

Tp. Hồ Chí Minh, ngày tháng năm

ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

1. THÔNG TIN CHUNG VỀ HỌC PHẦN

1.1. Tên học phần: NHƯỢNG QUYỀN THƯƠNG HIỆU

Tên tiếng Anh: FRANCHISE

- Mã học phần: 010892 Số tín chỉ (lên lớp/thực hành/tự nghiên cứu): 03 tín chỉ
- Áp dụng cho ngành/chuyên ngành đào tạo: Marketing Bậc đào tạo: Đại học
- Hình thức đào tạo: Chính quy (đại trà và chất lượng cao), vừa làm vừa học, văn bằng 2

1.2. Khoa/Bộ môn phụ trách học phần: Khoa Marketing - Bộ môn Marketing chuyên ngành

1.3. Mô tả học phần:

- Vai trò, vị trí học phần, các kiến thức sẽ trang bị cho sinh viên: Học phần chuyên ngành. Trang bị cho sinh viên những kiến thức cơ bản về hoạt động nhượng quyền và các yếu tố cấu thành trong hoạt động nhượng quyền.
- Yêu cầu của học phần: Bắt buộc
- Các học phần tiên quyết: Sau khi đã học xong các học phần thuộc kiến thức cơ sở ngành và môn kiến thức chung của ngành.
- Các học phần học trước: Marketing căn bản, Marketing quốc tế, Nghiên cứu marketing, Hành vi khách hàng
- Các học phần học song hành: Quản trị thương hiệu, Thiết kế hệ thống nhận dạng thương hiệu
- Các yêu cầu khác đối với học phần (nếu có):
- Phân bổ giờ tín chỉ đối với các hoạt động:
 - + Nghe giảng lý thuyết: 30 tiết
 - + Làm bài tập trên lớp: 2 tiết
 - + Thảo luận: 13 tiết
 - + Thực hành, thực tập (ở phòng thực hành, thực tế ở hiện trường...): Ngoài giờ
 - + Hoạt động theo nhóm: Ngoài giờ
 - + Tự học: Ngoài giờ

2. MỤC TIÊU CỦA HỌC PHẦN

(Nêu mục tiêu cần đạt được đối với người học sau khi học học phần đó, cách thức xây dựng như chuẩn đầu ra)

2.1. Mục tiêu đào tạo chung của học phần

- Kiến thức:

Sau khi kết thúc học phần này, sinh viên sẽ có những kiến thức cơ bản về các khái niệm nhượng quyền, có những hiểu biết cơ bản về kinh doanh nhượng quyền, nắm được nguyên lý và quy trình marketing, phân tích được các yếu tố môi trường ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh nhượng quyền, biết lựa chọn mô hình và hình thức nhượng quyền phù hợp, biết cách hoạch định và triển khai các chiến lược của doanh nghiệp kinh doanh nhượng quyền.

- Kỹ năng:

+ Giúp sinh viên nắm được các loại hình nhượng quyền, quy trình thiết kế và thực hiện hoạt động quản trị hệ thống nhượng quyền của một doanh nghiệp.

+ Giúp sinh viên có được kỹ năng phân tích, lựa chọn đại lý nhận nhượng quyền.

- Thái độ: Hình thành ý thức tự học tập và chủ động trong nghiên cứu, phát triển năng lực phát hiện và giải quyết những vấn đề trong kinh doanh nhượng quyền, hình thành khả năng tự định hướng phát triển năng lực cá nhân.

2.2. Mục tiêu đào tạo cụ thể về kiến thức của học phần

(Viết cho từng ý quan trọng của từng chương, vấn đề).

- Chương 1: Tổng quan về nhượng quyền

Làm rõ các khái niệm của nhượng quyền, xác định bản chất hoạt động nhượng quyền, quy định của pháp luật về nhượng quyền tại Việt Nam, quy trình tổ chức kinh doanh nhượng quyền. Đây là những kiến thức cơ bản để nhận dạng kinh doanh nhượng quyền.

- Chương 2: Môi trường trong nhượng quyền

Nhận thức tổng quan khái niệm môi trường trong nhượng quyền, phân tích các yếu tố môi trường ảnh hưởng đến kinh doanh nhượng quyền, và các yếu tố từ phía bên nhận nhượng quyền ảnh hưởng đến kinh doanh nhượng quyền.

- Chương 3: Mô hình và hình thức nhượng quyền

Phân tích khái niệm và vai trò của mô hình nhượng quyền, các mô hình nhượng quyền cụ thể, các loại hình thức nhượng quyền và các mối quan hệ trong nhượng quyền.

- Chương 4: Chiến lược nhượng quyền

Xem xét tổng quan khái niệm và vai trò của chiến lược nhượng quyền, các nhu cầu khách quan để xây dựng chiến lược nhượng quyền, những cơ sở xây dựng chiến lược nhượng quyền, và nội dung của chiến lược nhượng quyền.

