

TP. Hồ Chí Minh, Ngày tháng năm 2019

ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN
QUẢN TRỊ KÊNH PHÂN PHỐI

1. THÔNG TIN TỔNG QUÁT (GENERAL INFORMATION)

Bảng 1: Thông tin tổng quát về học phần

❖ Tên học phần:	
Tiếng Việt:	QUẢN TRỊ KÊNH PHÂN PHỐI
Tiếng Anh:	Marketing Channel Management
❖ Mã số học phần:	010192
❖ Thời điểm tiến hành:	
❖ Loại học phần:	
<input checked="" type="checkbox"/> Bắt buộc <input type="checkbox"/> Tự chọn	
❖ Thuộc khối kiến thức/kỹ năng:	
<input type="checkbox"/> Kiến thức đại cương	<input type="checkbox"/> Kiến thức cơ sở ngành
<input type="checkbox"/> Kiến thức cơ bản	<input type="checkbox"/> Kiến thức khác
<input checked="" type="checkbox"/> Kiến thức chuyên ngành	<input type="checkbox"/> Học phần khóa luận/luận văn tốt nghiệp
<input type="checkbox"/> Học phần chuyên về kỹ năng chung	
❖ Số tín chỉ:	03
Số tiết lý thuyết/số buổi:	21/11
Số tiết thực hành/số buổi:	24/11
Số tiết tự học:	90
❖ Điều kiện tham dự học phần:	
Học phần học trước:	Các học phần thuộc kiến thức chung của khối ngành và cơ sở ngành
Học phần song hành:	Quản trị sản phẩm, Xây dựng kế hoạch marketing
Điều kiện khác:	
❖ Giảng viên phụ trách:	TS. Trần Văn Thi
Khoa/Bộ môn:	Marketing/ Marketing cơ sở
Email:	thi_marketing@yahoo.com thi.marketing55@gmail.com
Điện thoại:	0903821005

2. MÔ TẢ HỌC PHẦN (COURSE DESCRIPTIONS)

- Vai trò, vị trí học phần, các kiến thức sẽ trang bị cho sinh viên: Trang bị cho sinh viên những kiến thức về phân phối và quản trị kênh phân phối của một doanh nghiệp.
- 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: Nguyên lý marketing, Nghiên cứu marketing, Hành vi khách hàng
- Các học phần học song hành: Quản trị sản phẩm, Xây dựng kế hoạch marketing
- Các yêu cầu khác đối với học phần (nếu có):
- Phân bổ giờ tín chỉ đối với các hoạt động:
 - + Nghe giảng lý thuyết: 21 tiết
 - + Làm bài tập trên lớp: 1 tiết
 - + Thảo luận: 17 tiết
 - + Thực hành (Báo cáo thuyết trình): 6 tiết
 - + Hoạt động theo nhóm: Ngoài giờ
 - + Tự học: Ngoài giờ

3. MỤC TIÊU HỌC PHẦN (COURSE GOALS)

Sinh viên/học viên học xong học phần này có kiến thức, phẩm chất, kỹ năng, và năng lực:

Bảng 2: Mục tiêu của học phần

Mục tiêu (Gx) [1]	Mô tả mục tiêu [2]	CDR của CTĐT (X.x.x) [3] (ghi ký hiệu CDR cấp độ 3 của chương trình đào tạo)	TĐNL [4] (ghi ký hiệu trình độ năng lực [I, II, III, IV, V, VI])
G1	Hiểu về hoạt động phân phối và cách thức quản trị hệ thống kênh phân phối của một doanh nghiệp,	Ks2, Ks4, Ks5	III, V, VI
G2	Hiểu biết cơ bản về kinh doanh, nắm được nguyên lý và quy trình marketing, phân tích được các yếu tố môi trường ảnh hưởng đến hệ thống kênh phân phối, biết cách thiết kế một cấu trúc kênh phân phối và triển khai các chính sách để quản trị kênh phân phối.	Ks2, Ks4, Ks5	III, V, VI
G3	Thiết kế được một hệ thống kênh phân phối và các giải pháp giải quyết những mâu thuẫn phát sinh trong kênh. Hoạch định được một số chiến lược kênh phân phối và các mục tiêu của doanh nghiệp trong hệ thống kênh phân phối.	Ss1, Ss3, Ss4	V, VI

