

ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

1. THÔNG TIN CHUNG (*General information*):

- | | |
|---|---|
| - Tên học phần (<i>tiếng Việt</i>) | Quản trị kênh phân phối |
| - Tên học phần (<i>tiếng Anh</i>) | Distribution Channel Management |
| - Mã học phần | DM3020 |
| - Trình độ | : Đại học |
| - Loại học phần | ☐ Bắt buộc ☐ Tự chọn |
| - Thuộc thành phần | ☐ Kiến thức giáo dục đại cương
☐ Kiến thức cơ sở khối ngành
☐ Kiến thức cơ sở ngành
☐ Kiến thức ngành / chuyên ngành
☐ Kiến thức cuối khoá |
| - Khoa, Bộ môn phụ trách | : Bộ môn Marketing |
| - Số tín chỉ
(<i>Lý thuyết, thực hành, Tự học</i>) | : 3 (3, 0, 6) |
| - Phân bổ thời gian | - Lên lớp (lý thuyết): 50 giờ
- Làm việc nhóm, thực hành, thảo luận: 50 giờ
- Tự học, tự nghiên cứu: 50 giờ |
| - Học phần tiên quyết | : Không |
| - Học phần học trước | : Marketing Căn bản |
| - Học phần song hành | : Không |

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 (Ox)	Mục tiêu học phần
Kiến thức	
O1	Hiểu được một số khái niệm cơ bản về hệ thống phân phối, cách thiết kế và quản trị kênh phân phối
Kỹ năng	
O2	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.
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
Mức tự chủ và trách nhiệm	
O4	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 CỦA HỌC PHẦN (Course learning outcomes - CLOs)

Ox	CLOx	PLOx
Kiến thức		
O1	CLO1: Hiểu được một số khái niệm cơ bản về hệ thống phân phối	PLO1, PLO2
O2	CLO2: Hiểu và giải thích được quá trình thiết kế và quản trị kênh phân phối cho doanh nghiệp	PLO2 PLO3
Kỹ năng		
O3	CLO3: 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.	PLO6 PLO8

O4	CLO4: 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	PLO6 PLO9
Mức tự chủ và trách nhiệm		
O5	CLO5: 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	PLO8 PLO10

5. NỘI DUNG HỌC PHẦN (Contents of course)

Số TT	Nội dung (Tên bài giảng)	Số giờ				TỔNG
		Lý thuyết	Thảo luận nhóm	Tự học	Khác (nếu có)	
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 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	3		3		6

		Số giờ				
Số TT	Nội dung (Tên bài giảng)					TỔNG
	6. Quá trình phát triển kênh phân phối • Sự cần thiết của vai trò trung gian • Giai đoạn 1 (Tự phát, bảo cấp) • Giai đoạn 2 (Phát triển)					
2	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 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. 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 • Phòng bán hàng • Phòng kho vận/hậu cần • Phòng thu mua • Các đối tác trong kênh • Các đối tác vận chuyển	6		6		12
3	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	6		6		12

		Số giờ				
Số TT	• Sức mạnh của thành viên trong kênh • Cạnh tranh trong kênh • Xung đột trong kênh Nội dung (Tên bài giảng)					TỔNG
4	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 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	3		3		6
5	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 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	6		6		12

		Số giờ				
Số TT	Nội dung • 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 Ứng dụng lý thuyết vào bài tập nhóm					TỔNG
Kiểm tra giữa kì	Bài tập/Thuyết trình nhóm để kiểm tra kiến thức đã học	3	30	3		6
	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 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 • 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	9		9		18

		Số giờ				
Số TT	Nội dung (Tên bài giảng)					TỔNG
	5. Vận dụng yếu tố marketing mix (SP) trong quản trị kênh phân phối • 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					
	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 • Phân biệt giữa PPVC và hậu cần 2. Mức độ cung ứng dịch vụ của hệ thống PPVC • Quy trình chiến lược dịch vụ PPVC • Các tiêu chuẩn đánh giá PPVC • Đơn hàng hoàn hảo (là đơn hàng được xử lý) • Cải tiến quy trình và chu kỳ hoạt động • Chiến lược cung ứng dịch vụ PPVC 3. Phân tích chi phí hoạt động của PPVC	3		3		6
	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	3		3		6
Ôn tập	Tổng kết và tóm tắt môn học	3	30	3		

		Số giờ				
	Giải đáp câu hỏi					
TỔNG	Nội dung (Tên bài giảng)	45	60	45		TỔNG 150

6. PHƯƠNG PHÁP DẠY - HỌC (*Teaching – Learning methods*):

6.1. Phương pháp giảng dạy:

Lý thuyết: Trình chiếu slide bài giảng, Thuyết giảng, Giải quyết vấn đề, học theo tình huống, hướng dẫn giải bài tập.

6.2. Phương pháp học:

Lý thuyết

- 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.

7. TÀI LIỆU DẠY - HỌC, THAM KHẢO (*Learning materials*)

7.1. Tài liệu dạy học:

[1] Quản trị Kênh Phân phối, Trần Thị Ngọc Trang, NXB Thống kê TP.HCM, 2012.

7.2. Tài liệu tự học và tham khảo:

[2] Quản trị Kênh Phân phối, Trương Đình Chiến, NXB ĐH Kinh tế Quốc dân, 2011.