- Chương 5: Chiến lược tài chính trong nhượng quyền

Trang bị nhận thức về xây dựng chiến lược kinh doanh, chiến lược tạo vốn và quản lý các nguồn vốn. Trong chương này sẽ nghiên cứu sâu về: phân tích và phân khúc thị trường, phân tích năng lực tài chính của doanh nghiệp, quá trình vận hành và quản lý chiến lược. .

- Chương 6: Lựa chọn đại lý nhận nhượng quyền

Làm rõ khái niệm lựa chọn đại lý nhận nhượng quyền, xây dựng bản đồ phát triển thị trường kinh doanh nhượng quyền, xây dựng quy trình tuyển dụng đối tác nhận nhượng quyền, ký kết hợp đồng và huấn luyện đại lý nhận nhượng quyền.

- Chương 7: Chuyển giao trong hệ thống nhượng quyền thương mại

Xem xét và xây dựng các tiêu chuẩn chuyển giao trong hệ thống nhượng quyền thương mại, các phương thức chuyển giao trong hệ thống nhượng quyền thương mại, xây dựng mối quan hệ hiệu quả giữa doanh nghiệp nhượng quyền và đại lý nhận nhượng quyền, phát triển kế hoạch bán hàng và marketing.

- Chương 8: Quản trị hệ thống nhượng quyền

Làm rõ khái niệm về quản trị hệ thống nhượng quyền, quy trình quản lý hoạt động của hệ thống nhượng quyền, quản trị các xung đột trong hệ thống nhượng quyền, quản trị các quan hệ trong hệ thống nhượng quyền, xây dựng tổ chức quản lý kinh doanh nhượng quyền.

- Chương 9: Nhượng quyền ra thị trường thế giới

Xây dựng tầm nhìn trong nhượng quyền ra thị trường thế giới, xác định các yếu tố ảnh hưởng đến việc nhượng quyền ra thị trường thế giới, phát triển chiến lược nhượng quyền ra thị trường thế giới

3. NỘI DUNG HỌC PHẦN

(Trình bày các chương, mục trong chương và nội dung khái quát. Trong từng chương ghi số tiết giảng lý thuyết, bài tập, thực hành (hoặc thí nghiệm, thảo luận). Để sinh viên có thể tự học được, cần chỉ rõ để học chương này cần phải đọc những tài liệu tham khảo nào, ở đâu.)

TT	Nội dung	Hình thức tổ chức dạy-học					Tài liệu tham khảo	Ghi chú
		SỐ TIẾT			Thực hành, thực tập,...	Tự học, tự nghiên cứu		
		Lý thuyết	Bài tập	Thảo luận				
1	Chương1: Tổng quan về nhượng quyền 1.1 Khái niệm nhượng quyền 1.2 Quy định của pháp luật về nhượng quyền tại Việt Nam 1.3 Quy trình tổ chức hệ thống kinh doanh nhượng quyền	4		1			Sưu tầm tài liệu và chuẩn bị cho thảo luận	
2	Chương 2:Môi trường trong nhượng quyền 2.1 Khái niệm môi trường nhượng quyền 2.2 Các yếu tố môi trường ảnh hưởng đến kinh doanh nhượng quyền 2.3 Các yếu tố từ phía bên nhận nhượng quyền ảnh hưởng đến kinh doanh nhượng quyền	4		2			Đọc tài liệu, chuẩn bị thảo luận thuyết trình	
3	Chương 3: Mô hình và hình thức nhượng quyền 3.1 Tổng quan mô hình nhượng	4	1	2			Đọc tài liệu, chuẩn bị thảo	

	quyền 3.2 Các mô hình và hình thức nhượng quyền 3.3 Các mối quan hệ trong nhượng quyền						luận thuyết trình	
4	Chương 4: Chiến lược nhượng quyền 4.1 Tổng quan chiến lược nhượng quyền 4.2 Nhu cầu khách quan để xây dựng chiến lược nhượng quyền 4.3 Những cơ sở xây dựng chiến lược nhượng quyền 4.4 Nội dung của chiến lược nhượng quyền	4	1	2			Đọc tài liệu, chuẩn bị thông tin làm bài tập và thuyết trình	
5	Chương 5: Chiến lược tài chính trong nhượng quyền 5.1 Xây dựng chiến lược kinh doanh 5.2 Chiến lược tạo vốn 5.3 Quản lý các nguồn vốn	2		1			Đọc tài liệu, chuẩn bị cho thuyết trình	
6	Chương 6: Lựa chọn đại lý nhận nhượng quyền 6.1 Khái niệm lựa chọn đại lý nhận nhượng quyền 6.2 Xây dựng bản đồ phát triển thị trường kinh doanh nhượng quyền 6.3 Xây dựng quy trình tuyển dụng đối tác nhận nhượng quyền 6.4 Ký kết hợp đồng và huấn luyện đại lý nhận nhượng quyền	2		2			Đọc tài liệu, chuẩn bị cho thuyết trình	
7	Chương 7: Chuyển giao trong hệ thống nhượng quyền thương mại 7.1 Xây dựng các tiêu chuẩn chuyển giao trong hệ thống nhượng quyền thương mại	3		1			Đọc tài liệu, Chuẩn bị bài thuyết trình	