G4	Sinh viên có kỹ năng làm việc theo nhóm, kỹ năng trình bày một báo cáo nghiên cứu	Ss1, Ss3, Ss4	V, VI
G5	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 hoạt động quản trị kênh phân phối, hình thành khả năng tự định hướng phát triển năng lực cá nhân có trách nhiệm và thực thi vấn đề đạo đức xã hội	As1, As2, As3, As4	VI

4. CHUẨN ĐẦU RA HỌC PHẦN (COURSE LEARNING OUTCOMES)

(Mô tả các chủ đề CDR cấp độ 2 của học phần và mức độ giảng dạy I, T, U)

Bảng 3: Chuẩn đầu ra của học phần

Chuẩn đầu ra (LO.x.x) [1]	Mô tả chuẩn đầu ra [2]	Chỉ định I, T, U [4] (ghi ký hiệu I, T, U)
LO1.1	Hiểu được các khái niệm nền tảng và vai trò của quản trị kênh phân phối, các chức năng và dòng chảy trong kênh	I, T
LO1.2	Biết được các loại cấu trúc kênh, qui trình thiết kế kênh và mối quan hệ giữa các trung gian trong phân phối	
LO2.1	Phân tích được sự tác động của các yếu tố môi trường bên trong và môi trường bên ngoài đến các hoạt động quản trị kênh	I, T, U
LO2.2	Nắm được bản chất của hoạt động hậu cần qua các dòng chảy trong kênh, từ đó tối thiểu hóa các chi phí trong toàn bộ hệ thống kênh	T
LO2.3	Tư duy sáng tạo, thiết kế được một hệ thống kênh phân phối và các giải pháp giải quyết những mâu thuẫn phát sinh trong kênh.	T, U
LO2.4	Hoạch định, tổ chức thực hiện được một số chiến lược kênh phân phối phù hợp với đặc điểm mặt hàng kinh doanh và điều kiện của doanh nghiệp.	U
LO3.1	Thành thạo các kỹ năng làm việc nhóm hiệu quả và có trách nhiệm với công việc.	T, U
LO3.2	Phát triển năng lực phát hiện và giải quyết những vấn đề trong hoạt động quản trị kênh phân phối và tuân thủ vấn đề đạo đức kinh doanh	T, U
LO3.3	Tự định hướng phát triển năng lực cá nhân	U

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

5.1. Kế hoạch giảng dạy (Lesson plan)

Bảng 4: Kế hoạch giảng dạy (Lesson plan)

Tuần/ buổi [1]	Nội dung [2]	Hình thức tổ chức dạy – học			Thực hành [4]	Yêu cầu sinh viên chuẩn bị trước khi lên lớp [5]	CDR học phần [6]	Bài đánh giá [7]
		Số tiết lên lớp [3]						
		Lý thuyết	Bài tập	Thảo luận				
Buổi 1	Chương 1: Tổng quan về kênh phân phối 1.1- Khái niệm và vai trò của kênh phân phối 1.2- Các chức năng và dòng chảy trong kênh phân phối 1.3- Lý thuyết về quá trình phát triển phân phối	3		1		Đọc giáo trình Quản trị kênh phân phối và tài liệu, chuẩn bị cho thuyết trình	LO1.1, LO1.2, LO2.1, LO2.3	A1.1 A1.2 A1.3
Buổi 2	Chương 2: Môi trường kênh phân phối 2.1 - Môi trường bên ngoài kênh phân phối 2.2 - Môi trường bên trong kênh phân phối	2		2		Đọc giáo trình Quản trị kênh phân phối và tài liệu, chuẩn bị cho thuyết trình	LO1.1 LO2.1, LO2.2, LO2.3	A1.1 A1.3 A1.4
Buổi 3	Chương 3: Cấu trúc kênh phân phối 3.1- Tổng quan cấu trúc kênh phân phối 3.2- Các thành viên trong kênh phân phối 3.3- Các tổ chức hỗ trợ kênh phân phối	2	1	1		Đọc giáo trình Quản trị kênh phân phối và tài liệu, chuẩn bị cho thuyết trình	LO1.2, LO2.1, LO2.2, LO2.3	A1.1 A1.2 A1.3 A1.4
Buổi 4	Chương 4: Chiến lược kênh phân phối 4.1- Khái quát về chiến lược kênh phân phối 4.2- Chiến lược kênh phân phối trong các mục tiêu chiến lược marketing của doanh nghiệp	2		2		Đọc giáo trình Quản trị kênh phân phối và tài liệu, chuẩn bị cho thuyết trình	LO1.2, LO2.1, LO2.2, LO2.3	A1.1 A1.2 A1.3 A1.4
Buổi 5	Chương 4: Chiến lược kênh phân phối (tt)	1		3		Đọc giáo trình	LO1.2, LO2.1,	A1.1 A1.3

