghiên cứu marketing trong việc đánh giá kết quả hoạt động marketing và kinh doanh, và lập chiến lược

	marketing và chính sách của tổ chức.
O2	Thiết kế dự án nghiên cứu marketing. Sinh viên biết được phương pháp thu thập dữ liệu từ các nguồn cung cấp như thiết kế bảng câu hỏi, phương pháp đo lường, chọn mẫu điều tra, v.v...
O3	Biết được phương pháp xử lý thông tin và phân tích dữ liệu nhằm xác định, đánh giá hoạt động marketing và hoạt động kinh doanh của tổ chức, và viết báo cáo nghiên cứu.
O4	Vận dụng được nghiên cứu marketing thực tế từ xác định vấn đề nghiên cứu, thiết kế bảng câu hỏi, thu thập dữ liệu, xử lý và viết báo cáo làm nền tảng cho xây dựng chiến lược marketing và hoạt động kinh doanh của tổ chức.
O5	Có thái độ tích cực, chủ động trong tìm hiểu kiến thức chuyên ngành có liên quan và tác phong làm việc nghiêm túc, khoa học.

4. CHUẨN ĐẦU RA HỌC PHẦN (Course learning outcomes - CLOs)

O_x	CLO_x	PLO_x
O1	CLO1: Diễn giải được chức năng vai trò của nghiên cứu marketing trong đánh giá hoạt động marketing và kinh doanh của tổ chức.	PL01, PL02
O2	CLO2: Thiết kế được dự án nghiên cứu marketing	PL03,
O3	CLO3: Sử dụng được phương pháp xử lý thông tin và phân tích dữ liệu	PL04,
O4	CLO4: Thực hiện được nghiên cứu marketing trong hoạt động marketing và kinh doanh của tổ chức.	PL04,
O5	CLO5: Có thái độ tích cực, chủ động trong tìm hiểu kiến thức chuyên ngành có liên quan và tác phong làm việc nghiêm túc, khoa học.	PLO10

5. NỘI DUNG HỌC PHẦN, KẾ HOẠCH DẠY HỌC (Course content, Lesson plan)

Buổi học (3 tiết)	Nội dung	CLO	Hoạt động dạy và học	Hoạt động đánh giá (Ax)

1	CHƯƠNG 1: Tổng quan về nghiên cứu marketing 1.1. Khái niệm nghiên cứu marketing và Nghiên cứu thị trường 1.2. Đặc điểm của nghiên cứu marketing 1.3. Vai trò của nghiên cứu Marketing 1.4. Đối tượng nghiên cứu 1.5. Người thực hiện và người sử dụng nghiên cứu Marketing 1.6. Quy trình nghiên cứu marketing 1.7. Những nội dung cơ bản của một nghiên cứu marketing 1.8. Những nghiên cứu marketing thường được tiến hành	CLO1	Thuyết giảng	A1.1
2	CHƯƠNG 2: Xác định vấn đề nghiên cứu và thiết kế nghiên cứu 2.1. Đặt vấn đề 2.2. Xác định vấn đề nghiên cứu 2.3. Cụ thể hoá vấn đề nghiên cứu 2.4. Tiếp cận vấn đề nghiên cứu 2.5. Thiết kế nghiên cứu 2.5.1. Các loại nghiên cứu marketing 2.5.2. Nghiên cứu hàn lâm và nghiên cứu ứng dụng 2.5.3. Mô hình nghiên cứu mô tả. 2.5.4. Mô hình nghiên cứu nhân quả Bài tập áp dụng	CLO1,	Thuyết giảng, Giải quyết vấn đề, học theo tình huống.	A1.1, A1.2
3	CHƯƠNG 2: Xác định vấn đề nghiên cứu và thiết kế nghiên cứu 2.1. Đặt vấn đề 2.2. Xác định vấn đề nghiên cứu	CLO1, CLO2, CLO3, CL04	Thuyết giảng, Giải quyết	A1.1, A1.2

