

ỦY BAN NHÂN DÂN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH
TRƯỜNG ĐẠI HỌC SÀI GÒN

CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO
TRÌNH ĐỘ ĐẠI HỌC

Ngành: Quản trị Kinh doanh
Mã số: 52 34 01 01

THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH - NĂM 2016

ỦY BAN NHÂN DÂN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH
TRƯỜNG ĐẠI HỌC SÀI GÒN

CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO
TRÌNH ĐỘ ĐẠI HỌC

Ngành: Quản trị Kinh doanh
Mã số: 52 34 01 01

(Đính kèm Quyết định số /QĐ-ĐHSG-ĐT
ngày tháng năm 2016 của Hiệu trưởng Trường Đại học Sài Gòn)

THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH - NĂM 2016

MỤC LỤC

PHẦN 1 MỤC TIÊU ĐÀO TẠO VÀ CHUẨN ĐẦU RA.....	3
1.1. Mục tiêu chung.....	3
1.2. Mục tiêu cụ thể và chuẩn đầu ra.....	3
1.2.1. Yêu cầu về kiến thức	3
1.2.2. Yêu cầu về kỹ năng	3
1.2.3. Yêu cầu về thái độ	4
1.3. Vị trí làm việc của người học sau khi tốt nghiệp	4
1.4. Khả năng học tập và nâng cao trình độ sau khi tốt nghiệp.....	4
1.5. Các chương trình đã tham khảo	4
1.5.1. Các chương trình trong nước	4
1.5.2. Các chương trình nước ngoài.....	4
PHẦN 2 NỘI DUNG CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO	6
2.1. Khái quát chương trình đào tạo.....	6
2.1.1. Đối tượng tuyển sinh và thời gian đào tạo.....	6
2.1.2. Cấu trúc chung của chương trình đào tạo	6
2.1.3. Điều kiện tốt nghiệp.....	6
2.2. Khung chương trình đào tạo.....	8
2.3. Cơ cấu các học phần của khối kiến thức chuyên ngành.....	10
2.4. Kế hoạch đào tạo theo tiến độ.....	11
2.5. Kế hoạch đào tạo theo tiến độ của khối kiến thức chuyên ngành.....	13
PHẦN 3 ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT CÁC HỌC PHẦN.....	14
KINH TẾ VI MÔ	15
KINH TẾ VĨ MÔ	21
LUẬT KINH DOANH.....	27
MARKETING CĂN BẢN.....	33
KINH TẾ LƯỢNG.....	40
QUẢN TRỊ HỌC	46
QUẢN TRỊ NGUỒN NHÂN LỰC.....	52
LÝ THUYẾT TÀI CHÍNH TIỀN TỆ	57
NGHỆ THUẬT LÃNH ĐẠO	62
VĂN HÓA DOANH NGHIỆP	66
TÂM LÝ HỌC TRONG KINH DOANH	71
ĐẠO ĐỨC KINH DOANH.....	75

QUẢN TRỊ CHIẾN LƯỢC	79
QUẢN TRỊ MARKETING	83
QUẢN TRỊ TÀI CHÍNH	89
QUẢN TRỊ SẢN XUẤT	92
LOGISTICS	98
THUẾ.....	103
KẾ TOÁN QUẢN TRỊ.....	108
HÀNH VI TỔ CHỨC.....	114
TIN HỌC ỨNG DỤNG.....	120
TIẾNG ANH GIAO TIẾP THƯƠNG MẠI	124
THỰC TẬP TỐT NGHIỆP	131
KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP	135
QUẢN TRỊ DOANH NGHIỆP.....	139
QUẢN TRỊ KINH DOANH QUỐC TẾ	144
GIAO TIẾP TRONG KINH DOANH	149
QUẢN TRỊ DỰ ÁN ĐẦU TƯ.....	154
QUẢN TRỊ CHẤT LƯỢNG	159
QUẢN TRỊ RỦI RO.....	163
QUẢN TRỊ THƯƠNG HIỆU.....	168
KHỞI NGHIỆP	174
THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ	178
MARKETING QUỐC TẾ	182
QUẢN TRỊ BÁN HÀNG	188
NGHIÊN CỨU MARKETING.....	193
QUAN HỆ CÔNG CHÚNG	197
TIỀN LƯƠNG TIỀN CÔNG.....	202
TUYỂN DỤNG VÀ ĐÀO TẠO NHÂN SỰ.....	207
LÝ THUYẾT PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG	211
DOANH NGHIỆP XÃ HỘI	215
HÀNH VI KHÁCH HÀNG.....	220

PHẦN 1

MỤC TIÊU ĐÀO TẠO VÀ CHUẨN ĐẦU RA

1.1. Mục tiêu chung

Chương trình nhằm đào tạo Cử nhân Quản trị Kinh doanh có phẩm chất chính trị, đạo đức và sức khỏe tốt, có tinh thần trách nhiệm với xã hội. Người học được trang bị những kiến thức cơ bản về kinh tế - xã hội, về quản trị kinh doanh hiện đại, những kiến thức và kỹ năng chuyên sâu về quản trị doanh nghiệp; và có khả năng hoạch định chính sách, chiến lược, kế hoạch kinh doanh; biết tổ chức hoạt động kinh doanh và tạo lập doanh nghiệp mới; có năng lực nghiên cứu tự bổ sung kiến thức và phát triển tư duy sáng tạo.

1.2. Mục tiêu cụ thể và chuẩn đầu ra

1.2.1. Yêu cầu về kiến thức

Cử nhân Quản trị Kinh doanh được trang bị hệ thống kiến thức cơ bản về kinh tế và xã hội; các kiến thức chuyên sâu, hiện đại về quản trị doanh nghiệp, khởi sự kinh doanh trong môi trường hội nhập quốc tế như kiến thức về quản trị chiến lược, quản trị sản xuất, quản trị nguồn nhân lực, quản trị tài chính, quản trị marketing, quản trị chất lượng, thương mại điện tử; các kiến thức về quá trình tổ chức, phối kết hợp các nguồn lực để đáp ứng tốt nhất nhu cầu biến đổi và mang lại hiệu quả kinh tế cao nhất cho doanh nghiệp; có kiến thức về công cụ và phương pháp vận dụng các nguyên lý khoa học quản trị kinh doanh trong hoạt động thực tiễn phù hợp với điều kiện môi trường cụ thể và biến đổi.

1.2.2. Yêu cầu về kỹ năng

Cử nhân Quản trị Kinh doanh có kỹ năng vận dụng kiến thức lý thuyết và thực tiễn trong những bối cảnh cụ thể và biến đổi, bao gồm:

- Các kỹ năng chuyên môn như: kỹ năng hoạch định, tổ chức thực hiện, kiểm soát, đánh giá và điều chỉnh trong quản trị;
- Các kỹ năng thực hành nghề nghiệp như: thiết lập cơ cấu tổ chức, lập kế hoạch và tổ chức thực hiện, triển khai các dự án kinh doanh, quản trị hoạt động các bộ phận chức năng;
- Các kỹ năng thu thập, phân tích, xử lý thông tin;

- Các kỹ năng hỗ trợ cho việc nâng cao hiệu quả làm việc và phát huy tối đa năng lực cá nhân như: kỹ năng giao tiếp và thuyết trình, kỹ năng lãnh đạo và làm việc nhóm, kỹ năng quản lý thời gian và tự đào tạo, kỹ năng phản biện.

1.2.3. Yêu cầu về thái độ

Cử nhân Quản trị Kinh doanh tôn trọng những chuẩn mực đạo đức của một công dân trong xã hội; tuân thủ pháp luật của quốc gia và quốc tế, tuân thủ trách nhiệm xã hội và đạo đức trong kinh doanh; có tinh thần cầu tiến, không ngừng học hỏi và nâng cao năng lực chuyên môn; tinh thần hợp tác, thái độ tích cực; trung thực, khách quan.

1.3. Vị trí làm việc của người học sau khi tốt nghiệp

Cử nhân Quản trị Kinh doanh có thể đảm nhận những công việc sau:

- Quản trị viên, chuyên viên điều hành ở các cấp quản trị, làm việc tại các bộ phận trong mọi loại hình tổ chức, doanh nghiệp;
- Tự tạo lập doanh nghiệp hoặc tự tìm kiếm cơ hội kinh doanh;
- Cán bộ nghiên cứu, giảng dạy về quản trị kinh doanh tại các trường, viện, trung tâm nghiên cứu hoặc cơ quan hoạch định chính sách kinh doanh.

1.4. Khả năng học tập và nâng cao trình độ sau khi tốt nghiệp

Cử nhân Quản trị Kinh doanh có khả năng tự học và tự nghiên cứu nâng cao trình độ; có năng lực tiếp tục theo học các chương trình đào tạo trình độ sau đại học như thạc sĩ, tiến sĩ trong và ngoài nước.

1.5. Các chương trình đã tham khảo

1.5.1. Các chương trình trong nước

- Trường Đại học Kinh tế TP.HCM;
- Trường Đại học Kinh tế quốc dân;
- Trường Đại học Tài chính – Marketing;
- Trường Đại học Mở TP.HCM.

1.5.2. Các chương trình nước ngoài

- USC Marshall-School of Business (USA);
- WEST Texas A&M University (USA);
- State University at Illinois, College of Business (USA);
- Arizona State University- W.P. Carey School of Business (USA);
- Liverpool University (Anh);

- Paris Business School (Pháp);
- Assumption University of Thailand (Thái Lan);
- Melbourne University (Úc);
- New South Wales University (Úc).

HIỆU TRƯỞNG

TRƯỞNG PHÒNG ĐÀO TẠO

TRƯỞNG NGÀNH

PGS.TS Phạm Hoàng Quân

TS. My Giang Sơn

TS. Nguyễn Thị Thanh Bình

PHẦN 2

NỘI DUNG CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

2.1. Khái quát chương trình đào tạo

2.1.1. Đối tượng tuyển sinh và thời gian đào tạo

- Đối tượng tuyển sinh: tốt nghiệp trung học phổ thông hoặc tương đương
- Thời gian đào tạo: 04 năm.

2.1.2. Cấu trúc chung của chương trình đào tạo

Tổng số tín chỉ trong chương trình: 145 tín chỉ. Sinh viên phải tích lũy tối thiểu 132 tín chỉ (các ngành đào tạo trong thời gian 04 năm, không kể 03 tín chỉ của môn học Giáo dục thể chất và 08 tín chỉ của môn học Giáo dục quốc phòng - An ninh), trong đó:

- Khối kiến thức chung: 19 tín chỉ (bắt buộc: 19 tín chỉ; tự chọn: 0 tín chỉ);
- Khối kiến thức cơ sở: 44 tín chỉ (bắt buộc: 42 tín chỉ; tự chọn 2 tín chỉ);
- Khối kiến thức ngành: 29 tín chỉ (bắt buộc: 29 tín chỉ; tự chọn 0 tín chỉ);
- Khối kiến thức chuyên ngành: 27 tín chỉ (bắt buộc: 18 tín chỉ; tự chọn 9 tín chỉ)
- Thực tập tốt nghiệp: 05 tín chỉ.
- Khóa luận tốt nghiệp/các học phần thay thế: 08 tín chỉ

2.1.3. Điều kiện tốt nghiệp

- Cho đến thời điểm xét tốt nghiệp không bị truy cứu trách nhiệm hình sự hoặc không đang trong thời gian bị kỷ luật ở mức đình chỉ học tập;
- Tích lũy đủ số học phần và khối lượng của chương trình đào tạo theo quy định;
- Điểm trung bình chung tích lũy của toàn khóa học đạt từ 2,00 trở lên;
- Đạt chuẩn đầu ra về ngoại ngữ, tin học do Hiệu trưởng quy định;
- Thỏa mãn một số yêu cầu về kết quả học tập đối với nhóm học phần thuộc ngành đào tạo chính và các điều kiện khác do Hiệu trưởng quy định;

- Có chứng chỉ Giáo dục quốc phòng - An ninh và chứng chỉ Giáo dục thể chất đối với các ngành đào tạo không chuyên về quân sự và thể dục - thể thao;

- Có đơn gửi Phòng Đào tạo đề nghị được xét tốt nghiệp trong trường hợp đủ điều kiện tốt nghiệp sớm hoặc muộn so với thời gian thiết kế của khoá học.

2.2. Khung chương trình đào tạo

TT	Tên học phần/môn học	Mã số	Số tín chỉ	Số tiết					Hệ số học phần	Mã số học phần học trước
				Lên lớp			Thực hành, thí nghiệm, thực địa	Cộng		
				Lí thuyết	Bài tập	Thảo luận				
I Khối kiến thức chung: 19/132 tín chỉ										
Bắt buộc: 19/19 tín chỉ										
1	Những nguyên lý cơ bản của Chủ nghĩa Mác – Lênin	861001	5	75				75		
2	Tư tưởng Hồ Chí Minh	861002	2	30				30		861001
3	Đường lối cách mạng ĐCSVN	861003	3	45				45		861002
4	Tiếng Anh I	866101	2	30				30		Điểm khảo sát ≥ 50
5	Tiếng Anh II	866102	2	30				30		866101
6	Tiếng Anh III	866103	3	30				30		866102
7	Pháp luật đại cương	865006	2	30				30		
8	Giáo dục thể chất (I)	862101	1				30	30	0.5	
9	Giáo dục thể chất (II)	862102	1				30	30	0.5	862101
10	Giáo dục thể chất (III)	862103	1				30	30	0.5	862101
11	GD quốc phòng – An ninh (I)	862106	3	45				45	1	861003
12	GD quốc phòng – An ninh (II)	862107	2	30				30	1	
13	GD quốc phòng – An ninh (III)	862108	3				45	45	1	
Tự chọn: 00/19 tín chỉ										
II Khối kiến thức cơ sở: 44/132 tín chỉ										
Bắt buộc: 42/44 tín chỉ										
14	Phương pháp NCKH	868001	2	30				30		
15	Toán cao cấp C1	867007	3	45				45		
16	Toán cao cấp C2	867008	2	30				30		
17	Quy hoạch tuyến tính	867006	2	30				30		
18	Xác suất thống kê A	864001	3	45				45		
19	Kinh tế vi mô	833020	3	45				45		
20	Kinh tế vĩ mô	833021	3	45				45		833020
21	Luật kinh doanh	833301	3	45				45		865006
22	Marketing căn bản	833023	3	45				45		
23	Kinh tế lượng	833006	3	30	10	5		45		
24	Quản trị học	867004	4	60				60		
25	Nguyên lý thống kê kinh tế	867001	3	45				45		864001
26	Nguyên lý kế toán	867002	3	45				45		
27	Quản trị nguồn nhân lực	867005	3	45				45		867004
28	Lý thuyết tài chính tiền tệ	833030	2	30				30		833021
Tự chọn: 2/44 tín chỉ										

29	Nghệ thuật lãnh đạo	833075	2	30				30		
30	Văn hóa doanh nghiệp	833009	2	30				30		
31	Tâm lý học quản trị kinh doanh	833112	2	30				30		
III	Khối kiến thức ngành: 29/132 tín chỉ									
	Bắt buộc: 29/29 tín chỉ									
32	Đạo đức kinh doanh		2	30				30		
33	Quản trị chiến lược	833101	3	45				45		867004
34	Quản trị Marketing	833052	3	45				45		867004; 833023
35	Quản trị tài chính	833029	3	45				45		833020; 867004
36	Quản trị sản xuất	833056	3	45				45		867004
37	Logistics	833050	3	45				45		
38	Thuế	833069	2	20	5	5		30		833021
39	Kế toán quản trị	833058	3	45				45		867002
40	Hành vi tổ chức		2	30				30		867004
41	Tin học ứng dụng	833070	2	15			15	30		864001
41	Tiếng Anh giao tiếp thương mại	833104	3	45				45		866102
	Tự chọn: 0/29 tín chỉ									
IV	Khối kiến thức chuyên ngành: 27/132 tín chỉ									
	Cơ cấu các học phần của khối kiến thức chuyên ngành được ghi trong mục 2.3									
V	Thực tập: 5/132 tín chỉ									
42	Thực tập tốt nghiệp	833198	5	75						
VI	Khóa luận tốt nghiệp/các học phần thay thế: 8/132 tín chỉ									
43	Khóa luận tốt nghiệp	833099	8							
	Các học phần thay thế khóa luận									
44	Quản trị doanh nghiệp	833054	3	45				45		867004
45	Quản trị kinh doanh quốc tế		3	45				45		867004
46	Giao tiếp trong kinh doanh	833055	2	30				30		
	Tổng cộng số tín chỉ tối thiểu phải tích lũy			132 tín chỉ/ 145 tín chỉ						

2.3. Cơ cấu các học phần của khối kiến thức chuyên ngành

TT	Tên học phần/môn học	Mã số	Số tín chỉ	Số tiết					Hệ số học phần	Mã số học phần học trước
				Lên lớp			Thực hành, thí nghiệm, thực địa	Cộng		
				Lý thuyết	Bài tập	Thảo luận				
Chuyên ngành: Quản trị Kinh doanh tổng hợp (27/132 tín chỉ)										
<i>Bắt buộc: 18/27 tín chỉ</i>										
1	Quản trị dự án đầu tư	833063	3	45				45		867004
2	Quản trị chất lượng	833062	3	45				45		867004
3	Quản trị rủi ro	833057	3	45				45		867004
4	Quản trị thương hiệu	833068	3	45				45		867004; 833052
5	Khởi nghiệp		2	30				30		867004
6	Thương mại điện tử		2	30				30		867004; 833052
7	Marketing quốc tế	833103	2	30				30		833023
<i>Tự chọn: 9/27 tín chỉ</i>										
8	Quản trị bán hàng	833081	2	30				30		867004; 833023
9	Nghiên cứu Marketing		3	45				45		833023
10	Quan hệ công chúng	833064	2	30				30		833023
11	Tiền lương, tiền công	833102	3	45				45		867005
12	Tuyển dụng và đào tạo nhân sự	833109	2	30				30		867005
13	Lý thuyết phát triển bền vững		2	30				30		833021
14	Doanh nghiệp xã hội		2	30				30		
15	Hành vi khách hàng	833113	2	30				30		833023

2.4. Kế hoạch đào tạo theo tiến độ

TT	Tên học phần/môn học	Mã số	Số tín chỉ	Học kì									
				1	2	3	4	5	6	7	8	9	
I	Khối kiến thức chung: 19/132 tín chỉ												
	Bắt buộc: 19/19 tín chỉ												
1	Những nguyên lí cơ bản của Chủ nghĩa Mác – Lênin	861001	5	X									
2	Tư tưởng Hồ Chí Minh	861002	2		X								
3	Đường lối cách mạng ĐCSVN	861003	3			X							
4	Tiếng Anh I	866101	2		X								
5	Tiếng Anh II	866102	2			X							
6	Tiếng Anh III	866103	3				X						
7	Pháp luật đại cương	865006	2	X									
4	Giáo dục thể chất (I)	862101	1	X									
5	Giáo dục thể chất (II)	862102	1		X								
6	Giáo dục thể chất (III)	862103	1			X							
7	GD quốc phòng – An ninh (I)	862106	3				X						
8	GD quốc phòng – An ninh (II)	862107	2		X								
9	GD quốc phòng – An ninh (III)	862108	3			X							
	Tự chọn: 00/19 tín chỉ												
II	Khối kiến thức cơ sở: 44/132 tín chỉ												
	Bắt buộc: 42/44 tín chỉ												
8	Phương pháp NCKH	868001	2		X								
9	Toán cao cấp C1	867007	3	X									
10	Toán cao cấp C2	867008	2	X									
11	Quy hoạch tuyến tính	867006	2				X						
12	Xác suất thống kê A	864001	3	X									
13	Kinh tế vi mô	833020	3	X									
14	Kinh tế vĩ mô	833021	3		X								
15	Luật kinh doanh	833301	3		X								
16	Marketing căn bản	833023	3		X								
17	Kinh tế lượng	833006	3			X							
18	Quản trị học	867004	4	X									
19	Nguyên lý thống kê kinh tế	867001	3			X							
20	Nguyên lý kế toán	867002	3			X							
21	Quản trị nguồn nhân lực	867005	3		X								
22	Lý thuyết tài chính tiền tệ	833030	2			X							
	Tự chọn: 2/44 tín chỉ												
23	Nghệ thuật lãnh đạo	833075	2									X	
24	Văn hóa doanh nghiệp	833009	2									X	
25	Tâm lý học quản trị kinh doanh	833112	2									X	
III	Khối kiến thức ngành: 29/132 tín chỉ												

Bắt buộc: 29/29 tín chỉ										
26	Đạo đức kinh doanh		2				X			
27	Quản trị chiến lược	833101	3					X		
28	Quản trị Marketing	833052	3			X				
29	Quản trị tài chính	833029	3				X			
30	Quản trị sản xuất	833056	3				X			
31	Logistics	833050	3					X		
32	Thuế	833069	2				X			
33	Kế toán quản trị	833058	3				X			
34	Hành vi tổ chức		2						X	
35	Tin học ứng dụng	833070	2		X					
36	Tiếng Anh giao tiếp thương mại	833104	3					X		
Tự chọn: 00/29 tín chỉ										
IV	Khối kiến thức chuyên ngành: 27/132 tín chỉ									
Kế hoạch đào tạo theo tiến độ của khối kiến thức chuyên ngành được ghi trong mục 2.5										
V	Thực tập: 5/132 tín chỉ									
37	Thực tập tốt nghiệp	833198	5							X
VI	Khóa luận tốt nghiệp/các học phần thay thế: 8/132 tín chỉ									
38	Khóa luận tốt nghiệp	833099	8							X
Các học phần thay thế khóa luận										
39	Quản trị doanh nghiệp	833054	3							X
40	Quản trị kinh doanh quốc tế		3							X
41	Giao tiếp trong kinh doanh	833055	2							X
Tổng cộng số tín chỉ tối thiểu phải tích lũy			132 tín chỉ/ 145 tín chỉ							

2.5. Kế hoạch đào tạo theo tiến độ của khối kiến thức chuyên ngành

TT	Tên học phần/môn học	Mã số	Số tín chỉ	Học kì								
				1	2	3	4	5	6	7	8	9
I	Chuyên ngành: Quản trị Kinh doanh tổng hợp (27/132 tín chỉ)											
	<i>Bắt buộc: 18/27 tín chỉ</i>											
42	Quản trị dự án đầu tư	833063	3								X	
43	Quản trị chất lượng	833062	3					X				
44	Quản trị rủi ro	833057	3					X				
45	Quản trị thương hiệu	833068	3					X				
46	Khởi nghiệp		2							X		
47	Thương mại điện tử		2							X		
48	Marketing quốc tế	833103	2							X		
	<i>Tự chọn: 9/27 tín chỉ</i>											
49	Quản trị bán hàng	833081	2						X			
50	Nghiên cứu Marketing		3					X				
51	Quan hệ công chúng	833064	2					X				
52	Tiền lương, tiền công	833102	3					X				
53	Tuyển dụng và đào tạo nhân sự	833109	2					X				
54	Lý thuyết phát triển bền vững		2					X				
55	Doanh nghiệp xã hội		2					X				
56	Hành vi khách hàng	833113	2					X				
		Tổng cộng:	27/132									

HIỆU TRƯỞNG

TRƯỞNG PHÒNG ĐÀO TẠO

TRƯỞNG NGÀNH

PGS.TS Phạm Hoàng Quân

TS. My Giang Sơn

TS. Nguyễn Thị Thanh Bình

PHẦN 3

ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT CÁC HỌC PHẦN

HỌC PHẦN KINH TẾ VI MÔ

1. Thông tin về học phần

- Tên học phần: Kinh tế vi mô
- Mã học phần: 833020
- Số tín chỉ: 3
- Số tiết (lí thuyết, bài tập, thảo luận, thực hành/thí nghiệm/thực địa): 45 (45; 0; 0)
- Trình độ đào tạo: Đại học
- Điều kiện để học học phần:
 - + Đòi hỏi học phần học trước: Không có
 - + Đòi hỏi học phần học song hành: Không có
 - + Sĩ số sinh viên tối đa: 70

2. Bộ môn phụ trách giảng dạy: Bộ môn Cơ bản

3. Mô tả học phần

Môn học cung cấp cho sinh viên những kiến thức căn bản về kinh tế vi mô như: cầu – cung và cân bằng thị trường, lý thuyết hành vi của người tiêu dùng, lý thuyết về sản xuất và chi phí, đặc điểm và hành vi của doanh nghiệp trong các loại thị trường khác nhau (cạnh tranh hoàn hảo, độc quyền hoàn toàn, cạnh tranh độc quyền, độc quyền nhóm) và thị trường các yếu tố sản xuất.

4. Mục tiêu học phần

4.1. Về kiến thức

Môn học giới thiệu đến sinh viên các nguyên lý cơ bản của kinh tế vi mô và sử dụng các lý thuyết và mô hình để giải thích các hiện tượng kinh tế. Kết thúc học phần, sinh viên có khả năng:

Có được kiến thức về cơ chế hoạt động của thị trường và vai trò của Chính phủ, hành vi của người tiêu dùng, nhà sản xuất trong các loại thị trường khác nhau.

Có được kiến thức cần thiết để có thể tiếp thu các môn học khác thuộc chuyên ngành Quản trị kinh doanh

4.2. Về kỹ năng

Vận dụng các lý thuyết kinh tế để phân tích, giải thích và dự báo các hiện tượng kinh tế xảy ra trong thực tế.

Vận dụng các lý thuyết kinh tế để ra các quyết định tối ưu trong điều kiện nguồn lực khan hiếm

4.3. Về thái độ

Sinh viên nhận thức được tầm quan trọng của môn học trong việc cung cấp các kiến thức cơ sở ngành, những kiến thức này là nền tảng giúp sinh viên đi sâu vào các môn học chuyên ngành sau này.

5. Nội dung và kế hoạch dạy học học phần

Nội dung chi tiết của học phần	Số tiết	Hình thức tổ chức, phương pháp dạy - học và kiểm tra, đánh giá
Chương 1: Nhập môn kinh tế vi mô	3	Thuyết giảng, thảo luận, bài tập và liên hệ thực tiễn
1.1. Tổng quan về kinh tế học		
1.1.1. Khái niệm về kinh tế học		
1.1.2. Kinh tế vi mô và kinh tế vĩ mô		
1.1.3. Kinh tế học thực chứng và kinh tế học chuẩn tắc		
1.1.4. Chi phí cơ hội		
1.1.5. Đường giới hạn khả năng sản xuất		
1.2. Khái quát về tổ chức của một nền kinh tế		
1.2.1. Các thành phần của thị trường		
1.2.2. Sơ đồ chu chuyển kinh tế		
1.3. Các nền kinh tế		
1.3.1. Nền kinh tế tập quán truyền thống		
1.3.2. Nền kinh tế chỉ huy (mệnh lệnh)		
1.3.3. Nền kinh tế thị trường		
1.3.4. Nền kinh tế hỗn hợp		
Chương 2: Cung – cầu hàng hóa và giá cả thị trường	9	Thuyết giảng, thảo luận, bài tập và liên hệ thực tiễn
2.1. Cầu và giá cả thị trường		
2.1.1. Các khái niệm		
2.1.2. Các yếu tố ảnh hưởng đến cầu		
2.2. Cung và giá cả thị trường		
2.2.1. Các khái niệm		
2.2.2. Các yếu tố ảnh hưởng đến cung		
2.3. Cân bằng cung cầu		
2.3.1. Trạng thái cân bằng		
2.3.2. Sự thay đổi trạng thái cân bằng		
2.4. Hệ số co giãn		
2.4.1. Khái niệm		
2.4.2. Hệ số co giãn của cầu theo giá		
2.4.3. Hệ số co giãn của cầu theo thu nhập		

2.4.4.	Hệ số co giãn chéo của cầu		
2.4.5.	Hệ số co giãn của cung theo giá		
2.5.	Chính sách của Chính phủ		
2.5.1.	Giá trần và giá sàn		
2.5.2.	Chính sách thuế		
	Chương 3: Lý thuyết hành vi của người tiêu dùng	6	Thuyết giảng, thảo luận, bài tập và liên hệ thực tiễn
3.1.	Lý thuyết lợi ích (hữu dụng)		
3.1.1.	Các khái niệm		
3.1.2.	Quy luật lợi ích biên giảm dần		
3.1.3.	Tối đa hóa lợi ích của người tiêu dùng		
3.2.	Lựa chọn tiêu dùng tối ưu bằng phương pháp hình học		
3.2.1.	Đường ngân sách		
3.2.2.	Đường bàng quan (đường đẳng ích)		
3.2.3.	Tối đa hóa lợi ích của người tiêu dùng		
3.3.	Đường cầu cá nhân và đường cầu thị trường		
3.3.1.	Đường cầu cá nhân		
3.3.2.	Đường cầu thị trường		
3.3.3.	Thặng dư của người tiêu dùng		
	Chương 4: Lý thuyết hành vi của doanh nghiệp	6	Thuyết giảng, thảo luận, bài tập và liên hệ thực tiễn
4.1.	Lý thuyết sản xuất		
4.1.1.	Các khái niệm		
4.1.2.	Hàm sản xuất trong ngắn hạn và dài hạn		
4.1.3.	Xác định phương án phối hợp sản xuất tối ưu bằng phương pháp đại số		
4.1.4.	Đường đẳng lượng		
4.1.5.	Đường đẳng phí		
4.1.6.	Xác định phương án phối hợp sản xuất tối ưu bằng phương pháp hình học		
4.1.7.	Năng suất theo qui mô		
4.2.	Lý thuyết về chi phí sản xuất		
4.2.1.	Các khái niệm		
4.2.2.	Chi phí của doanh nghiệp trong ngắn hạn		
4.2.3.	Tối đa hóa sản lượng, doanh thu và lợi nhuận của DN		
	Chương 5: Thị trường cạnh tranh hoàn hảo	6	Thuyết giảng, thảo luận, bài tập và liên hệ thực tiễn
5.1.	Phân loại thị trường		
5.2.	Thị trường cạnh tranh hoàn hảo (CTHH)		
5.2.1.	Khái niệm		
5.2.2.	Đặc điểm của thị trường cạnh tranh hoàn hảo		
5.2.3.	Đặc điểm của DN trong thị trường CTHH		
5.3.	Quyết định sản xuất trong ngắn hạn		
5.3.1.	Tối đa hóa lợi nhuận của DN		

5.3.2.	Tối thiểu hóa lỗ và ngừng sản xuất		
5.3.3.	Đường cung ngắn hạn của doanh nghiệp		
5.3.4.	Thặng dư sản xuất và thặng dư tiêu dùng		
5.4.	Quyết định sản xuất trong dài hạn		
5.4.1.	Cân bằng dài hạn		
5.4.2.	Đường cung dài hạn		
5.5.	Ưu nhược điểm của thị trường CTHH		
5.5.1.	Ưu điểm		
5.5.2.	Nhược điểm		
Chương 6: Thị trường độc quyền		6	Thuyết giảng, thảo luận, bài tập và liên hệ thực tiễn
6.1.	Thị trường độc quyền		
6.1.1.	Khái niệm		
6.1.2.	Đặc điểm của thị trường độc quyền		
6.1.3.	Các nguyên nhân dẫn đến độc quyền		
6.2.	Hành vi của doanh nghiệp độc quyền trong ngắn hạn		
6.2.1.	Đường cầu và đường doanh thu biên của DN		
6.2.2.	Tối đa hóa lợi nhuận		
6.2.3.	Tối đa hóa doanh thu		
6.2.4.	Tối đa hóa sản lượng mà không bị lỗ		
6.2.5.	Đạt tỷ suất lợi nhuận theo định mức		
6.3.	Quyết định sản xuất trong dài hạn		
6.4.	Một số kỹ thuật hình thành giá độc quyền		
6.4.1.	Phân biệt giá cấp một		
6.4.2.	Phân biệt giá cấp hai		
6.4.3.	Phân biệt giá cấp ba		
6.5.	Các biện pháp quản lý và điều tiết đối với DN độc quyền		
6.5.1.	Tồn thất xã hội do độc quyền		
6.5.2.	Quy định giá tối đa		
6.5.3.	Thuế		
6.5.4.	Luật chống độc quyền		
Chương 7: Cạnh tranh độc quyền và độc quyền nhóm		6	Thuyết giảng, thảo luận, bài tập và liên hệ thực tiễn
7.1.	Thị trường cạnh tranh độc quyền		
7.1.1.	Khái niệm		
7.1.2.	Đặc điểm của thị trường cạnh tranh độc quyền		
7.1.3.	Đường cầu và đường doanh thu biên của DN		
7.1.4.	Cân bằng trong thị trường cạnh tranh độc quyền		
7.2.	Thị trường độc quyền nhóm		
7.2.1.	Khái niệm		
7.2.2.	Đặc điểm của thị trường độc quyền nhóm		
7.2.3.	Lý thuyết trò chơi		
7.2.4.	Cân bằng trong thị trường độc quyền nhóm		
7.2.5.	Đường cầu gãy		

7.2.6. Các DN độc quyền nhóm hợp tác ngầm		
Chương 8: Thị trường yếu tố sản xuất	3	Thuyết giảng, thảo luận, bài tập và liên hệ thực tiễn
8.1. Thị trường lao động		
8.1.1. Cầu về lao động		
8.1.2. Cung về lao động		
8.1.3. Cân bằng cung cầu trên thị trường lao động		
8.2. Thị trường vốn		
8.2.1. Cầu về vốn		
8.2.2. Cung về vốn		
8.2.3. Cân bằng cung cầu trên thị trường vốn		
8.3. Thị trường đất đai		
8.3.1. Cầu về đất đai		
8.3.2. Cung về đất đai		
8.3.3. Cân bằng cung cầu trên thị trường đất đai		
Chương 9: Những hạn chế của kinh tế thị trường và sự can thiệp của chính phủ		Sinh viên tự nghiên cứu
9.1. Những hạn chế của kinh tế thị trường		
9.1.1. Hàng hóa công cộng		
9.1.2. Các yếu tố ngoại ứng		
9.1.3. Thông tin không hoàn hảo		
9.2. Sự can thiệp của chính phủ		
9.2.1. Các chức năng kinh tế của chính phủ		
9.2.2. Các công cụ chủ yếu của Nhà nước		
9.2.3. Các phương pháp điều tiết của Nhà nước		

6. Tài liệu học tập

6.1. Tài liệu chính

1. TS. Nguyễn Đình Luận (chủ biên), ThS Hoàng Hữu Lượng, ThS Hồ Ngọc Thủy, ThS Nguyễn Văn Vẹn, ThS Trần Nam Quốc, ThS Nguyễn Phan Thu Hằng (2011), *Giáo trình Kinh tế Vi mô*, NXB Đại học Công nghiệp TP. HCM.
2. PGS. TS. Đinh Phi Hồ (2015), *Kinh tế vi mô – Căn bản & nâng cao*, NXB Tài chính.

6.2. Tài liệu khác

3. PGS. TS. Đinh Phi Hồ (2015), *Kinh tế vi mô – Căn bản & nâng cao – Câu hỏi trắc nghiệm & Bài tập*, NXB Tài chính.
4. R. F. Pindyck and D. L. Rubinfeld (2015), *Kinh tế học vi mô*, NXB Kinh tế TP.HCM.
5. N. Gregory Mankiw (2015), *Kinh tế học vi mô*, South-Western Cengage Learning.
6. Edwin Mansfield (2014), *Kinh tế vi mô ứng dụng trong quản trị doanh nghiệp*, NXB Kinh tế TP. HCM.

7. Paul A. Samuelson, William D. Nordhaus (1998), *Economics*, McGraw-Hill.

7. Phương pháp đánh giá học phần

7.1. Thang điểm: thang điểm 10, làm tròn đến phần nguyên

7.2. Số bài kiểm tra quá trình: 1 lần kiểm tra giữa kỳ

7.3. Hình thức thi kết thúc học phần: tự luận, đề đóng (thí sinh không được mang tài liệu vào phòng thi), thời gian làm bài: 75 phút.

7.4. Các điểm quá trình và trọng số/hệ số tương ứng

- Điểm chuyên cần: hệ số 0.1;

- Điểm trung bình của các bài kiểm tra quá trình: hệ số 0.3;

- Điểm thi kết thúc học phần: hệ số 0.6.

7.5. Điểm học phần: là điểm trung bình chung của các điểm nêu ở mục 7.4

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 29 tháng 4 năm 2016

DUYỆT

TRƯỜNG NGÀNH

TRƯỜNG BỘ MÔN

NGƯỜI BIÊN SOẠN

PGS.TS. Phạm Hoàng Quân

TS. Nguyễn Thị Thanh Bình

ThS. Nguyễn Phan Thu Hằng

ThS. Lê Đình Nghi

UBND THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN
TRƯỜNG ĐẠI HỌC SÀI GÒN **NGÀNH: QUẢN TRỊ KINH DOANH**

HỌC PHẦN
KINH TẾ VĨ MÔ

1. Thông tin về học phần

- Tên học phần: Kinh tế vĩ mô
- Mã học phần: 833021
- Số tín chỉ: 03
- Số tiết (lý thuyết, bài tập, thảo luận, thực hành/thí nghiệm/thực địa): 45 (45; 0; 0)
- Trình độ đào tạo: Đại học
- Điều kiện để học học phần
 - + Đòi hỏi học phần học trước: Không có
 - + Đòi hỏi học phần học song hành: Không có
 - + Sĩ số sinh viên tối đa: 70

2. Bộ môn phụ trách giảng dạy: Bộ môn Cơ bản

3. Mô tả học phần

Học phần kinh tế vĩ mô được thiết kế nhằm cung cấp kiến thức cơ bản về sản lượng quốc gia, lạm phát, thất nghiệp, cung cầu tiền tệ, sự cân bằng của các thị trường hàng hóa, tiền tệ, lao động và ngoại hối. Giúp sinh viên có kỹ năng đánh giá và phân tích các hiện tượng và các sự kiện kinh tế vĩ mô, vận dụng và đánh giá tác động của các chính sách vĩ mô vào nền kinh tế, làm cơ sở cho việc phân tích các vấn đề có liên quan trong các môn học ứng dụng sau này.