7.3. Phần mềm, công cụ hỗ trợ bài tập hoặc thực hành

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

8. PHƯƠNG PHÁP KIỂM TRA, ĐÁNH GIÁ (*Testing and assessment methods*)

8.1. Thang điểm đánh giá:

Điểm học phần được chấm theo thang điểm 10, làm tròn với một chữ số thập phân (đến 0,1) và xếp loại điểm chữ như sau:

Loại	Thang điểm 10	Điểm chữ	Quy đổi thang điểm 4
Đạt	8,5 – 10	A	4
	7,0 – 8,4	B	3
	5,5 – 6,9	C	2
	4,0 – 5,4	D	1
Không đạt	< 4,0	F	0

8.2. Phương pháp kiểm tra đánh giá tự học:

Hoạt động	Hình thức đánh giá	Công cụ đánh giá	Tỷ lệ %
Hoàn thành Bài tập/Thuyết trình theo nhóm	Chấm Bài tập/Thuyết trình	Rubic 1	100%

8.3. Phương pháp đánh giá học phần:

Nội dung đánh giá		Hình thức đánh giá	Công cụ đánh giá	Tỷ lệ %
Đánh giá quá trình	Chuyên cần	Điểm danh, ý thức học tập	Rubic 1	10%
	Kiểm tra giữa kì	Trắc nghiệm	Rubic 2	30%
		Câu hỏi ngắn		
		Tình huống		
		Kết quả tự học		
		Bài tập/Thuyết trình nhóm		
Kết thúc học phần	Thi	Trắc nghiệm	Rubic 3	60%

9. **MA TRẬN (Matrix):**

❖ **Ma trận tương thích chuẩn đầu ra của học phần và chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo:**

Chuẩn đầu ra của học phần (CLOs)	Chuẩn đầu ra chương trình đào tạo (PLOs)									
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)
CLO1	P	P	S	H	H	S				
CLO2	H	H	H	H	H	H				
CLO3	P	P	S	H	H	S				
CLO4	H	H	H	H	H	H				
CLO5	P	P	S	H	H	S				H

Ghi chú: các ký tự trong các ô thể hiện

P: Đóng góp một phần cho chuẩn đầu ra

Partial supported

S: Đóng góp cho chuẩn đầu ra

Supported

H: Đóng góp quan trọng cho chuẩn đầu ra

Highly supported

Để trống ô, nếu học phần không có đóng góp cho chuẩn đầu ra tương ứng

❖ **Ma trận tương thích phương pháp dạy - học và chuẩn đầu ra của học phần**

PP dạy - học	Chuẩn đầu ra chương trình đào tạo (PLOs)								
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
Thuyết trình	P	P	S	H	H	S			
Thảo luận nhóm	H	H	H	H	H	H			
Hỏi – trả lời	P	P	S	H	H	S			

❖ **Ma trận tương thích phương pháp kiểm tra đánh giá và chuẩn đầu ra của học phần**

PP kiểm tra, đánh giá	Chuẩn đầu ra chương trình đào tạo (PLOs)								
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
Lý thuyết	P	P	S	H	H	S			
Điểm chuyên cần	H	H	H	H	H	H			
Điểm kiểm tra	P	P	S	H	H	S			

10. RUBIC / THANG ĐIỂM ĐÁNH GIÁ (Scoring guide/Rubric):

Rubric 1: Điểm danh, đánh giá điểm chuyên cần

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%

Rubric 2: Đánh giá quá trình

Bài kiểm tra 30 phút	Giỏi (8-10đ)	Khá(6-7đ)	TB(5đ)	Yếu(3-4đ)	Kém(0-3đ)
Bài kiểm tra số 1 về về hiểu về 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< 750%	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< 750%	Hiểu và thực hiện đúng 30 đến <50%	Hiểu và thực hiện đúng dưới <30%

Rubric 3: ĐáThi kết thúc học phần

Bài kiểm tra 90 phút	Giỏi (8-10đ)	Khá(6-7đ)	TB(5đ)	Yếu(3-4đ)	Kém(0-3đ)
Bài kiểm tra cuối kỳ về toàn bộ nội dung đã học	Hiểu và thực hiện đúng 85 đến 100%	Hiểu và thực hiện đúng 70 đến < 85%	Hiểu và thực hiện đúng 50 đến< 750%	Hiểu và thực hiện đúng 30 đến <50%	Hiểu và thực hiện đúng dưới <30%

11. HOẠT ĐỘNG HỖ TRỢ CỦA GIẢNG VIÊN VÀ TRỢ GIẢNG (*Student support*)

- Giảng viên sẽ giải đáp tất cả các thắc mắc của học viên liên quan đến môn học.
- Sinh viên có thể gửi email qua địa chỉ tungvs@hiu.vn hoặc hẹn gặp trực tiếp giảng viên tại Văn phòng khoa KT-QT.

TP. HCM, ngày 08 tháng 06 năm 2022

Trưởng Khoa
(Ký và ghi rõ họ tên)

Trưởng Bộ môn
(Ký và ghi rõ họ tên)

Người biên soạn
(Ký và ghi rõ họ tên)