

TP. Hồ Chí Minh, Ngày 5 tháng 5 năm 2015

ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN **PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM MỚI**

1. THÔNG TIN CHUNG VỀ HỌC PHẦN (COURSE DESCRIPTION)

1.1. Tên học phần: Phát triển sản phẩm mới **Tên tiếng anh:** New Product Development

- Mã học phần:
- Áp dụng cho chuyên ngành: Quản trị thương hiệu

1.2. Khoa, bộ môn phụ trách: Bộ môn Quản trị thương hiệu, khoa marketing.

1.3. Mô tả học phần:

- Vai trò, vị trí của học phần, kiến thức trang bị cho sinh viên:
 - Học phần phát triển sản phẩm mới giới thiệu tổng quan về sản phẩm mới, chiến lược phát triển sản phẩm mới, cung cấp những nguyên tắc nền tảng cho cách tiếp cận để quản trị hoạt động phát triển sản phẩm mới. Học phần này được xây dựng trên quan điểm phát triển sản phẩm mới đòi hỏi một sự hiểu biết chiến lược. Các giai đoạn của quá trình phát triển sản phẩm mới cần thực hiện đồng bộ nhất quán, cho phép các nhà quản lý thực thi phát triển sản phẩm mới một cách hiệu quả.
 - Trong quá trình học môn này sẽ có nhiều ví dụ tình huống trong thực tế để sinh viên nghiên cứu, phân tích. Các sinh viên phải giải quyết vấn đề trên quan điểm của nhà quản lý và trả lời các câu hỏi phát triển sản phẩm mới một cách cụ thể.
- Số tín chỉ: 3
- Yêu cầu học phần học trước: Quản trị marketing, marketing chiến lược, marketing quốc tế.
- Các học phần học song hành: Quan hệ công chúng, nhượng quyền kinh doanh.
- Phân bổ thời gian:
 - Học lý thuyết trên lớp: 22,5 giờ.
 - Bài tập và thảo luận trên lớp: 22,5 giờ.
 - Tự học: 90 giờ.
- Phòng học và thời gian học: Xem thông báo trên website của nhà trường.

2. MỤC TIÊU CỦA HỌC PHẦN

2.1. Mục tiêu chung (learning goals)

- Học phần phát triển sản phẩm mới sẽ giúp học viên nắm được các nguyên tắc cơ bản của phát triển sản phẩm mới, chiến lược phát triển sản phẩm mới. Các chủ đề trong học phần bao gồm: Phát triển sản phẩm mới, chiến lược phát triển sản phẩm mới; Quy trình phát triển sản phẩm mới từ giai đoạn nuôi dưỡng ý tưởng, phát triển khái niệm, phát triển dự án, đánh giá thị trường; Đo lường, đánh giá quá trình phát triển sản phẩm mới và các giải pháp ứng phó để việc phát triển sản phẩm mới thành công.

- Học phần này sẽ giúp sinh viên nắm được một sự hiểu biết rộng rãi về phát triển sản phẩm mới của các doanh nghiệp, đặc biệt là trong môi trường cạnh tranh gay gắt hiện nay.

2.2. Mục tiêu đào tạo cụ thể/kết quả học tập mong đợi (specific objectives/learning outcome)

Sau khi học xong học phần phát triển sản phẩm mới, sinh viên có thể:

- **Về kiến thức:**
 - Mô tả được sản phẩm mới, chiến lược phát triển sản phẩm mới và tầm quan trọng của phát triển sản phẩm mới;
 - Giải thích được quy trình phát triển sản phẩm mới và các bước thực hiện cụ thể trong quy trình phát triển sản phẩm mới từ khi hình thành ý tưởng đến thương mại hóa sản phẩm.
 - Có thể hoạch định phát triển được sản phẩm mới cho một doanh nghiệp, tổ chức;
 - Phân tích, tổng hợp, đo lường, đánh giá được hoạt động phát triển sản phẩm mới để có thể đề xuất các giải pháp phù hợp.
- **Về kỹ năng:**
 - Phân tích một cách thành thạo được một hoạt động phát triển sản phẩm mới của doanh nghiệp/tổ chức;
 - Thực hiện một cách thành thạo các công việc liên quan trong quá trình phát triển sản phẩm mới.
 - Phát triển được kỹ năng quản trị một cách bài bản từ hoạch định, tổ chức thực thi và kiểm soát các hoạt động phát triển sản phẩm mới cho doanh nghiệp.
- **Về Thái độ/:**
 - Phát triển được năng lực tự chủ, tự chịu trách nhiệm cá nhân, đạo đức nghề nghiệp và trách nhiệm xã hội trong việc phát triển sản phẩm mới.
 - Phát triển được thái độ tích cực, phát triển bản thân thông qua quá trình sáng tạo phát triển sản phẩm mới.

Bảng 1: Kết quả học tập mong đợi của học phần so với của chương trình đào tạo

3. NỘI DUNG CHI TIẾT HỌC PHẦN (COURSE OUTLINE):

3.1. Nội dung giảng dạy

Bảng 2: Nội dung và lịch trình giảng dạy

Thời gian	Nội dung	Hình thức tổ chức dạy – học					Yêu cầu sinh viên chuẩn bị trước khi lên lớp Ghi chú
		Giờ lên lớp			Thực hành	Tự tìm đọc	
		Lý thuyết	Bài tập	Thảo luận			
Buổi 1	Tổng quan về sản phẩm mới, phát triển sản phẩm mới 1.1. Khái quát về sản phẩm mới; 1.2. Khái quát về phát triển sản phẩm mới;	2,5	1	1,5		New Product Development: Profiting	Đọc bài giảng chương 1, chương 2, tài liệu và case study theo yêu