4. Mục tiêu học phần

4.1. Về kiến thức:

- Giúp sinh viên hiểu được các vấn đề, cách thức vận hành của nền kinh tế vĩ mô thông qua các lý thuyết kinh tế và các mô hình cơ bản.
- Biết các khái niệm, cách thức đo lường sản lượng của nền kinh tế, các nhân tố tác động đến tổng cầu của nền kinh tế.
- Đánh giá và phân tích cách thức các chính sách tài khóa, tiền tệ và ngoại thương được sử dụng.
- Có kiến thức cơ bản về sự vận hành của tiền và vai trò của hệ thống ngân hàng.

- Hiểu nguyên nhân, tác hại và biết đề ra giải pháp giải quyết hai vấn đề cơ bản của nền kinh tế vĩ mô là lạm phát và thất nghiệp.

- Hiểu được các mối quan hệ kinh tế vĩ mô cơ bản của nền kinh tế mở.

4.2. Về kỹ năng:

Sinh viên được rèn luyện kỹ năng đánh giá và phân tích các hiện tượng và sự kiện kinh tế vĩ mô, các kỹ năng làm việc nhóm, thuyết trình, thảo luận các vấn đề có liên quan, sử dụng lý thuyết để giải thích các tình huống thực tế.

4.3. Về thái độ:

Sinh viên nhận thức được tầm quan trọng của môn học trong việc cung cấp các kiến thức cơ sở ngành, những kiến thức này là nền tảng giúp sinh viên đi sâu vào các môn học chuyên ngành sau này. Có thái độ chủ động trong việc tự trau dồi và cập nhật những biến đổi của nền kinh tế đất nước và thế giới.

5. Nội dung và kế hoạch dạy học học phần

Nội dung chi tiết của học phần	Số tiết	Hình thức tổ chức, phương pháp dạy - học và kiểm tra, đánh giá
Chương 1: Khái quát về kinh tế vĩ mô	3	Phương pháp dạy - học của môn học này, áp dụng chung cho các chương: - Các bài giảng trên lớp sẽ được triển khai theo lịch trình, theo đó giảng viên sẽ giải thích, hướng dẫn các vấn đề lý thuyết. Sinh viên cùng tham gia thảo luận, đặt câu hỏi. - Sau mỗi chương sẽ có các bài tập áp dụng và tình huống thực hành. Khuyến khích sinh viên xung phong lên sửa bài (có thể cộng vào điểm giữa kỳ).
1.1. Một số khái niệm cơ bản		
1.1.1. Lạm phát, giảm phát, các loại chỉ số giá		
1.1.2. Thất nghiệp, mức nhân dụng, lực lượng lao động		
1.1.3. Sản lượng quốc gia, sản lượng tiềm năng		
1.1.4. Định luật Okun		
1.1.5. Tăng trưởng kinh tế		
1.1.6. Chu kỳ kinh doanh		
1.2. Mục tiêu và công cụ điều tiết vĩ mô		
1.3. Tổng cầu, Tổng cung và cân bằng kinh tế vĩ mô		
1.3.1. Tổng cầu (Khái niệm, các nhân tố ảnh hưởng, đường biểu diễn)		
1.3.2. Tổng cung (Khái niệm, các nhân tố ảnh hưởng, đường biểu diễn)		
1.3.3. Cân bằng kinh tế vĩ mô		
Chương 2: Đo lường sản lượng quốc gia	6	
2.1. Chỉ tiêu GDP và GNP		
2.2. Các loại giá		
2.3. Ba phương pháp tính GDP danh nghĩa theo giá thị trường		
2.4. Những điểm chú ý khi sử dụng các phương pháp		

tính GDP		
2.5. Cách tính các chỉ tiêu khác trong hệ thống tài khoản quốc gia.		
2.6. GDP và phúc lợi kinh tế		
Chương 3: Lý thuyết xác định sản lượng quốc gia	6	
3.1. Mô hình Cổ điển và mô hình Keynes		
3.2. Tổng cầu với xác định sản lượng quốc gia trong mô hình nền kinh tế đơn giản- theo lý thuyết của Keynes		
3.2.1. Tiêu dùng (Khái niệm, Các nhân tố ảnh hưởng, Quan hệ giữa tiêu dùng và Thu nhập khả dụng, Hàm tiêu dùng theo thu nhập khả dụng)		
3.2.2. Tiết kiệm (Khái niệm, Quan hệ giữa tiết kiệm và Thu nhập khả dụng, Hàm tiết kiệm theo thu nhập khả dụng)		
3.2.3. Đầu tư (Khái niệm, Các nhân tố ảnh hưởng, Hàm đầu tư)		
3.2.4. Tổng Cầu dự kiến hay Tổng chi tiêu dự kiến		
3.2.5. Xác định sản lượng quốc gia cân bằng trong mô hình nền kinh tế đơn giản		
3.3. Lý thuyết số nhân		
3.3.1. Sự di chuyển và dịch chuyển của đường Tổng cầu		
3.3.2. Số nhân		
3.3.3. Nghịch lý về tiết kiệm		
Chương 4: Chính sách tài chính và chính sách ngoại thương	9	
4.1. Tổng cầu với xác định sản lượng quốc gia trong nền kinh tế mở		
4.1.1. Thu và chi của chính phủ (Hàm số chi tiêu mua hàng hóa dịch vụ của chính phủ, hàm số chi chuyển nhượng, hàm số thuế)		
4.1.2. Ngân sách chính phủ		
4.1.3. Hàm tiêu dùng của hộ gia đình khi có chính phủ		
4.1.4. Hàm xuất khẩu		
4.1.5. Hàm nhập khẩu		
4.1.6. Cán cân ngoại thương		
4.1.7. Hai phương pháp xác định sản lượng cân bằng trong mô hình nền kinh tế mở		
4.1.8. Mô hình số nhân trong nền kinh tế mở		
4.2. Chính sách tài chính		
4.2.1. Khái niệm		

- Chia lớp thành các nhóm để thảo luận, làm tiểu luận.
- Đợt xuất có thể có các bài kiểm tra ngắn
- Tùy chương có thể yêu cầu sinh viên tìm thêm các tài liệu có liên quan và cùng chia sẻ trên lớp.

4.2.2. Mục tiêu của chính sách tài chính	
4.2.3. Chính sách tài chính theo lý thuyết	
4.2.4. Định lượng cho chính sách tài chính	
4.2.5. Chính sách tài chính trong thực tiễn	
4.3. Chính sách ngoại thương	
4.3.1. Mục tiêu	
4.3.2. Công cụ	
4.3.3. Chính sách gia tăng xuất khẩu	
4.3.4. Chính sách hạn chế nhập khẩu	
Chương 5: Tiền tệ, ngân hàng và chính sách tiền tệ	8
5.1. Tiền tệ	
5.1.1. Khái niệm	
5.1.2. Các chức năng, hình thái của tiền	
5.1.3. Khối lượng tiền tệ- phân loại và phép đo khối lượng tiền tệ	
5.2. Hệ thống ngân hàng	
5.2.1. Sự hình thành và phát triển của hệ thống ngân hàng	
5.2.2. Cách tạo tiền và phá hủy tiền của Ngân hàng trung gian	
5.3. Số nhân tiền tệ	
5.4 Thị trường tiền tệ	
5.4.1. Cung tiền tệ	
5.4.2. Cầu tiền tệ	
5.4.3. Cân bằng thị trường tiền tệ	
5.4. Chính sách tiền tệ	
5.4.1. Chính sách tiền tệ trong lý thuyết	
5.4.2. Định lượng cho chính sách tiền tệ	
5.4.3. Những hạn chế của chính sách tiền tệ trong thực tiễn	
Chương 6: Mô hình IS – LM	6
6.1. Đường IS (Khái niệm, cách hình thành, tính chất của đường IS, phương trình đường IS, sự dịch chuyển của đường IS)	
6.2. Đường LM (Khái niệm, cách hình thành, tính chất của đường LM, phương trình đường LM, sự dịch chuyển của đường LM)	
6.3. Tác động của các chính sách kinh tế vĩ mô trong mô hình IS – LM	
6.3.1. Sự cân bằng đồng thời trên thị trường hàng hóa và tiền tệ	
6.3.2. Chính sách tài khóa trong mô hình IS – LM	
6.3.3. Chính sách tiền tệ trong mô hình IS – LM	
6.3.4. Phối hợp chính sách tài khóa và tiền tệ trong mô hình	

IS – LM	
Chương 7: Lạm phát và thất nghiệp	3
7.1. Lạm phát	
7.1.1. Khái niệm	
7.1.2. Phân loại	
7.1.3. Nguyên nhân	
7.1.4. Tác động của lạm phát	
7.1.5. Biện pháp kiềm chế lạm phát	
7.2. Thất nghiệp	
7.2.1. Khái niệm	
7.2.2. Các dạng thất nghiệp	
7.2.3. Tác hại của thất nghiệp	
7.2.4. Biện pháp giảm thất nghiệp	
7.3. Mối quan hệ giữa lạm phát và thất nghiệp	
7.3.1. Đường cong Phillips ngắn hạn	
7.3.2. Đường cong Phillips dài hạn	
Chương 8: Kinh tế vĩ mô cho nền kinh tế mở	4
8.1. Các lý thuyết về thương mại quốc tế	
8.2. Thị trường ngoại hối và các chính sách can thiệp vào tỷ giá hối đoái	
8.2.1. Thị trường ngoại hối	
8.2.2. Tỷ giá hối đoái và sức cạnh tranh quốc tế	
8.2.3. Các chính sách can thiệp vào tỷ giá hối đoái	
8.3. Cán cân thanh toán	
8.4. Đường BP	
8.5. Các chính sách kinh tế vĩ mô trong nền kinh tế mở	
8.5.1. Tác động của chính sách tài chính	
8.5.2. Tác động của chính sách tiền tệ	
8.5.3. Tác động của chính sách ngoại thương	

6. Tài liệu học tập

6.1. Tài liệu chính

1. Nguyễn Như Ý, Trần Thị Bích Dung (2014), *Kinh tế vĩ mô*, NXB Kinh tế, TP.HCM.
2. Nguyễn Như Ý, Trần Thị Bích Dung (2014), *Tóm tắt- Bài tập- Trắc nghiệm Kinh Tế Vĩ mô*, NXB Kinh tế, TP.HCM.

6.2. Tài liệu khác

3. N. Gregory Mankiw (2014), *Kinh tế học vĩ mô*, Cengage Learning.
4. David Begg, Stanley Fischer, Rudiger Dornbusch (2008), *Kinh tế học*, NXB Thống kê, Hà Nội.

5. Dương Tấn Diệp (1996), *Kinh tế vĩ mô*, NXB Thống kê.

7. Phương pháp đánh giá học phần

7.1. Thang điểm: thang điểm 10, làm tròn đến phần nguyên.

7.2. Số bài kiểm tra quá trình: 1 lần kiểm tra giữa kỳ.

7.3. Hình thức thi kết thúc học phần: tự luận, đề đóng (thí sinh không được mang tài liệu vào phòng thi), thời gian làm bài: 75 phút.

7.4. Các điểm quá trình và trọng số/hệ số tương ứng:

- Điểm chuyên cần: hệ số 0.1;

- Điểm trung bình của các bài kiểm tra quá trình: hệ số 0.3;

- Điểm thi kết thúc học phần: hệ số 0.6.

7.5. Điểm học phần: là điểm trung bình chung của các điểm nêu ở mục 7.4

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 29 tháng 4 năm 2016

DUYỆT

TRƯỞNG NGÀNH

TRƯỞNG BỘ MÔN

NGƯỜI BIÊN SOẠN

PGS.TS. Phạm Hoàng Quân TS. Nguyễn Thị Thanh Bình ThS. Nguyễn Phan Thu Hằng ThS. Nguyễn Phan Thu Hằng

UBND THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH
TRƯỜNG ĐẠI HỌC SÀI GÒN

ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN
NGÀNH: QUẢN TRỊ KINH DOANH

HỌC PHẦN
LUẬT KINH DOANH

1. Thông tin chung về học phần

- Tên học phần: Luật Kinh doanh
- Mã học phần: 833301
- Số tín chỉ: 03
- Số tiết (lí thuyết, bài tập, thảo luận, thực hành/thí nghiệm/thực địa): 45 (45; 0; 0)
- Điều kiện để học học phần:
 - + Đòi hỏi học phần học trước: Pháp luật đại cương
 - + Đòi hỏi học phần học song hành: Không có.
 - + Sĩ số sinh viên tối đa: 80

2. Bộ môn phụ trách: Bộ môn Luật

3. Mô tả học phần

- Truyền đạt cho người học những kiến thức cơ bản của pháp luật Việt Nam liên quan đến các loại hình doanh nghiệp, chủ thể kinh doanh, hoạt động thương mại cũng như các quy định về quản lý nhà nước đối với doanh nghiệp, hợp tác xã trong quá trình thành lập, tổ chức lại, giải thể.

- Hướng dẫn cho người học thành thạo năng lực thu thập, xử lý thông tin, sử dụng phương tiện hiện đại để truy cập thông tin dữ liệu pháp lý liên quan đến việc thành lập, tổ chức lại, giải thể của các chủ thể kinh doanh.

4. Mục tiêu của học phần

4.1. Về kiến thức

- Nắm được Khái niệm, đặc điểm của các chủ thể pháp luật kinh doanh, hoạt động thương mại.

- Trình bày được những quy định của pháp luật về thành lập, tổ chức lại, giải thể các công ty, hợp tác xã.

- Nắm được các quy định của pháp luật thuộc mô hình tổ chức quản lý các công ty, hợp tác xã.

- Trình bày được các quyền và nghĩa vụ của doanh nghiệp và chủ doanh nghiệp, hợp tác xã.

4.2. Về kỹ năng

- Hình thành và phát triển kỹ năng tổng hợp, so sánh, phân tích, đánh giá và xây dựng lập luận để giải quyết tình huống cụ thể liên quan đến việc thành lập, tổ chức lại, giải thể các công ty, hợp tác xã.

- Phát triển kỹ năng cộng tác, làm việc nhóm và kỹ năng bình luận, diễn đạt, thuyết trình trước công chúng.

- Phát triển kỹ năng tư duy, sáng tạo, khám phá tìm tòi, trau dồi và phát triển năng lực đánh giá và tự đánh giá.

4.3. Về thái độ

- Hình thành sự chủ động trong bổ sung, củng cố và nâng cao trình độ nhận thức của người học về các vấn đề thành lập và quản lý công ty, hợp tác xã trong nền kinh tế thị trường.

- Chủ động vận dụng kiến thức đã học để phân tích và giải quyết các vấn đề thành lập, tổ chức lại, giải thể của các công ty, hợp tác xã trong thực tiễn.

- Hình thành tính tự tin, bản lĩnh cho sinh viên.

5. Nội dung và kế hoạch dạy học phần

Nội dung chi tiết của học phần	Số tiết	Hình thức tổ chức, phương pháp dạy - học và kiểm tra, đánh giá
Chương 1: Những vấn đề cơ bản về luật kinh doanh	3.0	GV: Trình bày, hướng dẫn, kiểm tra kiến thức tự học ở nhà của sinh viên
1.1. Quan niệm về Luật Kinh tế, Luật Thương mại, Luật Kinh doanh	1.0	
1.2. Đối tượng, phương pháp điều chỉnh	0.5	
1.3. Nguồn của Luật Thương mại	0.5	
1.4. Chủ thể kinh doanh, thương mại	1.0	
Chương 2: Pháp luật về công ty	14	GV: Trình bày, hướng dẫn,
2.1. Một số vấn đề chung về công ty		
2.1.1. Khái niệm công ty và đặc điểm	0.5	
2.1.2. Các loại hình công ty phổ biến trên thế giới	0.5	
2.2. Các loại hình công ty theo pháp luật Việt Nam		kiểm tra kiến thức tự học ở nhà của sinh viên
2.2.1. Công ty trách nhiệm hữu hạn một thành viên	3.0	
2.2.1.1. Khái niệm và đặc điểm	0.5	

2.2.1.2. Quyền và Nghĩa vụ của chủ sở hữu	0.5	
2.2.1.3. Cơ chế tổ chức và quản lý của công ty TNHH 1 thành viên	1.0	
2.2.1.4. Tăng, giảm vốn điều lệ của công ty TNHH 1 thành viên	1.0	
2.2.2. Công ty trách nhiệm hữu hạn hai thành viên trở lên	3.0	
2.2.2.1. Khái niệm và đặc điểm	0.5	
2.2.2.2. Tổ chức, quản lý của công ty TNHH 2 thành viên trở lên	1.5	
2.2.2.3. Tăng, giảm vốn điều lệ, điều kiện chia lợi nhuận	1.0	
2.2.3. Công ty Cổ phần	4.0	
2.2.3.1. Khái niệm và đặc điểm	0.5	
2.2.3.2. Quyền và nghĩa vụ của Cổ đông	1.0	
2.2.3.3. Cơ chế tổ chức quản lý trong công ty Cổ phần	1.5	
2.2.3.4. Chế độ vốn và tài sản	1.0	
2.2.4. Công ty hợp danh	3,0	
2.2.4.1. Khái niệm và đặc điểm	0.5	
2.2.4.2. Tổ chức quản lý của công ty Hợp danh	2.0	
2.2.4.3. Chế độ vốn và tài chính trong công ty hợp danh	1.5	
Chương 3: Doanh nghiệp nhà nước	4.0	kiểm tra kiến thức tự học ở nhà của sinh viên
3.1. Khái niệm, đặc điểm Doanh nghiệp nhà nước	0.5	
3.2. Cơ cấu tổ chức trong doanh nghiệp nhà nước	1.0	
3.3. Các quyền và nghĩa vụ của Doanh nghiệp nhà nước.	0.5	
3.4. Tổng công ty và Tổ chức quản lý của tổng công ty do nhà nước quyết định đầu tư và thành lập	1.5	

3.5. Quan hệ giữa tổng công ty do nhà nước quyết định đầu tư và thành lập với các đơn vị thành viên	0.5	
Chương 4 : Doanh nghiệp tư nhân và hộ kinh doanh	4.0	kiểm tra kiến thức tự học ở nhà của sinh viên
4.1. Doanh nghiệp tư nhân		
4.1.1. Khái niệm, đặc điểm	0.5	
4.1.2. Quyền nghĩa vụ cơ bản và các quyền đặc biệt của chủ doanh nghiệp tư nhân	1.0	
4.1.3. Vốn đầu tư của chủ doanh nghiệp	1.0	
4.2. Hộ kinh doanh		
4.2.1. Khái niệm, đặc điểm	0.5	
4.2.2. Trình tự thủ tục đăng ký kinh doanh hộ kinh doanh	1.0	
Chương 5: Hợp tác xã	4.0	
5.1. Khái niệm, đặc điểm của hợp tác xã	1.0	
5.2. Nguyên tắc, tổ chức, hoạt động của hợp tác xã	0.5	
5.3. Thành lập, tổ chức lại, giải thể của hợp tác xã	1.0	
5.4. Quyền, nghĩa vụ cơ bản của hợp tác xã	0.5	GV: Trình bày, hướng dẫn,
5.5. Quy chế pháp lý về tổ chức, quản lý, chế độ tài chính, vốn trong hợp tác xã và xã viên trong hợp tác xã	1	
Chương 6: Pháp luật về mua bán hàng hóa	4.0	
6.1. Khái quát chung về mua bán hàng hóa	1	kiểm tra kiến thức tự học ở nhà của sinh viên
6.2. Hợp đồng mua bán hàng hóa	2	
6.3. Mua bán hàng hóa qua sơ giao dịch hàng hóa	1	
Chương 7: Pháp luật về Đầu tư	4.0	
7.1. Những vấn đề chung về pháp luật đầu tư	1	
7.2. Nội dung cơ bản về pháp luật đầu tư hiện hành	2	
7.3. Quyền và Nghĩa vụ của nhà đầu tư	1	
Chương 8: Pháp luật về Cạnh tranh	3.0	

8.1. Khái luận chung về cạnh tranh và pháp luật cạnh tranh 8.1.1. Khái quát về cạnh tranh 8.1.2. Những vấn đề lý thuyết chung về pháp luật cạnh tranh	1	GV: Trình bày, hướng dẫn,
8.2. Pháp luật cạnh tranh ở Việt Nam hiện nay 8.2.1. Bối cảnh ra đời 8.2.2. Những quy định chung 8.2.3. Kiểm soát hành vi hạn chế cạnh tranh 8.2.4. Hành vi cạnh tranh không lành mạnh 8.2.5. Tổ tụng cạnh tranh	2	
Chương 9: Giải quyết tranh chấp trong hoạt động kinh doanh thương mại	5.0	GV: Trình bày, hướng dẫn,
9.1. Khái quát tranh chấp trong kinh doanh	1.0	
9.2. Các loại hình giải quyết tranh chấp	1.0	
9.3. Giải quyết tranh chấp bằng trọng tài thương mại theo pháp luật Việt Nam	1.5	
9.4. Giải quyết tranh chấp bằng trọng tài Tòa án	1.5	

6. Tài liệu học tập

6.1. Tài liệu chính

1. Trường Đại học Luật Hà Nội (2012), *Giáo trình Luật thương mại*, Nxb. Công an nhân dân, Hà Nội.
2. Trường Đại học Kinh tế TP.HCM (2014), *Giáo trình Luật kinh tế*, Nxb. Đại học Quốc gia TP.HCM.
3. Luật doanh nghiệp 2015, Bộ Luật dân sự 2015, Luật Thương mại 2005, Bộ luật Tố tụng dân sự 2016, Luật trọng tài thương mại năm 2010; Luật Hợp tác xã số 23/2012...

6.2. Tài liệu khác

4. TS. Phạm Duy Nghĩa (2004), *Chuyên khảo về Luật kinh tế*, Nxb. Đại học quốc gia Hà Nội.
5. Đào Trí Úc (1995), *Những vấn đề lý luận cơ bản về Nhà nước và Pháp luật*, Nxb Chính trị quốc gia.

6. Hồ Xuân Thắng (2016), *Tuyển chọn các bản án giải quyết tranh chấp trong hoạt động kinh doanh và thương mại thuộc thẩm quyền của Tòa án cấp quận huyện trên địa bàn TP HCM*, Nxb, Công an nhân dân.

7. Phương pháp đánh giá học phần

7.1. Thang điểm: thang điểm 10, làm tròn đến phần nguyên.

7.2. Số bài kiểm tra quá trình: 1 lần

7.3. Hình thức thi kết thúc học phần: tự luận, đề đóng (thí sinh không được mang tài liệu vào phòng thi), thời gian làm bài: 90 phút.

7.4. Các điểm quá trình và trọng số/hệ số tương ứng

- Điểm chuyên cần: hệ số 0.1;

- Điểm trung bình của các bài kiểm tra quá trình: hệ số 0.3;

- Điểm thi kết thúc học phần: hệ số 0.6.

7.5. Điểm học phần: là điểm trung bình chung của các điểm nêu ở mục 7.4.

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 29 tháng 4 năm 2016

DUYỆT

TRƯỞNG NGÀNH

TRƯỞNG BỘ MÔN

NGƯỜI BIÊN SOẠN

PGS.TS. Phạm Hoàng Quân

TS. Nguyễn Thị Thanh Bình

TS. Hồ Xuân Thắng

TS. Hồ Xuân Thắng

HỌC PHẦN MARKETING CĂN BẢN

1. Thông tin về học phần

- Tên học phần: Marketing căn bản
- Mã học phần:
- Số tín chỉ: 03
- Số tiết (lí thuyết, bài tập, thảo luận, thực hành/thí nghiệm/thực địa): 45
(45;0;0;0)
- Trình độ đào tạo: Đại học
- Điều kiện để học học phần:
- + Đòi hỏi học phần học trước: Không có
- + Đòi hỏi học phần học song hành: Không có
- + Sĩ số sinh viên tối đa: 70

2. Bộ môn phụ trách giảng dạy: Bộ môn Marketing

3. Mô tả học phần

Marketing căn bản là môn học cung cấp những kiến thức cơ bản nhất về marketing, nhấn mạnh các nguyên tắc cơ bản của marketing hiện đại và quá trình tiến hành hoạt động marketing trong một đơn vị như thế nào. Sinh viên sẽ có sự hiểu biết sâu sắc về môi trường marketing, phân khúc thị trường, xác định thị trường mục tiêu và định vị hàng hóa trên thị trường; giúp cho người học xây dựng được chiến lược marketing hỗn hợp: chiến lược phát triển sản phẩm, chiến lược định giá sản phẩm, chiến lược phân phối, chiến lược chiêu thị. Trong quá trình học, sinh viên sẽ trao đổi và thảo luận các tình huống marketing thực tế.

4. Mục tiêu học phần

4.1. Về kiến thức

- Nêu khái niệm marketing và các thuật ngữ liên quan.
- Giải thích qui trình marketing.
- Trình bày và giải thích môi trường marketing.
- Mô tả và giải thích mô hình hành vi khách hàng.
- Trình bày các quyết định sản phẩm và vòng đời sản phẩm.
- Trình bày các quyết định trong kênh phân phối.

- Trình bày các quyết định về chiêu thị và truyền thông tích hợp.

4.2. Về kỹ năng

- Giúp sinh viên có kỹ năng làm việc nhóm, thuyết trình, phỏng vấn, phân tích, giao tiếp, phản biện.

4.3. Về thái độ

- Giúp sinh viên am hiểu các kiến thức về marketing, nhận thức được tầm quan trọng của Marketing và sự hài lòng của khách hàng, từ đó yêu thích công việc kinh doanh.

- Sinh viên phải có thái độ nghiêm túc trong việc học tập, nâng cao khả năng tự học tập và nghiên cứu.

- Quan tâm đến đạo đức trong kinh doanh và lợi ích xã hội.

5. Nội dung và kế hoạch dạy học học phần

Nội dung chi tiết của học phần	Số tiết	Hình thức tổ chức, phương pháp dạy học và kiểm tra, đánh giá
Chương 1: Tổng quan về marketing	7	Thuyết giảng, thảo luận
1.1. Quá trình hình thành và phát triển của marketing		
1.1.1. Quá trình phát triển marketing		
1.1.2. Các triết lí marketing		
1.2. Các khái niệm cơ bản		
1.2.1. Marketing		
1.2.2. Nhu cầu, mong muốn, nhu cầu có khả năng thanh toán		
1.2.3. Giá trị và sự hài lòng		
1.2.4. Sự trao đổi		
1.2.5. Thị trường		
1.3. Các nguyên tắc và mục tiêu marketing		
1.3.1. Nguyên tắc của marketing		
1.3.2. Mục tiêu của marketing		
1.4. Vai trò và chức năng của marketing		
1.4.1. Vai trò		
1.4.2. Chức năng		

1.5. Marketing mix		
1.5.1. Khái niệm marketing mix		
1.5.2. Các mô hình marketing mix		
1.5.3. Các yếu tố ảnh hưởng đến marketing mix		
1.6. Các lĩnh vực ứng dụng của marketing		
Chương 2: Phân tích môi trường marketing	3	Thuyết giảng, thảo luận
2.1. Khái niệm, đặc điểm và ý nghĩa của việc phân tích môi trường marketing		
2.2. Phân tích môi trường vĩ mô		
2.2.1. Môi trường tự nhiên		
2.2.2. Môi trường văn hóa – xã hội		
2.2.3. Môi trường nhân khẩu học		
2.2.4. Môi trường kinh tế		
2.2.5. Môi trường khoa học và công nghệ		
2.2.6. Môi trường chính trị - pháp luật		
2.3 Phân tích môi trường vi mô		
2.3.1. Nhà cung cấp		
2.3.2. Đối thủ cạnh tranh		
2.3.3. Khách hàng		
2.3.4. Doanh nghiệp		
2.3.5. Các trung gian tiếp thị		
2.3.6. Công chúng		
Chương 3: Phân đoạn thị trường, xác định thị trường mục tiêu và định vị	6	Thuyết giảng, thảo luận
3.1. Phân đoạn thị trường		
3.1.1. Các cơ sở phân đoạn thị trường tiêu dùng		
3.1.2. Các cơ sở phân đoạn thị trường doanh nghiệp		
3.2. Xác định thị trường mục tiêu		
3.2.1. Đánh giá tiềm năng các đoạn thị trường		
3.2.2. Phân tích lựa chọn thị trường mục tiêu		
3.3. Định vị		
3.3.1. Các chiến lược khác biệt hóa		

3.3.2. Định vị và chiến lược định vị		
Chương 4 : Hành vi mua hàng của khách hàng	5	Thuyết giảng, thảo luận
4.1 Hành vi mua hàng của người tiêu dùng		
4.1.1. Mô hình hành vi mua hàng của người tiêu dùng		
4.1.2. Những yếu tố tác động đến hành vi mua hàng của người tiêu dùng		
4.1.3. Các dạng hành vi quyết định mua hàng		
4.1.4. Quy trình ra quyết định mua hàng		
4.2. Hành vi mua hàng của tổ chức		
4.2.1. Mô hình hành vi mua hàng của tổ chức		
4.2.2. Những yếu tố tác động đến hành vi mua hàng		
4.2.3. Các dạng hành vi quyết định mua hàng		
4.2.4. Quy trình ra quyết định mua hàng		
Chương 5: Chiến lược sản phẩm	7	
5.1. Sản phẩm		
5.1.1. Khái niệm về sản phẩm		
5.1.2. Phân loại sản phẩm		
5.1.3. Các cấp độ sản phẩm		
5.2. Nội dung chiến lược sản phẩm		
5.2.1. Kích thích tập hợp sản phẩm		
5.2.2. Nhãn mác sản phẩm		
5.2.3. Đặc tính sản phẩm		
5.2.4. Thiết kế bao bì sản phẩm		
5.2.5. Dịch vụ hỗ trợ sản phẩm		
5.2.6. Phát triển sản phẩm mới		
5.2.7. Chu kỳ sống sản phẩm		
5.3. Marketing dịch vụ		
Chương 6: Chiến lược giá	6	Thuyết giảng, thảo luận
6.1. Khái niệm và vai trò của chiến lược giá trong hoạt động kinh doanh		
6.1.1. Các khái niệm		
6.1.2. Vai trò của chiến lược giá		

6.2. Các yếu tố ảnh hưởng đến chiến lược và các quyết định về giá của doanh nghiệp		
6.2.1. Các yếu tố nội vi		
6.2.2. Các yếu tố ngoại vi		
6.3. Các phương pháp định giá		
6.3.1. Định giá trên cơ sở chi phí		
6.3.2. Định giá dựa trên cảm nhận của người mua đối với giá cả và giá trị		
6.3.3. Định giá dựa vào cạnh tranh		
6.4. Các chiến lược giá		
6.4.1. Chiến lược định giá sản phẩm mới		
6.4.2. Chiến lược định giá tổ hợp sản phẩm		
6.4.3. Chiến lược điều chỉnh giá		
6.4.4. Thay đổi giá		
Chương 7: Chiến lược phân phối	5	Thuyết giảng, thảo luận
7.1. Một số khái niệm cơ bản		
7.1.1. Phân phối		
7.1.2. Kênh phân phối		
7.1.3. Chiến lược phân phối		
7.2. Bản chất và tầm quan trọng của kênh phân phối		
7.2.1. Bản chất		
7.2.2. Tầm quan trọng		
7.3. Hành vi và tổ chức trong kênh phân phối		
7.3.1. Hành vi		
7.3.2. Tổ chức trong kênh phân phối		
7.4. Các quyết định trong việc thiết kế kênh phân phối		
7.4.1. Phân tích nhu cầu của khách hàng		
7.4.2. Đặt mục tiêu cho kênh		
7.4.3. Lựa chọn các giải pháp cho kênh		
7.5. Quản trị kênh phân phối		
7.5.1. Tuyển chọn thành viên cho kênh		
7.5.2. Quản lý và thúc đẩy các thành viên trong kênh		

7.5.3. Đánh giá các thành viên trong kênh		
Chương 8: Chiến lược xúc tiến hỗn hợp	6	Thuyết giảng, thảo luận
8.1. Khái niệm và vai trò của chiến lược xúc tiến hỗn hợp		
8.1.1. Khái niệm		
8.1.2. Vai trò		
8.2. Nội dung các công cụ của chiến lược xúc tiến hỗn hợp		
8.2.1. Quảng cáo		
8.2.2. Khuyến mại		
8.2.3. Quan hệ công chúng		
8.2.4 Bán hàng cá nhân		
8.2.5. Marketing trực tiếp		
8.3. Một số yếu tố ảnh hưởng đến chiến lược xúc tiến		
8.3.1. Loại sản phẩm kinh doanh		
8.3.2. Chiến lược đẩy kéo		
8.3.3. Trạng thái trong giai đoạn sẵn sàng mua của khách hàng		
8.3.4. Chu kỳ sống sản phẩm		

6. Tài liệu học tập

6.1. Tài liệu chính

1. Phillip Kotler, Gary Armstrong (2012), *Nguyên lý tiếp thị*, NXB Lao động - Xã hội.

6.2. Tài liệu khác

2. Philip Kotler, Hermawan Kartajaya và Iwan Setiawan (2011), *Marketing 3.0*, NXB Tổng hợp, TPHCM.
3. TS. Dương Ngọc Dũng (2012), *Chiến lược cạnh tranh theo lý thuyết Michael Porter*, NXB Tổng hợp, TPHCM.
4. Nguyễn Đình Thọ, Nguyễn Thị Mai Trang (2003), *Nguyên Lý Marketing*, NXB Đại Học Quốc Gia TP.HCM
5. Alries & Laura Ries (2005) , *Quảng cáo thoái vị & PR lên ngôi*, NXB Trẻ, Thời Báo Kinh Tế Sài Gòn, Trung Tâm Kinh Tế Châu Á Thái Bình Dương.
6. Phillip Kotler (2007), *Kotler bàn về tiếp thị: Làm thế nào để tạo lập, giành được và thống lĩnh thị trường* (Kotler on Marketing: How to create, win, and dominate markets), NXB Trẻ.

Sinh viên có thể vào một số website sau để tham khảo:

- E-Mktg newsletters: <http://www.clickz.com/>,
- <http://www.mreach.com/formInsertion.php>, www.MarketingProfs.com
- http://www.swlearning.com/web_resources/marketing_topics.html
- Marketing for Independent Professionals: <http://www.actionplan.com/index.html>
- Marketing virtual library: <http://marketing.about.com/>, www.knowthis.com
- Marketing plans: <http://marketingplans.com> ; <http://marektingchienluoc.com>

7. Phương pháp đánh giá học phần

7.1. Thang điểm: thang điểm 10, làm tròn đến phần nguyên

7.2. Số bài kiểm tra quá trình: 1 bài kiểm tra giữa kỳ

7.3. Hình thức thi kết thúc học phần: Trắc nghiệm, đề đóng (thí sinh không được mang tài liệu vào phòng thi), thời gian làm bài: 60 phút.

7.4. Các điểm quá trình và trọng số/hệ số tương ứng

- Điểm chuyên cần: hệ số 0.1;
- Điểm trung bình của các bài kiểm tra quá trình: hệ số 0.3;
- Điểm thi kết thúc học phần: hệ số 0.6.

7.5. Điểm học phần: là điểm trung bình chung của các điểm nêu ở mục 7.4

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 29 tháng 4 năm 2016

DUYỆT

TRƯỞNG NGÀNH

TRƯỞNG BỘ MÔN

NGƯỜI BIÊN SOẠN

PGS.TS. Phạm Hoàng Quân

TS. Nguyễn Thị Thanh Bình

ThS. Nguyễn Thị Túy Lan

ThS. Trần Phan Đức Anh

HỌC PHẦN KINH TẾ LƯỢNG

1. Thông tin về học phần

- Tên học phần: Kinh tế lượng
- Mã học phần: 833006
- Số tín chỉ: 03
- Số tiết (lí thuyết, bài tập, thảo luận, thực hành/thí nghiệm): 45 (30; 10; 5; 0)
- Trình độ đào tạo: Đại học
- Điều kiện để học học phần:
 - + Đòi hỏi học phần học trước: Không có
 - + Đòi hỏi học phần học song hành: Không có
 - + Sĩ số sinh viên tối đa: 70 sinh viên

2. Bộ môn phụ trách giảng dạy: Bộ môn Toán ứng dụng

3. Mô tả học phần

Học phần cung cấp các nội dung cơ bản về ứng dụng phân tích hồi quy trong kinh tế. Các kiến thức thu được từ học phần giúp người học bước đầu biết vận dụng phương pháp kinh tế lượng để phân tích, đánh giá và dự báo kinh tế. Học phần được cấu trúc thành 6 chương. Chương 1 trình bày tổng quan về kinh tế lượng. Hai chương 2 và 3 trình bày hồi quy hai biến và hồi quy nhiều biến. Chương 4 trình bày bài toán phân tích hồi quy có sử dụng biến giả. Chương 5 đề cập về hiện tượng đa cộng tuyến. Chương 6 được dành để giới thiệu ngắn gọn về hiện tượng phương sai của sai số thay đổi.

4. Mục tiêu học phần

4.1. Về kiến thức

- Vai trò của phân tích hồi quy, phân tích hồi quy tuyến tính.
- Các dạng bài toán ước lượng, kiểm định giả thiết, dự báo đối với hồi quy hai biến và hồi quy nhiều biến.
 - Hồi quy với biến giả, kỹ thuật sử dụng biến giả.
 - Hiện tượng đa cộng tuyến: Khái niệm, nguyên nhân, ảnh hưởng, cách phát hiện, biện pháp khắc phục và các ước lượng liên quan.

- Hiện tượng phương sai của sai số thay đổi: Bản chất, hậu quả, cách phát hiện và khắc phục.

