

ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

1. THÔNG TIN CHUNG (General information)

Tên học phần (tiếng Việt) : **QUẢN TRỊ KÊNH PHÂN PHỐI**
Tên học phần (tiếng Anh) : **Distribution Channel Management**
Mã học phần : 05129
Thuộc khối kiến thức : Đại cương ☐; Cơ sở nhóm ngành ☐;
Cơ sở ngành ☐; Chuyên ngành **X**; Tốt nghiệp ☐
Khoa, Bộ môn phụ trách : Kinh Tế - Quản Trị - QTKD
Số tín chỉ (LT, TH, Tự học) : 3(3,0,6)
Số giờ lý thuyết : 45
Số giờ thực hành : 0
Số giờ tự học : 90
Học phần tiên quyết : Môn học tiên quyết
Học phần học trước : Marketing Căn Bản, Quản Trị Marketing.

2. MÔ TẢ HỌC PHẦN (Course description)

Môn học nhằm giới thiệu các kiến thức cơ bản về việc tổ chức và điều hành hệ thống phân phối sản phẩm được áp dụng trong các doanh nghiệp. Môn học này sẽ trang bị cho sinh viên các kiến thức cơ bản về Quản trị kênh phân phối bao gồm các công việc liên quan đến hoạch định, thực hiện và kiểm tra kiểm soát các hoạt động phân phối sản phẩm từ nhà sản xuất đến người mua hoặc người tiêu thụ cuối cùng.

3. MỤC TIÊU HỌC PHẦN (Course objectives)

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

Ký hiệu (O_x)	Mục tiêu học phần
O1	Hiểu được một số khái niệm cơ bản về hệ thống phân phối, quá trình thiết kế và quản trị kênh phân phối cho doanh nghiệp.
O2	Phân tích được tác động của môi trường đến hoạt động phân phối của tổ chức.
O3	Nắm được các kỹ năng cần thiết đối với nhà quản trị bán hàng hoặc marketing trong việc vận hành hiệu quả kênh phân phối
O4	Phân tích và thiết kế được kênh phân phối, biết cách chọn lựa và đánh giá các thành viên trong hệ thống phân phối, hoạch định chính sách, biện pháp để kích thích các thành viên trong hệ thống phân phối hoạt động mang lại hiệu quả cao nhất theo mục tiêu đề ra.
O5	Chủ động, tích cực trong việc học tập, có khả năng tự nghiên cứu; tiếp cận và giải quyết được các vấn đề và tình huống phát sinh trong điều hành, triển khai và kiểm soát các hoạt động phân phối phù hợp với xu thế phát triển hiện nay.

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

O_x	CLO_x	PLO_x
O1	CLO1: Hiểu được các chức năng cơ bản của hệ thống phân phối.	PLO1
O1; O2	CLO2: Hiểu được và giải thích được quy trình quản trị kênh phân phối.	PLO1, PLO2
O1; O2; O3; O4	CLO3: Phân tích và xây dựng được hệ thống kênh phân phối tại doanh nghiệp.	PLO2, PLO4, PLO5
O1; O5	CLO4: Có ý thức trao đổi, nâng cao kiến thức chuyên môn, nhận thức đúng đắn về công việc cũng như tầm quan trọng của chức năng phân phối đối với sự thành công của doanh nghiệp	PLO8, PLO9

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

Buổi học (4 tiết)	Nội dung	CLO	Hoạt động dạy và học	Hoạt động đánh giá (Ax)
1	Chương 1: TỔNG QUAN VỀ KÊNH PHÂN PHỐI 1. Một số khái niệm cơ bản 2. Các chức năng của kênh phân phối • Thông tin • Kích thích tiêu dùng • Chức năng tiếp xúc và xây dựng mối quan hệ • Chức năng thích ứng, hoàn thiện sản phẩm • Chức năng thương lượng, lưu thông hàng hóa • Chức năng tài chính, trang trải chi phí và chia sẻ rủi ro 3. Vai trò của kênh phân phối (giải quyết sự khác biệt) • Khác biệt về số lượng và chủng loại • Khác biệt về không gian • Khác biệt về thời gian	CLO1; CLO4	Thuyết giảng, đặt câu hỏi và tình huống thực tế	A1.1

