

-----***-----

-----***-----

ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN MARKETING DỊCH VỤ

Hệ đào tạo: Đại học chính quy
Ngành: Kinh doanh thương mại

1. Thông tin chung về học phần

- Tên học phần: Marketing dịch vụ (Service Marketing)
- Mã học phần: DQK.01.21
- Số tín chỉ: 03
- Vị trí học phần: Kiến thức ngành, bắt buộc
- Học phần học trước: Marketing căn bản (DQK.01.06)
- Học phần song hành: Không
- Phân bổ giờ tín chỉ đối với các hoạt động:
 - + Lý thuyết: 40 tiết
 - + Thảo luận nhóm, thực hành: 6 tiết
 - + Kiểm tra: 2 tiết
 - + Tự học: 90 tiết
- Bộ môn phụ trách học phần: **Kinh doanh thương mại**
- Giảng viên phụ trách học phần:
Họ và tên: TS. Nguyễn Thị Nhung
Chức danh: Giảng viên
Thông tin liên hệ: 0989145912 Email: nhungmar86@gmail.com

2. Các học phần tiên quyết

Các học phần tiên quyết: Không

3. Mục tiêu của học phần:

3.1. Mục tiêu chung

Học phần marketing dịch vụ trang bị cho sinh viên kiến thức để tạo nền tảng ứng dụng marketing trong kinh doanh dịch vụ. Từ đó giúp sinh viên phát triển được kỹ năng thực hành và thái độ tích cực để áp dụng các lý thuyết đã học vào các tình huống thực tế.

3.2. Mục tiêu cụ thể

Hệ thống hóa được các kiến thức cơ bản về marketing dịch vụ.

Vận dụng các kiến thức về marketing dịch vụ để lập kế hoạch và xây dựng chiến lược marketing dịch vụ cho doanh nghiệp.

Kỹ năng làm việc nhóm và thuyết trình, kỹ năng tìm kiếm, tổng hợp phân tích và đánh giá thông tin, kỹ năng lập kế hoạch và tổ chức công việc.

Hình thành thái độ công bằng, khách quan, khoa học và có trách nhiệm trong học tập và làm việc. Tự tin, kiên trì theo đuổi mục tiêu.

4. Chuẩn đầu ra của học phần (CLO – Courses Learning Outcomes)

4.1. Nội dung chuẩn đầu ra của học phần

CLO1: Giải thích được khái niệm, chức năng, vai trò của dịch vụ và marketing dịch vụ, quá trình nghiên cứu marketing trong dịch vụ.

CLO2: Vận dụng được kiến thức để thực hiện được các quyết định marketing hỗn hợp: sản phẩm, giá, phân phối, xúc tiến hỗn hợp, con người, quy trình cung ứng dịch vụ, chứng cứ vật chất hữu hình.

CLO3: Phân tích được yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động marketing tại các doanh nghiệp dịch vụ.

CLO4: Thực hành giao tiếp, đàm phán, xử lý tình huống, làm việc nhóm.

CLO5: Lựa chọn được các loại thông tin để ra quyết định marketing hỗn hợp.

CLO6: Rèn luyện khả năng tự học, tìm tòi và sáng tạo, khả năng chịu áp lực công việc và giải quyết các vấn đề phát sinh, tự tin và kiên trì theo đuổi mục tiêu.

4.2. Ma trận nhất quán giữa chuẩn đầu ra học phần (CLO) với chuẩn đầu ra chương trình đào tạo (PLO):

	PLO 1	PLO 2	PLO 3	PLO 4	PLO 5	PLO 6	PLO 7	PLO 8	PLO 9	PLO 10	PLO 11	PLO 12
CLO1			H									
CLO2			H									
CLO3					H							
CLO4								H				
CLO5									H			
CLO6											H	
TỔNG HỢP TOÀN BỘ HP			H		H			H	H		H	

Trong đó:

Mức độ đóng góp của CLO và PLO được xác định cụ thể như sau:

L (Low) – CLO có đóng góp ít vào PLO

M (Medium) – CLO có đóng góp vừa vào PLO

H (High) – CLO có đóng góp nhiều vào PLO

4.3. Ma trận nhất quán giữa phương pháp dạy học với chuẩn đầu ra học phần (CLO)

	CLO1	CLO2	CLO3	CLO4	CLO5	CLO6
Phương pháp thuyết giảng	H	H	H	H		
Phương pháp phát vấn	H	H	H	H		M
Phương pháp dạy học nhóm (thảo luận, làm bài tập theo nhóm)	H	H	H	H	H	M
Hướng dẫn tự học	M	M	M	M		H
Thuyết trình tích cực	H	H	H	H	M	H