- Các chức năng quan trọng tương ứng của phần mềm Eviews (phiên bản cập nhật).

4.2. Về kỹ năng

- Nhận dạng được các mô hình hồi quy, các dạng bài toán và thực hiện được các tính toán liên quan.

- Sử dụng được phần mềm Eviews ở mức độ cơ bản và công cụ Regression trên MS Excel.

4.3. Về thái độ

Người học tham gia học tập đầy đủ, có ý thức tự học, chuẩn bị bài theo yêu cầu của giáo viên.

5. Nội dung và kế hoạch dạy học học phần

Nội dung chi tiết của học phần	Số tiết	Hình thức tổ chức, phương pháp dạy - học và kiểm tra, đánh giá
Chương 1: Giới thiệu về kinh tế lượng	3	- Diễn giảng, thảo luận và làm bài tập; - Đánh giá kết quả học tập qua quá trình thảo luận, làm bài tập và bài kiểm tra viết.
1.1. Giới thiệu về kinh tế lượng		
1.1.1. Kinh tế học và kinh tế lượng		
1.1.2. Vai trò của kinh tế lượng		
1.2. Phương pháp kinh tế lượng		
1.2.1. Lược đồ về phương pháp kinh tế lượng		
1.2.2. Ví dụ		
1.3. Số liệu trong kinh tế lượng		
1.3.1. Số liệu theo cấu trúc		
1.3.2. Số liệu theo nguồn gốc		
1.3.3. Các chú ý khi lấy số liệu		
Chương 2: Hồi quy hai biến	16	
2.1. Phân tích hồi quy		
2.1.1. Phân tích hồi quy		
2.1.2. Các ví dụ		
2.1.3. Vai trò của phân tích hồi quy		
2.2. Hồi quy hai biến		

2.2.1. Hàm hồi quy và mô hình hồi quy tổng thể	
2.2.2. Hàm hồi quy và mô hình hồi quy mẫu	
2.2.3. Mối liên hệ	
2.3. Các bài toán ước lượng	
2.3.1. Lý thuyết mẫu và thực hành tính toán	
2.3.2. Ước lượng điểm cho các hệ số hồi quy	
2.3.3. Ước lượng khoảng cho các hệ số hồi quy	
2.3.4. Ước lượng cho phương sai của nhiễu	
2.4. Các bài toán kiểm định	
2.4.1. Bài toán kiểm định giả thiết	
2.4.2. Kiểm định về các hệ số hồi quy	
2.4.3. Kiểm định tính ảnh hưởng	
2.4.4. Kiểm định cho phương sai của nhiễu	
2.5. Ứng dụng dự báo của phân tích hồi quy	
2.5.1. Dự báo giá trị trung bình	
2.5.2. Dự báo giá trị riêng biệt	
2.6. Mở rộng của hồi quy hai biến	
2.6.1. Biên tế và hệ số co giãn	
2.6.2. Mô hình hồi quy qua góc tọa độ	
2.6.3. Mô hình hồi quy Logarit	
2.6.4. Mô hình hồi quy bán Logarit	
2.6.5. Mô hình hồi quy nghịch đảo	
2.6.6. So sánh hệ số xác định giữa các mô hình	
Chương 3: Hồi quy nhiều biến	10
3.1. Hồi quy nhiều biến	
3.1.1. Phân tích hồi quy nhiều biến	
3.1.2. Vai trò và số liệu của hồi quy nhiều biến	
3.1.3. Mô hình hồi quy nhiều biến	
3.1.4. Dạng ma trận của hồi quy nhiều biến	
3.2. Các bài toán ước lượng	
3.2.1. Ước lượng điểm cho các hệ số hồi quy	
3.2.2. Ước lượng khoảng cho các hệ số hồi quy	

3.3. Các bài toán kiểm định	
3.3.1. Kiểm định về các hệ số hồi quy	
3.3.2. Kiểm định tính ảnh hưởng	
3.3.3. Kiểm định tính phù hợp	
3.4. Giới thiệu một số dạng hàm	
3.4.1. Hàm sản xuất Cobb-Douglas	
3.4.2. Hàm đa thức	
Chương 4: Hồi quy với biến giả	6
4.1. Hồi quy với biến giả	
4.1.1. Khái niệm về biến giả	
4.1.2. Mô hình hồi quy với biến giả	
4.2. Kỹ thuật sử dụng biến giả	
4.2.1. Mô hình với biến định tính	
4.2.2. So sánh cấu trúc của mô hình hồi quy	
4.2.3. Hồi quy tuyến tính từng khúc	
4.2.4. Phân tích mùa	
Chương 5: Đa cộng tuyến	6
5.1. Đa cộng tuyến	
5.1.1. Khái niệm về đa cộng tuyến	
5.1.2. Nguyên nhân của đa cộng tuyến	
5.1.3. Hậu quả của đa cộng tuyến	
5.2. Ước lượng khi có đa cộng tuyến	
5.2.1. Trường hợp đa cộng tuyến hoàn hảo	
5.2.2. Trường hợp đa cộng tuyến không hoàn hảo	
5.3. Các cách phát hiện đa cộng tuyến	
5.3.1. Dựa vào hệ số xác định R^2 và tỉ số t	
5.3.2. Dựa vào hệ số tương quan	
5.3.3. Sử dụng hồi quy phụ	
5.3.4. Nhân tử phóng đại phương sai VIF	
5.4. Các cách khắc phục đa cộng tuyến	
5.4.1. Sử dụng thông tin tiên nghiệm	
5.4.2. Thay đổi cách lấy mẫu	

5.4.3. Giảm số biến độc lập		
5.4.4. Một số cách khắc phục khác		
Chương 6: Giới thiệu về hiện tượng phương sai của sai số thay đổi	4	
6.1. Phương sai của sai số thay đổi		
6.1.1. Bản chất phương sai của sai số thay đổi		
6.1.2. Sử dụng phương pháp bình phương nhỏ nhất		
6.2. Phát hiện và khắc phục		
6.2.1. Phát hiện phương sai của sai số thay đổi		
6.2.2. Khắc phục phương sai của sai số thay đổi		

6. Tài liệu học tập

6.1. Tài liệu chính

1. Hoàng Ngọc Nhậm - chủ biên (2008), *Giáo trình Kinh tế lượng*, NXB. Lao động - Xã hội.
2. Bùi Phúc Trung (2001), *Giáo trình Kinh tế lượng*, Trường Đại học Kinh Tế TP. Hồ Chí Minh.
3. Nguyễn Cao Văn, Bùi Dương Hải (2011), *Kinh tế lượng: Hướng dẫn trả lời lý thuyết và giải bài tập*, NXB. Tài chính.

6.2. Tài liệu khác

4. Phạm Trí Cao, Vũ Minh Châu (2009), *Kinh tế lượng và ứng dụng*, NXB. Thống kê.
5. Nguyễn Quang Dong, Nguyễn Thị Minh (2012), *Giáo trình Kinh tế lượng*, NXB. Kinh tế quốc dân.
6. Huỳnh Đạt Hùng, Nguyễn Khánh Bình, Phạm Xuân Giang (2011), *Kinh tế lượng*, NXB. Phương Đông.
7. Nguyễn Thống (2000), *Kinh tế lượng ứng dụng*, NXB. Đại học Quốc gia TP. Hồ Chí Minh.

7. Phương pháp đánh giá học phần

- 7.1. Thang điểm: thang điểm 10, làm tròn đến phần nguyên.
- 7.2. Số bài kiểm tra quá trình :01 lần kiểm tra giữa kỳ.
- 7.3. Hình thức thi kết thúc học phần: tự luận, đề đóng (thí sinh không được mang tài liệu vào phòng thi), thời gian làm bài: 90 phút.
- 7.4. Các điểm quá trình và trọng số/hệ số tương ứng

- Điểm chuyên cần: hệ số 0.1;
- Điểm thực hành/bài tập/thảo luận: hệ số 0.1;
- Điểm trung bình của các bài kiểm tra quá trình: hệ số 0.2;
- Điểm thi kết thúc học phần: hệ số 0.6.

7.5. Điểm học phần: là điểm trung bình chung của các điểm nêu ở mục 7.4.

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 29 tháng 4 năm 2016

DUYỆT

TRƯỞNG NGÀNH

TRƯỞNG BỘ MÔN

NGƯỜI BIÊN SOẠN

PGS.TS. Phạm Hoàng Quân

TS. Nguyễn Thị Thanh Bình

ThS. Trương Phúc Tuấn Anh

TS. Nguyễn Văn Huân

HỌC PHẦN QUẢN TRỊ HỌC

1. Thông tin chung về học phần

- Tên học phần: Quản trị học
- Mã học phần: 867004
- Số tín chỉ: 04
- Số tiết (lí thuyết, bài tập, thảo luận, thực hành/thí nghiệm/thực địa): 60 (60, 0, 0, 0)
- Trình độ đào tạo: Đại học
- Điều kiện để học học phần: không có
- + Đòi hỏi học phần học trước: không có
- + Đòi hỏi học phần học song hành: không có
- + Sĩ số sinh viên tối đa: 70

2. Bộ môn phụ trách giảng dạy: Bộ môn Quản trị & Kinh doanh Quốc tế

3. Mô tả học phần

Môn Quản trị học giúp cho người học có các kiến thức cơ bản về quản trị để nghiên cứu các môn học quản trị khác như: Quản trị nguồn nhân lực, Quản trị sản xuất, Quản trị marketing, Quản trị chiến lược v.v.... Ngoài ra môn Quản trị học còn giúp cho người học có cái nhìn tổng quát về các khía cạnh quản trị để có thể đưa ra được những quyết định hiệu quả, phân biệt sự khác nhau giữa nhà quản trị và người thừa hành, phân tích được môi trường của quản trị, biết và hiểu được các chức năng của quản trị.

4. Mục tiêu học phần

4.1. Về kiến thức

- Phân biệt nhà quản trị và nhà doanh nghiệp, các cấp quản trị với những kỹ năng, vai trò cần thiết của một nhà quản trị.
- Giải thích ý nghĩa của môi trường quản trị đối với hoạt động sản xuất kinh doanh
- Giải thích về các chức năng của nhà quản trị như: hoạch định, tổ chức, điều khiển, kiểm tra.

4.2. Về kỹ năng

Vận dụng kiến thức quản trị đã học để có thể trao đổi, thảo luận và đánh giá khả năng quản trị của các doanh nghiệp trong hoạt động.

4.3. Về thái độ

Có kiến thức quản trị học hiện đại, góp phần làm nhận thức của người học tốt hơn trong tiếp cận vào hệ thống quản trị của một tổ chức.

5. Nội dung và kế hoạch dạy học học phần

Nội dung chi tiết của học phần	Số tiết	Hình thức tổ chức/ Phương pháp dạy - học và kiểm tra, đánh giá
Chương 1: Tổng quan về quản trị học	10	Thuyết giảng, tình huống và thảo luận nhóm
1.1. Khái niệm và chức năng quản trị		
1.1.1. Khái niệm		
1.1.2. Chức năng quản trị		
1.2. Hiệu quả quản trị		
1.3. Nhà quản trị, vai trò của nhà quản trị		
1.3.1. Nhà quản trị		
1.3.2. Vai trò của nhà quản trị		
1.4. Các kỹ năng cần thiết của nhà quản trị		
1.4.1. Kỹ năng tư duy		
1.4.2. Kỹ năng nhân sự		
1.4.3. Kỹ năng chuyên môn/kỹ thuật		
1.5. Quản trị vừa là khoa học vừa là nghệ thuật		
Chương 2: Lịch sử phát triển của tư tưởng quản trị	5	Thuyết giảng và thảo luận nhóm
2.1. Trường phái quản trị cổ điển		
2.1.1. Trường phái quản trị thư lại		
2.1.2. Trường phái quản trị khoa học		
2.1.3. Trường phái quản trị hành chính		
2.2. Trường phái quản trị tâm lý xã hội		
2.3. Trường phái định lượng		
2.4. Trường phái tích hợp trong quản trị		
2.4.1. Trường phái hội nhập trong quản trị		
2.4.2. Trường phái quản trị hiện đại		
Chương 3: Môi trường quản trị	8	Thuyết giảng, tình huống và thảo luận nhóm
3.1. Khái niệm về môi trường		
3.2. Môi trường vĩ mô		
3.2.1. Môi trường kinh tế vĩ mô		

3.2.2. Môi trường chính trị pháp luật		
3.2.3. Môi trường văn hóa xã hội		
3.2.4. Môi trường tự nhiên		
3.2.5. Môi trường công nghệ		
3.3. Môi trường vi mô		
3.3.1. Các đối thủ cạnh tranh		
3.3.2. Khách hàng		
3.3.3. Nhà cung cấp		
3.3.4. Đối thủ tiềm ẩn		
3.3.5. Sản phẩm thay thế		
3.4. Môi trường nội bộ		
3.4.1. Nguồn nhân lực		
3.4.2. Tài chính		
3.4.3. Marketing		
3.4.4. Sản xuất – tác nghiệp		
3.4.5. Nghiên cứu phát triển		
3.4.6. Văn hóa doanh nghiệp		
Chương 4: Ra quyết định trong quản trị	7	Thuyết giảng, tình huống và thảo luận nhóm
4.1. Khái niệm, chức năng, phân loại và yêu cầu của quyết định quản trị		
4.1.1. Khái niệm quyết định quản trị		
4.1.2. Các chức năng của quyết định quản trị		
4.1.3. Phân loại quyết định quản trị		
4.1.4. Những yêu cầu đối với quyết định quản trị		
4.2. Mô hình ra quyết định		
4.2.1. Ra quyết định hợp lý		
4.2.2. Ra quyết định hợp lý có giới hạn		
4.2.3. Ra quyết định theo nhóm quyền lực		
4.3. Các công cụ hỗ trợ việc ra quyết định		
4.3.1. Vận dụng tư duy sáng tạo để ra quyết định		
4.3.2. Cây quyết định		
4.4. Nâng cao hiệu quả quyết định quản trị		
4.4.1. Những tiền đề của sự hợp lý		
4.4.2. Những phẩm chất cá nhân cần cho quyết định hiệu quả		
4.4.3. Tổ chức thực hiện các quyết định		
Chương 5: Chức năng Hoạch định	8	Thuyết giảng, tình huống và thảo luận

		nhóm
5.1. Khái niệm, tác dụng và phân loại hoạch định		
5.1.1. Khái niệm		
5.1.2. Tác dụng của hoạch định		
5.1.3. Các loại hoạch định		
5.2. Mục tiêu nền tảng của hoạch định		
5.2.1. Khái niệm		
5.2.2. Vai trò		
5.2.3. Các yêu cầu		
5.2.4. Quản trị bằng mục tiêu		
5.3. Quá trình hoạch định chiến lược		
5.3.1. Tiến trình hoạch định chiến lược		
5.3.2. Những công cụ để hoạch định chiến lược		
5.4. Hoạch định tác nghiệp		
5.4.1. Khái niệm		
5.4.2. Tiến trình		
Chương 6: Chức năng Tổ chức	8	Thuyết giảng, tình huống và thảo luận nhóm
6.1. Khái niệm và nguyên tắc tổ chức của doanh nghiệp		
6.1.1. Khái niệm		
6.1.2. Các nguyên tắc tổ chức quản trị		
6.1.3. Cơ sở để thiết kế bộ máy tổ chức		
6.2. Một số vấn đề khoa học trong công tác tổ chức		
6.2.1. Tâm hạn quản trị		
6.2.2. Quyền hành trong quản trị		
6.2.3. Phân cấp quản trị		
6.3. Xây dựng cơ cấu tổ chức		
6.3.1. Khái niệm		
6.3.2. Các tiêu chuẩn để thành lập các bộ phận trong tổ chức		
6.3.3. Các kiểu cơ cấu tổ chức		
6.4. Sự phân quyền		
6.4.1. Khái niệm		
6.4.2. Ủy quyền		
Chương 7: Chức năng Điều khiển	8	Thuyết giảng, tình huống và thảo luận nhóm
7.1. Khái niệm và các yêu cầu		
7.1.1. Khái niệm		

7.1.2. Yêu cầu với chức năng điều khiển		
7.2. Tuyển dụng và đào tạo nhân viên		
7.2.1. Tuyển dụng		
7.2.2. Thủ tục chọn lựa		
7.2.3. Đào tạo nhân viên		
7.2.4. Phát triển nghề nghiệp		
7.3. Động viên tinh thần làm việc của nhân viên		
7.4. Lãnh đạo và phong cách lãnh đạo		
7.4.1. Người lãnh đạo		
7.4.2. Phong cách lãnh đạo		
Chương 8: Chức năng Kiểm tra	6	Thuyết giảng, tình huống và thảo luận nhóm
8.1. Khái niệm, mục đích và tác dụng của kiểm tra		
8.1.1. Khái niệm		
8.1.2. Mục đích của kiểm tra quản trị		
8.1.3. Tác dụng của công tác kiểm tra		
8.2. Các nguyên tắc để xây dựng cơ chế kiểm tra		
8.3. Quy trình kiểm tra		
8.3.1 Thiết lập các tiêu chuẩn		
8.3.2. Đo lường thành quả		
8.3.3. Điều chỉnh các sai lệch		
8.4. Các hình thức kiểm tra		
8.4.1. Kiểm tra lường trước		
8.4.2. Kiểm tra đồng thời		
8.4.3. Kiểm tra phản hồi		
8.5. Các công cụ chủ yếu để kiểm tra		
8.5.1. Kiểm tra tài chính		
8.5.2. Kiểm tra nguồn nhân lực		
8.5.3. Kiểm tra hành vi		

6. Tài liệu học tập

6.1. Tài liệu chính

1. Lưu Đan Thọ (2014), *Quản Trị Học Trong Xu Thế Hội Nhập*, NXB Tài Chính.

6.2. Tài liệu khác

2. Nguyễn Thị Liên Diệp (2014), *Quản Trị Học*, NXB Lao động—Xã hội, Thành phố Hồ Chí Minh.

3. Phạm Thị Minh Châu (2006), *Quản Trị Học*, NXB Phương Đông, Thành phố Hồ Chí Minh.

4. Nguyễn Thành Hội & Phan Thăng (2010), *Quản Trị Học*, NXB Thống kê, Thành phố Hồ Chí Minh.

5. Nguyễn Hải Sản (2003), *Quản Trị Học*, NXB Thống Kê, Thành phố Hồ Chí Minh.

7. Phương pháp đánh giá học phần

7.1. Thang điểm: thang điểm 10, làm tròn đến phần nguyên

7.2. Số bài kiểm tra quá trình: 1 lần

7.3. Hình thức thi kết thúc học phần: trắc nghiệm, đề đóng (thí sinh không được mang tài liệu vào phòng thi), thời gian làm bài: 60 phút.

7.4. Các điểm quá trình và trọng số/hệ số tương ứng

- Điểm chuyên cần: hệ số 0.1;

- Điểm trung bình của các bài kiểm tra quá trình: hệ số 0.3;

- Điểm thi kết thúc học phần: hệ số 0.6.

7.5. Điểm học phần: là điểm trung bình chung của các điểm nêu ở mục 7.4

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 29 tháng 4 năm 2016

DUYỆT

TRƯỞNG NGÀNH

TRƯỞNG BỘ MÔN

NGƯỜI BIÊN SOẠN

PGS.TS. Phạm Hoàng Quân

TS. Nguyễn Thị Thanh Bình

ThS. Lê Mai Hải

ThS. Từ Minh Khai

HỌC PHẦN QUẢN TRỊ NGUỒN NHÂN LỰC

1. Thông tin về học phần

- Tên học phần: Quản trị nguồn nhân lực
- Mã học phần: 867005
- Số tín chỉ: 03
- Số tiết (lí thuyết, bài tập, thảo luận, thực hành/thí nghiệm/thực địa): 45 (45, 0, 0, 0)
- Trình độ đào tạo: Đại học
- Điều kiện để học học phần:
 - + Đòi hỏi học phần học trước: Quản trị học
 - + Đòi hỏi học phần học song hành: Không có
 - + Sĩ số sinh viên tối đa: 70

2. Bộ môn phụ trách giảng dạy: Bộ môn Quản trị và Kinh doanh quốc tế

3. Mô tả học phần

Học phần quản trị nguồn nhân lực cung cấp kiến thức cơ bản và hệ thống về quản trị nguồn nhân lực (QTNNL) trong tổ chức như hoạch định nhu cầu nhân lực; triển khai kế hoạch tuyển dụng, thu hút người lao động nộp đơn xin việc, tuyển chọn những ứng viên phù hợp; bố trí, sử dụng lao động hợp lý; trả công, khen thưởng, xây dựng môi trường lao động thân thiện để động viên người lao động làm việc tốt; đào tạo, phát triển để người lao động ngày càng hoàn thiện và cuối cùng người lao động gắn bó với tổ chức, cống hiến cho tổ chức, giúp cho tổ chức phát triển.

Sau khi hoàn thành môn học sinh viên có thể hiểu được các chức năng quản trị nguồn nhân lực, vận dụng các kiến thức đã được trang bị vào công tác quản trị nguồn nhân lực một cách hiệu quả, sử dụng được các công cụ quản trị nguồn nhân lực.

4. Mục tiêu học phần

- 4.1. Về kiến thức:
 - Nắm được khái niệm, mục tiêu và vai trò của QTNNL.

- Trình bày được nội dung, vai trò của phân tích công việc đối với hoạt động QTNNL.

- Nắm được khái niệm tuyển dụng và mô tả được quy trình tuyển dụng.

- Nắm được khái niệm về đánh giá tình hình thực hiện công việc.

- Trình bày được cách thức thực hiện của từng phương pháp đánh giá tình hình thực hiện công việc.

- Nắm được khái niệm về thù lao và mục tiêu của hệ thống thù lao.

- Nắm được khái niệm đào tạo và phát triển, và phân biệt được đào tạo và phát triển nguồn nhân lực.

- Trình bày được các phương pháp đào tạo cũng như ưu điểm, nhược điểm của từng phương pháp.

4.2. Về kỹ năng:

- Xác định được cơ cấu, trách nhiệm, quyền hạn của bộ phận chức năng QTNNL.

- Xây dựng được bản mô tả công việc, bản yêu cầu đối với người thực hiện công việc và bản tiêu chuẩn thực hiện công việc.

- Xây dựng được quy trình tuyển dụng phù hợp với tổ chức.

- Xây dựng được quy trình đánh giá tình hình thực hiện công việc của nhân viên.

- Lựa chọn phương pháp đào tạo phù hợp với mục tiêu phát triển của doanh nghiệp.

- Triển khai công tác đào tạo và phát triển cho tổ chức.

4.3. Về thái độ:

Qua bài giảng sinh viên nhận thức được vai trò của công tác quản trị nhân lực và vai trò của mỗi người lao động trong tổ chức, từ đó xây dựng ý thức trách nhiệm trong công việc, ý thức và đạo đức nghề nghiệp, tinh thần đoàn kết, phối hợp với mọi người trong tổ chức, để đạt được mục tiêu chung.

5. Nội dung và kế hoạch dạy học học phần

Nội dung chi tiết của học phần	Số tiết	Hình thức tổ chức, phương pháp dạy - học và kiểm tra, đánh giá
Chương 1: Tổng quan về quản trị nguồn nhân lực (QTNNL)	3	Thuyết giảng và thảo luận
1.1. Vai trò của QTNNL trong các tổ chức		
1.1.1. Đối tượng, nội dung môn học QTNNL		
1.1.2. Bản chất của QTNNL		
1.1.3. Các yếu tố ảnh hưởng đến QTNNL		

1.2. Trách nhiệm QTNNL trong một tổ chức		
1.2.1. Trách nhiệm của bộ phận nhân lực		
1.2.2. Yêu cầu đối với bộ phận nhân lực		
Chương 2: Phân tích công việc	6	Thuyết giảng và thảo luận
2.1. Khái niệm và vai trò của phân tích công việc		
2.2. Các phương pháp thu thập thông tin phân tích công việc		
2.3. Quy trình thực hiện phân tích công việc		
2.4. Xây dựng bảng mô tả công việc và tiêu chuẩn công việc		
Chương 3: Hoạch định nguồn nhân lực	6	Thuyết giảng và thảo luận
3.1. Khái niệm, vai trò và tầm quan trọng của công tác hoạch định		
3.2. Phương pháp dự báo nhu cầu của nguồn nhân lực		
3.2.1. Phương pháp định tính		
3.2.2. Phương pháp định lượng		
3.3. Phương pháp dự báo lượng cung nhân lực		
3.3.1. Dự báo cung nội bộ		
3.3.2. Dự báo cung bên ngoài thị trường lao động		
3.4. Phân tích và ra quyết định cho trình trạng dư thừa và thiếu hụt lao động		
Chương 4: Tuyển mộ và tuyển chọn nhân sự	6	Thuyết giảng và thảo luận
4.1. Khái niệm, vai trò và phương pháp tuyển mộ nhân sự		
4.1.1. Khái niệm, vai trò		
4.1.2. Phương pháp tuyển mộ nhân lực nội bộ		
4.1.3. Phương pháp tuyển mộ nhân lực ngoài thị trường lao động		
4.2. Khái niệm, vai trò và phương pháp tuyển chọn nhân sự		
4.2.1. Khái niệm, vai trò		

4.2.2. Những căn cứ để lựa chọn nhân sự		
4.2.3. Tiêu chuẩn lựa chọn nhân sự		
4.2.4. Quy trình lựa chọn nhân sự		
Chương 5: Đánh giá tình hình thực hiện công việc của nhân viên	9	Thuyết giảng và thảo luận
5.1. Khái niệm, vai trò đánh giá tình hình thực hiện công việc của nhân viên		
5.2. Quy trình, phương pháp đánh giá tình hình thực hiện công việc của nhân viên		
5.2.1. Quy trình đánh giá		
5.2.2. Các phương pháp đánh giá		
Chương 6: Quản trị hệ thống thù lao lao động	6	Thuyết giảng và thảo luận
6.1. Thù lao và mục tiêu của hệ thống thù lao lao động		
6.1.1. Các khái niệm có liên quan đến thù lao		
6.1.2. Mục tiêu của hệ thống thù lao		
6.2. Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định về thù lao		
6.2.1. Các yếu tố thuộc về bản thân người lao động		
6.2.2. Các yếu tố thuộc về doanh nghiệp		
6.2.3. Các yếu tố thuộc về môi trường		
6.3. Các tiêu thức lựa chọn khi xây dựng hệ thống thù lao lao động		
Chương 7: Đào tạo và phát triển nguồn nhân lực	9	Thuyết giảng và thảo luận
7.1. Khái niệm về đào tạo và phát triển nguồn nhân lực		
7.2. Vai trò của đào tạo và phát triển nguồn nhân lực trong tổ chức		
7.1.1. Đối với người lao động		
7.1.2. Đối với doanh nghiệp		
7.2. Các phương pháp đào tạo và phát triển		
7.2.1. Đào tạo trong công việc		
7.2.2. Đào tạo ngoài công việc		
7.3. Tổ chức hoạt động đào tạo và phát triển		

7.3.1. Giai đoạn đánh giá nhu cầu đào tạo		
7.3.2. Giai đoạn đào tạo		
7.3.3. Giai đoạn đánh giá hoạt động đào tạo		

6. Tài liệu học tập

6.1. Tài liệu chính

1. ThS. Nguyễn Văn Diễm và PGS.TS. Nguyễn Ngọc Quân (2012), *Giáo trình Quản trị nhân lực*, NXB Đại học Kinh tế Quốc dân.

6.2. Tài liệu khác

2. PGS.TS. Trần Kim Dung (2015), *Quản trị nguồn nhân lực*, NXB Kinh tế, TP. Hồ Chí Minh.

3. TS. Nguyễn Hữu Thân (2012), *Quản trị nhân sự*, NXB Lao động – Xã hội, TP. Hồ Chí Minh.

4. Gary Dessler (2011), *Human Resource Management Thirteenth Edition*, NXB Prentice Hall.

5. Paul Falcone (2014), *101 tình huống nhân sự nan giải*, NXB Lao động – Xã hội, TP. Hồ Chí Minh.

7. Phương pháp đánh giá học phần

7.1. Thang điểm: thang điểm 10, làm tròn đến phần nguyên

7.2. Số bài kiểm tra quá trình: 1 lần kiểm tra giữa kỳ

7.3. Hình thức thi kết thúc học phần: tự luận, đề mở (thí sinh được mang tài liệu vào phòng thi), thời gian làm bài: 90 phút.

7.4. Các điểm quá trình và trọng số/hệ số tương ứng:

- Điểm chuyên cần: hệ số 0.1;

- Điểm trung bình của các bài kiểm tra quá trình: hệ số 0.3;

- Điểm thi kết thúc học phần: hệ số 0.6.

7.5. Điểm học phần: là điểm trung bình chung của các điểm nêu ở mục 7.4

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 29 tháng 4 năm 2016

DUYỆT

TRƯỞNG NGÀNH

TRƯỞNG BỘ MÔN

NGƯỜI BIÊN SOẠN

PGS.TS. Phạm Hoàng Quân

TS. Nguyễn Thị Thanh Bình

ThS. Lê Mai Hải

ThS. Đặng Đức Văn

HỌC PHẦN
LÝ THUYẾT TÀI CHÍNH TIỀN TỆ

1. Thông tin về học phần

- Tên học phần: Lý thuyết tài chính tiền tệ
- Mã học phần: 833030
- Số tín chỉ: 02
- Số tiết (lí thuyết, bài tập, thảo luận, thực hành/thí nghiệm/thực địa): 30 (30; 0; 0)
- Trình độ đào tạo: Đại học
- Điều kiện để học học phần:
 - + Đòi hỏi học phần học trước: Kinh tế vi mô
 - + Đòi hỏi học phần học song hành: Không có
 - + Sĩ số sinh viên tối đa: 100

2. Bộ môn phụ trách giảng dạy: Bộ môn Tài chính – Ngân hàng

3. Mô tả học phần

Học phần cung cấp cho sinh viên những kiến thức cơ bản về tiền tệ, tài chính, tín dụng và ngân hàng. Học phần gồm có 6 nội dung chính: Những lý luận cơ bản về tiền tệ; Những vấn đề cơ bản về tài chính; Tài chính công; Những vấn đề cơ bản về tài chính doanh nghiệp; Tín dụng và lãi suất và hệ thống ngân hàng.

4. Mục tiêu học phần

4.1. Về kiến thức

Nắm rõ các kiến thức cơ bản về tài chính, tiền tệ, tín dụng, ngân hàng.

4.2. Về kỹ năng

Lý giải được các vấn đề trong nền kinh tế thông qua các hoạt động tài chính và vận dụng các kiến thức về tài chính trong quá trình hoạt động kinh tế.

4.3. Về thái độ

Chuyên cần, tích cực tham gia trả lời câu hỏi và thảo luận tại lớp. Phát triển tinh thần tự học, đọc tài liệu tham khảo, làm việc nhóm, trả lời các câu hỏi của giảng viên.

5. Nội dung và kế hoạch dạy học học phần

Nội dung chi tiết của học phần	Số tiết	Hình thức tổ chức, phương pháp dạy - học và kiểm tra, đánh giá
Chương 1: Những lý luận cơ bản về tiền tệ	4	
1.1. Lịch sử ra đời và phát triển của tiền tệ		- Giảng viên trình bày slides. - Sinh viên trả lời các câu hỏi của giảng viên.
1.2. Bản chất và chức năng của tiền tệ		
1.2.1 Bản chất của tiền tệ		
1.2.2 Chức năng của tiền tệ		
1.3. Các chế độ tiền tệ		
1.3.1. Khái niệm		
1.3.2. Chế độ lưu thông tiền kim loại		
1.3.3. Chế độ lưu thông tiền giấy		
Chương 2: Những vấn đề cơ bản về tài chính	4	
2.1. Khái quát sự ra đời và phát triển của tài chính		- Giảng viên trình bày slides. - Sinh viên trả lời các câu hỏi của giảng viên. - Giảng viên trả lời thắc mắc của sinh viên.
2.2. Bản chất của tài chính		
2.3. Chức năng của tài chính		
2.3.1. Huy động nguồn lực tài chính		
2.3.2. Phân bổ nguồn lực tài chính		
2.3.3. Giám đốc tài chính		
2.4. Hệ thống tài chính		
2.4.1. Khái niệm		
2.4.2. Thị trường tài chính		
2.4.3. Các chủ thể tài chính		
2.4.4. Cơ sở hạ tầng tài chính của hệ thống tài chính		
Chương 3: Tài chính công	4	
3.1. Những vấn đề cơ bản về tài chính công		- Giảng viên trình bày slides. - Sinh viên trả lời các câu hỏi của giảng viên.
3.1.1. Sự phát triển tài chính công		
3.1.2. Khái niệm và đặc điểm tài chính công		
3.1.3. Vai trò của tài chính công		
3.2. Ngân sách nhà nước		- Giảng viên trả lời

3.2.1. Khái niệm		thắc mắc của sinh viên. - Kiểm tra
3.2.2. Tổ chức hệ thống ngân sách nhà nước		
3.2.3. Thu ngân sách nhà nước		
3.2.4. Chi ngân sách nhà nước		
3.2.5. Cân đối thu chi ngân sách nhà nước		
Chương 4: Những vấn đề cơ bản về tài chính doanh nghiệp	4	- Giảng viên trình bày slides. - Sinh viên trả lời các câu hỏi của giảng viên. - Giảng viên trả lời thắc mắc của sinh viên.
4.1. Bản chất tài chính doanh nghiệp		
4.2. Vai trò của tài chính doanh nghiệp		
c tổ chức tài chính doanh nghiệp		
4.4. Quản lý và sử dụng vốn kinh doanh		
4.4.1. Vốn kinh doanh		
4.4.2. Nguồn vốn kinh doanh		
4.5. Chi phí sản xuất kinh doanh, giá thành sản phẩm của doanh nghiệp		
4.5.1. Chi phí sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp		
4.5.2. Giá thành sản phẩm của doanh nghiệp		
4.6. Thu nhập và lợi nhuận của doanh nghiệp		
4.6.1. Thu nhập của doanh nghiệp		
n của doanh nghiệp		
Chương 5: Tín dụng và lãi suất	6	- Giảng viên trình bày slides. - Sinh viên trả lời các câu hỏi của giảng viên. - Giảng viên trả lời thắc mắc của sinh viên. - Thảo luận về tín dụng nặng lãi ở Việt Nam
5.1. Nguồn gốc ra đời và phát triển của tín dụng		
5.2. Khái niệm và đặc điểm của tín dụng		
5.3. Chức năng và vai trò của tín dụng		
5.3.1. Chức năng của tín dụng		
5.3.2. Vai trò của tín dụng		
5.4. Lãi suất tín dụng		
5.4.1. Khái niệm		
5.4.2. Cơ sở hình thành lãi suất		
5.4.3. Các loại lãi suất tín dụng		
5.4.4. Các nhân tố ảnh hưởng đến lãi suất		
5.5. Phân loại tín dụng và các hình thức tín dụng		
5.5.1. Phân loại tín dụng		

5.5.2. Các hình thức tín dụng trong nền kinh tế thị trường		
Chương 6: Hệ thống ngân hàng	8	
6.1. Quá trình hình thành và phát triển của hệ thống ngân hàng		- Giảng viên trình bày slides.
6.2. Ngân hàng thương mại		- Sinh viên trả lời các câu hỏi của giảng viên.
n về ngân hàng thương mại		
6.2.2. Chức năng của ngân hàng thương mại		
6.2.3. Phân loại ngân hàng thương mại		- Giảng viên trả lời thắc mắc của sinh viên.
6.2.3. Các nghiệp vụ cơ bản của ngân hàng thương mại		
6.2.4. Thu nhập, chi phí và lợi nhuận ngân hàng thương mại		
6.3. Ngân hàng trung ương		- Thảo luận về hệ thống ngân hàng Việt Nam
6.3.1. Mô hình tổ chức ngân hàng trung ương		
6.3.2. Chức năng của ngân hàng trung ương		
6.3.3. Chính sách tiền tệ và công cụ thực hiện chính sách tiền tệ		

6. Tài liệu học tập

6.1. Tài liệu chính

1. PGS. TS. Sử Đình Thành, TS. Vũ Thị Minh Hằng và nhiều tác giả khác (2008), *Nhập môn tài chính- tiền tệ*, NXB Đại học quốc gia TP.HCM.

6.2. Tài liệu khác

2. PGS. TS. Phan Thị Cúc (2012), *Giáo trình lý thuyết tài chính – tiền tệ*, NXB Phương Đông.
3. TS. Lê Thị Mận (2010), *Lý thuyết tài chính – tiền tệ*, NXB Lao Động Xã Hội.
4. TS. Nguyễn Minh Kiều (2008), *Giáo trình lý thuyết tiền tệ*, NXB Thống kê.
5. PGS. TS. Nguyễn Văn Dòn (2008), *Giáo trình lý thuyết tài chính – tiền tệ*, NXB Thống kê.

7. Phương pháp đánh giá học phần

7.1. Thang điểm: thang điểm 10, làm tròn đến phần nguyên.

7.2. Số bài kiểm tra quá trình: một lần kiểm tra giữa kì và thảo luận.

7.3. Hình thức thi kết thúc học phần: tự luận, đề đóng (thí sinh không được mang tài liệu vào phòng thi), thời gian làm bài: 60 phút.

7.4. Các điểm quá trình và trọng số/hệ số tương ứng

- Điểm chuyên cần: hệ số 0.1;
- Điểm trung bình của các bài kiểm tra quá trình: hệ số 0.3;
- Điểm thi kết thúc học phần: hệ số 0.6.

7.5. Điểm học phần: là điểm trung bình chung của các điểm nêu ở mục 7.4.