	2.3. Cụ thể hoá vấn đề nghiên cứu 2.4. Tiếp cận vấn đề nghiên cứu 2.5. Thiết kế nghiên cứu 2.5.1. Các loại nghiên cứu marketing 2.5.2. Nghiên cứu hàn lâm và nghiên cứu ứng dụng 2.5.3. Mô hình nghiên cứu mô tả. 2.5.4. Mô hình nghiên cứu nhân quả Bài tập áp dụng		vấn đề, học theo tình huống.	
4	CHƯƠNG 2: Xác định vấn đề nghiên cứu và thiết kế nghiên cứu 2.1. Đặt vấn đề 2.2. Xác định vấn đề nghiên cứu 2.3. Cụ thể hoá vấn đề nghiên cứu 2.4. Tiếp cận vấn đề nghiên cứu 2.5. Thiết kế nghiên cứu 2.5.1. Các loại nghiên cứu marketing 2.5.2. Nghiên cứu hàn lâm và nghiên cứu ứng dụng 2.5.3. Mô hình nghiên cứu mô tả. 2.5.4. Mô hình nghiên cứu nhân quả Bài tập áp dụng	CLO1, CLO2, CLO3, CL04	Thuyết giảng, Giải quyết vấn đề, học theo tình huống.	A1.1, A1.2
5	CHƯƠNG 3: Nghiên cứu định tính – định lượng thông tin - dữ liệu 3.1. Nghiên cứu định tính 3.1.1. Khái niệm 3.1.2. Vai trò 3.1.3. Dữ liệu 3.1.4. Thu thập 3.1.5. Phân tích	CLO1, CLO2, CLO3, CL04	Thuyết giảng, Giải quyết vấn đề, học theo	A1.1, A1.2

	3.2. Nghiên cứu định lượng 3.2.1. Khái niệm 3.2.2. Vai trò 3.2.3. Dữ liệu 3.2.4. Thu thập 3.2.5. Phân tích 3.3. Sự kiện 3.4. Thông tin 3.5. Dữ liệu Bài tập áp dụng		tình huống.	
6	CHƯƠNG 3: Nghiên cứu định tính – định lượng thông tin - dữ liệu 3.1. Nghiên cứu định tính 3.1.1. Khái niệm 3.1.2. Vai trò 3.1.3. Dữ liệu 3.1.4. Thu thập 3.1.5. Phân tích 3.2. Nghiên cứu định lượng 3.2.1. Khái niệm 3.2.2. Vai trò 3.2.3. Dữ liệu 3.2.4. Thu thập 3.2.5. Phân tích 3.3. Sự kiện 3.4. Thông tin 3.5. Dữ liệu Bài tập áp dụng	CLO1, CLO2, CLO3, CLO4	Thuyết giảng, Giải quyết vấn đề, học theo tình huống. Kiểm tra lần 1	A1.1, A1.2, A1.3
7	CHƯƠNG 3: Nghiên cứu định tính – định lượng thông tin - dữ liệu 3.1. Nghiên cứu định tính	CLO1, CLO2, CLO3,	Thuyết giảng, Giải	A1.1, A1.2

	3.1.1. Khái niệm 3.1.2. Vai trò 3.1.3. Dữ liệu 3.1.4. Thu thập 3.1.5. Phân tích 3.2. Nghiên cứu định lượng 3.2.1. Khái niệm 3.2.2. Vai trò 3.2.3. Dữ liệu 3.2.4. Thu thập 3.2.5. Phân tích 3.3. Sự kiện 3.4. Thông tin 3.5. Dữ liệu Bài tập áp dụng	CL04	quyết vấn đề, học theo tình huống.	
8	Chương 4: Phương pháp chọn mẫu và phương pháp thu thập dữ liệu 4.1. Phương pháp chọn mẫu 4.1.1. Khái niệm 4.1.2. Quy trình chọn mẫu 4.1.3. Phương pháp lấy mẫu 4.2. Thu thập dữ liệu thứ cấp 4.2.1. Khái niệm 4.6. Nguồn dữ liệu nội bộ 4.2.2. Nguồn từ bên ngoài 4.3. Thu thập dữ liệu sơ cấp 4.3.1. Khái niệm 4.3.2. Các phương pháp thu thập dữ liệu sơ cấp Bài tập ứng dụng	CLO1, CLO2, CLO3, CL04	Thuyết giảng, Giải quyết vấn đề, học theo tình huống.	A1.1, A1.2