4.4. Ma trận nhất quán giữa phương pháp, hình thức kiểm tra, đánh giá với chuẩn đầu ra học phần (CLO)

Bài 1	<p>Chương 1: Giới thiệu về marketing dịch vụ</p> <p>1.1 Vai trò của dịch vụ trong nền kinh tế</p> <p>1.2 Khái niệm và phân loại dịch vụ</p>	3	0	0	5	CLO1 CLO6	Thuyết giảng, Phát vấn, Giải quyết vấn đề	SV đọc trước giáo trình
Bài 2	<p>Chương 2: Hành vi khách hàng</p> <p>2.1. Khái quát về hành vi tiêu dùng dịch vụ</p> <p>2.2. Quá trình khách hàng ra quyết định mua dịch vụ</p>	3	0	0	5	CLO1 CLO6	Thuyết giảng, Phát vấn, Giải quyết vấn đề	SV đọc trước giáo trình
Bài 3	<p>Chương 2: Hành vi khách hàng</p> <p>2.3. Sử dụng kết quả nghiên cứu hành vi khách hàng để thiết kế quá trình cung ứng dịch vụ</p> <p>2.4. Sự hài lòng, quản trị quan hệ khách hàng và tạo lập lòng trung thành của khách hàng trong kinh doanh dịch vụ</p>	3	0	0	6	CLO1 CLO6	Thuyết giảng, Phát vấn, Giải quyết vấn đề	SV tự nghiên cứu giáo trình ở nhà
Bài 4	<p>Chương 3: Lựa chọn thị trường mục tiêu và định vị</p> <p>3.1 Phân đoạn thị trường và lựa chọn thị trường mục tiêu</p> <p>3.2. Định vị</p>	3	0		5	CLO1 CLO3 CLO6	Thuyết giảng, Phát vấn, Giải quyết vấn đề	SV đọc trước giáo trình
Bài 5	<p>Chương 4: Cân bằng cung cầu và quản lý hiệu suất</p> <p>4.1 Cân bằng cung cầu về dịch vụ của doanh nghiệp</p> <p>4.2. Quản lý hiệu suất trong kinh doanh dịch vụ</p>	3	0		5	CLO1 CLO6	Thuyết giảng, Phát vấn, Giải quyết vấn đề	SV đọc trước giáo trình

Bài 6	<p>Chương 5. Quyết định sản phẩm dịch vụ</p> <p>5.1 Tổng quan về sản phẩm dịch vụ</p> <p>5.2. Quyết định về các cấp độ sản phẩm dịch vụ</p> <p>5.3. Quyết định về chất lượng</p> <p>Thảo luận nhóm</p>	2	1	0	6	CLO2 CLO3 CLO4 CLO5 CLO6	Thuyết giảng, Phát vấn, Giải quyết vấn đề	SV tự nghiên cứu giáo trình
Bài 7	<p>5.4 Quyết định về sản phẩm dịch vụ mới</p> <p>5.5. Quyết định về thương hiệu</p> <p>Bài tập tình huống</p>	2	1	0	5	CLO2 CLO3 CLO4 CLO5 CLO6	Thuyết giảng, Phát vấn, Giải quyết vấn đề	SV đọc trước giáo trình
Bài 8	<p>Chương 6. Quyết định giá dịch vụ</p> <p>6.1 Đặc trưng của định giá dịch vụ</p> <p>6.2 Phương pháp xác định giá dịch vụ</p> <p>6.3 Mối quan hệ giữa giá cả và giá trị cảm nhận của khách hàng về dịch vụ</p> <p>6.4 Quản trị dịch vụ</p> <p>Bài tập nhóm</p>	1	1	0	5	CLO2 CLO3 CLO4 CLO5 CLO6	Thuyết giảng, Phát vấn, Giải quyết vấn đề	SV đọc trước giáo trình
Bài 9	<p>Chương 7. Quyết định phân phối dịch vụ</p> <p>7.1 Khái quát về phân phối dịch vụ</p> <p>7.2 Quyết định phương thức phân phối dịch vụ</p> <p>7.3 Quyết định về địa điểm</p> <p>Kiểm tra</p>	3	0	1	5	CLO2 CLO3 CLO5 CLO6	Thuyết giảng, Phát vấn, Giải quyết vấn đề	SV tự nghiên cứu giáo trình