2	Chương 1: TỔNG QUAN VỀ KÊNH PHÂN PHỐI 4. Bản chất của kênh phân phối 5. Dòng lưu chuyển trong kênh phân phối • Dòng thông tin • Dòng đàm phán • Dòng sản phẩm • Dòng sở hữu • Dòng xúc tiến 6. Quá trình phát triển kênh phân phối • Sự cần thiết của vai trò trung gian • Giai đoạn 1(Tự phát, bao cấp) • Giai đoạn 2 (Phát triển) 7. Triển khai bài tập thực hành nhóm	CLO1; CLO4	Thuyết giảng, đặt câu hỏi và tình huống thực tế	A1.1
3	Chương 2: CẤU TRÚC VÀ THÀNH VIÊN CỦA KÊNH PHÂN PHỐI 1. Các loại hình kênh phân phối • Khái niệm • Cấu trúc kênh phân phối	CLO1, CLO2	Thuyết giảng, đặt câu hỏi và tình huống thực tế	A1.1

	2. Các thành viên của kênh phân phối • Nhà sản xuất • Nhà nhập khẩu/Nhà phân phối • Nhà bán buôn (bán sỉ) • Nhà bán lẻ • Người tiêu dùng cuối cùng 3. Các thành phần của một kênh phân phối • Mô hình phân phối (trực tiếp, gián tiếp hay hỗn hợp) • Cấu trúc nhân sự cho mô hình phân phối • Chính sách • Bộ sản phẩm (Assortment)			
4	Chương 2: CẤU TRÚC VÀ THÀNH VIÊN CỦA KÊNH PHÂN PHỐI 4. Các loại chi phí cho kênh phân phối • Chi phí lưu kho • Chi phí vận chuyển • Chi phí tích hợp • Chi phí khác 5. Các phòng ban/tổ chức hỗ trợ • Phòng Marketing	CLO1, CLO2	Thuyết giảng, đặt câu hỏi và tình huống thực tế	A1.1

	• Phòng bán hàng • Phòng kho vận/hậu cần • Phòng thu mua • Các đối tác trong kênh • Các đối tác vận chuyển			
5	Chương 3: MÔI TRƯỜNG KÊNH PHÂN PHỐI 1. Môi trường bên ngoài • Môi trường kinh tế • Môi trường kỹ thuật • Môi trường pháp lý/chính trị • Môi trường dân số, văn hóa 2. Môi trường bên trong • Quan hệ hợp tác giữa các thành viên kênh • Sức mạnh của thành viên trong kênh • Cạnh tranh trong kênh • Xung đột trong kênh	CLO1, CLO2, CLO3	Thuyết giảng, đặt câu hỏi và tình huống thực tế	A1.1
6	Chương 4: CHIẾN LƯỢC KÊNH PHÂN PHỐI 1. Các khái niệm cơ bản • Khái niệm về chiến lược kênh phân phối (KPP) • Các vấn đề cơ bản trong chiến lược KPP 2. Mối quan hệ giữa chiến lược	CLO1, CLO2, CLO3	Thuyết giảng, đặt câu hỏi và tình huống thực tế	A1.1

	kênh phân phối với chiến lược Marketing • Chiến lược KPP với chiến lược marketing dẫn đầu thị trường • Chiến lược KPP với chiến lược marketing thách thức thị trường • Chiến lược KPP với chiến lược marketing theo sau thị trường • Chiến lược KPP với chiến lược marketing nép góc thị trường • Vai trò của phân phối trong marketing mix 3. Các loại chiến lược kênh phân phối • Chiến lược sử dụng kênh phân phối trực tiếp. • Chiến lược sử dụng kênh phân phối gián tiếp			
7	Chương 5: THIẾT KẾ KÊNH PHÂN PHỐI 1. Các khái niệm cơ bản • Khái niệm • Các lưu ý khi thiết kế kênh phân phối • Những bộ phận liên quan đến việc hình thành kênh	CLO1, CLO2, CLO3	Thuyết giảng, đặt câu hỏi và tình huống thực tế	A1.1

	2. Tiến trình thiết kế kênh phân phối • Nhận dạng các nhu cầu phải thiết kế kênh phân phối • Xác định và phối hợp các mục tiêu phân phối • Phân loại các công việc phân phối • Phân tích các biến số ảnh hưởng đến kênh phân phối • Phát triển các cấu trúc kênh có thể thay thế • Lựa chọn cấu trúc kênh tối ưu • Lựa chọn các thành viên kênh phân phối • Thiết lập các chính sách cho kênh phân phối 3. Các thành phần của một kênh phân phối (Chắc lại) • Mô hình phân phối (cấu trúc kênh phân phối) • Cơ cấu tổ chức nhân sự cho mô hình phân phối • Chính sách cho mô hình phân phối • Sản phẩm cho mô hình phân phối 4. Ứng dụng lý thuyết vào bài tập nhóm			
--	--	--	--	--