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 29 tháng 4 năm 2016

DUYỆT

TRƯỞNG NGÀNH

TRƯỞNG BỘ MÔN

NGƯỜI BIÊN SOẠN

PGS.TS. Phạm Hoàng Quân

TS. Nguyễn Thị Thanh Bình

TS. Nguyễn Văn Nông

TS. Võ Đức Toàn

HỌC PHẦN NGHỆ THUẬT LÃNH ĐẠO

1. Thông tin về học phần

- Tên học phần: Nghệ thuật lãnh đạo
- Mã học phần: 833075
- Số tín chỉ: 02
- Số tiết (lý thuyết, bài tập, thảo luận, thực hành/thí nghiệm/thực địa): 30 (30; 0; 0)
- Trình độ đào tạo: Đại học
- Điều kiện để học học phần:
 - + Đòi hỏi học phần học trước: Không có
 - + Đòi hỏi học phần học song hành: Không có
 - + Sĩ số sinh viên tối đa: 70

2. Bộ môn phụ trách giảng dạy: Bộ môn Cơ bản.

3. Mô tả học phần

Môi trường kinh doanh của Việt Nam cũng như thế giới đang biến động rất nhanh và nghệ thuật cũng như khả năng lãnh đạo của những nhà quản trị thật sự đóng vai trò ngày càng then chốt. Học phần sẽ cung cấp cho sinh viên những kiến thức cơ bản cũng như các kết quả nghiên cứu về công tác lãnh đạo, các kinh nghiệm quý báu và các câu chuyện lý thú về những nhà lãnh đạo bậc thầy trên thế giới.

4. Mục tiêu của học phần

4.1. Về kiến thức

- Nắm được vai trò, tầm quan trọng cũng như sức ảnh hưởng to lớn của các nhà lãnh đạo.
- Hiểu được bản chất của quyền lực và các yếu tố hình thành nên quyền lực cho nhà lãnh đạo.
- Biết các chiến lược mà nhà lãnh đạo có thể sử dụng để tạo sức ảnh hưởng lên nhân viên dưới quyền.
- Nắm được các phong cách lãnh đạo cũng như các mô hình lãnh đạo cơ bản.

4.2. Về kỹ năng

Vận dụng kiến thức được học, sinh viên có thể áp dụng kiến thức phân tích các tình huống lãnh đạo, tìm ra nguyên nhân một nhà lãnh đạo thành công hay thất bại trong việc tạo ảnh hưởng và sức thuyết phục với nhân viên thuộc cấp.

4.3. Về thái độ

Sinh viên có thái độ tích cực, hợp tác với cấp trên/ cấp dưới của mình trong công tác sau này.

5. Nội dung và kế hoạch dạy học học phần

Nội dung chi tiết của học phần	Số tiết	Hình thức tổ chức/ Phương pháp dạy - học và kiểm tra, đánh giá
Chương 1: Bản chất của lãnh đạo	5	Thuyết giảng và thảo luận tình huống
1.1. Định nghĩa lãnh đạo		
1.2. Hiệu quả lãnh đạo		
1.3. Cách tiếp cận trong nghiên cứu về lãnh đạo		
1.3.1. Tiếp cận về quyền lực và sự ảnh hưởng		
1.3.2. Tiếp cận theo phẩm chất		
1.3.3. Tiếp cận theo phong cách		
1.3.4. Tiếp cận theo tình huống		
Chương 2: Một số mô hình lãnh đạo hiện đại	5	Thuyết giảng và thảo luận tình huống
2.1. Mô hình của John Adair		
2.2. Mô hình của Paul Hersey và Ken Blanchard		
2.3. Mô hình của Noel Tichy		
Chương 3: Các chiến lược ảnh hưởng	4	Thuyết giảng và thảo luận tình huống
3.1. Nguồn gốc của quyền lực		
3.2. Các chiến lược ảnh hưởng		
3.2.1. Chiến lược thân thiện		
3.2.2. Chiến lược mặc cả		
3.2.3. Chiến lược đưa ra lý do		
3.2.4. Chiến lược quyết đoán		
3.2.5. Chiến lược tham khảo cấp trên		
3.2.6. Chiến lược liên minh		
3.2.7. Chiến lược trừng phạt		
Chương 4: Lãnh đạo và chỉ số EQ	6	Thuyết giảng và thảo luận

		tình huống
4.1. Khái niệm chỉ số EQ		
4.2. Mối quan hệ giữa chỉ số EQ và khả năng lãnh đạo		
4.3. Thuật ngữ CARES		
4.4. Các phẩm chất nên có của một nhà lãnh đạo		
4.5. Mô hình “Thiên văn học” về khả năng lãnh đạo		
Chương 5: Vai trò của nhà lãnh đạo	4	Thuyết giảng và thảo luận tình huống
5.1. Các vai trò của nhà lãnh đạo		
5.2. Phân biệt khái niệm nhà lãnh đạo và nhà quản trị		
5.3. Vấn đề truyền thông hiệu quả trong tổ chức		
Chương 6: Các phong cách lãnh đạo	6	Thuyết giảng và thảo luận tình huống
6.1. Khái niệm về phong cách lãnh đạo		
6.2. Nghiên cứu của Kurt Lewin		
6.2.1. Phong cách độc đoán		
6.2.2. Phong cách dân chủ		
6.2.3. Phong cách tự do		
6.3. Các lý thuyết về động viên nhân viên		
6.3.1. Thuyết của Maslow		
6.3.2. Thuyết của David Mc. Clleland		
6.3.3. Thuyết của Herzberg		
6.3.4. Thuyết của Stacey Adams		

6. Tài liệu học tập

6.1. Tài liệu chính

1. TS. Nguyễn Hữu Lam (2008), *Giáo trình Nghệ thuật lãnh đạo*, Nhà xuất bản Hồng Đức.
2. Michael Williams (2005), *Leadership for leaders*, Thorogood Publishing Limited.

6.2. Tài liệu khác

3. John C. Maxwell (2009), *21 nguyên tắc vàng của nghệ thuật lãnh đạo*, Nhà xuất bản Lao động – Xã hội.
4. John C. Maxwell (2009), *21 phẩm chất vàng của nhà lãnh đạo*, Nhà xuất bản Lao động – Xã hội.

7. Phương pháp đánh giá học phần:

7.1. Thang điểm: thang điểm 10, làm tròn đến phần nguyên.

7.2. Số bài kiểm tra quá trình: 1 lần kiểm tra giữa kỳ.

7.3. Hình thức thi kết thúc học phần: tự luận, đề đóng (thí sinh không được mang tài liệu vào phòng thi), thời gian làm bài: 60 phút.

7.4. Các điểm quá trình và trọng số/hệ số tương ứng

- Điểm chuyên cần: hệ số 0.1;

- Điểm trung bình của các bài kiểm tra quá trình: hệ số 0.3;

- Điểm thi kết thúc học phần: hệ số 0.6.

7.5. Điểm học phần: là điểm trung bình chung của các điểm nêu ở mục 7.4

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 29 tháng 4 năm 2016

DUYỆT

TRƯỞNG NGÀNH

TRƯỞNG BỘ MÔN

NGƯỜI BIÊN SOẠN

PGS.TS. Phạm Hoàng Quân

TS. Nguyễn Thị Thanh Bình

ThS. Nguyễn Phan Thu Hằng

ThS. Nguyễn Hà Minh

UBND THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN
TRƯỜNG ĐẠI HỌC SÀI GÒN **NGÀNH: QUẢN TRỊ KINH DOANH**

**HỌC PHẦN
 VĂN HÓA DOANH NGHIỆP**

1. Thông tin học phần

- Tên học phần: Văn hóa doanh nghiệp.
- Mã học phần: 833009
- Số tín chỉ: 02
- Số tiết (lí thuyết, bài tập, thảo luận, thực hành/thí nghiệm/thực địa): 30 (30; 0; 0; 0)
- Trình độ đào tạo: Đại học
- Điều kiện để học học phần:
- + Đòi hỏi học phần học trước: Không có
- + Đòi hỏi học phần học song hành: Không có
- + Sĩ số sinh viên tối đa: 70

2. Bộ môn phụ trách giảng dạy: Bộ môn Cơ bản

3. Mô tả học phần

Mục tiêu của môn học giúp sinh viên nhận thức được tầm quan trọng của văn hóa doanh nghiệp, hình thành khả năng nhạy bén trong quá trình đón nhận các vấn đề xảy ra trong quá trình làm việc. Thêm vào đó, sinh viên hiểu được khái niệm văn hóa doanh nghiệp, các thành phần cấu thành và vai trò quan trọng của nó đối với các hoạt động của doanh nghiệp.

4. Mục tiêu học phần

4.1. Về kiến thức

- Nêu lên được khái niệm, vai trò và sự tác động của văn hóa doanh nghiệp trong các hoạt động của tổ chức.
- Đánh giá được tầm quan trọng của các yếu tố hình thành và cấu trúc tạo nên văn hóa doanh nghiệp.
- Trình bày được các giá trị của doanh nghiệp thông qua các biểu trưng của văn hóa công ty.
- Nhận ra được một doanh nghiệp có văn hóa tổ chức tốt hay chưa tốt.

4.2. Về kỹ năng

- Vận dụng những kiến thức đã học để tổ chức, ứng dụng văn hóa doanh nghiệp vào hoạt động kinh doanh trong thực tiễn.

- Phân tích mối tương quan giữa các mục tiêu chung của tổ chức và quá trình xây dựng văn hóa doanh nghiệp.

- Phân biệt và giải quyết các khác biệt văn hóa và ứng dụng những kỹ năng để thiết lập mối quan hệ với đồng nghiệp, thực hành văn hóa doanh nghiệp.

4.3. Về thái độ

Nhận thức về quá trình hình thành, phát triển và tác dụng của việc xây dựng văn hóa doanh nghiệp theo hướng tạo ra giá trị cho doanh nghiệp chính là một bước phát triển mới trong tư tưởng quản trị mà các tổ chức, doanh nghiệp đang hướng tới.

5. Nội dung và kế hoạch dạy học học phần

Nội dung chi tiết của học phần	Số tiết	Hình thức tổ chức, phương pháp dạy - học và kiểm tra, đánh giá
Chương 1: Tổng quan văn hóa doanh nghiệp	6	Thuyết giảng và thảo luận
1.1. Khái niệm về văn hóa doanh nghiệp		
1.2. Mục đích, ý nghĩa và vai trò của văn hóa doanh nghiệp		
1.2.1. Mục đích ý nghĩa		
1.2.2. Vai trò của văn hóa doanh nghiệp		
1.3. Các yếu tố cấu thành và tiêu chí xây dựng văn hóa doanh nghiệp		
1.3.1. Các yếu tố cấu thành văn hóa doanh nghiệp		
1.3.1.1. Giá trị văn hóa hữu hình		
1.3.1.2. Giá trị văn hóa vô hình		
1.3.2. Các tiêu chí xây dựng văn hóa doanh nghiệp		
1.3.2.1. Văn hóa nhận thức		
1.3.2.2. Văn hóa tổ chức		
1.3.2.3. Văn hóa ứng xử		
1.4. Triết lý kinh doanh		
1.4.1. Khái niệm về triết lý kinh doanh		
1.4.2. Cách thức xây dựng triết lý kinh doanh		
Chương 2: Các chức năng và nội dung cơ bản của văn hóa	6	Thuyết giảng và thảo luận

doanh nghiệp		luận tình huống
2.1. Chức năng của văn hóa doanh nghiệp		
2.1.1. Chức năng chỉ đạo		
2.1.2. Chức năng ràng buộc		
2.1.3. Chức năng liên kết		
2.1.4. Chức năng khuyến khích		
2.1.5. Chức năng lan truyền		
2.2. Những nội dung cơ bản của văn hóa doanh nghiệp		
2.2.1. Quan niệm giá trị của doanh nghiệp		
2.2.2. Sáng tạo tinh thần doanh nghiệp		
2.2.3. Xây dựng phương thức và chế độ quản lý		
2.2.4. Sự thể hiện trong hành động của nhân viên		
2.2.5. Tạo lập giá trị văn hoá vật chất của doanh nghiệp		
2.2.6. Những thách thức		
Chương 3: Cấu trúc cơ bản hình thành văn hóa doanh nghiệp	6	Thuyết giảng và phân tích tình huống
3.1. Hình thành văn hóa doanh nghiệp từ các yếu tố giá trị		
3.1.1. Khái niệm về yếu tố giá trị		
3.1.2. Quá trình quản lý bằng giá trị		
3.1.3. Triết lý doanh nghiệp		
3.2. Hình thành văn hóa doanh nghiệp từ các yếu tố chuẩn mực		
3.2.1. Tính nhân văn trong mối quan hệ đối với môi trường		
3.2.2. Sự thật và lẽ phải		
3.2.3. Bản chất con người		
3.2.4. Hành vi con người		
3.2.5. Mối quan hệ với con người		
3.3. Hình thành văn hóa doanh nghiệp từ các yếu tố phong cách quản lý		
3.3.1. Khái niệm phong cách quản lý		
3.3.2. Phân loại phong cách quản lý		
3.3.3. Các biểu trưng thể hiện phong cách quản lý		
Chương 4: Xây dựng văn hóa doanh nghiệp	6	Thuyết giảng và thảo

		luận
4.1. Các giai đoạn hình thành văn hóa doanh nghiệp		
4.1.1. Giai đoạn đầu		
4.1.2. Giai đoạn giữa		
4.1.3. Giai đoạn chín muồi và nguy cơ suy tàn		
4.1.4. Các trường hợp sát nhập, mua lại, liên doanh và hợp doanh.		
4.2. Các dạng văn hóa doanh nghiệp		
4.2.1. Phân theo phân cấp quyền lực		
4.2.2. Phân theo cơ cấu định hướng về con người và nhiệm vụ		
4.2.3. Phân theo mối quan tâm đến nhân tố con người và mối quan tâm đến thành tích		
4.2.4. Phân theo vai trò nhà lãnh đạo		
4.3. Xây dựng văn hóa doanh nghiệp Việt Nam trong giai đoạn hiện nay		
4.3.1. Sự ảnh hưởng của văn hóa dân tộc và môi trường kinh doanh đến sự hình thành và phát triển văn hóa doanh nghiệp Việt Nam		
4.3.2. Xây dựng và phát triển văn hóa doanh nghiệp Việt Nam		
Chương 5: Tác dụng của Văn hóa Doanh nghiệp	6	Thuyết giảng và phân tích tình huống
5.1. Văn hóa trong các hoạt động doanh nghiệp		
5.1.1. Văn hóa ứng xử trong nội bộ doanh nghiệp		
5.1.2. Văn hóa trong xây dựng và phát triển thương hiệu		
5.1.3. Văn hóa trong hoạt động marketing		
5.1.4. Văn hóa ứng xử trong đàm phán và thương lượng		
5.2. Các tác động của văn hóa doanh nghiệp		
5.2.1. Tác động của văn hóa ứng xử trong nội bộ doanh nghiệp		
5.2.2. Tác động của văn hóa trong xây dựng và phát triển thương hiệu		
5.2.3. Tác động của văn hóa trong hoạt động marketing		
5.2.4. Tác động của văn hóa ứng xử trong đàm phán và thương lượng		
5.3. Văn hóa doanh nghiệp của một số công ty hiện nay		

5.3.1. Doanh nghiệp trong nước		
5.3.2. Doanh nghiệp nước ngoài		

6. Tài liệu học tập

6.1. Tài liệu chính

1. Tập thể các tác giả Trường ĐH Kinh Tế Quốc Dân (2008), Bộ môn Văn hóa kinh doanh, *Bài giảng – Văn Hóa Kinh Doanh*, NXB Đại học kinh tế quốc dân.
2. Nguyễn Phúc Hoàng (Biên dịch), Edgar H. Schein (2012), *Văn hóa doanh nghiệp và sự lãnh đạo*, NXB Thời đại.

6.2. Tài liệu khác

3. Nguyễn Mạnh Quân (2015), *Giáo trình Đạo đức kinh doanh và Văn hóa công ty*, NXB Đại học kinh tế quốc dân.
4. Hà Nam Khánh Giao (Chủ biên), Phạm Thị Trúc Ly và Nguyễn Thị Quỳnh Giang (2010), *Giáo trình giao tiếp trong kinh doanh*, NXB Lao Động – Xã Hội.
5. Nguyễn Ngọc Thắng (2015), *Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp*, NXB Đại học quốc gia Hà Nội.

7. Phương pháp đánh giá học phần

7.1. Thang điểm: thang điểm 10, làm tròn đến phần nguyên

7.2. Số bài kiểm tra quá trình: 1 lần kiểm tra giữa kỳ

7.3. Hình thức thi kết thúc học phần: tự luận, đề mở (thí sinh được mang tài liệu vào phòng thi), thời gian làm bài: 60 phút.

7.4. Các điểm quá trình và trọng số/hệ số tương ứng:

- Điểm chuyên cần: hệ số 0.1;
- Điểm trung bình của các bài kiểm tra quá trình: hệ số 0.3;
- Điểm thi kết thúc học phần: hệ số 0.6.

7.5. Điểm học phần: là điểm trung bình chung của các điểm nêu ở mục 7.4

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 29 tháng 4 năm 2016

DUYỆT

TRƯỞNG NGÀNH

TRƯỞNG BỘ MÔN

NGƯỜI BIÊN SOẠN

PGS.TS. Phạm Hoàng Quân

TS. Nguyễn Thị Thanh Bình

ThS. Nguyễn Phan Thu Hằng

ThS. Lê Khoa Huân

HỌC PHẦN
TÂM LÝ HỌC TRONG KINH DOANH

1. Thông tin về học phần

- Tên học phần: Tâm lý học trong kinh doanh
- Mã học phần:
- Số tín chỉ: 02
- Số tiết (lí thuyết, bài tập, thảo luận, thực hành/thí nghiệm/thực địa): 30 (30; 0; 0; 0)
- Trình độ đào tạo: Đại học
- Điều kiện để học học phần:
 - + Đòi hỏi học phần học trước: Marketing căn bản
 - + Đòi hỏi học phần học song hành: Không có
 - + Sĩ số sinh viên tối đa: 70

2. Bộ môn phụ trách giảng dạy: Bộ môn Cơ bản

3. Mô tả học phần

Học phần này cung cấp cho người học những kiến thức cơ bản về tâm lý học trong quản trị kinh doanh qua các vấn đề như: Sự hình thành và phát triển của tâm lý học quản trị kinh doanh; những hiện tượng tâm lý cá nhân, tâm lý tập thể; tâm lý trong các vấn đề quản trị, sản xuất và kinh doanh; tâm lý trong đàm phán. Các quy luật ứng xử của từng nhóm khách hàng khác nhau và những yếu tố ảnh hưởng đến tâm lý. Qua đó có thể vận dụng những hiểu biết về tâm lý vào hoạt động sản xuất và kinh doanh trong doanh nghiệp.

4. Mục tiêu của học phần

4.1. Về kiến thức

- Đối tượng nghiên cứu của tâm lý học trong kinh doanh.
- Các khái niệm về tâm lý cá nhân, tập thể, tâm lý lãnh đạo.
- Vai trò của nghiên cứu tâm lý học quản trị kinh doanh.
- Các hiện tượng về tâm lý cá nhân, tập thể, xã hội và những yếu tố ảnh hưởng.
- Những ứng dụng về nghiên cứu tâm lý học trong chiến lược marketing, trong việc ra quyết định quản trị, trong sản xuất, giao tiếp và đàm phán trong kinh doanh.

4.2. Về kỹ năng

- Có thể phân tích được cấu trúc tâm lý cá nhân, tập thể và các yếu tố tác động đến quy luật ứng xử của họ (các chủ thể tham gia trong hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp).

- Vận dụng tâm lý vào thực tế trong công việc marketing và sản xuất kinh doanh.

4.3. Về thái độ

Nhận thức được tầm quan trọng và ý nghĩa của tâm lý học quản trị kinh doanh và những ứng dụng của nó đối với doanh nghiệp.

5. Nội dung và kế hoạch dạy học học phần

Nội dung chi tiết của học phần	Số tiết	Hình thức tổ chức, phương pháp dạy - học và kiểm tra, đánh giá
Chương 1: Khái quát về tâm lý học trong kinh doanh	4	Thuyết giảng và thảo luận nhóm
1.1. Đối tượng, đặc điểm, nội dung và phương pháp nghiên cứu tâm lý học trong kinh doanh		
1.2. Tâm lý học và tâm lý học quản trị kinh doanh		
1.3. Sự hình thành và phát triển của tâm lý học quản trị kinh doanh		
1.4. Vai trò và những vận dụng của nghiên cứu tâm lý học quản trị kinh doanh		
Chương 2: Những hiện tượng tâm lý cá nhân	6	
2.1. Hoạt động nhận thức		
2.2. Tình cảm – ý chí		
2.3. Ngôn ngữ		
2.4. Nhân cách và các phẩm chất của nhân cách		
Chương 3: Tập thể - đối tượng quản trị	5	
3.1. Khái niệm về nhóm và tập thể		
3.2. Cơ cấu tâm lý – xã hội của tập thể		
3.3. Các giai đoạn phát triển của tập thể		
3.4. Những yếu tố ảnh hưởng đến tâm lý tập thể		
3.5. Xây dựng tâm lý tập thể trong doanh nghiệp		

Chương 4: Tâm lý trong hoạt động quản trị	5	Bài kiểm tra giữa kỳ
4.1. Đặc điểm nghề nghiệp của nhà quản trị		
4.2. Tâm lý của nhà quản trị		
4.3. Nhà quản trị và các kiểu lãnh đạo		
4.4. Tâm lý trong quá trình ra quyết định và thực hiện		
Chương 5: Tâm lý trong hoạt động kinh doanh	5	
5.1. Đặc điểm nghề nghiệp của hoạt động kinh doanh		
5.2. Tâm lý thị trường		
5.3. Hành vi khách hàng		
5.4. Tâm lý trong các chiến lược marketing		
Chương 6: Những vận dụng tâm lý học quản trị kinh doanh	5	
6.1. Xây dựng tinh thần làm việc tập thể		
6.2. Xây dựng văn hóa doanh nghiệp		
6.3. Vận dụng trong phân khúc thị trường		
6.4. Định vị sản phẩm, định vị doanh nghiệp		

6. Tài liệu học tập

6.1. Tài liệu chính

1. TS. Thái Trí Dũng (2014), *Tâm lý học quản trị kinh doanh*, NXB Lao động - Xã hội.

6.2. Tài liệu khác

2. TS. Thái Trí Dũng (2012), *Nghệ thuật giao tiếp và thương lượng trong kinh doanh*, NXB Thống kê.
3. TS. Hà Nam Khánh Giao (2014), *Giáo trình giao tiếp kinh doanh*, NXB Lao động - Xã hội.
4. ThS. Lê Mai Hải (2013), *Bài giảng Hành vi khách hàng*.
5. Nguyễn Sơn Lam (2010), *Bài giảng Tâm lý học quản trị kinh doanh*.
6. PGS.TS. Dương Thị Liễu (2012), *Giáo trình văn hóa kinh doanh*, NXB Đại học Kinh tế quốc dân.
7. TS. Vũ Huy Thông (2010), *Giáo trình hành vi người tiêu dùng*, NXB Đại học Kinh tế quốc dân.

7. Phương pháp đánh giá học phần

7.1. Thang điểm: thang điểm 10, làm tròn đến phần nguyên.

7.2. Số bài kiểm tra quá trình: 1 lần kiểm tra giữa kỳ.

7.3. Hình thức thi kết thúc học phần: Tự luận, đề đóng (thí sinh không được mang tài liệu vào phòng thi). Thời gian làm bài: 60 phút.

7.4. Các điểm quá trình và trọng số tương ứng:

- Điểm chuyên cần: hệ số 0.1;

- Điểm trung bình của các bài kiểm tra quá trình: hệ số 0.3;

- Điểm thi kết thúc học phần: hệ số 0.6.

7.5. Điểm học phần: là điểm trung bình chung của các điểm nêu ở mục 7.4

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 29 tháng 4 năm 2016

DUYỆT

TRƯỞNG NGÀNH

TRƯỞNG BỘ MÔN

NGƯỜI BIÊN SOẠN

PGS.TS. Phạm Hoàng Quân TS. Nguyễn Thị Thanh Bình ThS. Nguyễn Phan Thu Hằng

ThS. Lê Mai Hải

UBND THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH
TRƯỜNG ĐẠI HỌC SÀI GÒN

ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN
NGÀNH: QUẢN TRỊ KINH DOANH

HỌC PHẦN ĐẠO ĐỨC KINH DOANH

1. Thông tin về học phần

- Tên học phần: Đạo đức kinh doanh
- Mã học phần: 833302
- Số tín chỉ: 2
- Số tiết (lý thuyết, bài tập, thảo luận, thực hành/thí nghiệm/thực địa): 30 (30; 0; 0)
- Trình độ đào tạo: Đại học
- Điều kiện để học học phần:
 - + Đòi hỏi học phần học trước: Không có
 - + Đòi hỏi môn song hành: Không có
 - + Sĩ số sinh viên tối đa: 70

2. Bộ môn phụ trách giảng dạy: Bộ môn Cơ bản

3. Mô tả học phần

Học phần trình bày các vấn đề căn bản của đạo đức, đạo đức trong các chức năng của doanh nghiệp, đạo đức trong quan hệ với các đối tượng hữu quan và trách nhiệm xã hội của một doanh nghiệp; các phương pháp phân tích đạo đức trong kinh doanh và cách xây dựng đạo đức kinh doanh trong doanh nghiệp; các vấn đề đạo đức kinh doanh toàn cầu. Qua đó giúp người học biết cách phân tích và đưa đạo đức kinh doanh vào thực tiễn nhằm gia tăng giá trị cho các bên hữu quan, duy trì tính tự do và hoạt động hiệu quả của thị trường.

4. Mục tiêu học phần

4.1. Về kiến thức

- Hiểu vai trò của đạo đức kinh doanh trong việc điều chỉnh hành vi của chủ thể kinh doanh.
- Xem xét các khía cạnh thể hiện và các bài học rút ra từ đạo đức kinh doanh trong các mối quan hệ khác nhau.
- Nắm được phương pháp phân tích vấn đề đạo đức kinh doanh và quy trình xây dựng một chương trình đạo đức hiệu quả trong doanh nghiệp.

4.2. Về kỹ năng

Môn học trau dồi cho người học các kỹ năng làm việc nhóm, kỹ năng thuyết trình, kỹ năng phản biện, kỹ năng giao tiếp, kỹ năng giải quyết vấn đề.

4.3. Về thái độ

- Có ý thức trau dồi đạo đức trong kinh doanh.
- Có ý thức xây dựng và phát triển doanh nghiệp bền vững.

5. Nội dung và kế hoạch dạy học học phần

Nội dung chi tiết của học phần	Số tiết	Hình thức tổ chức, phương pháp dạy - học và kiểm tra, đánh giá
Chương 1: Đạo đức và trách nhiệm xã hội	2	Thuyết giảng và thảo luận
1.1. Khái niệm đạo đức		
1.1.1. Khái niệm, đặc điểm và chức năng		
1.1.2. So sánh đạo đức và pháp luật		
1.2. Trách nhiệm xã hội		
1.2.1. Khái niệm trách nhiệm xã hội		
1.2.2. Các khía cạnh của trách nhiệm xã hội		
Chương 2: Đạo đức trong kinh doanh	4	Thuyết giảng và thảo luận
2.1. Khái niệm đạo đức kinh doanh		
2.1.1. Lịch sử đạo đức kinh doanh		
2.1.2. Khái niệm đạo đức kinh doanh		
2.2. Đạo đức kinh doanh và trách nhiệm xã hội		
2.3. Vai trò của đạo đức kinh doanh trong quản trị doanh nghiệp		
2.3.1. Góp phần điều chỉnh hành vi các chủ thể		
2.3.2. Góp phần nâng cao chất lượng của doanh nghiệp		
2.3.3. Góp phần vào sự cam kết và tận tâm của nhân viên		
2.3.4. Góp phần làm hài lòng khách hàng		
2.3.5. Góp phần tạo lợi nhuận cho doanh nghiệp		
2.3.5. Góp phần vào sự vững mạnh của nền kinh tế quốc dân		
Chương 3: Đạo đức trong các chức năng của doanh nghiệp	5	Thuyết giảng và thảo luận
3.1. Mô hình tổng quát về các khía cạnh của đạo đức		
3.2. Đạo đức trong quản trị nguồn nhân lực		
3.2.1. Đạo đức trong tuyển dụng, bổ nhiệm, sử dụng lao động		
3.2.2. Đạo đức trong đánh giá người lao động		
3.2.3. Đạo đức trong bảo vệ người lao động		
3.3. Đạo đức trong marketing		
3.3.1. Marketing và phong trào bảo hộ người tiêu dùng		

3.3.2. Các hoạt động marketing phi đạo đức		
3.4. Đạo đức trong hoạt động kế toán, tài chính		
Chương 4: Đạo đức trong quan hệ với các đối tượng hữu quan	5	Thuyết giảng và thảo luận
4.1. Khái niệm đối tượng hữu quan		
4.2. Đạo đức trong quan hệ với các đối tượng hữu quan		
4.2.1. Đạo đức liên quan đến chủ sở hữu của doanh nghiệp		
4.2.2. Đạo đức liên quan đến người lao động		
4.2.3. Đạo đức liên quan đến khách hàng		
4.2.4. Đạo đức liên quan đến đối thủ cạnh tranh		
Chương 5: Phương pháp phân tích đạo đức trong kinh doanh	4	Thuyết giảng và thảo luận
5.1. Nhận diện các “vấn đề” đạo đức		
5.1.1. “Vấn đề” đạo đức là gì?		
5.1.2. Làm thế nào nhận diện “vấn đề” đạo đức?		
5.1.3. Xác định mức độ của “vấn đề” về đạo đức		
5.2. Phân tích quá trình ra quyết định đạo đức bằng algorithm		
5.2.1. Khái niệm		
5.2.2. Vận dụng algorithm vào phân tích hành vi đạo đức		
Chương 6: Xây dựng đạo đức kinh doanh trong doanh nghiệp	4	Thuyết giảng và thảo luận
6.1. Một chương trình tuân thủ đạo đức hiệu quả		
6.2. Xây dựng, truyền đạt, phổ biến hiệu quả các tiêu chuẩn đạo đức		
6.3. Thiết lập hệ thống điều hành thực hiện, kiểm tra, tăng cường tiêu chuẩn và việc tuân thủ đạo đức		
6.4. Cải thiện liên tục chương trình tuân thủ đạo đức		
Chương 7: Hệ thống đạo đức kinh doanh toàn cầu	2	Thuyết giảng và thảo luận
7.1. Sự quan tâm rộng rãi đến hệ thống đạo đức toàn cầu		
7.2. Các quy tắc đạo đức kinh doanh trên toàn cầu		
Chương 8: Các “vấn đề” đạo đức toàn cầu	4	Thuyết giảng và thảo luận
8.1. Tham nhũng và hối lộ		
8.2. Phân biệt đối xử (giới tính và chủng tộc)		
8.3. Các vấn đề đạo đức khác		
8.3.1. Quyền con người		
8.3.2. Phân biệt giá cả		
8.3.3. Các sản phẩm có hại		
8.3.4. Ô nhiễm môi trường		
8.3.5. Viễn thông và công nghệ thông tin		

6. Tài liệu học tập

6.1. Tài liệu chính

1. PGS. TS. Nguyễn Mạnh Quân (2012), *Giáo trình Đạo đức kinh doanh và văn hóa doanh nghiệp*, NXB Đại học Kinh tế Quốc dân.
2. Bộ thương mại Hoa kỳ (2007), *Đạo đức kinh doanh – cẩm nang quản lý doanh nghiệp kinh doanh có trách nhiệm trong các nền kinh tế thị trường đổi mới*, NXB Trẻ.

6.2. Tài liệu khác

3. Laura P. Hartman, Joe Desjardins (2008), *Business Ethics*, NXB McGraw- Hill.

7. Phương pháp đánh giá học phần

- 7.1. Thang điểm: thang điểm 10, làm tròn đến phần nguyên.
- 7.2. Số bài kiểm tra quá trình: 1 lần kiểm tra giữa kỳ .
- 7.3. Hình thức thi kết thúc học phần: tự luận, đề đóng (thí sinh không được mang tài liệu vào phòng thi), thời gian làm bài: 60 phút.
- 7.4. Các điểm quá trình và trọng số/ hệ số tương ứng:
 - Điểm chuyên cần: hệ số 0.1;
 - Điểm trung bình của các bài kiểm tra quá trình: hệ số 0.3;
 - Điểm thi kết thúc học phần: hệ số 0.6.
- 7.5. Điểm học phần là điểm trung bình chung của các điểm nêu ở mục 7.4

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 29 tháng 4 năm 2016

DUYỆT

TRƯỞNG NGÀNH

TRƯỞNG BỘ MÔN

NGƯỜI BIÊN SOẠN

PGS.TS. Phạm Hoàng Quân TS. Nguyễn Thị Thanh Bình ThS. Nguyễn Phan Thu Hằng ThS. Nguyễn Thị Túy Lan

UBND THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN
TRƯỜNG ĐẠI HỌC SÀI GÒN NGÀNH: QUẢN TRỊ KINH DOANH

HỌC PHẦN
QUẢN TRỊ CHIẾN LƯỢC

1. Thông tin về học phần

- Tên học phần: Quản trị chiến lược
- Mã học phần: 833101
- Số tín chỉ: 03
- Số tiết (lí thuyết, bài tập, thảo luận, thực hành/thí nghiệm/thực địa): 45 (45, 0, 0, 0)
- Trình độ đào tạo: Đại học
- Điều kiện để học học phần:
 - + Đòi hỏi học phần học trước: Quản trị học
 - + Đòi hỏi học phần học song hành: không có
 - + Sĩ số sinh viên tối đa: 70

2. Bộ môn phụ trách giảng dạy: Quản trị & Kinh doanh Quốc tế

3. Mô tả học phần

Học phần Quản trị chiến lược sẽ trang bị cho người học các hướng để nghiên cứu các vấn đề về quản trị khác như Quản trị nhân sự, quản trị sản xuất, quản trị marketing, v.v... Giúp cho người học có cái nhìn tổng quát về các khía cạnh chiến lược để có thể ra được những quyết định. Hiểu được các chức năng của quản trị chiến lược, thiết lập chiến lược.

4. Mục tiêu học phần

4.1. Về kiến thức:

- Phân tích, đánh giá môi trường bên trong và môi trường bên ngoài của doanh nghiệp
- Thiết lập các chiến lược trong quá trình hoạt động của doanh nghiệp.
- Kiểm tra và đánh giá các công tác hoạch định chiến lược và các chiến lược thực hiện.

4.2. Về kỹ năng:

- Giúp sinh viên giữ vai trò chủ động trong suốt môn học: tìm tài liệu, tổng hợp kiến thức, làm việc nhóm, thuyết trình và thảo luận trước công chúng. Giảng viên giữ vai trò hướng dẫn và định hướng.

- Giúp sinh viên phát triển kỹ năng phê bình và sáng tạo dựa vào các trường hợp tình huống thực tế.

- Vận dụng kiến thức quản trị đã học, quản trị nhân sự ... để có thể trao đổi, thảo luận và đánh giá khả năng quản trị của các doanh nghiệp trong hoạt động.

- Có kiến thức quản trị chiến lược, góp phần làm nhận thức của người học tốt hơn trong tiếp cận vào hệ thống quản trị của một tổ chức.

4.3. Về thái độ

- Tạo cho sinh viên sự hăng say và đam mê tìm hiểu, tranh luận và học hỏi. Có ý thức đúng đắn, nghiêm túc và khách quan trong việc nhìn nhận được vai trò quan trọng của quản trị chiến lược đối với hiệu quả hoạt động của các tổ chức kinh tế và có định hướng rõ ràng cho việc tích lũy kiến thức chuyên môn cho nghề nghiệp.

5. Nội dung và kế hoạch dạy học học phần

Nội dung chi tiết của học phần	Số tiết	Hình thức tổ chức, phương pháp dạy – học và kiểm tra, đánh giá
Chương 1: Tổng quan về quản trị chiến lược	5	Thuyết giảng và thảo luận
1.1. Khái niệm về quản trị chiến lược		
1.2. Mô hình quản trị chiến lược		
1.3. Lợi ích của quản trị chiến lược		
Chương 2: Phân tích môi trường bên ngoài	5	Thuyết giảng và thảo luận tình huống
2.1. Khái quát môi trường bên ngoài		
2.2. Môi trường vĩ mô		
2.3. Phân tích ngành và đối thủ cạnh tranh		
2.3.1. Đối thủ cạnh tranh		
2.3.2. Khách hàng		
2.4. Thay đổi cạnh tranh trong chu kỳ ngành		
2.5. Lực lượng dẫn dắt sự thay đổi trong ngành		
2.6. Động thái của đối thủ		
2.7. Các nhân tố then chốt cho thành công		
Chương 3: Phân tích môi trường bên trong	5	Thuyết giảng và thảo luận tình huống
3.1. Khái quát môi trường bên trong		
3.2. Nguồn gốc của lợi thế cạnh tranh bền vững		
3.3. Duy trì lợi thế cạnh tranh		
3.4. Khuôn khổ phân tích bên trong		
3.5. Ma trận đánh giá các yếu tố bên trong		
3.6. Ma trận cận cảnh		

Chương 4: Tâm nhìn, sứ mệnh và mục tiêu	7	Thuyết giảng và bài tập
4.1. Khái quát tâm nhìn		
4.2. Khái quát sứ mệnh		
4.2. Tuyên bố viễn cảnh		
4.3. Chiến lược và đạo đức		
4.4. Mục tiêu của chiến lược		
4.5. Trách nhiệm xã hội của công ty		
Chương 5: Các chiến lược áp dụng trong thực tiễn	8	Thuyết giảng và phân tích tình huống thực tiễn
5.1. Các chiến lược kết hợp		
5.2. Các chiến lược chuyên sâu		
5.3. Các chiến lược mở rộng hoạt động hay đa dạng hoá		
5.4. Các chiến lược suy giảm		
5.5. Các chiến lược khác		
Chương 6: Thiết lập chiến lược	10	Thuyết giảng và bài tập
6.1. Tóm tắt các thông tin cần thiết		
6.2. Thiết lập các chiến lược		
6.2.1. Các mục tiêu lâu dài		
6.2.2. Quy trình hình thành chiến lược tổng quát		
6.2.3. Giai đoạn nhập vào		
6.2.4. Giai đoạn kết hợp		
6.2.5. Giai đoạn quyết định		
6.3. Lựa chọn và đánh giá chiến lược		
Chương 7: Thực hiện chiến lược	5	Thuyết giảng và thảo luận
7.1. Thực hiện chiến lược		
7.1.1. Vấn đề Marketing		
7.1.2. Vấn đề Tài chính		
7.1.3. Vấn đề Nghiên cứu và phát triển		
7.1.4. Vấn đề về Hệ thống thông tin quản lý		
7.2. Đánh giá và điều chỉnh chiến lược trong quá trình triển khai		

6. Tài liệu học tập

6.1. Tài liệu chính

7. Fred R. David (2015), *Quản trị Chiến lược*, NXB Kinh tế.

8. Lê Thế Giới (chủ biên), Trần Hữu Hải, Nguyễn Thanh Liêm (2011), *Quản trị chiến lược*, NXB Thống Kê.

6.2. Tài liệu khác

9. Nguyễn Hữu Lam (2011), *Quản trị chiến lược*, NXB Thống kê.
10. Hoàng Văn Hải (2015), *Quản trị Chiến lược*, NXB Đại học Quốc gia Hà Nội
11. Frank T. Rothaermel (2015), *Strategic Management 2nd Edition*, McGraw Hill Education.
12. Fred R. David & Forest R. David (2015), *Strategic Management: Concepts and Cases*, Pearson Prentice Hall.