	4.3- Chiến lược kênh phân phối với các chiến lược marketing mix 4.4 - Các loại chiến lược kênh phân phối					Quản trị kênh phân phối và tài liệu, chuẩn bị cho thuyết trình	LO2.2, LO2.3	A1.4
Buổi 6	Chương 5: Thiết kế kênh phân phối 5.1- Khái quát về thiết kế kênh 5.2- Nhận dạng nhu cầu phải thiết kế kênh 5.3- Xác định và phối hợp các mục tiêu phân phối 5.4- Phân loại các công việc phân phối	3		1		Đọc giáo trình Quản trị kênh phân phối và tài liệu, chuẩn bị cho thuyết trình	LO1.2, LO2.1, LO2.2, LO2.3 LO2.4 LO3.1 LO3.2	A1.2 A1.3 A1.5
Buổi 7	Chương 5: Thiết kế kênh phân phối (tt) 5.5- Phân tích các biến số ảnh hưởng đến cấu trúc kênh 5.6- Phát triển các cấu trúc kênh có thể thay thế 5.7- Lựa chọn cấu trúc kênh tối ưu 5.8- Lựa chọn các thành viên kênh phân phối	2		2		Đọc giáo trình Quản trị kênh phân phối và tài liệu, chuẩn bị cho thuyết trình	LO2.1, LO2.2, LO2.3	A1.1 A1.2 A1.3 A1.4
Buổi 8	Chương 6: Quản trị kênh phân phối 6.1- Bản chất của quản trị kênh 6.2- Nhận diện tiềm tàng và thực tại xung đột trong kênh	2		2		Đọc giáo trình Quản trị kênh phân phối và tài liệu, chuẩn bị cho thuyết trình	LO2.1, LO2.2, LO2.3	A1.1 A1.2 A1.3
Buổi 9	Chương 6: Quản trị kênh phân phối (tt) 6.3- Đánh giá các thành viên và điều chỉnh hệ thống kênh phân phối 6.4- Vận dụng các yếu tố	2		2		Đọc giáo trình Quản trị kênh phân phối và tài	LO2.1, LO2.2, LO2.3 LO2.4	

	marketing mix trong quản trị kênh 6.5- Động viên khuyến khích các thành viên trong kênh phân phối				liệu, chuẩn bị cho thuyết trình		
Buổi 10	Chương 7: Công nghệ thông tin đối với kênh phân phối 7.1- Công nghệ thông tin đối với quản trị kênh phân phối truyền thống 7.2- Công nghệ thông tin trong xu thế thương mại điện tử	1		3	Đọc giáo trình Quản trị kênh phân phối và tài liệu, chuẩn bị cho thuyết trình	LO1.1, LO1.2,	A1.1 A1.2 A1.3 A1.4
Buổi 11	Chương 8: Hoạt động hậu cần trong phân phối 8.1- Khái quát về hoạt động hậu cần trong phân phối	1		3	Tổng kết môn học	LO2.2, LO2.4 LO3.2 LO3.3	A1.1 A1.2 A1.3 A1.4

8.2- Tổ chức và quản lý hoạt động hậu cần trong phân phối							
Cộng: 45	21 tiết	1 tiết	17 tiết	6 tiết			

5.2. Nội dung phần tự học:

- Chuẩn bị và nghiên cứu các tài liệu liên quan đến nội dung học mà giáo viên đã cung cấp.
- Tham gia đầy đủ bài tập thực hành và báo cáo thuyết trình trên lớp: thảo luận về các vấn đề do giảng viên và sinh viên khác đặt ra. Tình huống thảo luận: thực hiện tại nhà và trên lớp

Nghiên cứu: đọc thêm các tài liệu tham khảo.