9	Chương 4: Phương pháp chọn mẫu và phương pháp thu thập dữ liệu 4.1. Phương pháp chọn mẫu 4.1.1. Khái niệm 4.1.2. Quy trình chọn mẫu 4.1.3. Phương pháp lấy mẫu 4.2. Thu thập dữ liệu thứ cấp 4.2.1. Khái niệm 4.6. Nguồn dữ liệu nội bộ 4.2.2. Nguồn từ bên ngoài 4.3. Thu thập dữ liệu sơ cấp 4.3.1. Khái niệm 4.3.2. Các phương pháp thu thập dữ liệu sơ cấp Bài tập ứng dụng gần tính từng	CLO1, CLO2, CLO3, CL04	Thuyết giảng, Giải quyết vấn đề, học theo tình huống.	A1.1, A1.2
10	Chương 4: Phương pháp chọn mẫu và phương pháp thu thập dữ liệu 4.1. Phương pháp chọn mẫu 4.1.1. Khái niệm 4.1.2. Quy trình chọn mẫu 4.1.3. Phương pháp lấy mẫu 4.2. Thu thập dữ liệu thứ cấp 4.2.1. Khái niệm 4.6. Nguồn dữ liệu nội bộ 4.2.2. Nguồn từ bên ngoài 4.3. Thu thập dữ liệu sơ cấp 4.3.1. Khái niệm 4.3.2. Các phương pháp thu thập dữ liệu sơ cấp	CLO1, CLO2, CLO3, CL04	Thuyết giảng, Giải quyết vấn đề, học theo tình huống.	A1.1, A1.2

	Bài tập ứng dụng			
11	Chương 5: Đo lường và thiết kế bảng câu hỏi trong nghiên cứu marketing 5.1. Đo lường 5.1.1. khái niệm 5.1.2. Vai trò đo lường 5.1.3. Các loại thang đo 5.2. Thiết kế bảng câu hỏi 5.2.1. khái niệm 5.2.2. Thiết kế bảng câu hỏi Bài tập áp dụng	CLO1, CLO2, CLO3, CL04	Thuyết giảng, Giải quyết vấn đề, học theo tình huống.	A1.1, A1.2
12	Chương 5: Đo lường và thiết kế bảng câu hỏi trong nghiên cứu marketing 5.1. Đo lường 5.1.1. khái niệm 5.1.2. Vai trò đo lường 5.1.3. Các loại thang đo 5.2. Thiết kế bảng câu hỏi 5.2.1. khái niệm 5.2.2. Thiết kế bảng câu hỏi Bài tập áp dụng	CLO1, CLO2, CLO3, CLO4	Thuyết giảng, Giải quyết vấn đề, học theo tình huống; kiểm tra lần 2	A1.1, A1.2, A1.3
13	Chương 6: Xử lý và phân tích dữ liệu 6.1. Xử lý dữ liệu trong nc marketing 6.1.1. Quy trình xử lý dữ liệu 6.1.2. Kiểm tra và hiệu chỉnh dữ liệu 6.1.3. Mã hoá dữ liệu 6.1.4. Làm sạch dữ liệu 6.2. Xử lý và phân tích dữ liệu	CLO1, CLO2, CLO3, CL04	Thuyết giảng, Giải quyết vấn đề, học theo tình	A1.1, A1.2

	6.2.1. Thống kê mô tả 6.2.2. Mô tả dữ liệu bằng đồ thị 6.2.3. Phân tích tương quan 6.2.4. Phân tích nhân quả- Hồi quy 6.2.5. Phân tích khác biệt bằng giá trị trung bình Bài tập áp dụng		huống.	
14	Chương 7: Báo kết quả nghiên cứu 7.1. Vai trò của báo cáo kết quả nghiên cứu 7.2. Nội dung của báo cáo nghiên cứu 7.3. Trình bày kết quả nghiên cứu	CLO1, CLO2, CLO3, CL04	Thuyết giảng, Giải quyết vấn đề, học theo tình huống.	A1.1, A1.2
15	Tổng kết và tóm tắt môn học Giải đáp câu hỏi			A1.1, A1.2

HƯỚNG DẪN TỰ HỌC:

Chương 1: Sinh viên đọc tài liệu trang 15 đến 39,

Chương 2: Sinh viên đọc tài liệu trang 40 đến 70, và thực hiện bài tập được giao,

Chương 3: Sinh viên đọc tài liệu trang 71 đến 130, và thực hiện bài tập được giao,

Chương 4: Sinh viên đọc tài liệu trang 315 đến 428, và thực hiện bài tập được giao,

Chương 5: Sinh viên đọc tài liệu trang 165 đến 204; 269 đến 314, và thực hiện bài tập được giao,

Chương 6: Sinh viên đọc tài liệu trang 412 đến 470, và thực hiện bài tập được giao,

Chương 7: Sinh viên đọc tài liệu trang 471 đến 507, và thực hiện bài tập được giao,

6. ĐÁNH GIÁ HỌC PHẦN (Course assessment)