7. Phương pháp đánh giá học phần

- 7.1. Thang điểm: thang điểm 10, làm tròn đến phần nguyên
- 7.2. Số bài kiểm tra quá trình: 01 lần kiểm tra giữa kỳ
- 7.3. Hình thức thi kết thúc học phần: trắc nghiệm, đề đóng (thí sinh không được mang tài liệu vào phòng thi), thời gian làm bài: 60 phút.
- 7.4. Các điểm quá trình và trọng số/hệ số tương ứng
 - Điểm chuyên cần: hệ số 0.1;
 - Điểm trung bình của các bài kiểm tra quá trình: hệ số 0.3;
 - Điểm thi kết thúc học phần: hệ số 0.6.
- 7.5. Điểm học phần: là điểm trung bình chung của các điểm nêu ở mục 7.4.

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 29 tháng 4 năm 2016

DUYỆT

TRƯỞNG NGÀNH

TRƯỞNG BỘ MÔN

NGƯỜI BIÊN SOẠN

PGS.TS. Phạm Hoàng Quân

TS. Nguyễn Thị Thanh Bình

ThS. Lê Mai Hải

ThS. Lê Khoa Huân

HỌC PHẦN QUẢN TRỊ MARKETING

1. Thông tin về học phần

- Tên học phần: Quản trị Marketing
- Mã học phần: 833052
- Số tín chỉ: 03
- Số tiết (lý thuyết, bài tập, thảo luận, thực hành/thí nghiệm/thực địa): 45 (45;0; 0; 0)
- Trình độ đào tạo: Đại học
- Điều kiện để học học phần:
 - + Đòi hỏi học phần học trước: Quản trị học, Marketing căn bản
 - + Đòi hỏi học phần học song hành: Không có
 - + Sĩ số sinh viên tối đa: 70 sinh viên

2. Bộ môn phụ trách giảng dạy: Bộ môn Marketing

3. Mô tả học phần

Môn học cung cấp kiến thức về quản trị marketing giúp người học hiểu rõ các quan điểm và quy trình quản trị marketing bao gồm nghiên cứu thị trường, phân khúc – lựa chọn thị trường mục tiêu – định vị, hoạch định chiến lược marketing hỗn hợp, triển khai chương trình hành động và kiểm tra đánh giá các hoạt động marketing. Trên cơ sở kiến thức thu được, sinh viên sẽ được phát triển kỹ năng marketing thông qua việc xử lý tình huống, thảo luận nhóm và thuyết trình kế hoạch marketing trên lớp.

4. Mục tiêu học phần

4.1. Về kiến thức:

- Nắm được những nội dung cốt lõi về quản trị marketing, các quan điểm và mục tiêu của nhà quản trị marketing hướng đến.
- Hiểu được quy trình quản trị marketing.
- Vận dụng kiến thức về quy trình quản trị marketing để nghiên cứu thị trường, phân khúc – lựa chọn thị trường mục tiêu – định vị, hoạch định chiến lược marketing hỗn hợp, triển khai chương trình hành động và kiểm tra đánh giá các hoạt động marketing.

- Xây dựng được kế hoạch marketing.

4.2. Về kỹ năng:

- Phát triển kỹ năng nghiên cứu, phân tích và đánh giá kế hoạch marketing của một doanh nghiệp.

- Hình thành và phát triển kỹ năng thu thập, phân tích, xử lý thông tin, kỹ năng tổng hợp, hệ thống hóa các vấn đề trong mối quan hệ tổng thể; kỹ năng so sánh, phân tích, bình luận, đánh giá các vấn đề trong quá trình quản trị marketing.

- Phát triển kỹ năng lãnh đạo, làm việc nhóm và kỹ năng thuyết trình.

4.3. Về thái độ:

- Hiểu rõ và tôn trọng những nguyên tắc, đạo đức nghề nghiệp trong marketing.

- Nhận thức được tầm quan trọng của quản trị marketing trong hoạt động của doanh nghiệp.

5. Nội dung và kế hoạch dạy học học phần

Nội dung chi tiết của học phần	Số tiết	Hình thức tổ chức, phương pháp dạy - học và kiểm tra, đánh giá
Chương 1: Bản chất của marketing và quản trị marketing	4	Thuyết giảng và thảo luận
1.4. Bản chất của Marketing		
1.4.1. Khái niệm marketing		
1.4.2. Các khái niệm cốt lõi của marketing		
1.4.3. Vai trò của marketing		
1.5. Quá trình phát triển của quan điểm marketing		
1.5.1. Triết lý sản xuất		
1.5.2. Triết lý sản phẩm		
1.5.3. Triết lý bán hàng		
1.5.4. Triết lý marketing		
1.5.5. Triết lý marketing xã hội		
1.6. Quản trị marketing		
1.6.1. Khái niệm		
1.6.2. Đặc điểm của quản trị marketing		
1.6.3. Những nhiệm vụ chủ yếu của quản trị marketing		
1.6.4. Mối quan hệ giữa chức năng quản trị marketing với các chức năng quản trị khác trong doanh nghiệp		
1.7. Quá trình cung ứng giá trị cho khách hàng và marketing quan hệ		
1.7.1. Giá trị, chi phí và sự thỏa mãn của khách hàng		
1.7.2. Quá trình cung ứng giá trị cho khách hàng và chuỗi giá trị theo		

quan điểm marketing hiện đại		
1.7.3. Marketing quan hệ hay quản trị quan hệ khách hàng		
Chương 2: Hoạch định chiến lược marketing	5	Thuyết giảng và thảo luận
2.1. Bản chất của hoạch định và các cấp hoạch định của doanh nghiệp		
2.1.1. Bản chất của hoạch định		
2.1.2. Các cấp hoạch định của doanh nghiệp		
2.2. Quá trình hoạch định chiến lược doanh nghiệp		
2.2.1. Xác định sứ mệnh doanh nghiệp		
2.2.2. Xác định các đơn vị kinh doanh chiến lược		
2.2.3. Phân bổ nguồn lực cho từng đơn vị kinh doanh chiến lược		
2.2.4. Đánh giá các cơ hội tăng trưởng		
2.3. Lập kế hoạch marketing		
2.3.1. Các bước lập kế hoạch marketing		
2.3.2. Tổ chức thực hiện, kiểm tra và điều khiển kế hoạch marketing		
Chương 3: Quản trị hệ thống thông tin và nghiên cứu marketing	3	Thuyết giảng và thảo luận
3.1. Hệ thống thông tin marketing		
3.1.1. Trung tâm thông tin marketing		
3.1.2. Hệ thống phân tích dữ liệu và hỗ trợ ra quyết định marketing		
3.2. Nghiên cứu marketing		
3.2.1. Quá trình nghiên cứu marketing		
3.2.2. Các vấn đề nảy sinh trong quá trình nghiên cứu		
3.3. Đo lường và dự báo cầu thị trường		
Chương 4: Phân tích môi trường marketing	4	Thuyết giảng và thảo luận
4.1. Khái niệm, đặc điểm và ý nghĩa của việc phân tích môi trường marketing		
4.2. Phân tích môi trường vĩ mô		
4.2.1. Môi trường tự nhiên		
4.2.2. Môi trường văn hóa – xã hội		
4.2.3. Môi trường nhân khẩu học		
4.2.4. Môi trường kinh tế		
4.2.5. Môi trường khoa học và công nghệ		
4.2.6. Môi trường chính trị - pháp luật		
4.3. Phân tích môi trường vi mô		
4.3.1. Nhà cung cấp		
4.3.2. Đối thủ cạnh tranh		
4.3.3. Khách hàng		
4.3.4. Doanh nghiệp		
4.3.5. Các trung gian tiếp thị		
4.3.6. Công chúng		

Chương 5: Phân đoạn thị trường, xác định thị trường mục tiêu và định vị	4	Thuyết giảng và thảo luận
5.1. Phân đoạn thị trường		
5.1.1. Các cơ sở phân đoạn thị trường tiêu dùng		
5.1.2. Các cơ sở phân đoạn thị trường doanh nghiệp		
5.2. Xác định thị trường mục tiêu		
5.2.1. Đánh giá tiềm năng các đoạn thị trường		
5.2.2. Phân tích lựa chọn thị trường mục tiêu		
5.3. Định vị		
5.3.1. Các chiến lược khác biệt hóa		
5.3.2. Định vị và chiến lược định vị		
Chương 6: Quản trị sản phẩm và thương hiệu	6	Thuyết giảng và thảo luận
6.1. Quản trị sản phẩm		
6.1.1. Khái niệm về sản phẩm và danh mục sản phẩm		
6.1.2. Quyết định về đặc tính sản phẩm		
6.1.3. Quyết định về danh mục sản phẩm và dòng sản phẩm		
6.1.4. Quyết định về bao gói		
6.1.5. Quyết định về dịch vụ kèm theo sản phẩm		
6.1.6. Chiến lược phát triển sản phẩm mới		
6.1.7. Chiến lược marketing theo chu kỳ sống của sản phẩm		
6.2. Quản trị thương hiệu		
6.2.1. Một số vấn đề cơ bản về thương hiệu và giá trị thương hiệu		
6.2.2. Các quyết định chính trong quản trị thương hiệu		
Chương 7: Quản trị giá	5	Thuyết giảng và thảo luận
7.1. Xác định giá bán sản phẩm		
7.1.1. Các nhân tố ảnh hưởng đến việc định giá		
7.1.2. Các phương pháp định giá		
7.1.3. Mô hình định giá		
7.2. Chiến lược giá và phân biệt giá		
7.2.1. Chiến lược giá cho sản phẩm mới		
7.2.2. Phân biệt giá theo dòng và danh mục sản phẩm		
7.2.3. Phân biệt giá cho sản phẩm tùy chọn và sản phẩm bổ sung		
7.2.4. Phân biệt giá theo giá trọn gói và giá sản phẩm riêng lẻ		
7.2.5. Phân biệt giá theo khu vực địa lý		
7.2.6. Các loại phân biệt giá khác		
7.3. Các quyết định về điều chỉnh giá		
Chương 8: Quản trị kênh marketing	5	Thuyết giảng và thảo luận
8.1. Bản chất và vai trò của hệ thống kênh marketing		
8.2. Hành vi và cách tổ chức kênh		
8.2.1. Hành vi trong kênh marketing		

8.2.2. Các hình thức tổ chức kênh marketing		
8.3. Các quyết định về thiết kế kênh		
8.3.1. Phân tích nhu cầu của người tiêu dùng		
8.3.2. Đặt mục tiêu cho kênh marketing		
8.3.3. Nhận diện những kênh chính		
8.3.4. Đánh giá các kênh		
8.4. Các quyết định về quản trị kênh		
8.4.1. Lựa chọn thành viên trong kênh		
8.4.2. Huấn luyện và kích lệ các thành viên của kênh		
8.4.3. Đánh giá các thành viên của kênh		
Chương 9: Quản trị truyền thông marketing tích hợp	6	Thuyết giảng và thảo luận
9.1. Bản chất của truyền thông marketing tích hợp		
9.1.1. Khái niệm và chức năng của truyền thông marketing tích hợp		
9.1.2. Công cụ của truyền thông marketing tích hợp		
9.1.3. Các căn cứ xác định hỗn hợp xúc tiến		
9.1.4. Quy trình lên kế hoạch truyền thông marketing tích hợp		
9.2. Quản trị truyền thông đại chúng		
9.2.1. Quảng cáo		
9.2.2. Khuyến mại		
9.2.3. Quan hệ công chúng		
9.3. Quản trị truyền thông cá nhân		
9.3.1. Marketing trực tiếp		
9.3.2. Marketing tương tác		
9.3.3. Bán hàng cá nhân		
Chương 10: Tổ chức, thực hiện và kiểm tra hoạt động marketing	3	Thuyết giảng và thảo luận
10.1. Cách thức tổ chức bộ phận marketing		
10.1.1. Tổ chức theo chức năng		
10.1.2. Tổ chức theo nguyên tắc địa lý		
10.1.3. Tổ chức theo sản phẩm và thương hiệu		
10.1.4. Tổ chức theo nguyên tắc thị trường		
10.1.5. Tổ chức theo nguyên tắc sản phẩm – thị trường		
10.2. Thực hiện kế hoạch và biện pháp marketing		
10.3. Kiểm tra hoạt động marketing		
10.3.1. Kiểm tra kế hoạch năm		
10.3.2. Kiểm tra khả năng sinh lời		
10.3.3. Kiểm tra chiến lược marketing		

6. Tài liệu học tập

6.1. Tài liệu chính

- PGS.TS. Trương Đình Chiến (2013), *Quản trị marketing*, NXB Đại học Kinh tế quốc dân, Hà Nội.

14. PGS. TS. Lê Thế Giới (chủ biên), TS. Nguyễn Xuân Lãn, ThS. Võ Quang Trí, ThS. Đinh Thị Lệ Trâm, ThS. Phạm Ngọc Ái (2011), *Quản trị marketing định hướng giá trị*, NXB Tài chính.

6.2. Tài liệu khác

15. Philip Kotler và Kevin Keller (2013), *Quản trị marketing*, NXB Lao động - Xã hội.

16. Philip Kotler và Gary Armstrong (2012), *Nguyên lý tiếp thị*, NXB Lao động - Xã hội.

17. Philip Kotler và Fernando Trias De Bes (2003), *Tiếp thị phá cách – Kỹ thuật mới để tìm kiếm những ý tưởng đột phá*, NXB Trẻ.

18. Philip Kotler, Hermawan Kartajaya và Iwan Setiawan (2011), *Marketing 3.0*, NXB Tổng hợp, TPHCM.

19. TS. Dương Ngọc Dũng (2012), *Chiến lược cạnh tranh theo lý thuyết Michael Porter*, NXB Tổng hợp, TPHCM.

7. Phương pháp đánh giá học phần

7.1. Thang điểm: thang điểm 10, làm tròn đến phần nguyên

7.2. Số bài kiểm tra quá trình: 1 lần kiểm tra giữa kỳ

7.3. Hình thức thi kết thúc học phần: Trắc nghiệm, đề đóng (thí sinh không được mang tài liệu vào phòng thi), thời gian làm bài: 60 phút.

7.4. Các điểm quá trình và trọng số/hệ số tương ứng:

- Điểm chuyên cần: hệ số 0.1;

- Điểm trung bình của các bài kiểm tra quá trình: hệ số 0.3;

- Điểm thi kết thúc học phần: hệ số 0.6.

7.5. Điểm học phần: là điểm trung bình chung của các điểm nêu ở mục 7.4.

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 29 tháng 4 năm 2016

DUYỆT

TRƯỞNG NGÀNH

TRƯỞNG BỘ MÔN

NGƯỜI BIÊN SOẠN

PGS.TS. Phạm Hoàng Quân

TS. Nguyễn Thị Thanh Bình

ThS. Nguyễn Thị Túy Lan

ThS. Đinh Thị Kiều Chinh

HỌC PHẦN QUẢN TRỊ TÀI CHÍNH

1. Thông tin về học phần

- Tên học phần: Quản trị tài chính
- Mã học phần: 833029
- Số tín chỉ: 03
- Số tiết (lý thuyết, bài tập, thảo luận, thực hành/thí nghiệm/thực địa): 45 (45; 0; 0)
- Trình độ đào tạo: Đại học
- Điều kiện để học học phần:
 - + Đòi hỏi học phần học trước: Kinh tế vi mô, Quản trị học.
 - + Đòi hỏi học phần học song hành: Không có
 - + Sĩ số sinh viên tối đa: 70

2. Bộ môn phụ trách giảng dạy: Bộ môn Tài chính – Ngân hàng

3. Mô tả học phần

Môn học giúp cho nhà quản trị có cơ sở để đưa các quyết định tài chính trong hoạt động của doanh nghiệp như: quyết định chính sách bán hàng, mua hàng, nguồn tài trợ, đầu tư vào tài sản cố định, lựa chọn phương án đầu tư...

4. Mục tiêu học phần

4.1. Về kiến thức

Học phần trang bị những kiến thức cơ bản về hoạt động tài chính của doanh nghiệp với các nội dung chủ yếu: quản lý vốn lưu động - vốn cố định, tìm nguồn tài trợ, hoạch định lợi nhuận của doanh nghiệp, đầu tư dài hạn, rủi ro trong kinh doanh...

4.2. Về kỹ năng

Biết đánh giá về tình hình tài chính của doanh nghiệp, trên cơ sở đưa ra các quyết định hợp lý về tài chính phù hợp với hoạt động của doanh nghiệp.

4.3. Về thái độ

Sinh viên tham gia lớp học với tinh thần tích cực và cầu tiến.

5. Nội dung và kế hoạch dạy học học phần

Nội dung chi tiết của học phần	Số tiết	Hình thức tổ chức, phương pháp dạy - học và kiểm tra, đánh giá
Chương 1: Tổng quan về quản trị tài chính	3	Thuyết giảng Thảo luận Bài tập
1.1. Bản chất, chức năng của quản trị tài chính		
1.2. Vị trí, vai trò của quản trị tài chính doanh nghiệp		
1.3. Mục tiêu của quản trị tài chính doanh nghiệp		
Chương 2: Quản trị vốn lưu động	9	
2.1. Vốn lưu động		
2.2. Quản trị tiền mặt		
2.3. Quản trị khoản phải thu		
2.4. Quản trị tồn kho		
Chương 3: Hoạch định lợi nhuận	6	
3.1. Khái niệm		
3.2. Phân tích hòa vốn		
3.3. Đòn cân tài chính		
3.4. Rủi ro tài chính		
Chương 4: Thời giá tiền tệ	6	
4.1. Các yếu tố ảnh hưởng đến giá trị đồng tiền		
4.2. Giá trị tương lai của tiền tệ		
4.3. Giá trị hiện tại của tiền tệ		
4.4. Ứng dụng		
Chương 5: Đầu tư dài hạn	6	
5.1. Quyết định đầu tư		
5.2. Phân loại dự án đầu tư		
5.3. Phương pháp thẩm định dự án đầu tư		
5.4. Nguồn tài trợ		
Chương 6: Chi phí sử dụng vốn	6	
6.1. Tổng quan về nguồn tài trợ		
6.2. Chi phí sử dụng vốn từng nguồn vốn bộ phận		
6.3. Chi phí sử dụng vốn bình quân		

6.4. Chi phí sử dụng vốn biên tế		
Chương 7: Phân tích báo cáo tài chính doanh nghiệp	9	
7.1. Mục tiêu phân tích		Kiểm tra
7.2. Nguồn tài liệu		
7.3. Nội dung phân tích		
7.4. Phương pháp phân tích		

6. Tài liệu học tập

6.1. Tài liệu chính

1. Nguyễn Văn Thuận (2008), *Quản trị tài chính*, NXB TP.HCM.
2. Nguyễn Văn Thuận (2008), *Câu hỏi & bài tập quản trị tài chính*, NXB Thống kê.
3. Vũ Duy Hào (2009), *Quản trị tài chính doanh nghiệp*, NXB Giao thông vận tải.
4. Nguyễn Quang Thu (2005), *Quản trị tài chính căn bản*, NXB Thống kê.

6.2. Tài liệu khác

5. Nguyễn Văn Nông (2011), *Thị trường tài chính*, NXB Tổng hợp TP.HCM.
6. Nguyễn Văn Nông (2010), *Thị trường chứng khoán*, NXB LĐ-XH, TP.HCM.
7. Nguyễn Văn Nông (2010), *Giáo trình Thuế*, NXB LĐ-XH, TP.HCM.

7. Phương pháp đánh giá học phần

- 7.1. Thang điểm: thang điểm 10, làm tròn đến phần nguyên.
- 7.2. Số bài kiểm tra quá trình: 2 bài kiểm tra giữa kỳ.
- 7.3. Hình thức thi kết thúc học phần: tự luận, đề đóng (thí sinh không được mang tài liệu vào phòng thi), thời gian làm bài: 75 phút.
- 7.4. Các điểm quá trình và trọng số/hệ số tương ứng
 - Điểm chuyên cần: hệ số 0,1;
 - Điểm trung bình các bài kiểm tra quá trình: hệ số 0,3;
 - Điểm thi kết thúc học phần: hệ số 0,6.
- 7.5. Điểm học phần: là điểm trung bình chung của các điểm nêu ở mục 7.4.

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 29 tháng 4 năm 2016

DUYỆT

TRƯỞNG NGÀNH

TRƯỞNG BỘ MÔN

NGƯỜI BIÊN SOẠN

PGS.TS. Phạm Hoàng Quân

TS. Nguyễn Thị Thanh Bình

TS. Nguyễn Văn Nông

TS. Nguyễn Văn Nông

**HỌC PHẦN
 QUẢN TRỊ SẢN XUẤT**

1. Thông tin về học phần

- Tên học phần: Quản trị sản xuất
- Mã học phần: 833056
- Số tín chỉ: 03
- Số tiết (lí thuyết, bài tập, thảo luận, thực hành/thí nghiệm/thực địa): 45 (45, 0, 0, 0)
- Trình độ đào tạo: Đại học
- Điều kiện để học học phần:
 - + Đòi hỏi học phần học trước: Không có
 - + Đòi hỏi môn song hành: Không có
 - + Sĩ số sinh viên tối đa: 70

2. Bộ môn phụ trách giảng dạy: Bộ môn Quản trị & Kinh doanh Quốc tế

3. Mô tả học phần: Học phần này đề cập các kiến thức tổng quan về quản trị sản xuất, trình bày các quyết định về các yếu tố sản xuất, các phương pháp dự báo nhu cầu, phương pháp xác định địa điểm sản xuất, phương pháp hoạch định tổng hợp, các công cụ và phương pháp lập lịch trình sản xuất, cách thức đo lường và đánh giá được hiệu quả tồn kho, kế hoạch nhu cầu vật tư và các chiến lược bố trí mặt bằng.

4. Mục tiêu học phần

4.1. Về kiến thức:

Sau khi học xong học phần này, người học có thể:

- Liệt kê và mô tả các hoạt động liên quan đến quá trình sản xuất và dịch vụ.
- Phân tích và giải thích việc phối hợp các yếu tố đầu vào nhằm chuyển hóa thành các kết quả ở đầu ra với hiệu quả cao nhất.

4.2. Về kỹ năng:

Giúp người học nâng cao và hoàn thiện kỹ năng tính toán; kỹ năng tổ chức, phối kết hợp các yếu tố đầu vào.

4.3. Về thái độ:

Nhận thức về khoa học quản lý nói chung và lĩnh vực quản trị sản xuất nói riêng đang phát triển mạnh mẽ trong thực tiễn, người học phải biết phối hợp lý luận và thực tế phát sinh để làm tác nhân thúc đẩy quá trình phát triển của tổ chức.

5. Nội dung và kế hoạch dạy học học phần

Nội dung chi tiết của học phần	Số tiết	Hình thức tổ chức, phương pháp dạy - học và kiểm tra, đánh giá
Chương 1: Tổng quan về quản trị sản xuất	5	Thuyết giảng, thảo luận
1.1. Các khái niệm		
1.1.1. Khái niệm về quản trị sản xuất		
1.1.2. Khái niệm về doanh nghiệp		
1.1.3. Khái niệm về sản phẩm		
1.1.4. Các chức năng cơ bản của doanh nghiệp		
1.2. Lịch sử phát triển của quản trị sản xuất		
1.2.1. Quá trình phát triển		
1.2.2. Xu hướng phát triển của tổ chức sản xuất hiện đại		
1.2.3. Một số mô hình sản xuất hiện đại		
1.3. Nội dung của quản trị sản xuất		
1.3.1. Quyết định về dự báo		
1.3.2. Quyết định về các yếu tố sản xuất		
1.3.3. Bố trí địa điểm sản xuất		
1.3.4. Bố trí mặt bằng sản xuất		
1.3.5. Hoạch định tổng hợp		
1.3.6. Quản lý hàng tồn kho		
1.3.7. Hoạch định nhu cầu nguyên vật liệu		
1.3.8. Lập lịch trình sản xuất		
Chương 2: Dự báo	5	Thuyết giảng, thảo luận
2.1. Giới thiệu về dự báo		
2.1.1. Khái niệm và phân loại dự báo		
2.1.2. Vai trò của dự báo trong kinh doanh		
2.1.3. Quy trình dự báo		
2.2. Một số phương pháp dự báo		
2.2.1. Phương pháp trung bình		
2.2.2. Phương pháp san bằng số mũ		
2.3. Giám sát và kiểm soát dự báo		
2.3.1. Tín hiệu theo dõi		
2.3.2. Giới hạn kiểm tra		
Chương 3: Quyết định về các yếu tố sản xuất	5	Thuyết giảng, thảo luận
3.1. Quy trình ra quyết định		

3.1.1. Ý nghĩa của việc ra quyết định		
3.1.2. Qui trình ra quyết định		
3.1.3. Các mô hình và phương pháp ra quyết định		
3.1.4. Phương pháp cây quyết định		
3.2. Quyết định về thiết kế sản phẩm, dịch vụ		
3.2.1. Khái niệm về thiết kế sản phẩm và dịch vụ		
3.2.2. Các loại hình thiết kế sản phẩm		
3.2.3. Đánh giá chất lượng thiết kế sản phẩm		
3.2.4. Thiết kế và lựa chọn phương thức cung ứng dịch vụ		
3.3. Lựa chọn qui trình công nghệ		
3.3.1. Các loại qui trình công nghệ		
3.3.2. Phương pháp lựa chọn công nghệ		
3.4. Quyết định về công suất		
3.4.1. Khái niệm và phân loại công suất		
3.4.2. Phương pháp hoạch định công suất		
Chương 4 : Xác định địa điểm sản xuất	5	Thuyết giảng, thảo luận
4.1. Tổng quan về bố trí địa điểm sản xuất		
4.1.1. Tầm quan trọng của việc lựa chọn địa điểm		
4.1.2. Các bước tiến hành chọn địa điểm doanh nghiệp		
4.1.3. Các nhân tố ảnh hưởng đến việc xác định địa điểm doanh nghiệp		
4.2. Các phương pháp xác định địa điểm doanh nghiệp		
4.2.1. Phương pháp cho điểm có trọng số		
4.2.2. Phương pháp điểm hòa vốn		
4.2.3. Phương pháp tọa độ một chiều		
4.2.4. Phương pháp tọa độ hai chiều		
4.2.5. Phương pháp bài toán vận tải		
Chương 5: Hoạch định tổng hợp	5	Thuyết giảng, thảo luận
5.1. Quá trình hoạch định tổng hợp		
5.1.1. Khái niệm về hoạch định tổng hợp		
5.1.2. Các chiến lược trong hoạch định tổng hợp		
5.2. Các phương pháp hoạch định tổng hợp		
5.2.1. Phương pháp trực quan		
5.2.2. Phương pháp đồ thị		
5.2.3. Phương pháp bài toán vận tải		
Chương 6: Lập lịch trình sản xuất	5	Thuyết giảng, thảo luận
6.1. Sắp xếp thứ tự tối ưu trong sản xuất		
6.1.1. Các nguyên tắc ưu tiên đối với những công việc cần làm trước khi chỉ có một máy		

6.1.2. Đánh giá mức độ hợp lý của việc bố trí công việc		
6.1.3. Nguyên tắc Johnson		
6.2. Phương pháp phân công công việc		
6.2.1. Bài toán phân công công việc		
6.2.2. Phương pháp Hungary		
6.3. Phương pháp sơ đồ Gantt		
6.3.1. Giới thiệu		
6.3.2. Phương pháp lập sơ đồ Gantt		
6.4. Phương pháp sơ đồ PERT		
6.4.1. Phương pháp lập sơ đồ PERT		
6.4.2. Xác định đường găng		
6.4.3. Phương pháp rút ngắn thời gian thực hiện sơ đồ		
Chương 7: Quản trị hàng tồn kho	5	Thuyết giảng, thảo luận
7.1. Khái niệm chung về tồn kho		
7.1.1. Vai trò và chức năng của tồn kho		
7.1.2. Phân loại hàng tồn kho theo kỹ thuật phân tích ABC		
7.1.3. Các loại chi phí tồn kho		
7.2. Các mô hình tồn kho		
7.2.1. Mô hình số lượng đơn đặt hàng kinh tế		
7.2.2. Mô hình lượng đặt hàng sản xuất		
7.2.3. Mô hình tồn kho có số lượng hàng để lại nơi cung ứng		
7.2.4. Mô hình khấu trừ theo số lượng		
7.2.5. Mô hình xác suất với thời gian cung ứng không đổi.		
7.3. Đo lường, đánh giá hiệu quả tồn kho		
7.3.1. Phân tích biên tế		
7.3.2. Các chỉ tiêu xác định hiệu quả tồn kho		
Chương 8: Hoạch định nhu cầu vật tư	5	Thuyết giảng, thảo luận
8.1. Khái quát chung		
8.1.1. Khái niệm hoạch định nhu cầu vật tư		
8.1.2. Cấu trúc cơ bản của hệ thống hoạch định nhu cầu vật tư		
8.2. Trình tự tiến hành hoạch định nhu cầu vật tư		
8.2.1. Phân tích kết cấu sản phẩm		
8.2.2. Tính tổng nhu cầu		
8.2.3. Tính nhu cầu thực		
8.2.4. Xác định thời gian đặt hàng		

8.2.5. Lập bảng kế hoạch		
8.3. Xác định kích thước lô hàng		
8.3.1. Mô hình cấp theo lô		
8.3.2. Mô hình EOQ		
8.3.3. Mô hình cân đối theo từng bộ phận		
Chương 9: Bố trí mặt bằng sản xuất	5	Thuyết giảng, thảo luận
9.1. Tổng quan về bố trí mặt bằng sản xuất		
9.1.1. Khái niệm về bố trí mặt bằng		
9.1.2. Tầm quan trọng của bố trí mặt bằng		
9.1.3. Tiêu chuẩn một mặt bằng được bố trí tốt		
9.2. Các dạng bố trí mặt bằng sản xuất cơ bản		
9.2.1. Bố trí theo vị trí cố định		
9.2.2. Bố trí theo công nghệ		
9.2.3. Bố trí theo sản phẩm		
9.2.4. Bố trí kết hợp		
9.3. Bố trí mặt bằng văn phòng, cửa hàng bán lẻ và kho hàng		
9.3.1. Bố trí mặt bằng văn phòng		
9.3.2. Bố trí mặt bằng cửa hàng bán lẻ		
9.3.3. Bố trí kho hàng		

6. Tài liệu học tập

6.1. Tài liệu chính

1. GS. TS. Đồng Thị Thanh Phương (2011), *Quản Trị Sản Xuất và Dịch Vụ (Lý thuyết và bài tập)*, NXB Lao động – Xã hội.

6.2. Tài liệu khác

2. TS. Nguyễn Thanh Liêm, TS. Nguyễn Quốc Tuấn, ThS. Lê Thị Minh Hằng (2007), *Bài tập Quản trị sản xuất*, NXB Tài chính, Đà Nẵng.

3. TS. Trương Đức Lực, ThS. Nguyễn Đình Trung (2011), *Giáo trình Quản trị tác nghiệp*, NXB Đại học kinh tế Quốc dân.

4. Jay Heizer, Barry Render (2006), *Operations Management*, Prentice Hall, New Jersey.

7. Phương pháp đánh giá học phần

7.1. Thang điểm: thang điểm 10, làm tròn đến phần nguyên

7.2. Số bài kiểm tra quá trình: 1 lần kiểm tra giữa kỳ

7.3. Hình thức thi kết thúc học phần: tự luận, (thí sinh không được mang tài liệu vào phòng thi), thời gian làm bài: 60 phút.

7.4. Các điểm quá trình và trọng số/ hệ số tương ứng

- Điểm chuyên cần: hệ số 0.1;
- Điểm trung bình các bài kiểm tra quá trình: hệ số 0.3;
- Điểm thi kết thúc học phần: hệ số 0.6.

7.5. Điểm học phần là điểm trung bình chung của các điểm nêu ở mục 7.4

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 29 tháng 4 năm 2016

DUYỆT

TRƯỞNG NGÀNH

TRƯỞNG BỘ MÔN

NGƯỜI BIÊN SOẠN

PGS.TS. Phạm Hoàng Quân

TS. Nguyễn Thị Thanh Bình

ThS. Lê Mai Hải

ThS. Nguyễn Thị Túy Lan

UBND THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN
TRƯỜNG ĐẠI HỌC SÀI GÒN NGÀNH: QUẢN TRỊ KINH DOANH

**HỌC PHẦN
LOGISTICS**

1. Thông tin về học phần

- Tên học phần: Logistics
- Mã học phần: 833050
- Số tín chỉ: 03
- Số tiết (lí thuyết, bài tập, thảo luận, thực hành/thí nghiệm/thực địa): 45 (45; 0; 0)
- Trình độ đào tạo: Đại học
- Điều kiện để học học phần:
 - + Đòi hỏi học phần học trước: Quản trị sản xuất
 - + Đòi hỏi học phần học song hành: Không có
 - + Sĩ số sinh viên tối đa: 70

2. Bộ môn phụ trách giảng dạy: Bộ môn Quản trị và Kinh doanh quốc tế

3. Mô tả học phần

Học phần này đề cập những cơ sở lý thuyết và thực tiễn về quản trị logistics, hiểu các khái niệm cũng như biện pháp quản trị logistics trong hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Đồng thời trang bị những kỹ năng thực hiện các nghiệp vụ quản trị logistics trong hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Qua đó có được nhận thức đúng về logistics và vai trò của logistics, từ đó có thể áp dụng lý thuyết đã học vào thực tiễn trong các doanh nghiệp tại Việt nam.

4. Mục tiêu của học phần:

- 4.1. Về kiến thức:
- Những khái niệm, phân loại, các mối quan hệ và vai trò của logistics đối với nền kinh tế.
 - Nắm được các loại hình về dịch vụ logistics như: đầu vào, đầu ra, trong kho, thu hồi.
 - Hiểu, biết các giải pháp, công cụ nhằm hoàn thiện hoạt động logistics.

- Hiểu, biết cách kiểm soát các hoạt động quản trị như: Dịch vụ khách hàng, thông tin, dự trữ, vận tải, kho bãi.

4.2. Về kỹ năng:

- Có thể kiểm soát các hoạt động như: Dịch vụ khách hàng, thông tin trong vận tải, thông tin trong phân phối, dự trữ, vận tải, kho bãi.

- Vận dụng các kiến thức đã học có thể giải quyết vấn đề liên quan đến logistics trong các doanh nghiệp sản xuất nói chung, vận tải nói riêng.

4.3. Về thái độ:

- Nhận thức được tầm quan trọng logistics trong nền kinh tế hội nhập. Các doanh nghiệp muốn theo kịp tiến trình hội nhập thì phải quan tâm hơn nữa hoạt động logistic. Logistics là một trong những công cụ quan trọng giúp nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp trên thị trường.

