TRƯỜNG ĐẠI HỌC NHA TRANG
Khoa/Viện: Công nghệ sinh học và Môi trường
Bộ môn: Công nghệ sinh học

ĐỀ CƯƠNG HỌC PHẦN

1. Thông tin về học phần:

Tên học phần:

- Tiếng Việt: **MARKETING CÁC SẢN PHẨM CNSH**
- Tiếng Anh: **MARKETING IN BIOTECHNOLOGY**

Mã học phần: BIO342 Số tín chỉ: 2(2-0)
Đào tạo trình độ: Đại học
Học phần tiên quyết: Sinh học đại cương

2. Mô tả tóm tắt học phần:

Học phần cung cấp cho người học kiến thức về các quá trình thương mại hóa một sản phẩm công nghệ sinh học từ giai đoạn nghiên cứu thị trường, môi trường kinh doanh, các yếu tố ảnh hưởng đến giá và thiết kế sản phẩm cũng như các chiến lược để bán hàng, phân phối sản phẩm thị trường.

3. Mục tiêu:

Học phần cung cấp cho người học kiến thức về các quá trình thương mại hóa một sản phẩm công nghệ sinh học từ giai đoạn nghiên cứu thị trường, môi trường kinh doanh, các yếu tố ảnh hưởng đến giá và thiết kế sản phẩm cũng như các chiến lược để bán hàng, phân phối sản phẩm thị trường.

4. Kết quả học tập mong đợi (KQHT): Sau khi học xong học phần, sinh viên có thể:

a) Giải thích được khái niệm về marketing, phân biệt các chiến lược khi tiến hành marketing một sản phẩm, các quan điểm chi phối hoạt động marketing của một doanh nghiệp.

b) Phân biệt và cho ví dụ được các vấn đề liên quan đến môi trường vĩ mô khi thực hiện marketing

c) Phân biệt và cho ví dụ được các vấn đề liên quan đến môi trường vi mô khi thực hiện marketing

d) Giải thích được marketing về thị trường, phân biệt các căn cứ để phân khúc thị trường

e) Nhận định được khi làm marketing về thị trường thì cần phải làm gì, đánh giá và phân tích chu kỳ sống của sản phẩm từ khi tung ra thị trường đến khi rút lui.

f) Giải thích được khái niệm giá trong marketing, phân tích và cho ví dụ các yếu tố bên trong và bên ngoài doanh nghiệp chi phối giá của sản phẩm công nghệ sinh học

g) Phân biệt được các chiến lược tăng giá, giảm giá và cách xác định giá của một sản phẩm

h) Giải thích được quan điểm sản phẩm và sản phẩm công nghệ sinh học, phân tích sự khác biệt với các sản phẩm khác như thế nào.
k) Phân biệt và cho ví dụ được các bước tạo ra sản phẩm từ ý tưởng, thiết kế, sản xuất và đưa ra thị trường
l) Vận dụng được các chiến lược khi thực hiện marketing đối với sản phẩm công nghệ sinh học
m) Giải thích được khái niệm về phân phối trong marketing, phân biệt các bộ phận của phân phối
n) Phân biệt được các loại kênh phân phối, phân tích đặc điểm và ứng dụng các loại kênh phân phối này
l) Phân tích và cho ví dụ được các chiến lược liên quan đến phân phối sản phẩm công nghệ sinh học
p) Giải thích được khái niệm xúc tiến hỗn hợp
q) Phân biệt và cho ví dụ được được các yếu tố chi phối và tác động đến hoạt động xúc tiến hỗn hợp là gì
r) Phân tích được các chiến lược quảng cáo, PR, khuyến mãi… và ưu nhược điểm của các chiến lược này.

5. Nội dung:

STT	*Chương/Chủ đề*	*Nhằm đạt KQHT*	*Số tiết*	
			LT	*TH*
1	**CÁC NGUYÊN LÝ CĂN BẢN VÀ MÔI TRƯỜNG MARKETING**		**6**	0
1.1	Giới thiệu về marketing và các chiến lược	a	2	
1.2	Môi trường vĩ mô: môi trường dân số, môi trường kinh tế, môi trường công nghệ, môi trường pháp luật …	b	2	
1.3	Môi trường vi mô: nhà cung ứng, doanh nghiệp, đối thủ cạnh tranh, trung gian marketing, khách hàng, công chúng	c	2	
2	**MARKETING VỀ THỊ TRƯỜNG**		**6**	
2.1	Khái niệm về thị trường, phân khúc thị trường	d	2	
2.2	Các chiến lược khi thực hiện marketing liên quan đến nghiên cứu thị trường	e	4	
3	**MARKETING VỀ GIÁ**		**6**	
3.1	Khái niệm giá và các yếu tố chi phối giá	f	2	
3.2	Các chiến lược marketing cản bản đối với giá	g	4	
4	**MARKETING VỀ SẢN PHẨM CNSH**		**6**	
4.1	Khái niệm sản phẩm, sản phẩm CNSH	h	2	

4.2	Các bước tạo ra sản phẩm	k	2	
4.3	Các chiến lược marketing trong mẫu mã, bao bì, màu sắc…liên quan đến sản phẩm CNSH	l	2	
5	**MARKETING VỀ PHÂN PHỐI**		**6**	
5.1	Khái niệm phân phối sản phẩm	m	2	
5.2	Phân loại kênh phân phối	n	2	
5.3	Các chiến lược marketing đối với phân phối	o	2	
6	**MARKETING VỀ XÚC TIẾN HỖN HỢP**		**6**	
6.1	Khái niệm về xúc tiến hỗn hợp	p	2	
6.2	Các yếu tố chi phối hoạt động xúc tiến hỗn hợp	q	2	
6.3	Các chiến lược xúc tiến hỗn hợp	r	2	

6. Tài liệu dạy và học:

STT	*Tên tác giả*	*Tên tài liệu*	*Năm xuất bản*	*Nhà xuất bản*	*Địa chỉ khai thác tài liệu*	*Mục đích sử dụng*	
						Tài liệu chính	*Tham khảo*
1	Lê Phương Chung	Bài giảng điện tử Marketing SP CNSH	2018	NTU	Thư viện số	x	
2	PGS.TS Trần Minh Đạo	Giáo trình Marketing căn bản	2006	Nhà xuất bản Đại học Kinh tế quốc dân	Thư viện	x	
3	Trường Đại học Kinh Tế TP. HCM	Giáo trình Marketing căn bản	2010	Nhà xuất bản Lao Động	Thư viện		x
4	Nguyễn Đình Thọ, Nguyễn Thị Mai Trang	Nguyên Lý Tiếp Thị	2003	NXB Đại Học Quốc Gia	Thư viện		x
5	Quách Thị Bữu Châu và cs	Marketing căn bản	2012	NXB Lao động	Thư viện		x

7. Đánh giá kết quả học tập:

STT	*Hình thức đánh giá*	*Nhằm đạt KQHT*	*Trọng số (%)*

1	Kiểm tra giữa kỳ	a đến f	20
2	Báo cáo nhóm	k đến r	20
3	Chuyên cần/thái độ		10
4	Thi kết thúc học phần	a đến r	50

GIẢNG VIÊN BIÊN SOẠN
(Ký và ghi họ tên)

Lê Phương Chung

TRƯỞNG KHOA/VIỆN
(Ký và ghi họ tên)

Ngô Thị Hoài Dương

TRƯỞNG BỘ MÔN
(Ký và ghi họ tên)

Phạm Thị Minh Thu