Hoạt động đánh giá	Phương pháp đánh giá	CLO	Tỷ lệ (%)
A1. Đánh giá quá trình	A1.1. Tham gia học tập trên lớp, chuyên cần	CLO1, CLO2	10
	A1.2. Tham gia phát biểu và hoạt động nhóm	CLO3,	10
	A1.3. Kiểm tra giữa kỳ	CLO1, CLO2, CLO3,	20
A2. Đánh giá tổng kết	Bài kiểm tra cuối kỳ (tự luận)	CLO1, CLO2, CLO3, CLO4	60
Tổng			100%

Công cụ đánh giá: (Rubric chỉ dùng để đánh giá kỹ năng, thái độ, mức tự chủ và trách nhiệm)

Rubric của thành phần đánh giá A1

Kiểm tra trên lớp	MỨC A (8.5-10)	MỨC B (7.0-8.4)	MỨC C (5.6-6.9)	MỨC D (4.0-5.4)	MỨC F (0-3.9)
Hỏi bài cũ, bài mới và làm bài tập tại lớp (kiểm tra khả năng tự học của sinh viên)	Xung phong trả lời hoặc lên bảng làm bài tập 4 - 5 lần	Xung phong trả lời hoặc lên bảng làm bài tập 3 lần	Xung phong trả lời hoặc lên bảng làm bài tập 2 lần	Xung phong trả lời hoặc lên bảng làm bài tập 1 lần	Xung phong trả lời hoặc lên bảng làm bài tập 0 lần
Điểm danh đi học đầy đủ	Đi học đầy đủ 100% các buổi điểm danh	Đi học <85% các buổi điểm danh	Đi học 75 % các buổi điểm danh	Đi học <50% các buổi điểm danh	Đi học < 25%
Bài kiểm tra số 1 về hiểu và kiến thức	Hiểu và thực hiện đúng 85 đến 100%	Hiểu và thực hiện đúng 70 đến < 85%	Hiểu và thực hiện đúng 50 đến < 75%	Hiểu và thực hiện đúng 30 đến < 50%	Hiểu và thực hiện đúng dưới < 30%
Bài kiểm tra số 2 về vận dụng kiến thức	Hiểu và thực hiện đúng 85 đến 100%	Hiểu và thực hiện đúng 70 đến < 85%	Hiểu và thực hiện đúng 50 đến < 75%	Hiểu và thực hiện đúng 30 đến < 50%	Hiểu và thực hiện đúng dưới < 30%

Rubric của thành phần đánh giá A2

Bài kiểm tra 90 phút	Giỏi (8-10đ)	Khá(6-7đ)	TB(5đ)	Yếu(3-4đ)	Kém(0-3đ)
<i>Bài kiểm tra cuối kỳ về toàn bộ nội dung đã học</i>	<i>Hiểu và thực hiện đúng 85 đến 100%</i>	<i>Hiểu và thực hiện đúng 70 đến < 85%</i>	<i>Hiểu và thực hiện đúng 50 đến < 75%</i>	<i>Hiểu và thực hiện đúng 30 đến < 50%</i>	<i>Hiểu và thực hiện đúng dưới < 30%</i>

7. QUY ĐỊNH CỦA HỌC PHẦN (Course requirements and expectations)

- Dự lớp: theo qui định chung của trường.
- Sinh viên đọc trước slide bài giảng của học phần và những tài liệu theo yêu cầu của giảng viên trước mỗi buổi học.
- Làm bài tập về nhà, trả lời các câu hỏi ngắn trên lớp, và các bài kiểm tra tại lớp: các điểm này sẽ được đánh giá vào cột điểm quá trình của sinh viên..

8. TÀI LIỆU HỌC TẬP, THAM KHẢO

8.1. Tài liệu dạy học

- 1) Dương Hữu Hạnh (2005). *Nghiên cứu marketing: Khảo hướng ứng dụng*, NXB. Thống Kê.

8.2. Tài liệu tham khảo

- 1) Hair Jr. J. F & etc (2011), *Essentials of marketing research*, McGraw-Hill, New York, USA.

9. PHẦN MỀM HAY CÔNG CỤ HỖ TRỢ BÀI TẬP HOẶC THỰC HÀNH

- 1) Máy chiếu, Laptop,
- 2) Phần mềm Microsoft Office, Eviews, SPSS,
- 3) Bông lau, bút viết bảng.

TP. Hồ Chí Minh, ngày 30 tháng 07 năm 2022

Trưởng Khoa
(ký và ghi rõ họ tên)

Trưởng Bộ môn
(ký và ghi rõ họ tên)

Giảng viên 2
(ký và ghi rõ họ tên)

Giảng viên 1
(ký và ghi rõ họ tên)