Bài 10	<p>Chương 8. Quyết định về truyền thông dịch vụ</p> <p>8.1 Khái quát về truyền thông dịch vụ</p> <p>8.2 Kế hoạch truyền thông dịch vụ</p> <p>8.3 Những thách thức trong truyền thông dịch vụ</p> <p>Thảo luận nhóm</p>	2	1	0	6	CLO2 CLO3 CLO4 CLO5 CLO6	Thuyết giảng, Phát vấn, Giải quyết vấn đề	SV đọc trước giáo trình
Bài 11	<p>Chương 9. Quyết định về quy trình trong cung ứng dịch vụ</p> <p>9.1 Tổng quan về quy trình dịch vụ</p> <p>9.2 Xây dựng quy trình cung ứng dịch vụ</p> <p>9.3 Thiết kế lại quy trình cung ứng dịch vụ</p> <p>9.4 Quản trị hành vi của khách hàng trong quá trình tương tác dịch vụ</p>	3	0	0	6	CLO2 CLO3 CLO5 CLO6	Thuyết giảng, Phát vấn, Giải quyết vấn đề	SV đọc trước giáo trình
Bài 12	<p>Chương 10. Quyết định về môi trường vật chất</p> <p>10.1 Khái quát về môi trường vật chất</p> <p>10.2 Tác động của môi trường vật chất</p> <p>10.3 Các quyết định liên quan đến môi trường vật chất</p> <p>10.4 Thiết kế môi trường vật chất</p>	3	0	0	6	CLO2 CLO3 CLO5 CLO6	Thuyết giảng, Phát vấn, Giải quyết vấn đề	SV đọc trước giáo trình
Bài 13	<p>Chương 11. Quyết định về yếu tố con người</p> <p>11.1 Vai trò của nhân viên</p> <p>11.2 Đặc trưng công việc của nhân viên dịch vụ</p> <p>11.3 Các quyết định về yếu tố con người</p> <p>Kiểm tra</p>	3	0	1	6	CLO2 CLO3 CLO5 CLO6	Thuyết giảng, Phát vấn, Giải quyết vấn đề	SV đọc trước giáo trình

Bài 14	Chương 12 Marketing ngân hàng 12.1 Khách hàng sử dụng dịch vụ ngân hàng 12.2 Đặc điểm của marketing ngân hàng 12.3 Chiến lược marketing ngân hàng Thảo luận nhóm	1	1	0	6	CLO2 CLO3 CLO4 CLO5 CLO6	Thuyết giảng, Phát vấn, Giải quyết vấn đề	SV đọc trước giáo trình
Bài 15	Chương 13 Marketing du lịch 13.1 Tổng quan về du lịch 13.2 Du khách và đặc điểm hành vi 13.3 Chiến lược marketing của marketing du lịch Thảo luận nhóm	2	1	0	6	CLO2 CLO3 CLO4 CLO5 CLO6	Thuyết giảng, Phát vấn, Giải quyết vấn đề	SV đọc trước giáo trình
Bài 16	Chương 14. Marketing dịch vụ công 14.1 Tổng quan về dịch công 14.2 Ứng dụng marketing trong dịch vụ công Tổng kết học phần	3	0	0	6	CLO2 CLO3 CLO5 CLO6	Thuyết giảng, Phát vấn, Giải quyết vấn đề	SV đọc trước giáo trình
Tổng số tiết		40	6	2	90			

10. Kiểm tra, đánh giá kết quả học tập:

10.1. Phương pháp, hình thức kiểm tra, đánh giá:

Hình thức đánh giá	Phần trăm	Yêu cầu chung, mục đích, cơ sở lý luận, minh chứng
1. Chuyên cần (kiểm tra đánh giá thường xuyên trên lớp: 01 điểm)	10%	Yêu cầu chung: <ul style="list-style-type: none"> Sinh viên có mặt, tham gia đầy đủ 100% buổi học, giờ học. Sinh viên tích cực phát biểu. Mục đích: <ul style="list-style-type: none"> Đánh giá thái độ học tập: sự chăm chỉ, nghiêm túc, kỷ luật, sự hào hứng, say mê học tập.

