

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 02 tháng 10 năm 2020

**KẾ HOẠCH THỰC HÀNH NGHỀ NGHIỆP 2**  
**HỆ ĐẠI HỌC CHÍNH QUY, CHƯƠNG TRÌNH ĐẠI TRÀ**  
**CHUYÊN NGÀNH QUẢN TRỊ MARKETING, QUẢN TRỊ THƯƠNG HIỆU,**  
**TRUYỀN THÔNG MARKETING**  
**HỌC KỲ CUỐI NĂM 2020**

**1. CĂN CỨ**

- Căn cứ chương trình đào tạo các chuyên ngành thuộc khoa Marketing đã ban hành, thể hiện cấu trúc chương trình đào tạo và kế hoạch giảng dạy.
- Căn cứ tiến độ đào tạo theo sơ đồ Gantt mà phòng Quản lý đào tạo đã triển khai.
- Căn cứ đề cương chi tiết Học phần Thực hành nghề nghiệp 2.

**2. MỤC TIÊU**

- Giúp sinh viên hệ thống lại kiến thức của học phần Nghiên cứu Marketing để vận dụng, xem xét, đánh giá trong thực tiễn nghiên cứu.
- Sinh viên áp dụng kiến thức nghiên cứu marketing để thực hiện một dự án nghiên cứu marketing, từ xác định vấn đề nghiên cứu, thu thập dữ liệu, phân tích và đánh giá tình huống thực tiễn.
- Từ kết quả nghiên cứu, sinh viên đề xuất các hàm ý, giải pháp marketing cho doanh nghiệp.

**3. YÊU CẦU**

**3.1. Yêu cầu chung**

- Chấp hành nghiêm chỉnh qui định trong kế hoạch của Khoa trong quá trình làm đề tài.
- Thực hiện nhiệm vụ theo sự hướng dẫn và yêu cầu của giảng viên hướng dẫn.
- Nêu cao tinh thần tích cực suy nghĩ, tìm tòi và chủ động trong quá trình thực hiện đề tài.

**3.2. Yêu cầu chuyên môn**

Sinh viên phải biết vận dụng kiến thức đã học để:

- Lập kế hoạch nghiên cứu.
- Kỹ năng làm việc theo nhóm.
- Vận dụng lý thuyết, phát triển mô hình nghiên cứu, thang đo, bảng câu hỏi.
- Chọn mẫu có hiệu quả nhất đối với đề tài nghiên cứu.
- Thiết kế bảng câu hỏi, Showcard, Photocard, Contactsheet...
- Kỹ năng giao tiếp phỏng vấn.

- Xử lý phân tích dữ liệu bằng phần mềm SPSS, AMOS, SmartPLS...tùy theo yêu cầu của đề tài.
- Viết báo cáo kết quả nghiên cứu.

#### **4. CÁC LĨNH VỰC NGHIÊN CỨU**

Vận dụng các phương pháp nghiên cứu trong đó phương pháp khảo sát, quan sát, thực nghiệm vào nghiên cứu các dạng đề tài như:

- Nghiên cứu hành vi, nhận thức, thái độ, thị hiếu, hành vi của người tiêu dùng đối với một loại sản phẩm hay một ngành hàng.
- Nghiên cứu về qui mô thị trường, đặc điểm, tiềm năng, triển vọng của thị trường
- Nghiên cứu đặc điểm tiêu dùng và đánh giá của người tiêu dùng về sản phẩm.
- Nghiên cứu ảnh hưởng, tác động của các hoạt động marketing của doanh nghiệp đến hành vi người tiêu dùng (tác động của quảng cáo, khuyến mãi, thay đổi giá, bao bì...)
- Nghiên cứu tình hình cạnh tranh các nhãn hiệu, thương hiệu trên thị trường trong đáp ứng nhu cầu khách hàng.
- Một số đề tài theo yêu cầu của doanh nghiệp được khuyến khích thực hiện.

#### **5. TỔ CHỨC THỰC HIỆN**

##### **5.1. Hội đồng thực hành nghề nghiệp 2**

- |   |                  |
|---|------------------|
| 1- TS.GVC. Nguyễn Xuân Trường – Trưởng Khoa | : Chủ tịch       |
| 2- ThS. Nguyễn Anh Tuấn – Phụ trách bộ môn  | : Ủy viên        |
| 3- ThS. Bùi Thị Thanh – Thư ký khoa         | : Ủy viên thư ký |
| 4- Cô Võ Thị Kim Ngân – Thư ký khoa         | : Ủy viên thư ký |

##### **5.2. Giảng viên hướng dẫn**

1. TS. GVC. Ngô Thị Thu
2. TS. GVC. Trần Văn Thi
3. TS. GVC. Nguyễn Xuân Trường
4. ThS. NCS. Nguyễn Anh Tuấn
5. ThS. NCS. Nguyễn Thái Hà
6. ThS. NCS. Dư Thị Chung
7. ThS. NCS. Nguyễn Thị Ngọc Hạnh
8. ThS. Ngô Minh Trang
9. ThS. Ninh Đức Cúc Nhật
10. ThS. Nguyễn Thị Minh Ngọc
11. ThS. Đặng Huỳnh Phương
12. ThS. Nguyễn Hoàng Chi
13. ThS. Trần Nhật Minh