5. Nội dung và kế hoạch dạy học học phần

Nội dung chi tiết của học phần	Số tiết	Hình thức tổ chức, phương pháp dạy - học và kiểm tra, đánh giá
Chương 1: Tổng quan về quản trị logistics	6	Thuyết giảng và thảo luận nhóm
1.1. Khái niệm về logistics		
1.2. Phân loại logistics		
1.3. Môi quan hệ của logistics		
1.4. Vai trò của logistics		
Chương 2: Dịch vụ logistics	4	
2.1. Logistics trong giao nhận vận tải		
2.2. Dịch vụ logistics		
2.2.1. Logistics đầu vào		
2.2.2. Logistics trong kho		
2.2.3. Logistics đầu ra		
2.2.4. Logistics thu hồi		
2.3. Phân loại dịch vụ logistics		
2.3.1. Các dịch vụ logistics chủ yếu		

2.3.2. Các dịch vụ logistics liên quan đến vận tải		Bài kiểm tra giữa kỳ
2.3.3. Các dịch vụ logistics liên quan khác		
Chương 3: Giải pháp logistics	10	
3.1. Giải pháp logistics		
3.2. Lean		
3.2.1. Mục tiêu của Lean		
3.2.2. Các nguyên tắc chính của Lean		
3.2.3. Những lãng phí trong hoạt động sản xuất theo quan điểm của Lean		
3.2.4. Các công cụ của Lean		
Chương 4: Quản trị logistics	20	
4.1. Quản trị logistics		
4.2. Nội dung quản trị logistics		
4.3. Dịch vụ khách hàng		
4.3.1. Định nghĩa về dịch vụ khách hàng		
4.3.2. Các yếu tố của dịch vụ khách hàng		
4.3.3. Tầm quan trọng của dịch vụ khách hàng trong việc tạo ra lợi thế cạnh tranh		
4.3.4. Xây dựng chiến lược dịch vụ khách hàng		
4.4. Hệ thống thông tin trong quản trị logistics		
4.5. Hệ thống xử lý đơn hàng		
4.6. Quản trị dự trữ		
4.6.1 Khái niệm, phân loại dự trữ		
4.6.2. Các yêu cầu quản trị dự trữ, phân loại sản phẩm dự trữ, chi phí dự trữ		
4.6.3. Các mô hình quản trị dự trữ		
4.6.4. Quyết định hệ thống dự trữ và thông số hệ thống “Đẩy”		
4.6.5. Quyết định thông số hệ thống “Kéo”		
4.6.6. Một số giải pháp nhằm cải tiến quản trị dự trữ		
4.7. Vận tải quốc tế		

4.7.1. Khái quát về vận tải trong logistics		
4.7.2. Phân loại vận tải		
4.7.3. Các quyết định cơ bản trong vận tải		
4.8. Kho bãi và mối liên hệ		
4.8.1. Hỗ trợ sản xuất		
4.8.2. Tổng hợp sản phẩm		
4.8.3. Gom hàng		
4.8.4. Phân tách hàng hoá		
4.8.5. Mối liên hệ giữa kho và vận tải		
4.8.6. Mối liên hệ giữa kho và sản xuất		
4.8.7. Mối liên hệ giữa kho với dịch vụ khách hàng		
4.8.8. Mối liên hệ giữa kho với tổng chi phí logistics		
4.9. Các loại kho		
4.10. Chi phí logistics		
Chương 5: Tổ chức và kiểm soát	5	
5.1. Tổ chức hoạt động logistics		
5.2. Kiểm soát hoạt động logistics		
5.3. Các chỉ tiêu đo lường kết quả hoạt động		

6. Tài liệu học tập

6.1. Tài liệu chính

1. GS.TS. Đoàn Thị Hồng Vân (2010), *Logistics – những vấn đề cơ bản*, NXB Lao động - Xã hội.

6.2. Tài liệu khác

2. PGS.TS. Lê Công Hoa (2012), *Giáo trình quản trị hậu cần*, NXB Đại học Kinh tế Quốc dân.
3. Gianpaolo Ghiani, Gilbert Laporte, Roberto Musmanno (2004), *Introduction Logistics System Planning and Control*, TLF eBook, England.
4. ThS. Đinh Văn Hiệp (2016), *Tài liệu giảng dạy học phần Quản trị logistics*, Khoa Quản trị kinh doanh, Đại học Sài Gòn.

7. Phương pháp đánh giá học phần

- 7.1. Thang điểm: thang điểm 10, làm tròn đến phần nguyên.

7.2. Số bài kiểm tra quá trình: 1 bài kiểm tra giữa kỳ.

7.3. Hình thức thi kết thúc học phần: Tự luận, đề đóng (Thí sinh không được mang tài liệu vào phòng thi), thời gian làm bài: 60 phút.

7.4. Các điểm quá trình và trọng số tương ứng:

- Điểm chuyên cần: hệ số 0.1
- Điểm trung bình các bài kiểm tra quá trình: hệ số 0.3;
- Điểm thi kết thúc học phần: hệ số 0.6.

7.5. Điểm học phần: là điểm trung bình chung của điểm thi kết thúc học phần và các điểm quá trình nêu ở mục 7.4.

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 29 tháng 4 năm 2016

DUYỆT

TRƯỞNG NGÀNH

TRƯỞNG BỘ MÔN

NGƯỜI BIÊN SOẠN

PGS.TS. Phạm Hoàng Quân

TS. Nguyễn Thị Thanh Bình

ThS. Lê Mai Hải

ThS. Đinh Văn Hiệp

HỌC PHẦN THUẾ

1. Thông tin về học phần

- Tên học phần: Thuế
- Mã học phần: 833069
- Số tín chỉ: 02
- Số tiết (lý thuyết, bài tập, thảo luận, thực hành/thí nghiệm/thực địa): 30 (20; 5; 5; 0)
- Trình độ đào tạo: Đại học
- Điều kiện để học học phần: Kinh tế vĩ mô
- + Đòi hỏi học phần học trước: Không có
- + Đòi hỏi học phần học song hành: Không có
- + Sĩ số sinh viên tối đa: 70

2. Bộ môn phụ trách giảng dạy: Bộ môn Tài chính – Ngân hàng

3. Mô tả học phần:

Học phần này gồm có 6 chương:

- Chương 1: Tổng quan về thuế
- Chương 2: Thuế xuất nhập khẩu
- Chương 3: Thuế tiêu thụ đặc biệt
- Chương 4: Thuế giá trị gia tăng
- Chương 5: Thuế thu nhập doanh nghiệp
- Chương 6: Thuế thu nhập cá nhân

4. Mục tiêu học phần

4.1. Về kiến thức

Trang bị cho sinh viên những kiến thức cơ bản về chính sách thuế, các phương pháp tính thuế cũng như cách thức thu, nộp các loại thuế.

4.2. Về kỹ năng

Tính được số thuế phải nộp: Thuế thu nhập cá nhân, thuế Giá trị gia tăng, thuế xuất nhập khẩu, thuế thu nhập doanh nghiệp.

4.3. Về thái độ

Sinh viên có thái độ tuân thủ pháp luật về thuế.

5. Nội dung và kế hoạch dạy học học phần:

Nội dung chi tiết của học phần	Số tiết	Hình thức tổ chức, phương pháp dạy - học và kiểm tra, đánh giá
Chương 1. Tổng quan về thuế	4	
<p>1.1. Khái niệm về thuế</p> <p>1.1.1. Khái niệm</p> <p>1.1.2. Đặc điểm của thuế</p> <p>1.2. Chức năng của thuế</p> <p>1.2.1. Chức năng huy động tập trung nguồn lực tài chính</p> <p>1.2.2. Chức năng điều tiết vĩ mô nền kinh tế của thuế</p> <p>1.3. Tính chất của thuế</p> <p>1.3.1. Công bằng</p> <p>1.3.2. Hiệu quả</p> <p>1.3.3. Chính xác</p> <p>1.3.4. Thuận tiện</p> <p>1.4. Phân loại thuế</p> <p>1.4.1. Dựa theo phương thức thu</p> <p>1.4.2. Dựa vào cơ sở tính thuế</p> <p>1.4.3. Dựa vào phạm vi điều chỉnh của thuế</p> <p>1.4.4. Cách phân loại khác</p> <p>1.5 Các yếu tố cấu thành một hệ thống sắc thuế</p> <p>1.5.1. Đối tượng nộp thuế</p> <p>1.5.2. Đối tượng chịu thuế</p> <p>1.5.3. Thuế suất</p> <p>1.5.4. Miễn, giảm thuế</p> <p>1.6. Vai trò của thuế trong nền kinh tế thị trường</p> <p>1.6.1. Công cụ chủ yếu tập trung nguồn thu cho NSNN</p> <p>1.6.2. Công cụ điều tiết vĩ mô nền kinh tế của Nhà nước</p> <p>1.6.3. Công cụ điều hoà thu nhập, thực hiện công bằng xã hội trong phân phối</p> <p>1.6.4. Công cụ để thực hiện kiểm tra, kiểm soát các hoạt</p>		<p>Giảng viên trình bày, diễn giải và đặt câu hỏi cho sinh viên thảo luận trong lớp.</p>

động sản xuất kinh doanh		
1.7. Hệ thống thuế hiện nay ở Việt Nam		
Chương 2. Thuế xuất nhập khẩu	5	
2.1. Khái niệm 2.2. Đối tượng nộp thuế 2.3. Đối tượng chịu thuế 2.4. Đối tượng không chịu thuế 2.5. Phương pháp tính thuế 2.6. Hoàn thuế		Bài tập: 2 tiết Giảng viên trình bày, diễn giải và đặt câu hỏi cho sinh viên thảo luận trong lớp.
Chương 3: Thuế tiêu thụ đặc biệt	4	
3.1. Khái niệm 3.2. Đối tượng nộp thuế 3.3. Đối tượng chịu thuế 3.3.1. Hàng hoá 3.3.2. Dịch vụ 3.4. Đối tượng không chịu thuế 3.5. Phương pháp tính thuế 3.5.1. Đối với hàng hoá sản xuất trong nước 3.5.2. Đối với dịch vụ 3.5.3. Đối với hàng hoá nhập khẩu 3.6. Thuế suất 3.7. Khấu trừ thuế 3.8. Hoàn thuế		Giảng viên trình bày, diễn giải và đặt câu hỏi cho sinh viên thảo luận trong lớp.
Chương 4: Thuế giá trị gia tăng	6	
4.1. Khái niệm 4.2. Đối tượng nộp thuế 4.3. Đối tượng chịu thuế 4.4. Đối tượng không chịu thuế 4.5. Căn cứ tính thuế 4.6. Thuế suất 4.7. Phương pháp tính thuế GTGT 4.7.1. Phương pháp khấu trừ 4.7.2. Phương pháp trực tiếp		Bài tập: 3 tiết Giảng viên trình bày, diễn giải và đặt câu hỏi cho sinh viên thảo luận trong lớp.

<p>4.8. Phương pháp tính thuế GTGT đối với hàng nhập khẩu</p> <p>4.9. Hoàn thuế GTGT</p>		
<p>Chương 5: Thuế thu nhập doanh nghiệp.</p>	6	
<p>5.1. Khái niệm</p> <p>5.2. Đối tượng nộp thuế</p> <p>5.3. Đối tượng được miễn nộp thuế</p> <p>5.4. Phương pháp tính thuế</p> <p>5.5. Thời điểm xác định doanh thu tính thuế</p> <p>5.5.1. Doanh thu để tính thu nhập chịu thuế</p> <p>5.5.2. Thời điểm xác định</p> <p>5.5.3. Kỳ tính thuế TNDN</p> <p>5.6. Các khoản chi phí được trừ khi tính thu nhập chịu thuế</p> <p>5.6.1. Nguyên tắc xác định các khoản chi được trừ</p> <p>5.6.2. Các khoản chi không được trừ khi tính thu nhập chịu thuế</p> <p>5.7. Thu nhập khác phải chịu thuế</p> <p>5.8. Thu nhập được miễn thuế</p> <p>5.9. Lỗ được kết chuyển</p> <p>5.10. Quỹ phát triển khoa học</p> <p>5.11. Thuế suất</p>		<p>Giảng viên trình bày, diễn giải và đặt câu hỏi cho sinh viên thảo luận trong lớp.</p>
<p>Chương 6: Thuế thu nhập cá nhân</p>	5	
<p>6.1. Khái niệm</p> <p>6.2. Đối tượng nộp thuế</p> <p>6.3. Các khoản thu nhập chịu thuế TNCN đối với cá nhân cư trú</p> <p>6.3.1. Thu nhập từ hoạt động sản xuất kinh doanh</p> <p>6.3.2. Thu nhập từ tiền lương_ tiền công</p> <p>6.3.3. Thu nhập từ đầu tư vốn</p> <p>6.3.4. Thu nhập chuyển nhượng vốn</p> <p>6.3.5. Thu nhập chuyển nhượng bất động sản</p> <p>6.3.6. Thu nhập từ trúng thưởng xổ số, khuyến mại,...</p>		<p>Giảng viên trình bày, diễn giải và đặt câu hỏi cho sinh viên thảo luận trong lớp.</p>

6.3.7. Thu nhập từ bản quyền		
6.3.8. Thu nhập từ nhượng quyền		
6.3.9. Thu nhập từ thừa kế		
6.3.10. Thu nhập từ quà tặng		
6.4. Các khoản thu nhập được miễn thuế		
6.5. Thuế TNCN đối với cá nhân không cư trú		
6.6. Giảm thuế		
6.7 Hoàn thuế		

6. Tài liệu học tập

6.1. Tài liệu chính

1. PGS. TS. Đỗ Đức Minh (2015), *Giáo trình Lý thuyết thuế*, NXB Tài chính.
2. TS. Nguyễn Thanh Sơn, TS. Nguyễn Văn Nông (2010), *Giáo trình thuế*, NXB Lao động - Xã hội.

6.2. Tài liệu khác:

3. Tài liệu giảng dạy của Giảng viên. Bài tập vận dụng.

7. Phương pháp đánh giá học phần

7.1. Thang điểm: thang điểm 10, làm tròn đến phần nguyên.

7.2. Số bài kiểm tra quá trình: 1 lần

7.3. Hình thức thi kết thúc học phần: trắc nghiệm, đề đóng (thí sinh không được mang tài liệu vào phòng thi), thời gian làm bài: 60 phút.

7.4. Các điểm quá trình và trọng số/hệ số tương ứng

- Điểm chuyên cần: hệ số 0.1;
- Điểm trung bình của các bài kiểm tra quá trình: hệ số 0.3;
- Điểm thi kết thúc học phần: hệ số 0.6

7.5. Điểm học phần: là điểm trung bình chung của các điểm nêu ở mục 7.4.

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 29 tháng 4 năm 2016

DUYỆT

TRƯỞNG NGÀNH

TRƯỞNG BỘ MÔN

NGƯỜI BIÊN SOẠN

PGS.TS. Phạm Hoàng Quân

TS. Nguyễn Thị Thanh Bình

TS. Nguyễn Văn Nông

TS. Trương Văn Khánh

**HỌC PHẦN
 KẾ TOÁN QUẢN TRỊ**

1. Thông tin về học phần

- Tên học phần: Kế toán quản trị
- Mã học phần: 833058
- Số tín chỉ: 03
- Số tiết (lí thuyết, bài tập, thảo luận, thực hành/thí nghiệm/thực địa): 45 (30; 10; 5; 0)
- Trình độ đào tạo: Đại học
- Điều kiện để học học phần:
 - + Đòi hỏi học phần học trước: Nguyên lý kế toán
 - + Đòi hỏi học phần học song hành: Không có
 - + Sĩ số sinh viên tối đa: 70

2. Bộ môn phụ trách giảng dạy: Bộ môn Kế toán

3. Mô tả học phần

Cung cấp cho người học những kiến thức nghiệp vụ cần thiết để thu thập, xử lí, phân tích và cung cấp thông tin kinh tế, tài chính cho việc hoạch định, kiểm soát và ra quyết định.

4. Mục tiêu học phần

4.1. Về kiến thức

- Trình bày được những vấn đề chung của Kế toán quản trị; phân loại chi phí; phương pháp phân tích mối quan hệ Chi phí – Sản lượng – Lợi nhuận; phương pháp phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến kết quả kinh doanh và biến động biến phí sản xuất.

- Mô tả hệ thống kế toán trách nhiệm và chỉ tiêu, phương pháp đánh giá trách nhiệm quản lý.

- Trình bày được các phương pháp định giá bán sản phẩm thông thường.

- Trình bày được phương pháp thu thập, xử lý và cung cấp thông tin thích hợp cho các quyết định ngắn hạn.

4.2. Về kĩ năng

- Xác định và vẽ đồ thị hòa vốn; xác định được qui mô để đạt lợi nhuận mục tiêu; tính số dư an toàn; đánh giá mức độ ảnh hưởng của các nhân tố trong mô hình phân tích (phân tích độ nhạy); tính được đòn cân định phí;...

- Lập bảng phân tích và xác định mức độ ảnh hưởng của Sản lượng tiêu thụ, Giá bán sản phẩm và Chi phí đến kết quả kinh doanh trong kỳ; Phân tích, xác định nhân tố lượng và nhân tố giá đến biến động biến phí sản xuất.

- Tính toán các chỉ tiêu đánh giá trách nhiệm quản lý ở các trung tâm: Doanh thu, Chi phí, Lợi nhuận và Đầu tư; Lập các báo cáo của các trung tâm trách nhiệm.

- Định giá bán sản phẩm thông thường theo các phương pháp: Thặng số chi phí; định giá theo thời gian sản xuất và chi phí nguyên vật liệu,...

- Thu thập và xử lý thông tin cho các loại quyết định: chấp nhận hay không một đơn đặt hàng với giá giảm; Ngừng hay không việc sản xuất kinh doanh một ngành hàng; Xác định cơ cấu sản xuất để tối đa hóa lợi nhuận; Mua hay thuê; Bán hay tiếp tục gia công.

4.3. Về thái độ

Trung thực, khách quan và bảo mật thông tin.

5. Nội dung và kế hoạch dạy học học phần

Nội dung chi tiết của học phần	Số tiết	Hình thức tổ chức, phương pháp dạy - học và kiểm tra, đánh giá
Chương 1: Giới thiệu chung về Kế toán quản trị	4	Diễn giảng Thảo luận
1.1. Bản chất của kế toán quản trị		
1.1.1. Sự ra đời và phát triển của kế toán quản trị		
1.1.2. Định nghĩa kế toán quản trị		
1.1.3. Mối quan hệ giữa kế toán quản trị và kế toán tài chính		
1.1.4. Các nhân tố thúc đẩy sự phát triển kế toán quản trị đương đại		
1.2. Vai trò của kế toán quản trị trong quá trình ra quyết định		
1.2.1. Vị trí của kế toán quản trị trong tổ chức		
1.2.2. Vai trò của kế toán quản trị		

1.2.3. Nhiệm vụ của kế toán quản trị		
Chương 2: Chi phí – Khái niệm và phân loại	7	
2.1. Bản chất của chi phí		
2.1.1. Theo quan điểm kinh tế học		
2.1.2. Theo quan điểm của kế toán		
2.2. Phân loại chi phí và ước lượng chi phí		
2.2.1. Phân loại chi phí		Diễn giảng
2.2.2. Ước lượng chi phí hỗn hợp		Bài tập
2.3. Dòng chi phí trong chuỗi giá trị		Thảo luận
2.3.1. Chi phí trước quá trình sản xuất		Kiểm tra: tự luận
2.3.2. Chi phí trong quá trình sản xuất		
2.3.3. Chi phí sau quá trình sản xuất		
Chương 3: Phân tích mối quan hệ C-V-P	7	
3.1. Một số khái niệm		
3.1.1. Số dư đảm phí		
3.1.2. Báo cáo kết quả kinh doanh theo mẫu số dư đảm phí		
3.1.3. Hòa vốn		
3.2. Phân tích mối quan hệ C-V-P trong doanh nghiệp đơn sản phẩm		
3.2.1. Theo phương pháp đại số		Diễn giảng
3.2.2. Theo phương pháp đồ thị		Bài tập
3.2.3. Ứng dụng phân tích mối quan hệ C-V-P để ra quyết định		Thảo luận
3.2.4. Ảnh hưởng của thuế thu nhập doanh nghiệp		Bài tập tình huống
3.3. Phân tích mối quan hệ C-V-P trong doanh nghiệp đa sản phẩm		
3.3.1. Xác định cơ cấu sản xuất và tiêu thụ		Kiểm tra: tự luận
3.3.2. Tính số trung bình trọng của đảm phí đơn vị		
3.3.3. Xác định sản lượng và doanh thu		
3.3.4. Phân bổ sản lượng và doanh thu		
3.4. Phân tích độ nhạy		
3.5. Hạn chế trong việc phân tích mối quan hệ C-V-P		

3.6. Cấu trúc chi phí và đòn cân định phí		
3.6.1. Cấu trúc chi phí		
3.6.2. Đòn cân định phí		
Chương 4: Kiểm soát chi phí bằng dự toán linh hoạt và định mức chi phí	7	
4.1. Định mức chi phí sản xuất		
4.1.1. Khái niệm		
4.1.2. Định mức chi phí sản xuất		
4.2. Dự toán linh hoạt		
4.2.1. Khái niệm		
4.2.2. Tác dụng của dự toán linh hoạt		
4.3. Phân tích tình hình thực hiện kế hoạch lợi nhuận		
4.4. Phân tích biến động chi phí sản xuất		
4.4.1. Biến động chi phí nguyên vật liệu trực tiếp		
4.4.2. Biến động chi phí nhân công trực tiếp		
4.4.3. Biến động chi phí sản xuất chung		
Chương 5: Hệ thống kế toán trách nhiệm	7	
5.1. Hệ thống kế toán trách nhiệm		
5.1.1. Phân cấp trong quản lý		
5.1.2. Các trung tâm trách nhiệm		
5.1.3. Kế toán trách nhiệm		
5.2. Đánh giá trách nhiệm		
5.2.1. Đánh giá trách nhiệm trung tâm chi phí		
5.2.2. Đánh giá trách nhiệm trung tâm doanh thu		
5.2.3. Đánh giá trách nhiệm trung tâm lợi nhuận		
5.2.4. Đánh giá trách nhiệm trung tâm đầu tư		
5.3. Định giá chuyển nhượng		
Chương 6: Định giá bán sản phẩm	7	
6.1. Các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định giá		
6.1.1. Nhu cầu của khách hàng		
6.1.2. Hoạt động của đối thủ cạnh tranh		
6.1.3. Chi phí sản xuất và tiêu thụ sản phẩm		

Diễn giảng
 Bài tập
 Bài tập tình huống
 Kiểm tra: tự luận

Diễn giảng
 Bài tập
 Kiểm tra: tự luận

Diễn giảng
 Bài tập
 Kiểm tra: tự luận

6.1.4. Các vấn đề chính trị và pháp lý		
6.2. Lý thuyết định giá		
6.2.1. Mục tiêu định giá theo mô hình lý thuyết		
6.2.2. Mô hình định giá		
6.2.3. Tác dụng của mô hình lý thuyết		
6.2.4. Hạn chế của mô hình lý thuyết		
6.3. Các phương pháp định giá dựa vào chi phí		
6.3.1. Phương pháp thẳng số chi phí		
6.3.2. Định giá theo thời gian sản xuất và chi phí NVL		
6.3.3. Định giá cạnh tranh		
6.4. Định giá sản phẩm mới		
6.4.1. Chiến lược định giá xối		
6.4.2. Chiến lược định giá thâm nhập		
6.4.3. Chiến lược định giá theo chi phí mục tiêu		
Chương 7: Thông tin thích hợp cho các quyết định ngắn hạn	6	
7.1. Đặc điểm của các quyết định ngắn hạn		
7.2. Thông tin thích hợp cho các quyết định ngắn hạn		
7.2.1. Quy trình ra quyết định		
7.2.2. Thông tin thích hợp		
7.2.3. Tầm quan trọng của thông tin thích hợp		
7.2.4. Nhận diện các thông tin thích hợp		
7.3. Phân tích một số quyết định ngắn hạn		
7.3.1. Chấp thuận hay không một đơn đặt hàng đặc biệt		
7.3.2. Ngừng hay không một ngành hàng hay dây chuyền sản xuất		
7.3.3. Xác định cơ cấu sản xuất để tối đa hóa lợi nhuận		
7.3.4. Chế tạo hay mua nguyên vật liệu		
7.3.5. Bán hay tiếp tục gia công		

Diễn giảng
 Bài tập
 Bài tập tình huống

Kiểm tra: tự luận

6. Tài liệu học tập

6.1. Tài liệu chính

1. Trần Đình Phụng (chủ biên), Nguyễn Khắc Hùng, Huỳnh Vũ Bảo Trâm, Giang Quốc Tuấn (2016), *Kế toán quản trị*, NXB Đại học Quốc gia TP.HCM.
2. Nguyễn Minh Phương (chủ biên) (2009), *Kế toán quản trị*, NXB Lao động-Xã hội, Hà Nội.

6.2. Tài liệu khác

3. Colin Drury (2000), *Management & Cost Accounting*, Business Press, Thomson Learning, Fifth Edition.
4. Kim Langfield-Smith, Helen Thone, Ronald W. Hilton (2006), *Management Accounting 4e (Information for managing and creating value)*, McGraw Hill.

7. Phương pháp đánh giá học phần

7.1. Thang điểm: thang điểm 10, làm tròn đến phần nguyên.

7.2. Số bài kiểm tra quá trình: 2 lần.

7.3. Hình thức thi kết thúc học phần: tự luận, đề đóng (thí sinh không được sử dụng tài liệu), thời gian làm bài: 90 phút.

7.4. Các điểm quá trình và trọng số/hệ số tương ứng

- Điểm chuyên cần: hệ số 0.1;
- Điểm trung bình của các bài kiểm tra quá trình: hệ số 0.3;
- Điểm thi kết thúc học phần: hệ số 0.6.

7.5. Điểm học phần: là điểm trung bình chung của các điểm nêu ở mục 7.4.

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 29 tháng 4 năm 2016

DUYỆT

TRƯỞNG NGÀNH

TRƯỞNG BỘ MÔN

NGƯỜI BIÊN SOẠN

PGS.TS. Phạm Hoàng Quân

TS. Nguyễn Thị Thanh Bình

TS. Nguyễn Anh Hiền

TS. Trần Đình Phụng

UBND THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN
TRƯỜNG ĐẠI HỌC SÀI GÒN NGÀNH: QUẢN TRỊ KINH DOANH

HỌC PHẦN HÀNH VI TỔ CHỨC

1. Thông tin về học phần

- Tên học phần: Hành vi tổ chức
- Mã học phần: 833303
- Số tín chỉ: 02
- Số tiết (lí thuyết, bài tập, thảo luận, thực hành/thí nghiệm/thực địa): 30 (30,0,0,0)
- Trình độ đào tạo: Đại học
- Điều kiện để học học phần:
 - + Đòi hỏi học phần học trước: Quản trị học
 - + Đòi hỏi học phần học song hành: không có
 - + Sĩ số sinh viên tối đa: 70

2. Bộ môn phụ trách giảng dạy: Bộ môn Quản trị & Kinh doanh quốc tế

3. Mô tả học phần

Kỹ năng nhân sự là một trong những kỹ năng quan trọng nhất quyết định sự thành công của nhà quản trị, nghiên cứu hành vi tổ chức giúp họ hoàn thiện kỹ năng này. Môn học hành vi tổ chức cung cấp cho người học những kiến thức cơ bản để phân tích, giải thích và dự đoán hành vi con người trong bối cảnh tổ chức, ảnh hưởng của hành vi đến việc thực hiện nhiệm vụ. Nghiên cứu hành vi tổ chức dựa trên nền tảng các nghiên cứu của tâm lý học và xã hội học, được thực hiện trên cả ba cấp độ: cá nhân, nhóm và tổ chức.

4. Mục tiêu học phần

4.1. Về kiến thức

Hiểu được sự ảnh hưởng của các yếu tố như tính cách, nhận thức, học tập, các giá trị và thái độ, sự động viên đến hành vi cá nhân. Hiểu được nhóm ảnh hưởng như thế nào đến hành vi cá nhân và các dạng hành vi trong nhóm. Nắm được các vấn đề liên quan đến văn hoá tổ chức, các đặc tính của văn hóa tổ chức, nhận dạng được văn hoá tổ chức, sự ảnh hưởng của văn hoá tổ chức đến sự phát triển của một tổ chức.

4.2. Về kỹ năng

Nhận dạng được các loại xung đột và chọn chiến lược hợp lý nhằm giải quyết hiệu quả những xung đột trong tổ chức. Vận dụng tốt những kỹ năng của nhà quản trị: kỹ năng ra quyết định, kỹ năng lãnh đạo, kỹ năng giao tiếp và truyền thông, kỹ năng đàm phán thương lượng, kỹ năng quản lý và làm việc nhóm, kỹ năng giải quyết xung đột. Qua môn học học viên có khả năng tham gia và thích ứng nhanh với môi trường hoạt động tập thể, củng cố và phát triển kỹ năng nghề nghiệp cụ thể của mình.

4.3. Về thái độ

Học viên được rèn luyện trong môi trường làm việc nhóm, có thái độ ứng xử đúng mực đối với tổ chức, với những người xung quanh và với bản thân. Thái độ tích cực, hợp tác và có trách nhiệm trong công việc; chấp hành những qui định và nguyên tắc hoạt động tập thể, hoạt động nhóm. Luôn sáng tạo và tự giác cao trong công việc và cuộc sống.

5. Nội dung và kế hoạch dạy học học phần

Nội dung chi tiết của học phần	Số tiết	Hình thức tổ chức, phương pháp dạy - học và kiểm tra, đánh giá
Chương 1: Nhập môn hành vi tổ chức	3	Thuyết giảng và thảo luận.
1.1. Nhà quản trị và các vai trò của nhà quản trị		
1.2. Vai trò của con người trong hoạt động quản trị		
1.3. Khái niệm và các tiếp cận về hành vi tổ chức		
1.4. Sự cần thiết của nghiên cứu hành vi tổ chức		
1.5. Những khoa học đóng góp vào môn học hành vi tổ chức		
1.6. Phương pháp nghiên cứu của hành vi tổ chức		
1.7. Những thách thức của hành vi tổ chức trong môi trường toàn cầu		
Chương 2: Cơ sở của hành vi cá nhân	3	Thuyết giảng và thảo luận.
2.1. Tiểu sử cá nhân		
2.1.1. Những đặc tính tiểu sử cá nhân		
2.1.2. Tiểu sử cá nhân và hành vi cá nhân		
2.2. Tính cách		
2.2.1. Khái niệm tính cách và các yếu tố xác định tính cách		

2.2.2 Các loại tính cách		
2.3. Nhận thức		
2.3.1. Khái niệm và các yếu tố ảnh hưởng đến nhận thức		
2.3.2. Nhận thức và ra quyết định cá nhân		
2.3.3. Nhận thức về người khác		
2.4. Học tập		
2.4.1. Khái niệm về học tập		
2.4.2. Các thuyết về học tập		
2.4.3. Định hình hành vi trong tổ chức		
Chương 3: Giá trị, thái độ và sự hài lòng đối với công việc	3	Thuyết giảng và thảo luận.
3.1. Giá trị		
3.1.1. Giá trị và vai trò của giá trị		
3.1.2. Hệ thống giá trị của con người		
3.1.3. Phân loại giá trị		
3.1.4. Biến đổi của hệ thống giá trị		
3.2. Thái độ		
3.2.1. Khái niệm và phân loại thái độ		
3.2.2. Lý thuyết bất hòa nhận thức		
3.2.3. Mối quan hệ giữa thái độ và hành vi		
3.3. Sự hài lòng đối với công việc		
3.3.1. Đo lường sự thỏa mãn đối với công việc		
3.3.2. Yếu tố tác động đến sự thỏa mãn		
3.3.3. Ảnh hưởng của sự thỏa mãn đến công việc		
Chương 4: Động lực thúc đẩy	4	Thuyết giảng và thảo luận.
4.1. Khái niệm và vai trò của động lực		
4.2. Các lý thuyết về động lực thúc đẩy		
4.2.1. Thuyết bậc thang nhu cầu của Maslow		
4.2.2. Thuyết nhu cầu của David Mc. Clelland		
4.2.3. Thuyết E.R.G của Alderfer		
4.2.4. Thuyết hai nhân tố của Herzberg		

4.2.5. Thuyết mong đợi của Vroom		
4.2.6. Thuyết về sự công bằng của Stacy Adams		
4.3. Ứng dụng các lý thuyết động viên vào thực tế		
Chương 5: Cơ sở của hành vi nhóm	4	Thuyết giảng và thảo luận.
5.1 Khái niệm và phân loại nhóm		
5.2 Nguyên nhân gia nhập nhóm		
5.3 Các giai đoạn phát triển của nhóm		
5.4 Các đặc trưng của nhóm		
5.5 Lợi ích của nhóm trong hoạt động của tổ chức		
5.6 Xây dựng và duy trì nhóm có hiệu quả		
Chương 6: Hành vi nhóm và xung đột	3	Thuyết giảng và thảo luận.
6.1. Hành vi nhóm		
6.2. Xung đột		
6.2.1. Khái niệm về xung đột		
6.2.2. Các loại xung đột		
6.2.3. Nguyên nhân của xung đột		
6.2.4. Hậu quả của xung đột		
6.3. Chiến lược và kỹ năng giải quyết xung đột		
Chương 7: Truyền thông trong tổ chức	3	Thuyết giảng và thảo luận.
7.1. Truyền thông giữa các cá nhân		
7.1.1. Khái niệm và quá trình truyền thông		
7.1.2. Các loại truyền thông		
7.1.3. Truyền thông phi ngôn ngữ		
7.2. Truyền thông trong các nhóm		
7.2.1. Khái niệm và các yếu tố ảnh hưởng		
7.2.2. Các dạng truyền thông trong nhóm		
7.3. Truyền thông trong tổ chức		
7.3.1. Môi trường truyền thông trong tổ chức - cơ cấu tổ chức		
7.3.2. Những yếu tố ảnh hưởng đến truyền thông trong tổ chức		

7.3.3. Nâng cao hiệu quả truyền thông trong tổ chức		
Chương 8: Văn hóa tổ chức và hành vi tổ chức	4	Thuyết giảng và thảo luận.
8.1. Khái niệm và đặc tính của văn hóa tổ chức		
8.2. Các dạng của văn hóa tổ chức		
8.3. Văn hóa mạnh và văn hóa yếu		
8.4. Sự giao thoa của văn hóa tổ chức		
8.5. Xây dựng và duy trì văn hóa tổ chức		
8.6. Văn hóa tổ chức và hành vi tổ chức		
Chương 9: Đổi mới và phát triển tổ chức	3	Thuyết giảng và thảo luận.
9.1. Sự thích ứng của tổ chức trong môi trường thay đổi		
9.2. Các hình thức thay đổi tổ chức		
9.3. Quá trình đổi mới và phát triển của tổ chức		
9.4. Những biện pháp kiểm soát sự kháng cự với đổi mới		
9.4.1. Can thiệp cá nhân		
9.4.2. Can thiệp nhóm		
9.4.3. Can thiệp tổ chức		

6. Tài liệu học tập

6.1 Tài liệu chính

1. Nguyễn Hữu Lam (2012), *Hành vi tổ chức*, NXB Hồng Đức.

6.2 Tài liệu khác

2. Stephen P.Robbins & Timothy A.Judge (2012), *Hành vi Tổ chức (Organizational Behavior)*, NXB Lao động Xã hội, Hà Nội.

3. James L.Gibson (2011), *Tổ chức: hành vi, cơ cấu, qui trình (Organizations Behavior, Structure, Processes)*, NXB TP HCM.

4. Richard L.Hughes, Robert C.Ginnett & Gordon J.Curphy (2012), *Năng lực lãnh đạo (Leadership)*, NXB Tổng hợp TP HCM.

5. Paul Hersey & Ken Blanc Hard (1995), *Quản trị hành vi tổ chức (Management of Organizational Behavior)*, NXB Chính trị quốc gia.

6. Bùi Anh Tuấn & Phạm Thúy Hương (2011), *Giáo trình Hành vi Tổ chức*, NXB Đại học Kinh Tế Quốc dân.

7. James H. Donnelly, James L.Gibson, John M.Ivancevich (2000), *Quản trị học căn bản*, NXB Thống Kê.
8. Subir Chowdhury (2006), *Quản lý trong thế kỷ 21*, NXB Giao thông vận tải.
9. Ikujiro Nonaka, Ryoko Toyama, Toru Hirata (2011), *Quản trị dựa vào tri thức*, NXB Thời Đại.
10. Bộ sách *Cẩm nang kinh doanh và cẩm nang quản lý hiệu quả*, First News, NXB Tổng hợp TP HCM.

7. Phương pháp đánh giá học phần

- 7.1. Thang điểm: thang điểm 10, làm tròn đến phần nguyên
- 7.2. Số bài kiểm tra quá trình: 1 lần kiểm tra giữa kỳ
- 7.3. Hình thức thi kết thúc học phần: Tự luận, đề đóng (thí sinh không được mang tài liệu vào phòng thi), thời gian làm bài: 60 phút.
- 7.4. Các điểm quá trình và trọng số/ hệ số tương ứng:
 - Điểm chuyên cần: hệ số 0.1;
 - Điểm trung bình của các bài kiểm tra quá trình: hệ số 0.3;
 - Điểm thi kết thúc học phần: hệ số 0.6.
- 7.5. Điểm của học phần: là điểm trung bình chung của điểm thi kết thúc học phần và các điểm quá trình (theo mục 7.4)

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 29 tháng 4 năm 2016

DUYỆT

TRƯỞNG NGÀNH

TRƯỞNG BỘ MÔN

NGƯỜI BIÊN SOẠN

PGS.TS. Phạm Hoàng Quân

TS. Nguyễn Thị Thanh Bình

ThS. Lê Mai Hải

PGS. TS. Bùi Lê Hà

HỌC PHẦN TIN HỌC ỨNG DỤNG

1. Thông tin về học phần

- Tên học phần: Tin học ứng dụng
- Mã học phần: 833070
- Số tín chỉ: 02
- Số tiết (lí thuyết, bài tập, thảo luận, thực hành/thí nghiệm/thực địa): 30 (15; 15; 0; 0)
- Trình độ đào tạo: Đại học
- Điều kiện để học học phần:
 - + Đòi hỏi học phần học trước: Không có
 - + Đòi hỏi học phần học song hành: Không có
 - + Sĩ số sinh viên tối đa: 40

2. Bộ môn phụ trách giảng dạy: Khoa Công nghệ thông tin

3. Mô tả học phần

- SPSS (Statistical Package for Social Science) là một phần mềm quản lý cơ sở dữ liệu và xử lý, phân tích thống kê chuyên nghiệp, linh hoạt, đa năng và rất mạnh so với các phần mềm có chức năng xử lý thống kê khác như: Lotus, Quattro, Excel, Stata, Epiinfo ...; nó ngày càng được sử dụng rộng rãi trong công tác nghiên cứu, xử lý, phân tích dữ liệu thống kê, đặc biệt đối việc xử lý phân tích dữ liệu của các cuộc điều tra.