2. Thuyết trình và thảo luận nhóm (01 bài)	10 %	Yêu cầu: <ul style="list-style-type: none"> • Sinh viên thảo luận, làm việc theo nhóm theo các chủ đề được giao. • Sinh viên thuyết trình tích cực, phản biện và trả lời các câu hỏi của GV và các nhóm SV khác. • Điểm của sinh viên sẽ được đánh giá là điểm của nhóm được phân bổ trên mức độ đóng góp của các thành viên. Mục đích: <ul style="list-style-type: none"> • Giúp sinh viên hệ thống lại kiến thức, phát triển kỹ năng phân tích, kỹ năng thuyết trình, trình bày vấn đề bằng văn bản, kỹ năng lập luận, kỹ năng phối hợp và làm việc nhóm.
3. Kiểm tra giữa kỳ (trắc nghiệm/ tự luận) (02 bài)	20%	Yêu cầu: <ul style="list-style-type: none"> • Sinh viên thực hiện bài kiểm tra trong khoảng thời gian nhất định. Mục đích: <ul style="list-style-type: none"> • Ghi nhớ kiến thức đã học. • Có biện pháp cải tiến phương pháp học tập để đạt kết quả tốt hơn vào cuối kỳ.
4. Thi hết học phần (tự luận) (90 phút)	60%	Yêu cầu chung: <ul style="list-style-type: none"> • Sinh viên nghiên cứu kỹ các mục tiêu của bài tập cần đạt. • Đọc, ghi nhớ tài liệu để có cơ sở lý thuyết cho bài tập phân tích tình huống. Mục đích: <ul style="list-style-type: none"> • Khuyến khích sinh viên chủ động tìm tòi, nghiên cứu. • Tăng cường khả năng quan sát, tư duy và lập luận logic và phê phán.

10.2. Miêu tả chi tiết các bài kiểm tra trong kỳ, bài thi hết học phần và bộ tiêu chí đánh giá:

Tiêu chí đánh giá (Rubrics định tính cho bài thi hết học phần tự luận)

Tiêu chí đánh giá	Mức chất lượng	Thang điểm
Nội dung đầy đủ, trả lời đúng 100% câu hỏi. Có phân tích mở rộng (phân tích đúng hướng và đủ ý). Trình bày rõ ràng, diễn đạt ngắn gọn, xúc tích, logic. Không có lỗi về thuật ngữ chuyên môn. Không có lỗi chính tả.	Xuất sắc	9 - 10

<p>Trả lời đúng 70-80% câu hỏi. Có mở rộng, phân tích đúng hướng nhưng chưa đủ ý. Trình bày rõ ràng, diễn đạt logic. Còn lỗi chính tả.</p>	Khá – Giỏi	7- 8
<p>Trả lời đúng 50-60% câu hỏi. Không phân tích. Trình bày không rõ ý, chưa logic. Còn lỗi chính tả.</p>	Trung bình	5 - 6
<p>Trả lời sai, lạc đề, hoặc phần trả lời đúng dưới mức 50% câu hỏi. Không làm hết câu hỏi, bỏ nội dung hơn 50%. Không hiểu câu hỏi. Mắc nhiều lỗi về thuật ngữ chuyên môn (5-6 lỗi). Nhiều lỗi chính tả.</p>	Yếu	3 - 4
<p>Trả lời sai, lạc đề, phần trả lời đúng dưới mức 20%. Không làm hết câu hỏi, bỏ đến 80% nội dung. Không hiểu câu hỏi. Không hiểu các thuật ngữ chuyên môn cơ bản, mắc nhiều lỗi về thuật ngữ chuyên môn (trên 6 lỗi). Diễn đạt không rõ ý. Nhiều lỗi chính tả.</p>	Kém	0 - 2

10.3. Chính sách trong đánh giá chuyên cần:

- Sinh viên vắng mặt quá 20% số buổi sẽ không được làm bài thi kết thúc học phần.
- Có điểm thưởng cho sinh viên tích cực phát biểu, ham học hỏi, có sự sáng tạo trong thảo luận, tranh biện.

Hà Nội, ngày 20 tháng 10 năm 2019

Trưởng khoa



TS. Phạm Phan Dũng

Trưởng bộ môn



TS. Nguyễn Thông Thái

Người soạn đề cương



TS. Lê Thị Nhung