6. NGUỒN HỌC LIỆU (LEARNING RESOURCES: COURSE BOOKS, REFERENCE BOOKS, AND SOFTWARES)

- Sách giáo trình chính thống: Quản trị kênh phân phối do Trường ĐH Tài Chính Marketing phát hành và các slide bài giảng mà giảng viên cung cấp
- Sách tham khảo :
 - + Quản trị kênh marketing – Trường Đại học kinh tế quốc dân Hà Nội phát hành- PGS TS Trương Đình Chiến

7. PHƯƠNG PHÁP GIẢNG DẠY (TEACHING TECHNIQUES)

- Kết hợp các phương pháp thuyết giảng, nêu vấn đề, thuyết trình, thảo luận tình huống, truy vấn, tự nghiên cứu... Có sự tương tác cao giữa giảng viên với sinh viên và giữa các sinh viên với nhau. Sinh viên sẽ làm việc độc lập và làm việc theo nhóm để giải quyết vấn đề, phân tích các sự kiện và hoàn thành các bài tập được giao.
- Sinh viên phải đạt được khả năng hiểu biết, áp dụng, phân tích và đánh giá về các hoạt động quản trị kênh phân phối một cách căn bản. Sinh viên cần phải tiếp thu được các khái niệm cơ bản và áp dụng những kiến thức để thiết kế và quản trị kênh phân phối cho doanh nghiệp.
- Học phần này có áp dụng hình thức nghiên cứu tình huống để sinh viên nghiên cứu và trình bày trước lớp. Sinh viên được giao các bài tập cá nhân thông qua các bài báo chuyên ngành để nghiên cứu và thực hiện.

8. ĐÁNH GIÁ KẾT QUẢ HỌC TẬP (COURSE ASSESSMENT)

(các thành phần, các bài đánh giá, nội dung đánh giá thể hiện sự tương quan với các chuẩn đầu ra của học phần, số lần đánh giá, tiêu chí đánh giá, tỷ lệ % trọng số điểm)

Bảng 5: Chi tiết đánh giá kết quả học tập

Thành phần đánh giá [1]	Bài đánh giá/thời gian (Ax.x) [2]	Nội dung đánh giá [3]	CĐR học phần (LO.x.x) [4]	Số lần đánh giá/thời điểm [5]	Tiêu chí đánh giá [6]	Tỷ lệ (%) [7]
-------------------------	-----------------------------------	-----------------------	---------------------------	-------------------------------	-----------------------	---------------

A1. Đánh giá quá trình	A1.1	Kỹ năng mềm, năng lực tự học	LO4.1, LO4.2, LO5.2	11 lần/ trong suốt các buổi học	Sự tham gia các hoạt động tại lớp và chuẩn bị bài trước khi đến lớp	5
	A1.2	Chuyên cần	LO5.1	11 lần/ trong suốt các buổi học	Sự tham dự lớp/chuyên cần	5
	A1.3	Bài kiểm tra cá nhân 30 phút	LO2.2, LO2.3, LO2.4, LO5.3	1 lần vào buổi thứ 6	Hiểu bài, giải thích được	5
	A1.4	Thảo luận trên lớp	LO1, LO2 LO4.1, LO4.2, LO5.3	10 lần trong các buổi học	Hiểu bài, giải thích được, đưa ra quan điểm cá nhân và nhóm	5
	A1.5	Bài tập nhóm thuyết trình	LO2.2-7 LO3.1, LO3.2, LO3.3, LO4.1, LO4.2, LO5.1, LO5.2	1 lần/giao từ buổi học đầu	Nội dung, hình thức, kỹ năng thuyết trình, phối hợp nhóm	20
A2. Đánh giá kết thúc học phần	A2.1	Tự luận	LO2, LO5.3	1 lần/thi kết thúc học phần	Hiểu, giải thích được, đánh giá được	60

BAN GIÁM HIỆU

TRƯỞNG KHOA

TRƯỞNG BỘ MÔN