8	CHƯƠNG 6: QUẢN TRỊ KÊNH PHÂN PHỐI 1. Bản chất của quản trị kênh phân phối • Các khái niệm • Các lưu ý • Nội dung cơ bản 2. Nhận diện các xung đột trong kênh • Nguyên nhân của xung đột • Các dạng xung đột 3. Quản lý các dòng chảy • Dòng đặt hàng/thu hồi bao gói • Dòng sở hữu • Dòng thanh toán • Dòng thông tin	CLO1, CLO2, CLO3	Thuyết giảng, đặt câu hỏi và tình huống thực tế	A1.1
9	CHƯƠNG 6: QUẢN TRỊ KÊNH PHÂN PHỐI 4. Đánh giá các thành viên và điều chỉnh hệ thống kênh phân phối • Khái niệm • Phạm vi đánh giá • Tần suất đánh giá • Mục đích của việc đánh giá • Các nhân tố ảnh hưởng đến việc đánh giá kênh phân phối	CLO1, CLO2, CLO3, CLO4	Thuyết giảng, đặt câu hỏi và tình huống thực tế	A1.1

	• Xây dựng các tiêu chuẩn để đánh giá • Quy trình đánh giá • Đánh giá các thành viên trong kênh phân phối • Điều chỉnh hoạt động của thành viên trong kênh phân phối 5. Vận dụng yếu tố marketing mix (SP) trong quản trị kênh • Vấn đề sản phẩm trong quản lý kênh • Động viên và khuyến khích các thành viên trong kênh • Động viên các thành viên trong kênh phân phối • Khuyến khích các thành viên trong kênh phân phối			
10	CHƯƠNG 7: PHÂN PHỐI VẬT CHẤT 1. Tổng quan phân phối vật chất (PPVC) • Các khái niệm • PPVC làm tăng giá trị hàng hóa • Phạm vi hoạt động PPVC • Phạm vi hoạt động PPVC • Phân biệt giữa PPVC và hậu cần 2. Mức độ cung ứng dịch vụ của hệ	CLO1, CLO2, CLO3, CLO4	Thuyết giảng, đặt câu hỏi và tình huống thực tế	A1.1

	thống PPVC • Qui trình chiến lược dịch vụ PPVC • Các tiêu chuẩn đánh giá PPVC • Đơn hàng hoàn hảo (là đơn hàng được xử lý) • Cải tiến qui trình và chu kỳ hoạt động • Chiến lược cung ứng dịch vụ PPVC 3. Phân tích chi phí hoạt động của PPVC			
11(5 tiết)	CHƯƠNG 8: CÔNG NGHỆ THÔNG TIN ĐỐI VỚI KÊNH PHÂN PHỐI 1. Các khái niệm cơ bản 2. Công nghệ thông tin (CNTT) đối với quản trị kênh phân phối truyền thống • Các yếu tố của một hệ thống thông tin • Những tác động của CNTT đến quản trị kênh phân phối 3. Công nghệ thông tin trong xu thế thương mại điện tử • Ứng dụng CNTT vào thương mại điện tử (ĐT) • Thương mại ĐT trong marketing Trình bày nhóm	CLO1, CLO2, CLO3, CLO4	Thuyết giảng, đặt câu hỏi và tình huống thực tế	A1.1, A1.2

	Tổng kết và tóm tắt môn học			
	Giải đáp câu hỏi			

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. Chuyên cần	CLO1; CLO2; CLO3; CLO4;CLO5 ...	20%
	A1.2. Thuyết trình nhóm	CLO1; CLO2; CLO3	20%
A2. Đánh giá tổng kết	Bài kiểm tra tự luận	CLO2; CLO3; CLO4; CLO5	60%
Tổng			100%

(1) Rubric cho các thành phần đánh giá A1.1 – Chuyên cần

Chuyên cần	Giỏi (10đ)	Khá (8-<10đ)	TB (6 -<8đ)	Yếu (4-<6đ)	Kém (0-<4đ)
Điểm danh đi học đầy đủ	Đi học đầy đủ 100% các buổi điểm danh; tham gia sôi nổi các hoạt động ở lớp	Đi học 80% -99 % các buổi điểm danh; tham gia các hoạt động ở lớp	Đi học 60% 79% các buổi điểm danh; có tham gia các hoạt động ở lớp nhưng các đóng góp còn hạn chế	Đi học 40% -59% các buổi điểm danh; không tham gia các hoạt động ở lớp.	Không đi học Đi học dưới 40%; không tham gia các hoạt động ở lớp.