	1.3. Những yếu tố dẫn đến thành công hay thất bại trong việc phát triển sản phẩm; 1.4. Các quyết định liên quan đến phát triển sản phẩm mới.					from Innovation	cầu.
Buổi 2	Chiến lược phát triển sản phẩm mới 2.1. Khái quát về chiến lược phát triển sản phẩm mới; 2.2. Các chiến lược phát triển sản phẩm mới theo vị thế; 2.3. Hoạch định chiến lược phát triển sản phẩm mới; 2.4. Nguyên tắc pháp lý đối với sản phẩm mới; 2.5. Chiến lược phân công trong phát triển SP mới; 2.6. Chiến lược tiên phong trong phát triển sản phẩm mới	2,5	1,5	1		Global markets and New product development Process	Đọc bài giảng chương 3, case study chuẩn bị bài tập nhóm
Buổi 3	Quy trình phát triển sản phẩm mới 3.1. Quy trình phát triển sản phẩm mới; 3.2. Nhận diện và lựa chọn cơ hội; 3.3. Ý tưởng sản phẩm mới; 3.4. Khái niệm sản phẩm mới 3.5. Soạn thảo và thẩm định dự án; 3.6. Thiết kế sản phẩm mới; 3.7. Thử nghiệm thị trường; 3.8. Tung hàng.	2,5	1,5	1		Global markets and New product development process	Đọc tài liệu chương 4, case study, chuẩn bị thuyết trình và thảo luận
Buổi 4	Sáng tạo ý tưởng và tổ chức phát triển khái niệm sản phẩm mới 4.1. Sáng tạo ý tưởng sản phẩm mới; 4.2. Sáng tạo khái niệm sản phẩm mới;	2,5	1	1,5		The New Practice Global product development	Đọc tài liệu chương 5, case study và chuẩn bị thuyết trình và thảo luận trên lớp
Buổi 5	Sáng tạo ý tưởng và tổ chức phát triển khái niệm sản phẩm mới 5.1. Tổ chức phát triển khái niệm sản phẩm mới; 5.2. Tổ chức phát triển khái niệm sản phẩm mới	2,5	1	1,5		The New Practice Global product development	Đọc tài liệu chương 5, case study và chuẩn bị thuyết trình và thảo luận trên lớp
Buổi 6	Đánh giá khái niệm sản phẩm mới 6.1. Định nghĩa khái niệm sản phẩm mới; 6.2. Quy trình lựa chọn khái niệm sản phẩm mới; 6.3. Các giai đoạn đánh giá khái niệm	2,5	1,5	1		New Problem, New Solutions	Đọc tài liệu chương 6, case study, thuyết trình và làm bài tập trên lớp

	sản phẩm mới; 6.4. Ma trận rủi ro trong đánh giá khái niệm sản phẩm mới; 6.5. Mô hình A-T-A-R trong đánh giá khái niệm sản phẩm mới. 6.6. Phương pháp lựa chọn khái niệm sản phẩm mới.						
Buổi 7	Thiết kế sản phẩm mới 7.1. Khái niệm, vai trò của thiết kế sản phẩm mới; 7.2. Các yếu tố trong thiết kế sản phẩm mới; 7.3. Quy trình thiết kế sản phẩm mới; 7.4. Kiến trúc sản phẩm; 7.5. Thiết kế và bản quyền; 7.6. Thiết kế bao bì sản phẩm;	2,5	1	1,5		Modular product development	Đọc tài liệu chương 7, case study và thuyết trình và thảo luận trên lớp
Buổi 8	Thử nghiệm sản phẩm mới trên thị trường 8.1. Khái niệm, vai trò quan trọng của việc thử nghiệm thị trường đối với sản phẩm mới; 8.2. Nội dung thử nghiệm thị trường; 8.3. Các phương pháp thử nghiệm thị trường.	2,5	1,5	1		Globalization of product development The Inevitable Next Stage	Đọc tài liệu chương 7, case study và thuyết trình và làm bài tập trên lớp
Buổi 9	Thử nghiệm sản phẩm mới trên thị trường (tt) 9.1. Các phương pháp thử nghiệm thị trường (tt). 9.2. Những sai lầm về thử nghiệm thị trường.	2,5	1,5	1			Đọc tài liệu chương 7, case study và thuyết trình và làm bài tập trên lớp
Buổi 10	Tung sản phẩm ra thị trường 10.1. Khái niệm, mục tiêu, vai trò của chiến dịch tung hàng; 10.2. Quy trình tung hàng ra thị trường; 10.3. Kế hoạch dự phòng; 10.4. Quản trị tung hàng;	2,5	1	1,5		New Product Development Decision-Making Effectiveness	Đọc tài liệu chương 8, case study và thuyết trình và làm bài tập trên lớp
Buổi 11	Quản trị phát triển sản phẩm mới 11.1. Mô hình tổ chức hoạt động phát triển sản phẩm mới; 11.2. Lựa chọn thành viên đội nhóm phát triển sản phẩm mới; 11.3. Quản trị phát triển sản phẩm mới; 11.4. Dừng quá trình phát triển sản phẩm mới/thay đổi hỗn hợp SP.	2,5	1,5	1			

- Điểm thưởng: thái độ học tập tích cực, nghiêm túc và thảo luận nhiệt tình. Điểm thưởng là điểm làm tròn số với mức tối đa 0,9 điểm cộng điểm quá trình.
- Điểm thi kết thúc học phần Trọng số: 60%.
Đề thi bằng câu hỏi tự luận hoặc kết hợp trắc nghiệm và tự luận, thời gian thi 60 phút.

HIỆU TRƯỞNG

TRƯỞNG KHOA

TRƯỞNG BỘ MÔN