- SPSS rất mạnh trong việc phân tích mối tương quan giữa các tiêu chí của sự vật, hiện tượng mà các phần mềm khác khó, hoặc không thực hiện được.

- SPSS giúp người nghiên cứu có thể phân tích các xu hướng phát triển của hiện tượng, sự vật thông qua các số liệu thống kê từ đó đưa ra các dự báo trong nghiên cứu.

- SPSS for Window thân thiện với người sử dụng, dễ dàng liên kết để lấy dữ liệu, hoặc xuất kết quả các phần mềm ứng dụng khác như Excel, Access.

4. Mục tiêu học phần

4.1. Về kiến thức

Hiểu rõ các khái niệm cơ bản và nắm vững kỹ năng sử dụng phần mềm SPSS.

4.2. Về kỹ năng

Biết cách mã hóa những vấn đề trong quản trị kinh doanh và nhập các dữ liệu này bằng phần mềm SPSS. Biết xử lý các tham số thống kê và phân tích dữ liệu. Viết thuyết minh cho các kết quả tìm được bằng phần mềm SPSS.

4.3. Về thái độ

Sinh viên cần nhận thức đúng vai trò và ý nghĩa của học phần, có thái độ học tập chăm chỉ, nghiêm túc và sáng tạo.

5. Nội dung và kế hoạch dạy học học phần

Nội dung chi tiết của học phần	Số tiết	Hình thức tổ chức, phương pháp dạy - học và kiểm tra, đánh giá
Chương 1: Tổng quan về phần mềm SPSS for windows	3	Giới thiệu về học phần. Giảng lý thuyết và thảo luận trên lớp. Hướng dẫn giải bài tập. Hướng dẫn thực hành ở phòng máy.
1.1. Giới thiệu tổng quát về các chức năng của phần mềm SPSS.		
1.2. Giới thiệu các thao tác cơ bản trong việc sử dụng SPSS.		
Bài tập		
Chương 2: Nhập dữ liệu	9	Giảng lý thuyết và thảo luận trên lớp. Hướng dẫn giải bài tập. Hướng dẫn thực hành ở phòng máy.
2.1. Định nghĩa biến và các thuộc tính của biến.		
2.2. Tạo khung biến / thêm bớt các biến.		
2.3. Nhập/ sửa chữa dữ liệu.		
2.4. Kiểm tra và làm sạch dữ liệu.		
Bài tập		
Chương 3: Chọn lọc dữ liệu/ biến đổi biến	9	Giảng lý thuyết và thảo luận trên lớp. Hướng dẫn giải bài tập. Hướng dẫn thực hành ở phòng máy.
3.1. Chọn lọc dữ liệu (Select).		
3.2. Tái mã hóa lại biến (Recode).		
3.3. Biến đổi biến đã có thành biến mới.		
Bài tập		
Chương 4: Thống kê mô tả	3	Giảng lý thuyết và thảo luận trên lớp.
4.1. Tính tần số, các loại tần suất.		

4.2. Tính các thông số thống kê mô tả.		Hướng dẫn giải bài tập.
4.3. Xây dựng các loại đồ thị.		Hướng dẫn thực hành ở phòng máy.
Bài tập		
Chương 5: Thống kê suy diễn	3	Giảng lý thuyết và thảo luận trên lớp.
5.1. Lập bảng chéo (Crosstab)		Hướng dẫn giải bài tập.
5.2. Mức ý nghĩa (Significance)		Hướng dẫn thực hành ở phòng máy.
5.3. Kiểm định giả thuyết		
Bài tập		
Chương 6: Thuyết minh dữ liệu	3	Giảng lý thuyết và thảo luận trên lớp.
6.1. Lập bảng kết quả.		Hướng dẫn giải bài tập.
6.2. Thuyết minh bảng kết quả.		Hướng dẫn thực hành ở phòng máy.
Bài tập		

6. Tài liệu học tập

6.1. Tài liệu chính

1. Daren George and Paul Mallery (1999), *SPSS For Windows – Step by step*, Allyn& Bacon company, Massachusetts, USA.
2. Võ Văn Huy và nhóm tác giả (1997), *Ứng dụng SPSS để xử lý và phân tích dữ liệu nghiên cứu*, NXB Khoa học và Kỹ thuật.
3. Lee A. Kirkpatrick and Brooke C. Feeney (2001), *A Simple Guide to SPSS for Windows*, Wadworth/ Thomson Learning INC.

6.2. Tài liệu khác

4. Đỗ Văn Thắng và Phan Thành Huân (2003), *Giáo trình SPSS dành cho SV khối ngành khoa học xã hội- nhân văn*, NXB Đại học Quốc Gia, 2003.
5. Hoàng Trọng (1999), *Phân tích dữ liệu đa biến ứng dụng trong kinh tế và kinh doanh*, NXB Thống kê.
6. Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2005), *Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS*, NXB Thống kê.
7. PGS. TS. Ngô Thị Thuận (2006), *Giáo trình: Nguyên lý thống kê kinh tế (Dùng cho sinh viên các ngành: Kinh tế, Kế toán, Kinh doanh và Quản trị doanh nghiệp)*, NXB Nông nghiệp.

7. Phương pháp đánh giá học phần

7.1. Thang điểm: thang điểm 10, làm tròn đến phần nguyên.

7.2. Số bài kiểm tra quá trình: 1 lần

7.3. Hình thức thi kết thúc học phần: tự luận, đề đóng (thí sinh không được mang tài liệu vào phòng thi), thời gian làm bài: 90 phút.

7.4. Các điểm quá trình và trọng số/hệ số tương ứng

- Điểm chuyên cần: hệ số 0.1;

- Điểm trung bình của các bài kiểm tra quá trình: hệ số 0.4;

- Điểm thi kết thúc học phần: hệ số 0.5.

7.5. Điểm học phần: là điểm trung bình chung của các điểm nêu ở mục 7.4.

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 29 tháng 4 năm 2016

DUYỆT

TRƯỞNG NGÀNH

TRƯỞNG BỘ MÔN

NGƯỜI BIÊN SOẠN

PGS.TS. Phạm Hoàng Quân

TS. Nguyễn Thị Thanh Bình

ThS. Phan Tấn Quốc

TS. Huỳnh Minh Trí

UBND THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN
TRƯỜNG ĐẠI HỌC SÀI GÒN NGÀNH: QUẢN TRỊ KINH DOANH

HỌC PHẦN TIẾNG ANH GIAO TIẾP THƯƠNG MẠI

1. Thông tin về học phần

- Tên HP/MH: Tiếng Anh giao tiếp thương mại
- Mã HP/MH: 833104
- Số tín chỉ: 03
- Số tiết (lý thuyết, bài tập, thảo luận, thực hành/thí nghiệm/thực địa): 45 (45, 0, 0)
- Trình độ đào tạo: Đại học
- Điều kiện để học học phần
- + Đòi hỏi học phần học trước: Tiếng Anh II
- + Đòi hỏi môn song hành: Không có
- + Sĩ số sinh viên tối đa: 50

2. Bộ môn phụ trách giảng dạy: Tổ Tiếng Anh không chuyên, khoa Ngoại ngữ

3. Mô tả học phần

- Trang bị cho sinh viên ngành Quản trị Kinh doanh kiến thức từ vựng, thuật ngữ tiếng Anh chuyên ngành thương mại và kiến thức ngữ pháp phục vụ cho mục đích giao tiếp.

- Hướng dẫn sinh viên tham gia những tình huống giả định nhằm luyện tập, phát triển kỹ năng giao tiếp bằng tiếng Anh (nghe, nói đọc và viết) trong công việc như: thuyết trình theo chủ đề, trao đổi công việc qua điện thoại, thư tín, tổ chức và điều khiển các cuộc họp, đàm phán trong kinh doanh, quản lý nhân sự, giải quyết mâu thuẫn, thực hiện những báo cáo bằng lời hoặc văn bản

- Giúp sinh viên nhận ra vai trò quan trọng của việc sử dụng tiếng Anh trong công việc, từ đó có thái độ học tập tích cực, phát huy sự mạnh dạn, tự tin trong giao tiếp bằng tiếng Anh.

4. Mục tiêu học phần

4.1. Về kiến thức

- Sinh viên nắm vững từ vựng, thuật ngữ tiếng Anh chuyên ngành thương mại và kiến thức ngữ pháp cơ bản phục vụ hiệu quả mục đích giao tiếp bằng tiếng Anh trong công việc.

4.2. Về kỹ năng

- Sinh viên có thể nghe hiểu được những cuộc trao đổi bằng tiếng Anh về công việc, những thông báo, những bài trình bày về ý tưởng, kế hoạch, chiến lược kinh doanh, tổ chức công ty...

- Sinh viên có thể sử dụng được tiếng Anh khi tham gia các buổi họp bộ phận, họp công ty, các buổi đàm phán kinh doanh, trình bày ý tưởng, kế hoạch, chiến lược kinh doanh, quan hệ khách hàng...

-Sinh viên có thể đọc hiểu được những dạng văn bản, thư tín khác nhau trong công việc như thông báo, báo cáo, bài viết chuyên môn, thư từ, thư điện tử, fax,...

- Sinh viên có thể viết được những dạng văn bản, thư tín trong công việc như báo cáo, thư từ hoặc e-mail...

4.3. Về thái độ

Sinh viên phát huy được sự chủ động, mạnh dạn, tự tin khi sử dụng tiếng Anh trong giao tiếp.

5. Kế hoạch dạy học HP/MH

Nội dung chi tiết HP/MH	Số tiết	Hình thức tổ chức/ Phương pháp dạy - học và kiểm tra, đánh giá
1. Unit 1: careers	6	
1.1. Discussion -Starting up	0,5	Thảo luận
1.2. Skill practice		
1.2.1. Reading: - Vocabulary - Ten ways to improve your career	1,5	- Giảng viên giới thiệu từ vựng then chốt; sinh viên đọc bài và trình bày kết quả. Giảng viên phản hồi ý kiến
1.2.2. Listening: - Discussing ways to improve your career		-Giảng viên nêu câu hỏi dẫn dắt vào nội dung nghe, tiến hành cho sinh viên nghe đoạn ghi âm, đặt câu hỏi kiểm tra khả năng nghe hiểu của sinh viên.
1.3. Language work - Modals 1: Ability, requests and offers	0,5	- Sinh viên học lý thuyết, làm bài tập thực hành. - Giảng viên hướng dẫn, quan sát, phản hồi về phần thực hành của sinh viên.
1.4. Skill practice: Listening +speaking - Telephoning: Making contact	1,5	- Giảng viên hướng dẫn cách thực hành - Sinh viên thực hành theo cặp. - Giảng viên quan sát, góp ý cho phần thực hành kỹ năng của sinh

		viên.
1.5. Case study - Speaking: Fast-Track Inc - Writing: e-mail	2	- Sinh viên thảo luận theo nhóm, thuyết trình sau khi giảng viên đã hướng dẫn - Giảng viên quan sát, phản hồi phần thực hành của sinh viên. - Sinh viên luyện tập viết e-mail. - Giảng viên sửa bài viết của sinh viên.
2. Unit 4: Great ideas	6	
2.1. Discussion - Starting up	0,5	Thảo luận
2.2. Skill practice		
2.2.1. Reading: - Vocabulary: Verb-noun combination - Three great ideas		- Giảng viên giới thiệu từ vựng then chốt; sinh viên đọc bài và trình bày kết quả. Giảng viên phản hồi ý kiến
2.2.2. Listening: - The Innovation Works	1,5	- Giảng viên nêu câu hỏi dẫn dắt vào nội dung nghe, tiến hành cho sinh viên nghe đoạn ghi âm, đặt câu hỏi kiểm tra khả năng nghe hiểu của sinh viên.
2.3. Language work - Past simple and past continuous	0,5	- Sinh viên học lý thuyết, làm bài tập thực hành. - Giảng viên hướng dẫn, quan sát, phản hồi về phần thực hành của sinh viên.
2.4. Skill practice: Listening +Speaking - Successful meetings	1,5	- Giảng viên hướng dẫn cách thực hành - Sinh viên thực hành theo nhóm. - Giảng viên quan sát, góp ý cho phần thực hành kỹ năng của sinh viên.
2.5. Case study - Speaking: Fabtek - Writing: report	2	- Sinh viên thảo luận theo nhóm, thuyết trình sau khi giảng viên đã hướng dẫn - Giảng viên quan sát, phản hồi phần thực hành của sinh viên. - Sinh viên luyện tập viết báo cáo. - Giảng viên sửa bài viết của sinh viên.
3. Unit 8: Planning	6	
3.1. Discussion - Starting up	0,5	Thảo luận
3.2. Skill practice		
3.2.1. Listening: - Vocabulary: Ways to plan - The secret of good planning	1,5	-Giảng viên giới thiệu từ vựng, nêu câu hỏi dẫn dắt vào nội dung nghe, tiến hành cho sinh viên

		nghe đoạn ghi âm, đặt câu hỏi kiểm tra khả năng nghe hiểu của sinh viên.
3.2.2. Reading: - Planning for economic development		- Giảng viên giới thiệu từ vựng then chốt; sinh viên đọc bài và trình bày kết quả. Giảng viên phản hồi ý kiến
3.3. Language work - Talking about future plans (plan, hope, expect, would like, want; going to; present continuous)	0,5	- Sinh viên học lý thuyết, làm bài tập thực hành. - Giảng viên hướng dẫn, quan sát, phản hồi về phần thực hành của sinh viên.
3.4. Skill practice - Meetings: interrupting and clarifying	1,5	- Giảng viên hướng dẫn cách thực hành - Sinh viên thực hành theo nhóm. - Giảng viên quan sát, góp ý cho phần thực hành kỹ năng của sinh viên.
3.5. Case study - Speaking: The voice of business - Writing: letter	2	- Sinh viên thảo luận theo nhóm, thuyết trình sau khi giảng viên đã hướng dẫn - Giảng viên quan sát, phản hồi phần thực hành của sinh viên. - Sinh viên luyện tập viết thư. - Giảng viên sửa bài viết của sinh viên.
4. Unit 9: Managing people	6	
4.1. Discussion - Starting up	0,5	Thảo luận
4.2. Skill practice:		
4.2.1. Listening: - Good manager	1,5	- Giảng viên giới thiệu từ vựng, nêu câu hỏi dẫn dắt vào nội dung nghe, tiến hành cho sinh viên nghe đoạn ghi âm, đặt câu hỏi kiểm tra khả năng nghe hiểu của sinh viên.
4.2.1. Reading: - Vocabulary: Verbs and prepositions - Young managers		- Giảng viên giới thiệu từ vựng then chốt; sinh viên đọc bài và trình bày kết quả. Giảng viên phản hồi ý kiến.
4.3. Language work - Reported speech	0,5	- Sinh viên học lý thuyết, làm bài tập thực hành. - Giảng viên hướng dẫn, quan sát, phản hồi về phần thực hành của sinh viên.
4.4. Skill practice: listening + speaking - Socializing and entertaining	1,5	- Giảng viên hướng dẫn cách thực hành - Sinh viên thực hành theo nhóm. - Giảng viên quan sát, góp ý cho

		phần thực hành kỹ năng của sinh viên.
4.5. Case study - Speaking: The way we do things - Writing: report	2	- Sinh viên thảo luận theo nhóm, thuyết trình sau khi giảng viên đã hướng dẫn - Giảng viên quan sát, phản hồi phần thực hành của sinh viên. - Sinh viên luyện tập viết báo cáo. - Giảng viên sửa bài viết của sinh viên.
Kiểm tra giữa kỳ	2	Kiểm tra: nghe + nói
5. Unit 10: Conflict	6	
5.1. Discussion - Starting up	0,5	Thảo luận
5.2. Skill practice		
5.2.1. Listening: - Handling conflicts	1,5	- Giảng viên giới thiệu từ vựng, nêu câu hỏi dẫn dắt vào nội dung nghe, tiến hành cho sinh viên nghe đoạn ghi âm, đặt câu hỏi kiểm tra khả năng nghe hiểu của sinh viên.
5.2.2. Reading: - Conflict management - Vocabulary: word building		- Giảng viên giới thiệu từ vựng then chốt; sinh viên đọc bài và trình bày kết quả. Giảng viên phản hồi ý kiến.
5.3. Language work - Conditionals	0,5	-Sinh viên học lý thuyết, làm bài tập thực hành. - Giảng viên hướng dẫn, quan sát, phản hồi về phần thực hành của sinh viên.
5.4. Skill practice: Listening + speaking - Negotiating: dealing with conflict	1,5	- Giảng viên hướng dẫn cách thực hành - Sinh viên thực hành theo nhóm. - Giảng viên quan sát, góp ý cho phần thực hành kỹ năng của sinh viên.
5.5. Case study: - Speaking: European Campers - Writing: letter	2	- Sinh viên thảo luận theo nhóm, thuyết trình sau khi giảng viên đã hướng dẫn - Giảng viên quan sát, phản hồi phần thực hành của sinh viên. - Sinh viên luyện tập viết thư. - Giảng viên sửa bài viết của sinh viên.
6. Unit 11: New business	6	
6.1. Discussion - Starting up	0,5	Thảo luận

6.2. Skill practice		
6.2.1. Listening: - Vocabulary: Economic terms - Starting new businesses	1,5	-Giảng viên giới thiệu từ vựng, nêu câu hỏi dẫn dắt vào nội dung nghe, tiến hành cho sinh viên nghe đoạn ghi âm, đặt câu hỏi kiểm tra khả năng nghe hiểu của sinh viên.
6.2.1. Reading: - The human touch		- Giảng viên giới thiệu từ vựng then chốt; sinh viên đọc bài và trình bày kết quả. Giảng viên phản hồi ý kiến.
6.3. Language work - Time clauses	0,5	-Sinh viên học lý thuyết, làm bài tập thực hành - Giảng viên hướng dẫn, quan sát, phản hồi phần luyện tập của sinh viên.
6.4. Skill practice: Listening - Dealing with numbers	1,5	- Sinh viên thực hành theo cặp. - Giảng viên hướng dẫn, quan sát, phản hồi phần luyện tập kỹ năng của sinh viên.
6.5. Case study -Speaking: Marcia Lee Jeans -Writing: letter	2	- Sinh viên thảo luận theo nhóm, thuyết trình sau khi giảng viên đã hướng dẫn - Giảng viên quan sát, phản hồi phần thực hành của sinh viên. - Sinh viên luyện tập viết thư. - Giảng viên sửa bài viết của sinh viên.
Ôn tập	2	

6. Tài liệu học tập

6.1. Tài liệu chính:

1. David Cotton, David Falvey & Simon Kent, Market Leader- Pre-Intermediate, Longman.

6.2. Tài liệu khác:

2. David Grant, John Hughes & Robert McLarty, *Business Focus-Pre intermediate*, Oxford University Press.
3. Ian Mackenzie, English for Business Studies, Second Edition, Cambridge University Press.
4. Anne Taylor & Casey Malarcher, *Starter ToEIC*, First News.

7. Cách đánh giá HP/MH

- 7.1. Thang điểm: thang điểm 10, làm tròn đến phần nguyên.
- 7.2. Số bài kiểm tra quá trình: một lần.

7.3. Hình thức thi kết thúc học phần: trắc nghiệm và tự luận, đề đóng (thí sinh không được mang tài liệu vào phòng thi), thời gian làm bài: 60 phút.

7.4. Các điểm quá trình và trọng số/hệ số tương ứng:

- Điểm chuyên cần: hệ số 0.1;
- Điểm trung bình của các bài kiểm tra quá trình: hệ số 0.3;
- Điểm thi kết thúc học phần: hệ số 0.6.

7.5. Điểm học phần: là điểm trung bình chung của các điểm nêu ở mục 7.4.

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 29 tháng 4 năm 2016

DUYỆT

TRƯỞNG NGÀNH

TRƯỞNG BỘ MÔN

NGƯỜI BIÊN SOẠN

PGS.TS. Phạm Hoàng Quân

TS. Nguyễn Thị Thanh Bình

ThS. Nguyễn Thị Huệ

ThS. Nguyễn Thị Huệ

UBND THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH
TRƯỜNG ĐẠI HỌC SÀI GÒN

ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN
 NGÀNH: QUẢN TRỊ KINH DOANH

HỌC PHẦN THỰC TẬP TỐT NGHIỆP

1. Thông tin về học phần

- Tên học phần: Thực tập tốt nghiệp
- Mã học phần: 833198
- Số tín chỉ: 05
- Số tiết (lý thuyết, bài tập, thảo luận, thực hành/thí nghiệm/thực địa): 75 (0; 75; 0; 0)
- Trình độ đào tạo: Đại học
- Điều kiện để học học phần:
 - + Đòi hỏi học phần học trước: Quản trị nguồn nhân lực, Quản trị sản xuất, Quản trị Marketing, Quản trị tài chính.
 - + Đòi hỏi học phần học song hành: Không có
 - + Sĩ số sinh viên tối đa: Không có

2. Bộ môn phụ trách giảng dạy: Bộ môn Quản trị và Kinh doanh quốc tế

3. Mô tả học phần

Học phần này nhằm giúp sinh viên nắm được những kiến thức thực tế về môi trường làm việc tại cơ quan, doanh nghiệp trong quá trình thực tập.

Sinh viên lựa chọn một hoạt động trong chuyên ngành quản trị kinh doanh, sử dụng phương pháp thu thập, tổng hợp và phân tích dữ liệu, tài liệu để tìm hiểu/ phân tích/ đánh giá về một hoạt động cụ thể trong doanh nghiệp hay đơn vị thực tập và cuối cùng là thực hiện trình bày nội dung chi tiết của vấn đề thực tập theo yêu cầu của một báo cáo chuyên đề tốt nghiệp.

4. Mục tiêu học phần

4.1. Về kiến thức:

- Trang bị thêm các kiến thức về nghiên cứu khoa học trong kinh tế như: các phương pháp thu thập dữ liệu, phân tích và đánh giá tổng quan về tình hình hoạt động tại doanh nghiệp mà sinh viên tham gia thực tập.

- Thực hành phân tích về một hoạt động cụ thể của doanh nghiệp liên quan đến kiến thức quản trị kinh doanh như là quản trị nhân sự, quản trị điều hành sản xuất, quản trị marketing, quản trị tài chính, quản trị rủi ro, v.v...

- Xác định được tầm quan trọng và mức độ đóng góp của hoạt động mà sinh viên lựa chọn nghiên cứu đối với doanh nghiệp được thực tập.

- Mô tả được nhiệm vụ của vị trí công việc được phân công tại đơn vị thực tập (vị trí công việc này phải có liên quan đến hoạt động quản trị mà sinh viên đã lựa chọn nghiên cứu – nội dung chuyên đề).

4.2. Về kỹ năng:

- Đưa ra những nhận định chung về thuận lợi, khó khăn của doanh nghiệp trong quá trình tổ chức sản xuất kinh doanh.

- Đánh giá về một hoạt động cụ thể tại nơi thực tập và đồng thời vận dụng các kiến thức đã học, sinh viên đề xuất các giải pháp để khắc phục/hoàn thiện hoạt động đó của doanh nghiệp.

- Ngoài ra, quá trình thực tập tại doanh nghiệp còn giúp sinh viên hoàn thiện thêm cho bản thân những kỹ năng cá nhân, cụ thể như kỹ năng soạn thảo văn bản, kỹ năng giao tế nhân sự, kỹ năng lưu trữ hồ sơ, kỹ năng tổ chức công việc, kỹ năng làm việc độc lập.

4.3. Về thái độ:

- Nhận thức đúng về bản chất và giá trị của học phần, có hành vi đúng đắn trong quá trình thực tập.

- Có thái độ nghiêm túc, tinh thần trách nhiệm trong công việc được phân công, hướng dẫn của cán bộ tại nơi thực tập, nâng cao khả năng hợp tác, linh hoạt trong việc phối hợp với các cá nhân và tổ chức.

5. Nội dung và kế hoạch dạy học học phần

Nội dung chi tiết của học phần	Số tiết	Hình thức tổ chức, phương pháp dạy - học và kiểm tra, đánh giá
Chương 1: Những vấn đề chung về thực tập tốt nghiệp	5	
1.1. Vị trí, vai trò và nhiệm vụ thực tập tốt nghiệp		

1.1.1. Vị trí		Sinh viên tìm hiểu lý thuyết các vấn đề chung về thực tập có sự hỗ trợ của giáo viên hướng dẫn.
1.1.2. Vai trò		
1.1.3. Nhiệm vụ		
1.2. Nội quy thực tập		
1.2.1. Qui trình thủ tục thực tập		
1.2.2. Quy định tại nơi thực tập		
1.2.3. Kế hoạch thực tập		
1.3. Hướng dẫn chọn đơn vị thực tập		
Chương 2: Tìm hiểu tổng quan về tổ chức	20	Sinh viên tìm hiểu tổng quan về tổ chức – nơi thực tập.
2.1. Lịch sử hình thành và phát triển		
2.2. Chức năng, nhiệm vụ và định hướng phát triển của tổ chức		
2.3. Kết quả sản xuất kinh doanh		
2.4. Tình hình lao động, tài sản và cơ sở vật chất		
2.5. Giới thiệu cụ thể về tình hình hoạt động của phòng ban – nơi sinh viên thực tập		
Chương 3: Nội dung chính của vấn đề thực tập	35	Sinh viên tự nghiên cứu những nội dung chính của vấn đề thực tập.
3.1. Cơ sở lý luận về vấn đề nghiên cứu/ vấn đề thực tập		
3.2. Phân tích thực trạng vấn đề nghiên cứu		
3.3. Đề xuất các giải pháp cho vấn đề nghiên cứu		
Chương 4: Thực hiện viết báo cáo và hoàn thành chuyên đề	15	Sinh viên thực hiện viết chuyên đề trong quá trình thực tập theo các yêu cầu và hướng dẫn của giáo viên hướng dẫn đã được Khoa phân công
4.1. Hoàn thành viết chuyên đề thực tập		
4.2. Đánh giá chung		
4.3. Kinh nghiệm rút ra trong quá trình thực tập		

6. Tài liệu học tập

6.1. Tài liệu chính

1. Khoa Quản trị kinh doanh (2016), *Đề cương chuyên đề thực tập tốt nghiệp*, Trường Đại học Sài Gòn.

6.2. Tài liệu khác

2. Các tài liệu liên quan tại đơn vị thực tập

7. Phương pháp đánh giá học phần

- 7.1. Thang điểm: thang điểm 10, làm tròn đến phần nguyên
- 7.2. Số bài kiểm tra quá trình: 0
- 7.3. Hình thức thi kết thúc học phần: không thi
- 7.4. Các điểm quá trình và trọng số/ hệ số tương ứng:
- 7.5. Điểm của học phần: là điểm bài chuyên đề thực tập tốt nghiệp.

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 29 tháng 4 năm 2016

DUYỆT

TRƯỞNG NGÀNH

TRƯỞNG BỘ MÔN

NGƯỜI BIÊN SOẠN

PGS.TS. Phạm Hoàng Quân

TS. Nguyễn Thị Thanh Bình

ThS. Lê Mai Hải

ThS. Lê Mai Hải

UBND THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH
TRƯỜNG ĐẠI HỌC SÀI GÒN

ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN
 NGÀNH: QUẢN TRỊ KINH DOANH

HỌC PHẦN KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

1. Thông tin về học phần

- Tên học phần: Khóa luận tốt nghiệp
- Mã học phần: 833099
- Số tín chỉ: 08
- Số tiết (lí thuyết, bài tập, thảo luận, thực hành/thí nghiệm/thực địa): 120 (0; 120; 0; 0)
- Trình độ đào tạo: Đại học
- Điều kiện để học học phần:
 - + Đòi hỏi học phần học trước: Học phần Thực tập tốt nghiệp
 - + Đòi hỏi học phần học song hành: Không có
 - + Sĩ số sinh viên tối đa: Sinh viên đạt số tín chỉ tích lũy và kết quả học tập theo yêu cầu của Khoa.

2. Bộ môn phụ trách giảng dạy: Bộ môn Quản trị và Kinh doanh quốc tế

3. Mô tả học phần

Học phần này nhằm giúp sinh viên vận dụng kiến thức và kỹ năng đã học để phân tích và giải quyết một vấn đề cụ thể trong lĩnh vực ngành/ chuyên ngành được đào tạo.

Giúp sinh viên có được phương pháp luận, phương pháp tiếp cận, phương pháp phân tích, tổng hợp và đánh giá các vấn đề một cách khoa học, biết cách thực hiện một công trình nghiên cứu khoa học.

Khóa luận tốt nghiệp là một nghiên cứu ứng dụng thể hiện khả năng vận dụng lý thuyết vào thực tế của sinh viên. Đây cũng là một minh chứng cụ thể về năng lực chuyên môn và nghề nghiệp của sinh viên, là lợi thế khi tham gia các cuộc tuyển dụng.

4. Mục tiêu học phần

4.1. Về kiến thức:

- Trang bị thêm các kiến thức về nghiên cứu khoa học trong kinh tế như: các phương pháp thu thập dữ liệu, phân tích và đánh giá tổng quan về tình hình hoạt động tại doanh nghiệp mà sinh viên tham gia thực tập.

- Xác định được tầm quan trọng và mức độ đóng góp của hoạt động mà sinh viên lựa chọn nghiên cứu đối với doanh nghiệp được thực tập.

- Mô tả được nhiệm vụ của vị trí công việc được phân công tại đơn vị thực tập (vị trí công việc này phải có liên quan đến hoạt động quản trị mà sinh viên đã lựa chọn nghiên cứu – nội dung chuyên đề).

- Giúp sinh viên vận dụng kiến thức và kỹ năng đã học để phân tích và giải quyết một vấn đề cụ thể trong lĩnh vực ngành/ chuyên ngành được đào tạo

4.2. Về kỹ năng:

- Đưa ra những nhận định chung về thuận lợi, khó khăn của doanh nghiệp trong quá trình tổ chức sản xuất kinh doanh.

- Thực hành phân tích, đánh giá về một hoạt động cụ thể của doanh nghiệp liên quan đến kiến thức quản trị kinh doanh như là quản trị nhân sự, quản trị điều hành sản xuất, quản trị marketing, quản trị tài chính, quản trị rủi ro, v.v..., đề xuất các giải pháp để khắc phục/hoàn thiện hoạt động đó của doanh nghiệp.

- Ngoài ra còn giúp sinh viên hoàn thiện thêm cho bản thân những kỹ năng cá nhân, cụ thể như kỹ năng soạn thảo văn bản, kỹ năng giao tế nhân sự, kỹ năng lưu trữ hồ sơ, kỹ năng tổ chức công việc, kỹ năng làm việc độc lập, kỹ năng thuyết trình.

4.3. Về thái độ:

- Nhận thức đúng về bản chất và giá trị của học phần, có hành vi đúng đắn trong quá trình thực tập và làm việc với Giảng viên hướng dẫn.

- Có thái độ nghiêm túc, tinh thần trách nhiệm trong công việc được phân công, hoàn thành đúng thời hạn và chuẩn bị khóa luận đúng yêu cầu.

5. Nội dung và kế hoạch thực hiện khóa luận tốt nghiệp

Nội dung chi tiết của học phần	Số tiết	Hình thức tổ chức, phương pháp dạy - học và kiểm tra, đánh giá
Chương 1: Những vấn đề chung về khóa luận tốt nghiệp	25	Sinh viên tìm hiểu qui định viết khóa luận tốt nghiệp theo yêu cầu của Khoa có sự hỗ trợ của giáo viên hướng dẫn. Đề tài phù hợp với khả năng và nguyện vọng của sinh viên, với nội dung chương trình đào tạo và thực tiễn xã hội, phù hợp với định hướng hoạt động khoa học và công nghệ của trường.
1.1. Vị trí, vai trò và nhiệm vụ khóa luận tốt nghiệp		
1.1.1. Vị trí và vai trò		
1.1.2. Nhiệm vụ		
1.1.3. Hình thành ý tưởng và vấn đề nghiên cứu		
1.2. Nội quy thực tập		
1.2.1. Qui trình thủ tục thực tập		
1.2.2. Quy định tại nơi thực tập		
1.2.3. Kế hoạch thực tập và thực hiện khóa luận		
1.3. Hướng dẫn chọn đơn vị thực tập, đề tài khóa luận		
Chương 2: Tìm hiểu về đơn vị thực tập	30	Sinh viên tìm hiểu về tổ chức – nơi thực tập, nghiên cứu tài liệu thu thập của doanh nghiệp. Có xác nhận và nhận xét của Đơn vị thực tập.
2.1. Tổ chức và các lĩnh vực hoạt động		
2.2. Tổ chức quản lý sử dụng các nguồn lực		
2.3. Các nội dung liên quan đến đề tài		
2.4. Tìm hiểu thực trạng về phương pháp thực hiện và giải quyết vấn đề của doanh nghiệp		
2.5. Tham gia công việc thực tế		
Chương 3: Nội dung chính của khóa luận	35	Sinh viên nghiên cứu lý thuyết đã học, vận dụng thực tiễn, thực hiện viết báo cáo, tham vấn từ giảng viên hướng dẫn theo từng bước.
3.1. Cơ sở lý luận về vấn đề nghiên cứu/ vấn đề thực tập		
3.2. Phân tích, đánh giá thực trạng vấn đề nghiên cứu		
3.3. Đề xuất các giải pháp, kiến nghị cho vấn đề nghiên cứu		

Chương 4: Hoàn thiện viết khóa luận và bảo vệ khóa luận	30	
4.1. Hoàn thành viết khóa luận		
4.2. Đánh giá chung, chuẩn bị bảo vệ		
4.4. Bảo vệ khóa luận trước Hội đồng		Hội đồng chấm KLTN của Khoa thực hiện việc đánh giá và chấm điểm khóa luận

6. Tài liệu học tập

6.1. Tài liệu chính

1. *Quy định về khóa luận tốt nghiệp* theo quyết định số 1516/QĐ-ĐHSG-ĐT ngày 27/09/2011 của Hiệu trưởng Trường Đại học Sài Gòn
2. Khoa Quản trị kinh doanh (2016), *Đề cương chuyên đề thực tập tốt nghiệp*, Trường Đại học Sài Gòn.
3. Khoa Quản trị kinh doanh (2016), *Đề cương khóa luận tốt nghiệp*, Trường Đại học Sài Gòn.

6.2. Tài liệu khác

4. Các tài liệu liên quan tại đơn vị thực tập

7. Phương pháp đánh giá học phần

- 7.1. Thang điểm: thang điểm 10, không làm tròn, giữ nguyên phần thập phân.
- 7.2. Số bài kiểm tra quá trình: 0
- 7.3. Hình thức thi kết thúc học phần: không thi
- 7.4. Các điểm quá trình và trọng số/ hệ số tương ứng: 0
- 7.5. Điểm của học phần: là điểm khóa luận tốt nghiệp, do Hội đồng chấm khóa luận của Khoa QTKD thực hiện trong ngày bảo vệ khóa luận của sinh viên.

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 29 tháng 4 năm 2016

DUYỆT

TRƯỞNG NGÀNH

TRƯỞNG BỘ MÔN

NGƯỜI BIÊN SOẠN

PGS.TS. Phạm Hoàng Quân

TS. Nguyễn Thị Thanh Bình

ThS. Lê Mai Hải

ThS. Lê Mai Hải

HỌC PHẦN QUẢN TRỊ DOANH NGHIỆP

1. Thông tin về học phần

- Tên học phần: Quản trị doanh nghiệp
- Mã học phần: 833054
- Số tín chỉ: 03
- Số tiết (lí thuyết, bài tập, thảo luận, thực hành/thí nghiệm/thực địa): 45 (45, 0, 0)
- Trình độ đào tạo: Đại học
- Điều kiện để học học phần:
 - + Đòi hỏi học phần học trước: Quản trị học
 - + Đòi hỏi môn song hành: Không có
 - + Sĩ số sinh viên tối đa: 70

2. Bộ môn phụ trách giảng dạy: Bộ môn Quản trị & Kinh doanh Quốc tế

3. Mô tả học phần

Học phần Quản trị Doanh nghiệp là một môn học tổng hợp của chuyên ngành quản trị kinh doanh. Học phần giới thiệu tổng quan về quản trị doanh nghiệp như các loại hình doanh nghiệp, các giai đoạn phát triển của khoa học quản trị doanh nghiệp, các trường phái lý thuyết ứng dụng trong quản trị doanh nghiệp, các chức năng quản trị và các lĩnh vực quản trị; nghiên cứu công tác chỉ huy trong quản trị doanh nghiệp, trong đó bao gồm các nội dung như đặc điểm lao động, các tổ chức, vai trò, tiêu chuẩn của giám đốc, các nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng đội ngũ quản lý, việc phân cấp, phân quyền và ủy quyền trong quản trị doanh nghiệp, thông tin và quyết định trong quản trị doanh nghiệp; nghiên cứu công tác điều hành trong quản trị doanh nghiệp; nghiên cứu cách thức quản trị chi phí, tài chính, rủi ro; nghiên cứu các vấn đề đổi mới trong doanh nghiệp như quản trị nhóm, quản trị hành vi và quản trị tri thức.

4. Mục tiêu học phần

4.1. Về kiến thức:

- Có kiến thức về quản trị doanh nghiệp như cơ sở tổ chức, chỉ huy, điều hành, quản lý doanh nghiệp, quản trị kết quả sản xuất kinh doanh và kiểm soát nội bộ doanh nghiệp.

- Hiểu và phân tích được những vấn đề đổi mới về quản trị doanh nghiệp trong nền kinh tế thị trường.

- Cập nhật những tư tưởng và thành tựu mới trong quản trị doanh nghiệp nhằm tạo ra những đột phá mới cho doanh nghiệp và giúp doanh nghiệp thích ứng hiệu quả với những thay đổi nhanh chóng của môi trường kinh doanh.