	7.2 Các phương thức chuyển giao trong hệ thống nhượng quyền thương mại 7.3 Xây dựng mối quan hệ hiệu quả giữa Franchisor và Franchisee 7.4 Phát triển kế hoạch bán hàng và marketing							
8	Chương 8: Quản trị hệ thống nhượng quyền 8.1 Khái niệm quản trị hệ thống nhượng quyền 8.2 Quy trình quản lý hoạt động của hệ thống nhượng quyền 8.3 Quản trị các xung đột trong hệ thống nhượng quyền 8.4 Quản trị các quan hệ trong hệ thống nhượng quyền, 8.5 Xây dựng tổ chức quản lý kinh doanh nhượng quyền	4		1			Đọc tài liệu, chuẩn bị cho thuyết trình	
9	Chương 9: Nhượng quyền ra thị trường nước ngoài 9.1 Xây dựng tầm nhìn trong nhượng quyền ra thị trường thế giới 9.2 Xác định các yếu tố ảnh hưởng đến việc nhượng quyền ra thị trường thế giới 9.3 Phát triển chiến lược nhượng quyền ra thị trường thế giới	3		1				
	TỔNG CỘNG 45 tiết	30 T	2 T	13 T				

4. TÀI LIỆU THAM KHẢO

(Ghi rõ những sách, tạp chí và tư liệu thông tin liên quan đến học phần)

- Stephen Spinelli,Jr - Robert M.Rosenberg - Sue Birley: Franchising: Pathway to Wealth Creation

- Lý Quý Trung – Nhà xuất bản trẻ năm 2007: Franchise: Bí quyết thành công bằng mô hình nhượng quyền kinh doanh.
- Lý Quý Trung – Nhà xuất bản trẻ năm 2007: Mua Franchise: Cơ hội mới cho các doanh nghiệp Việt Nam
- Lý Quý Trung – Nhà xuất bản trẻ năm 2007: Xây dựng thương hiệu
- Paul Temporal – Nhà xuất bản trẻ năm 2007: Bí quyết thành công những thương hiệu hàng đầu Châu Á
- Mary E. Tomzack – Nhà xuất bản Thanh Niên năm 2007: Mua Franchise: thủ thuật và cạm bẫy
- Nguyễn Phi Vân – Nhà xuất bản trẻ năm 2015: Nhượng quyền khởi nghiệp
- Andrew J. Sherman – Nhà xuất bản Lao động – Xã hội năm 2008: Nhượng quyền thương mại & cấp Li-xăng
- Robert Hayes – Nhà xuất bản tổng hợp Tp. Hồ Chí Minh năm 2011: Nhượng quyền kinh doanh
- Nguyễn Khánh Trung – Nhà xuất bản Đại học Quốc gia Tp. Hồ Chí Minh năm 2008: Franchise chọn hay không?
- Hằng Nga – Nhà xuất bản tổng hợp Tp. Hồ Chí Minh năm 2009: Thỏa thuận hạn chế cạnh tranh trong hợp đồng nhượng quyền thương mại

5. PHƯƠNG PHÁP ĐÁNH GIÁ KẾT QUẢ HỌC TẬP HỌC PHẦN

(Quy định số lần kiểm tra, bài tập hoặc tiểu luận, thi, số bài thực hành, trọng số của mỗi lần đánh giá do giảng viên đề xuất, Trưởng bộ môn thông qua)

Điểm đánh giá quá trình và điểm thi kết thúc học phần được chấm theo thang điểm 10 (từ 0 đến 10)

- **Điểm đánh giá quá trình:** 10

Trọng số: 40%

(Điểm đánh giá quá trình có thể bao gồm: điểm kiểm tra thường xuyên trong quá trình học tập; điểm đánh giá nhận thức và thái độ tham gia thảo luận; điểm đánh giá phần thực hành; điểm chuyên cần; điểm thi giữa học phần; điểm tiểu luận)

- **Điểm thi kết thúc học phần:** 10

Trọng số: 60%

Duyệt

Hiệu trưởng
(Ký tên)

Trưởng khoa
(Ký tên)

Trưởng bộ môn
(Ký tên)

Bảng 3: Ma trận đầu ra của chương trình Quản trị Thương hiệu

Tên học phần (Module title)	Mã học phần (Module code)	Programme outcome																			
		a1	a2	a3	a4	a5	a6	a7	a8	a9	a10	b1	b2	b3	b4	b5	c1	c2	c3	c4	
KIẾN THỨC GIÁO DỤC CHUYÊN NGHIỆP																					
a. Kiến thức cơ sở khối ngành và ngành																					
Marketing quốc tế (International Marketing)	010739			✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓		✓	✓	✓	✓	
b. Kiến thức chuyên ngành																					
Nhượng quyền thương hiệu (Franchise)	010892					✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	
c. Kiến thức bổ trợ																					
Đạo đức và Trách nhiệm xã hội trong marketing (Ethics and Social responsibility in marketing)	010676					✓											✓	✓		✓	
d. Khóa luận tốt nghiệp																					
Thực tập tốt nghiệp và viết khóa luận (Internship and Writing thesis)																					