(2) Rubric cho các thành phần đánh giá A1.2 – Thuyết trình nhóm

Tiêu chí đánh giá	Mức độ đạt chuẩn quy định					Trọng số
	Giỏi (9-10đ)	Khá (7-<9đ)	TB (5-<7đ)	Yếu (3-<5đ)	Kém (0-<3đ)	
Nội dung trình bày	Nội dung đúng với yêu cầu về cấu trúc. Thuật ngữ đơn giản, dễ hiểu. Có hình ảnh minh họa rõ ràng, đẹp, có sử dụng video phù hợp để minh họa	Nội dung đúng với yêu cầu về cấu trúc. Thuật ngữ đơn giản, dễ hiểu. Có hình ảnh minh họa rõ ràng, đẹp	Nội dung đúng với yêu cầu về cấu trúc. Sử dụng thuật ngữ rườm rà, khó hiểu, hình ảnh minh họa chưa phù hợp với chủ đề	Nội dung không đi đúng với yêu cầu về cấu trúc. Sử dụng thuật ngữ rườm rà, khó hiểu, không có hình ảnh minh họa	Nội dung không đi đúng với yêu cầu về cấu trúc, bài làm mang tính đối phó; không có bài trình bày	50%
Thiết kế slide	Thiết kế slide đẹp; có hiệu ứng hình ảnh; bố cục bài trình bày logic, rõ ràng. Bố cục từng slide đẹp, gọn gàng. Sắp xếp hình, chữ, video hợp lý trên từng slide	Thiết kế slide đẹp; có hiệu ứng hình ảnh; bố cục bài trình bày logic, rõ ràng. Bố cục từng slide chưa đẹp và gọn gàng. Sắp xếp hình, chữ, video chưa hợp lý trên từng slide	Thiết kế slide chưa đẹp; không có hiệu ứng hình ảnh; bố cục bài trình bày thiếu logic và rõ ràng. Bố cục từng slide chưa đẹp và gọn gàng. Sắp xếp hình, chữ, video chưa hợp lý trên từng slide	Thiết kế slide không đẹp, thiếu tính logic; không có hiệu ứng hình ảnh; bố cục bài trình bày không logic. Bố cục từng slide thiếu tính khoa học.	Thiết kế slide rất tệ, không có tính khoa học; bố cục bài trình bày không logic. Bố cục từng slide thiếu tính khoa học.	20%

Thuyết trình	Trình bày ngắn gọn, trực tự rõ ràng; giọng nói rõ ràng, mạch lạc, có sức hút; tương tác tốt với người nghe.; thời gian trình bày đúng quy định; sử dụng tốt ngôn ngữ thể hình thể	Trình bày ngắn gọn, trực tự rõ ràng; giọng nói rõ ràng, mạch lạc; thời gian trình bày đúng quy định; sử dụng chưa tốt ngôn ngữ thể hình thể	Trình bày ngắn gọn, trực tự rõ ràng; giọng nói rõ ràng, mạch lạc; thời gian trình bày không đúng quy định; không sử dụng ngôn ngữ hình thể	Trình bày rườm rà, thiếu trọng tâm; giọng nói không rõ ràng; không kiểm soát được thời gian trình bày; không sử dụng ngôn ngữ hình thể	Nhìn bảng rồi đọc slide; giọng nói không rõ ràng; không kiểm soát được thời gian trình bày; không sử dụng ngôn ngữ hình thể	30%
--------------	---	---	--	--	---	-----

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. Giáo trình dạy học

[1] Trần Thị Ngọc Trang (2012). *Quản Trị Kênh Phân Phối*. NXB Thống Kê TP.HCM

[2] Julian Dent (2011). *Distribution Channels: Understanding and Managing Channels to Market*. (2nd Edition), Kogan Page

8.2. Tài liệu tham khảo

[1] Trương Đình Chiến (2011). *Quản trị kênh phân phối*. NXB Đại học Kinh tế Quốc dân.

[2] Rosenbloom, B. (2012). *Marketing channels: A management view*. (8th Edition). Cengage.

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

- 1) Laptop
- 2) Slides
- 3) Máy chiếu
- 4) Viết và bảng

5) Micro

TP. Hồ Chí Minh, ngày tháng 06 năm 2019

P. Trưởng Khoa

(ký và ghi rõ họ tên)

P. Trưởng Bộ môn

(ký và ghi rõ họ tên)

Giảng viên

(ký và ghi rõ họ tên)