TRƯỜNG ĐẠI HỌC QUỐC TẾ HỒNG BÀNG
KHOA KINH TẾ & QUẢN TRỊ

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc Lập - Tự Do - Hạnh Phúc

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	: 01153
Thuộc khốikiến thức	Đại cương □ ; Cơ sở nhóm ngành □; Cơ sở ngành □; Chuyên ngành ☒; Tốt nghiệp □
Khoa, Bộ môn phụ trách	:Kinh tế - Quản trị, Quản trị kinh doanh
Số tín chỉ (LT, TH, Tự học)	:3(3,0,6)
Số giờ lý thuyết	:45
Số giờ thực hành	:Không
Số giờ tự học	:90
Học phần tiên quyết	: Không
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	Sinh viên 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	Sinh viên thực hiện 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.

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

Ox	CLOx	PLOx
O1	CLO1: Hiểu được chức năng vai trò của nghiên cứu marketing trong đánh giá hoạt động marketing và kinh doanh của tổ chức.	Hiểu
O2	CLO2: Thiết kế được dự án nghiên cứu marketing	Phân tích
O3	CLO3: Biết được phương pháp xử lý thông tin và phân tích dữ liệu	Phân tích
O4	CLO4: Thực hiện được nghiên cứu marketing trong hoạt động marketing và kinh doanh của tổ chức.	Tổng hợp

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

Buổi học	Nội dung	CLO	Hoạt động	Hoạt động

(3 tiết)			**dạy và học**	**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**
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 nghiên cứu ứng dụng 2.5.3. Mô hình nghiên cứu mô tả.	CLO1, CLO2, CLO3	Thuyết giảng, Giải quyết vấn đề, học theo tình huống.	**A1, A2, A3**

	2.5.4. Mô hình nghiên cứu nhân quả Bài tập áp dụng			
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 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 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	Thuyết giảng, Giải quyết vấn đề, học theo tình huống.	**A1, A2, A3**
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 nghiên cứu ứng dụng 2.5.3. Mô hình nghiên cứu mô tả.	CLO1, CLO2, CLO3	Thuyết giảng, Giải quyết vấn đề, học theo tình huống.	**A1, A2, A3**

	2.5.4. Mô hình nghiên cứu nhân quả Bài tập áp dụng			
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 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	Thuyết giảng, Giải quyết vấn đề, học theo tình huống.	**A1, A2, A3**
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	CLO1, CLO2, CLO3	Thuyết giảng, Giải quyết vấn đề, học theo	**A1, A2, A3**

	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.	
7	**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	Thuyết giảng, Giải quyết vấn đề, học theo tình huống.	**A1, A2, A3**

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	Thuyết giảng, Giải quyết vấn đề, học theo tình huống.	**A1, A2, A3**
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	CLO1, CLO2, CLO3	Thuyết giảng, Giải quyết vấn đề, học theo tình huống.	**A1, A2, A3**

	4.3.1. Khái niệm 4.3.2. Các phương pháp thu thập dữ liệu sơ cấp Bài tập ứng dụngến tính từng			
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 Bài tập ứng dụng	CLO1, CLO2, CLO3	Thuyết giảng, Giải quyết vấn đề, học theo tình huống.	**A1, A2, A3**
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	CLO1, CLO2, CLO3	Thuyết giảng, Giải quyết vấn đề, học theo	**A1, A2, A3**

	5.2.1. khái niệm 5.2.2. Thiết kế bảng câu hỏi Bài tập áp dụng		tình huống.	
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	Thuyết giảng, Giải quyết vấn đề, học theo tình huống.	**A1, A2, A3**
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 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	CLO1, CLO2, CLO3	Thuyết giảng, Giải quyết vấn đề, học theo tình huống.	**A1, A2, A3**

	trung bình Bài tập áp dụng			
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,	Thuyết giảng, Giải quyết vấn đề, học theo tình huống.	**A1, A2, A3**
15	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	A.1.1. Tham gia hoạt động học tập	CLO1, CLO2	20
	A1.2. Thuyết trình/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%**

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 Xuân Kiêm và Nguyễn Văn Thi (2007). Nghiên cứu marketing, NXB. Lao động – Xã hội.
2) Nguyễn Đình Thọ và Nguyễn Thị Mai Trang (2011), Nghiên cứu thị trường, NXB. Lao động.

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 …. tháng 06 năm 2019

P. Trưởng Khoa	**P. Trưởng Bộ môn**	**Giảng viên**
(ký và ghi rõ họ tên)	*(ký và ghi rõ họ tên)*	*(ký và ghi rõ họ tên)*