4.2. Về kỹ năng: Giúp người học nâng cao và hoàn thiện kỹ năng quản lý, kỹ năng giao tiếp, kỹ năng động viên nhân viên, kỹ năng tính toán, kỹ năng thuyết trình, kỹ năng làm việc nhóm, kỹ năng quản trị nhóm, kỹ năng trình bày một báo cáo, phương án.

4.3. Về thái độ:

- Có thái độ làm việc chuyên nghiệp và khát khao thành công trong sự nghiệp

- Có ý thức trau dồi đạo đức trong kinh doanh.

- Có tinh thần hợp tác, tích cực và chủ động tham gia lớp học: nghe giảng, thảo luận, làm việc nhóm, giải quyết tình huống, trình bày – phản biện.

5. Nội dung và kế hoạch dạy học học phần

Nội dung chi tiết của học phần	Số tiết	Hình thức tổ chức, phương pháp dạy - học và kiểm tra, đánh giá
Chương 1: Giới thiệu chung về quản trị doanh nghiệp	6	Thuyết giảng và thảo luận
1.1. Tổng quan về quản trị doanh nghiệp		
1.1.1. Doanh nghiệp và các loại hình doanh nghiệp		
1.1.2. Quản trị doanh nghiệp và các cách tiếp cận		
1.1.3. Các giai đoạn phát triển của khoa học quản trị doanh nghiệp		
1.1.4. Các trường phái lý thuyết ứng dụng trong quản trị doanh nghiệp		
1.2. Nhà quản trị, chức năng và lĩnh vực quản trị doanh nghiệp		
1.2.1. Nhà quản trị		
1.2.2. Chức năng quản trị		
1.2.3. Lĩnh vực quản trị		
1.2.4. Mối quan hệ giữa phân loại theo chức năng và theo lĩnh vực quản trị		
1.3. Cơ cấu tổ chức quản trị doanh nghiệp		
1.3.1. Định chế quản trị doanh nghiệp		
1.3.2. Cơ cấu tổ chức quản trị doanh nghiệp		
1.3.3. Chế độ một cấp trưởng trong quản trị doanh		

nghiệp		
1.3.4. Tổ chức bộ máy quản trị doanh nghiệp		
1.3.5. Các mô hình tổ chức bộ máy quản trị doanh nghiệp		
Chương 2: Chỉ huy trong quản trị doanh nghiệp	9	Thuyết giảng và thảo luận
2.1. Giám đốc doanh nghiệp		
2.1.1. Khái niệm và đặc điểm lao động của giám đốc doanh nghiệp		
2.1.2. Những tố chất của giám đốc doanh nghiệp		
2.1.3. Các nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng đội ngũ giám đốc doanh nghiệp		
2.1.4. Vai trò của giám đốc, phương pháp quản lý và phong cách lãnh đạo của giám đốc doanh nghiệp		
2.1.5. Tiêu chuẩn của giám đốc và rèn luyện đào tạo giám đốc doanh nghiệp		
2.2. Phân cấp, phân quyền và ủy quyền trong quản trị doanh nghiệp		
2.2.1. Phân cấp quản trị trong doanh nghiệp		
2.2.2. Phân quyền trong quản trị		
2.2.3. Ủy quyền		
2.3. Thông tin và quyết định trong quản trị doanh nghiệp		
2.3.1. Thông tin trong quá trình quản trị doanh nghiệp		
2.3.2. Hệ thống thông tin trong doanh nghiệp		
2.3.3. Quyết định trong quản trị doanh nghiệp		
Chương 3: Điều hành trong quản trị doanh nghiệp	9	Thuyết giảng và thảo luận
3.1. Hoạch định chương trình quản trị doanh nghiệp		
3.1.1. Hoạch định mục tiêu của doanh nghiệp		
3.1.2. Hoạch định chiến lược doanh nghiệp		
3.1.3. Hoạch định kế hoạch		
3.1.4. Một số phương pháp và công cụ sử dụng trong hoạch định kế hoạch		
3.1.5. Tổ chức thực hiện hoạch định chương trình quản trị doanh nghiệp		
3.1.6. Nội dung cơ bản của bản kế hoạch kinh doanh		
3.2. Quản trị theo mục tiêu		
3.2.1. Bản chất và vai trò quản trị theo mục tiêu		
3.2.2. Nội dung cơ bản của quản trị doanh nghiệp		

theo mục tiêu		
3.2.3. Bảng điểm cân bằng trong quản trị theo mục tiêu		
3.3. Quản trị theo quá trình		
3.2.1. Quản trị doanh nghiệp theo quá trình		
3.2.2. Hệ thống hoạch định nguồn lực doanh nghiệp		
3.4. Quản trị theo kết quả		
3.2.1. Bản chất và vai trò của quản trị theo kết quả		
3.2.2. Quản trị thực hiện công việc		
3.2.3. Đánh giá kết quả công việc theo KPI		
Chương 4: Quản trị kết quả kinh doanh trong doanh nghiệp	15	Thuyết giảng và thảo luận
4.1. Quản trị chi phí trong doanh nghiệp		
4.1.1. Khái niệm và phân loại chi phí kinh doanh		
4.1.2. Giá thành sản phẩm và dịch vụ		
4.2. Quản trị các chính sách tài chính quan trọng		
4.2.1. Một số chính sách tài chính quan trọng		
4.2.2. Quản trị rủi ro của doanh nghiệp		
4.3. Hiệu quả kinh tế của sản xuất kinh doanh trong doanh nghiệp		
4.3.1. Hiệu quả kinh tế và vai trò của việc nâng cao hiệu quả kinh tế trong sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp		
4.3.2. Hệ thống chỉ tiêu hiệu quả kinh tế và phương pháp tính toán hiệu quả kinh tế		
4.3.3. Các biện pháp nâng cao hiệu quả kinh tế của sản xuất kinh doanh		
4.4. Kiểm soát nội bộ doanh nghiệp		
4.4.1. Kiểm soát – mục đích, tính tất yếu của kiểm soát		
4.4.2. Trình tự và nội dung của kiểm soát		
4.4.3. Hình thức và phương pháp kiểm soát		
4.4.4. Kiểm soát nội bộ doanh nghiệp		
Chương 5: Đổi mới trong quản trị doanh nghiệp	6	Thuyết giảng và thảo luận
5.1. Quản trị nhóm trong doanh nghiệp		
5.1.1. Nhóm trong doanh nghiệp		
5.1.2. Quản trị nhóm		
5.1.3. Quản trị các thành viên trong nhóm		
5.2. Quản trị hành vi		
5.2.1. Hành vi trong doanh nghiệp		
5.2.2. Các loại hành vi trong doanh nghiệp		

5.2.3. Quản trị hành vi trong doanh nghiệp		
5.3. Quản trị tri thức		
5.3.1. Khái niệm tri thức và quản trị tri thức		
5.3.2. Nội dung quản trị tri thức		
5.3.3. Phương thức quản trị doanh nghiệp dựa vào tri thức.		

6. Tài liệu học tập

6.1. Tài liệu chính

1. PGS. TS. Ngô Kim Thanh (2012), Giáo trình Quản Trị Doanh Nghiệp, NXB Đại học Kinh tế Quốc Dân.
2. PGS. TS. Đồng Thị Thanh Phương (2012), Giáo trình Quản Trị Doanh Nghiệp, NXB Lao động – Xã hội.

6.2. Tài liệu khác

3. TS. Nguyễn Minh Kiều (2009), *Tài Chính doanh nghiệp căn bản*, NXB Thống Kê.

7. Phương pháp đánh giá học phần

7.1. Thang điểm: thang điểm 10, làm tròn đến phần nguyên

7.2. Số bài kiểm tra quá trình: 1 lần kiểm tra giữa kỳ

7.3. Hình thức thi kết thúc học phần: tự luận, đề đóng (thí sinh không được mang tài liệu vào phòng thi), thời gian làm bài: 60 phút.

7.4. Các điểm quá trình và trọng số/ hệ số tương ứng

- Điểm chuyên cần: hệ số 0.1;
- Điểm trung bình các bài kiểm tra quá trình: hệ số 0.3;
- Điểm thi kết thúc học phần: hệ số 0.6.

7.5. Điểm học phần là điểm trung bình chung của các điểm nêu ở mục 7.4.

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 29 tháng 4 năm 2016

DUYỆT

TRƯỞNG NGÀNH

TRƯỞNG BỘ MÔN

NGƯỜI BIÊN SOẠN

PGS.TS. Phạm Hoàng Quân

TS. Nguyễn Thị Thanh Bình

ThS. Lê Mai Hải

ThS. Nguyễn Thị Túy Lan

HỌC PHẦN
QUẢN TRỊ KINH DOANH QUỐC TẾ

1. Thông tin về học phần

- Tên học phần: Quản trị kinh doanh quốc tế
- Mã học phần: 833304
- Số tín chỉ: 03
- Số tiết (lý thuyết, bài tập, thảo luận, thực hành/thí nghiệm/thực địa): 45 (45, 0, 0, 0)
- Trình độ đào tạo: Đại học
- Điều kiện để học học phần:
- + Đòi hỏi học phần học trước: Quản trị học
- + Đòi hỏi học phần học song hành: Không có
- + Sĩ số sinh viên tối đa: 70

2. Bộ môn phụ trách giảng dạy: Bộ môn Quản trị & Kinh doanh quốc tế

3. Mô tả học phần:

Học phần cung cấp cho sinh viên những kiến thức về quản trị kinh doanh quốc tế, bao quát toàn bộ các nội dung về kiến thức và kỹ năng cần thiết giúp cho nhà quản trị kinh doanh quốc tế nhận thức đầy đủ những đặc điểm và diễn biến của môi trường kinh doanh toàn cầu để điều chỉnh các hành vi quản trị, đưa hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp thích nghi một cách tốt nhất và có hiệu quả nhất vào tiến trình hội nhập kinh tế toàn cầu hiện nay.

4. Mục tiêu học phần

4.1. Về kiến thức:

- Sinh viên có được những kiến thức cơ bản về quản trị kinh doanh quốc tế như toàn cầu hoá, học thuyết thương mại quốc tế, môi trường kinh doanh quốc tế, hoạt động kinh doanh quốc tế, tổ chức và kiểm soát kinh doanh quốc tế.
- Sinh viên nắm bắt được những diễn biến về kinh doanh quốc tế trong tiến trình hội nhập kinh tế toàn cầu.
- Sinh viên cập nhật những thay đổi trong kinh doanh quốc tế nhằm tạo ra những đột phá mới cho doanh nghiệp và giúp doanh nghiệp thích ứng hiệu quả với những thay đổi nhanh chóng của môi trường kinh doanh quốc tế.

4.2. Về kỹ năng:

Sinh viên phát triển một số kỹ năng cần thiết để xây dựng một kế hoạch kinh doanh chi tiết để có thể đảm đương công việc của một nhà quản lý hoặc làm cơ sở để vận hành doanh nghiệp của cá nhân như: Kỹ năng quản lý, giao tiếp, động viên nhân viên, tìm và thỏa mãn nhu cầu khách hàng, tạo và duy trì khách, thuyết trình, trình bày một báo cáo, phương án.

4.3. Về thái độ:

Sinh viên được tôi luyện thông qua các bài tập tình huống cụ thể để có một thái độ làm việc chuyên nghiệp và khát khao thành công trong sự nghiệp; nhận thức được sự khác biệt giữa môi trường kinh doanh quốc tế và môi trường kinh doanh trong nước để điều chỉnh và thích nghi với các hành vi quản trị trong kinh doanh quốc tế.

5. Nội dung và kế hoạch dạy học HP

Nội dung chi tiết của học phần	Số tiết	Hình thức tổ chức/ Phương pháp dạy - học và kiểm tra, đánh giá	
Chương 1: Toàn cầu hoá	5	Thuyết giảng, tình huống và thảo luận.	
1.1. Toàn cầu hoá			
1.1.1. Toàn cầu hoá thị trường			
1.1.2. Toàn cầu hoá sản xuất			
1.2. Sự ra đời của các định chế toàn cầu			
1.3. Sự biến đổi về nhân khẩu học của nền kinh tế toàn cầu			
1.3.1. Sự thay đổi sản lượng và bức tranh thương mại thế giới			
1.3.2. Sự thay đổi của bức tranh đầu tư trực tiếp nước ngoài			
1.3.3. Sự thay đổi về bản chất của công ty đa quốc gia			
1.3.4. Sự thay đổi trật tự thế giới			
1.4. Toàn cầu hoá và chủ quyền quốc gia			
1.5. Động lực của toàn cầu hoá			
Chương 2: Học thuyết thương mại quốc tế	5		
2.1. Tổng quan về lý thuyết thương mại			Thuyết giảng và thảo luận.
2.2. Chủ nghĩa trọng thương			
2.3. Lợi thế tuyệt đối của Adam Smith			
2.4. Lợi thế so sánh của David Ricardo			
2.5. Học thuyết Heckscher – Ohlin			
2.6. Học thuyết về vòng đời sản phẩm			
2.7. Học thuyết thương mại mới			
2.8. Lợi thế cạnh tranh quốc gia: Mô hình kim cương của Porter			

Chương 3: Môi trường kinh doanh quốc tế	15	Thuyết giảng, tình huống và thảo luận.
3.1. Môi trường văn hoá		
3.1.1. Khái niệm văn hoá		
3.1.2. Cấu trúc xã hội		
3.1.3. Các hệ thống tôn giáo và đạo đức		
3.1.4. Ngôn ngữ		
3.1.5. Giáo dục		
3.1.6. Văn hoá và nơi làm việc		
3.1.7. Sự thay đổi về văn hoá		
3.2. Môi trường chính trị và luật pháp		
3.2.1. Các hệ thống chính trị		
3.2.2. Hệ thống luật pháp		
3.2.3. Sự khác biệt trong hệ thống luật pháp		
3.2.4. Sự khác biệt về luật hợp đồng		
3.3. Môi trường kinh tế		
3.3.1. Các hệ thống kinh tế		
3.3.2. Các mức độ hội nhập kinh tế		
3.3.3. Hội nhập kinh tế khu vực Châu Âu		
3.3.4. Hội nhập kinh tế khu vực Châu Mỹ		
3.3.5. Hội nhập kinh tế khu vực ở các nơi khác		
3.4. Thị trường tài chính quốc tế		
3.4.1. Thị trường ngoại hối		
3.4.2. Xác định tỷ giá hối đoái		
3.4.3. Hệ thống tiền tệ quốc tế		
Chương 4: Hoạt động kinh doanh quốc tế	17	Thuyết giảng, tình huống và thảo luận.
4.1. Chiến lược kinh doanh quốc tế		
4.1.1. Chiến lược và doanh nghiệp		
4.1.2. Mở rộng toàn cầu, khả năng sinh lời và tăng trưởng lợi nhuận		
4.1.3. Áp lực chi phí và thích nghi với địa phương		
4.1.4. Lựa chọn chiến lược		
4.1.5. Liên minh chiến lược		
4.2. Thâm nhập thị trường nước ngoài		
4.2.1. Các quyết định xâm nhập cơ bản		
4.2.2. Các phương thức gia nhập thị trường		
4.2.3. Lựa chọn cách thức xâm nhập		
4.3. Quản trị tài chính quốc tế		
4.3.1. Xác định mối liên hệ giữa công ty mẹ và công ty con		
4.3.2. Quản lý dòng tiền mặt toàn cầu		
4.3.3. Chiến lược quản trị rủi ro ngoại hối		
4.3.4. Chiến lược tài chính quốc tế		

4.4. Nghiệp vụ kinh doanh quốc tế		
4.4.1. Tài trợ xuất nhập khẩu		
4.4.2. Thanh toán quốc tế		
4.4.3. Các điều kiện thương mại quốc tế		
4.5. Quản trị nguồn nhân lực toàn cầu		
4.5.1. Vai trò của quản trị nguồn nhân lực quốc tế		
4.5.2. Chính sách tuyển dụng nhân sự		
4.5.3. Phát triển quản lý và đào tạo		
4.5.4. Đánh giá năng lực		
4.5.5. Quan hệ lao động quốc tế		
Chương 5: Tổ chức và kiểm soát hoạt động kinh doanh quốc tế	3	
5.1. Cơ cấu tổ chức		
5.1.1. Thiết kế các mô hình tổ chức		
5.1.2. Tiến trình phát triển cơ cấu tổ chức		
5.1.3. Vị trí nơi ra quyết định		
5.1.4. Các nhân tố của quyết định và cơ cấu		
5.1.5. Vai trò của các tổ chức quốc gia		
5.2. Kiểm soát		
5.2.1. Các loại hình kiểm soát		
5.2.2. Thực hiện kiểm soát		

Thuyết giảng và thảo luận.

6. Tài liệu học tập

6.1. Tài liệu chính

1. Charles W.L. Hill (2014), *Kinh doanh quốc tế hiện đại*, Tập thể giảng viên khoa Kinh doanh quốc tế - Marketing, Đại học Kinh tế TP.HCM biên dịch và hiệu đính năm 2016, NXB Kinh tế Tp.HCM.

6.2. Tài liệu khác

2. PGS.TS. Bùi Lê Hà, GS.TS. Nguyễn Đông Phong, TS. Ngô Thị Ngọc Huyền, ThS. Quách Thị Bửu Châu, ThS. Nguyễn Thị Dục, ThS. Nguyễn Thị Hồng Thu (2011), *Quản trị kinh doanh quốc tế*, NXB Lao Động – Xã Hội.

3. GS.TS. Đoàn Thị Hồng Vân, ThS. Kim Ngọc Đạt (2010), *Quản trị Xuất Nhập Khẩu*, NXB Lao Động – Xã Hội.

4. Phòng thương mại quốc tế, *Những điều kiện thương mại quốc tế 2010*.

7. Phương pháp đánh giá học phần

7.1. Thang điểm: thang điểm 10, làm tròn đến phần nguyên.

7.2. Số bài kiểm tra quá trình: 1 lần kiểm tra giữa kỳ

7.3. Hình thức thi kết thúc học phần: tự luận, đề mở, (thi sinh được mang tài liệu vào phòng thi), thời gian làm bài: 60 phút.

7.4. Các điểm quá trình và trọng số/hệ số tương ứng

- Điểm chuyên cần: hệ số 0.1;
- Điểm trung bình các bài kiểm tra quá trình: hệ số 0.3;
- Điểm thi cuối kỳ: hệ số 0.6.

7.5. Điểm học phần: là điểm trung bình chung của các điểm nêu ở mục 7.4

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 29 tháng 4 năm 2016

DUYỆT

TRƯỞNG NGÀNH

TRƯỞNG BỘ MÔN

NGƯỜI BIÊN SOẠN

PGS.TS. Phạm Hoàng Quân

TS. Nguyễn Thị Thanh Bình

ThS. Lê Mai Hải

ThS. Hồ Xuân Tiến

HỌC PHẦN
GIAO TIẾP TRONG KINH DOANH

1. Thông tin chung về học phần

- Tên học phần: Giao tiếp trong kinh doanh
- Mã học phần:
- Số tín chỉ: 02
- Số tiết (lí thuyết, bài tập, thảo luận, thực hành/thí nghiệm/thực địa): 30 (30; 0; 0; 0)
- Trình độ đào tạo: Đại học
- Điều kiện để học học phần:
 - + Đòi hỏi học phần học trước: Không có
 - + Đòi hỏi môn song hành: Không có
 - + Sĩ số sinh viên tối đa: 70

2. Bộ môn phụ trách giảng dạy: Bộ môn Cơ bản

3. Mô tả học phần

Học phần Giao tiếp trong kinh doanh cung cấp cho người học những kiến thức cơ bản về giao tiếp trong kinh doanh như: đặc điểm, các loại hình, nguyên tắc, những rào cản trong giao tiếp và biện pháp khắc phục để giao tiếp tốt hơn; các kỹ năng nói, viết, biết lắng nghe, trình bày trước đám đông, soạn thảo thư tín, báo cáo trong kinh doanh; các đặc điểm giao tiếp ở một số nước có nền văn hóa khác nhau. Qua đó, giúp người học thấy được tầm quan trọng của giao tiếp, từng bước rèn luyện và ứng dụng các kỹ năng giao tiếp trong kinh doanh một cách hiệu quả nhất.

4. Mục tiêu cụ thể của học phần

- 4.1. Về kiến thức:
- Nhận biết các hình thức, nguyên tắc và các kỹ năng cơ bản của giao tiếp trong kinh doanh.
 - Nắm vững những nguyên tắc cơ bản trong thương lượng, biết cách áp dụng vào từng trường hợp cụ thể.
 - Ứng dụng hiệu quả kỹ năng giao tiếp trong đàm phán và tuyển dụng.
 - Hướng dẫn cơ bản về giao tiếp trong công ty và môi trường đa văn hóa.
- 4.2. Về kỹ năng

Giúp người học rèn luyện và phát triển các kỹ năng như: kỹ năng nói, kỹ năng lắng nghe, kỹ năng thuyết trình, kỹ năng giao tiếp qua điện thoại, kỹ năng giao tiếp bằng văn bản, kỹ năng thương lượng...

4.3. Về thái độ

Người học nhận thức được tầm quan trọng của giao tiếp trong kinh doanh và cuộc sống, hình thành sự tự tin và chủ động hơn khi giao tiếp, có thể tự đánh giá khả năng giao tiếp của bản thân và ứng dụng hiệu quả kỹ năng giao tiếp khi đối mặt với những tình huống trong thực tiễn hoạt động kinh doanh.

5. Nội dung và kế hoạch dạy học học phần

Nội dung chi tiết của học phần	Số tiết	Hình thức tổ chức/ Phương pháp dạy - học và kiểm tra, đánh giá
Chương 1: Khái quát chung về giao tiếp kinh doanh	6	Thuyết giảng, thảo luận. Bài tập tình huống
1.1. Khái niệm về giao tiếp		
1.2. Tầm quan trọng của giao tiếp trong kinh doanh và trong cuộc sống		
1.2.1. Các chức năng giao tiếp		
1.2.2. Tầm quan trọng của giao tiếp		
1.3. Các phương tiện giao tiếp		
1.3.1. Ngôn ngữ		
1.3.2. Phi ngôn ngữ		
1.4. Các loại hình giao tiếp		
1.4.1. Phân loại theo cách tiếp xúc trong giao tiếp		
1.4.2. Phân loại theo hình thức tổ chức giao tiếp		
1.4.3. Phân loại theo thái độ và chiến lược giao tiếp		
1.5. Quá trình giao tiếp		
1.5.1. Quá trình trao đổi thông tin		
1.5.2. Quá trình nhận thức		
1.5.3. Quá trình tác động lẫn nhau		
1.6. Các nguyên tắc trong giao tiếp		
1.6.1. Những nguyên tắc cơ bản		
1.6.2. Những nguyên tắc hình thành thông điệp		
1.7. Những rào cản giao tiếp trong kinh doanh và các biện pháp khắc phục		
Chương 2: Kỹ năng giao tiếp trực tiếp trong kinh doanh	4	Thuyết giảng, thảo luận Bài tập tình huống

2.1. Kỹ năng lắng nghe		
2.2. Kỹ năng nói		
2.3. Kỹ năng giao tiếp không lời		
2.4. Kỹ năng đặt câu hỏi		
2.5. Kỹ năng thuyết trình		
Chương 3: Kỹ năng giao tiếp gián tiếp trong kinh doanh	4	Thuyết giảng, thảo luận Bài tập tình huống
3.1. Kỹ năng giao tiếp qua điện thoại		
3.2. Kỹ năng giao tiếp bằng văn bản		
3.2.1. Kỹ năng giao dịch thư tín trong kinh doanh		
3.2.2. Kỹ năng viết báo cáo trong kinh doanh		
Chương 4: Kỹ năng thương lượng	5	Thuyết giảng, thảo luận Bài tập tình huống
4.1. Khái quát chung về thương lượng		
4.1.1. Khái niệm về thương lượng		
4.1.2. Đặc điểm của thương lượng		
4.2. Tiến trình thương lượng		
4.2.1. Giai đoạn chuẩn bị		
4.2.2. Giai đoạn tiếp xúc		
4.2.3. Giai đoạn thực tế		
4.3. Bán hàng lẻ - Những cuộc thương lượng nhỏ		
4.3.1. Điều kiện hóa tâm lý khách hàng		
4.3.2. Quá trình bán hàng		
4.3.3. Tâm lý khách hàng		
4.3.4. Những yêu cầu cần thiết đối với người bán hàng		
Chương 5: Ứng dụng kỹ năng giao tiếp trong tuyển dụng	3	Thuyết giảng, thảo luận Bài tập tình huống
5.1. Phân tích bản thân và yêu cầu của công việc		
5.2. Thu thập thông tin về các cơ hội việc làm		
5.3. Chuẩn bị lý lịch		
5.3.1. Các mẫu sơ yếu lý lịch		
5.3.2. Định dạng sơ yếu lý lịch		
5.3.3. Chuẩn bị sơ yếu lý lịch		
5.4. Thư xin việc		
5.4.1. Viết thư xin việc		
5.4.2. Chuẩn bị gửi thư xin việc		
5.5. Phỏng vấn xin việc		
5.6. Chuẩn bị cho giao tiếp tuyển dụng khác		
Chương 6: Giao tiếp trong môi trường công ty	5	Thuyết giảng, thảo luận Bài tập tình huống
6.1. Giao tiếp đối nội		

6.1.1. Tổ chức các cuộc họp		
6.1.2. Giao tiếp với cấp dưới		
6.1.3. Giao tiếp với cấp trên		
6.1.4. Giao tiếp với đồng nghiệp		
6.2. Giao tiếp đối ngoại		
6.2.1. Giao tiếp với khách hàng		
6.2.2. Giao tiếp với nhà cung cấp		
6.2.3. Giao tiếp với cơ quan chính quyền		
6.2.4. Giao tiếp với báo chí		
Chương 7: Giao tiếp kinh doanh đa văn hóa	3	Thuyết giảng, thảo luận Bài tập tình huống
7.1. Khái quát về văn hóa		
7.2. Vai trò của văn hóa trong giao tiếp kinh doanh		
7.2.1. Văn hóa trong ứng xử nội bộ doanh nghiệp		
7.2.2. Văn hóa trong đàm phán kinh doanh		
7.3. Những đặc điểm văn hóa khi giao tiếp giữa các quốc gia khác nhau		

6. Tài liệu học tập

6.1. Tài liệu chính

1. TS. Hà Nam Khánh Giao (chủ biên), ThS. Phạm Thị Trúc Ly, ThS. Nguyễn Thị Quỳnh Giang (2014), *Giáo trình giao tiếp kinh doanh*, NXB Lao động - Xã hội.
2. TS. Thái Trí Dũng (2012), *Kỹ năng giao tiếp và thương lượng trong kinh doanh*, NXB Lao động - Xã hội.

6.2. Tài liệu khác

3. PGS. TS. Đoàn Thị Hồng Vân (2011), *Giao tiếp trong kinh doanh và cuộc sống*, NXB Tổng hợp TP.HCM.
4. TS. Nguyễn Hữu Thân (2008), *Truyền thông giao tiếp trong kinh doanh*, NXB Lao động - Xã hội.
5. TS. Vũ Thị Phương (2006), *Giao tiếp trong kinh doanh*, NXB Tài chính.
6. Jill Dyché (2010), *Cẩm nang quản lý mối quan hệ khách hàng*, NXB Tổng hợp TP.HCM.

7. Phương pháp đánh giá học phần

- 7.1. Thang điểm: thang điểm 10, làm tròn đến phần nguyên
- 7.2. Số bài kiểm tra quá trình: 1 lần kiểm tra giữa kỳ.

7.3. Hình thức thi kết thúc học phần: tự luận, đề mở (thí sinh được mang tài liệu vào phòng thi), thời gian làm bài: 60 phút.

7.4. Các điểm quá trình và trọng số tương ứng:

- Điểm chuyên cần: hệ số 0.1;
- Điểm trung bình của các bài kiểm tra quá trình: hệ số 0.3;
- Điểm thi kết thúc học phần: hệ số 0.6.

7.5. Điểm học phần: là điểm trung bình chung của các học phần nêu ở mục 7.4

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 29 tháng 4 năm 2016

DUYỆT

TRƯỞNG NGÀNH

TRƯỞNG BỘ MÔN

NGƯỜI BIÊN SOẠN

PGS.TS. Phạm Hoàng Quân TS. Nguyễn Thị Thanh Bình ThS. Nguyễn Phan Thu Hằng ThS. Nguyễn Thị Trâm Anh

UBND THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH
TRƯỜNG ĐẠI HỌC SÀI GÒN

ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN
NGÀNH: QUẢN TRỊ KINH DOANH

HỌC PHẦN QUẢN TRỊ DỰ ÁN ĐẦU TƯ

1. Thông tin về học phần

- Tên học phần: Quản trị dự án đầu tư
- Mã học phần: 833063
- Số tín chỉ: 03
- Số tiết (lí thuyết, bài tập, thảo luận, thực hành/thí nghiệm/thực địa): 45 (45; 0; 0)
- Trình độ đào tạo: Đại học
- Điều kiện để học học phần:
 - + Đòi hỏi học phần học trước: Quản trị học
 - + Đòi hỏi học phần học song hành: Không có
 - + Sĩ số sinh viên tối đa: 70

2. Bộ môn phụ trách học phần: Bộ môn Quản trị & Kinh doanh quốc tế

3. Mô tả học phần

Học phần này giúp sinh viên nắm được các nội dung cơ bản của Quản trị dự án cũng như vai trò, chức năng của các PM (Project Managers), đồng thời hiểu được quy trình xây dựng, thiết kế, thực thi, và kết thúc dự án. Biết được cách lựa chọn dự án tối ưu, cách ước tính ngân sách, phân bổ nguồn lực dự án sao cho hiệu quả.

4. Mục tiêu của học phần

4.1. Về kiến thức

- Nắm được nội dung, lịch sử của Quản lý dự án, các hình thức tổ chức dự án
- Hiểu được vai trò của các PM cũng như các thành viên khác trong đội ngũ dự án. Ngoài ra còn có các đối tượng liên quan đến dự án như chủ đầu tư, khách hàng,...
- Biết được tầm quan trọng của công tác lập kế hoạch dự án cũng như các bước trong quá trình lập kế hoạch
- Nắm được các bước cơ bản của Quản lý dự án bao gồm: lập kế hoạch, điều hành, kiểm soát, và đóng lại dự án
- Hiểu được cách thức phân tích cấu trúc dự án bằng WBS (Work Breakdown Structure)
- Nắm được cách thiết kế mạng công việc, cách xác định trọng tuyến của dự án, cũng như cách thức thiết lập lộ và điều chỉnh lộ trình dự án

- Hiểu được nội dung của việc thực thi, kiểm soát, cũng như phân bổ nguồn lực dành cho dự án một cách hiệu quả nhất

- Biết cách chọn lựa dự án tối ưu xét trên phương diện doanh thu/ chi phí.

4.2. Về kỹ năng:

- Tính toán các tiêu chí NPV, IRR, PP, PI của các dự án để đưa ra lựa chọn tối ưu

- Thiết lập được cấu trúc phân tách dự án (WBS)

- Vẽ được mạng công việc

- Xác định được trọng tuyến của một dự án

- Thiết kế lộ trình dự án

4.3. Về thái độ: sinh viên có thái độ tích cực khi có cơ hội tiếp cận và đóng vai trò tham gia dự án trong công tác sau này.

5. Nội dung và kế hoạch dạy học học phần

Nội dung chi tiết của học phần	Số tiết	Hình thức tổ chức, phương pháp dạy - học và kiểm tra, đánh giá
Chương 1: Tìm hiểu chung về quản lý dự án	6	Thuyết giảng
1.1. Quản lý dự án là gì?		
1.2. Đội ngũ thực hiện dự án		
1.2.1. Giám đốc dự án (Project Managers)		
1.2.2. Các thành viên khác		
1.3. Phân biệt công việc chức năng và công việc dự án		
1.3.1. Công việc chức năng		
1.3.2. Công việc dự án		
1.4. Các hình thức tổ chức dự án		
1.4.1. Các nguyên tắc quản lý dự án		
1.4.2. Các hình thức tổ chức dự án		
1.5. Lựa chọn hình thức tổ chức dự án		
Chương 2: Thẩm định dự án đầu tư	10	Thuyết giảng và bài tập
2.1. Phân loại dự án đầu tư		
2.2. Dòng tiền của dự án		
2.3. Các phương pháp thẩm định dự án		
2.3.1. Phương pháp NPV (Net Present Value)		
2.3.2. Phương pháp IRR (Internal Rate of Return)		

2.3.3. Phương pháp PP (Payback Period)		
2.3.4. Phương pháp DPP (Discounted Payback Period)		
2.3.5. Phương pháp PI (Profitability Index)		
Chương 3: Hoạch định lộ trình dự án	6	Thuyết giảng và bài tập
3.1. Sơ đồ phân chia công việc (WBS)		
3.2. Các bước thiết kế sơ đồ WBS		
3.3. Phương pháp vẽ mạng công việc		
3.3.1. Sơ đồ AOA		
3.3.2. Sơ đồ AON		
3.4. Các bước thực hiện vẽ mạng công việc		
3.5. Đọc hiểu mạng công việc		
Chương 4: Ước tính chi phí dự án	3	Thuyết giảng
4.1. Tầm quan trọng của công tác ước tính		
4.2. Các phương pháp ước tính		
4.3. Sai số ước tính		
Chương 5: Xác định trọng tuyến của dự án	4	Thuyết giảng và bài tập
5.1. Phương pháp CPM (PERT)		
5.2. Các bước xác định trọng tuyến		
5.2.1. Tính toán ES, EF		
5.2.2. Tính toán LS, LF		
5.2.3. Tính toán TF		
Chương 6: Rút ngắn lộ trình dự án	6	Thuyết giảng và bài tập
6.1. Lý do rút ngắn lộ trình		
6.2. Chi phí trực tiếp và chi phí gián tiếp của dự án		
6.3. Đẩy nhanh tiến độ dự án trên cơ sở tối ưu hóa chi phí		
Chương 7: Phân bổ nguồn lực và kiểm soát dự án	6	Thuyết giảng và bài tập
7.1. Phân bổ nguồn lực		
7.1.1. Tải trọng nguồn lực		
7.1.2. Điều phối nguồn lực		
7.2. Kiểm soát dự án		
7.2.1. Kiểm soát chất lượng		

7.2.2. Kiểm soát chi phí		
7.2.3. Kiểm soát tiến độ		
Chương 8: Kết thúc dự án	4	Thuyết giảng
8.1. Khái quát		
8.1.1. Các nguyên nhân kết thúc dự án		
8.1.2. Những cách thức kết thúc dự án		
8.1.3. Các vấn đề xung quanh việc kết thúc dự án		
8.2. Tiến trình kết thúc		

6. Tài liệu học tập

6.1. Tài liệu chính

1. Erik W. Larson (2010), *Project Management-The Managerial Process (5th)*, McGraw-Hill.
2. TS. Nguyễn Thanh Liêm (2010), *Quản trị dự án*, NXB Tài chính.

6.2. Tài liệu khác

3. Trịnh Thùy Anh (2010), *Quản trị dự án*, NXB Thống kê.
4. PGS.TS. Từ Quang Phương (2010), *Quản lý dự án*, NXB Đại học Kinh tế quốc dân.

7. Phương pháp đánh giá học phần

7.1. Thang điểm: thang điểm 10, làm tròn đến phần nguyên

7.2. Số bài kiểm tra quá trình: 1 lần kiểm tra giữa kỳ

7.3. Hình thức thi kết thúc học phần: tự luận, đề đóng (thí sinh không được mang tài liệu vào phòng thi), thời gian làm bài: 60 phút.

7.4. Các điểm quá trình và trọng số/hệ số tương ứng

- Điểm chuyên cần: hệ số 0.1;
- Điểm trung bình của các bài kiểm tra quá trình: hệ số 0.3;
- Điểm thi kết thúc học phần: hệ số 0.6.

7.5. Điểm học phần: là điểm trung bình chung của các điểm nêu ở mục 7.4

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 29 tháng 4 năm 2016

DUYỆT

TRƯỞNG NGÀNH

TRƯỞNG BỘ MÔN

NGƯỜI BIÊN SOẠN

PGS.TS. Phạm Hoàng Quân **TS. Nguyễn Thị Thanh Bình**

ThS. Lê Mai Hải

ThS. Nguyễn Hà Minh

UBND THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN
TRƯỜNG ĐẠI HỌC SÀI GÒN NGÀNH: QUẢN TRỊ KINH DOANH

HỌC PHẦN QUẢN TRỊ CHẤT LƯỢNG

1. Thông tin về học phần

- Tên học phần: Quản trị chất lượng
- Mã học phần: 833062
- Số tín chỉ: 03
- Số tiết (lý thuyết, bài tập, thảo luận, thực hành/thí nghiệm/thực địa): 45 (45; 0; 0; 0)
- Trình độ đào tạo: Đại học
- Điều kiện để học học phần:
 - + Đòi hỏi học phần học trước: Quản trị học
 - + Đòi hỏi học phần học song hành: Không có
 - + Sĩ số sinh viên tối đa: 70

2. Bộ môn phụ trách giảng dạy: Bộ môn Quản trị và Kinh doanh quốc tế

3. Mô tả học phần

Học phần này đề cập những cơ sở lý thuyết và thực tiễn về quản trị chất lượng, hiểu các khái niệm cũng như biện pháp quản trị chất lượng trong hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Đồng thời trang bị những kỹ năng thực hiện các nghiệp vụ quản trị chất lượng trong hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Qua đó, có được nhận thức đúng về chất lượng và vai trò của chất lượng, từ đó có thể áp dụng lý thuyết đã học vào thực tiễn trong các doanh nghiệp tại Việt Nam.

4. Mục tiêu của học phần:

4.1. Về kiến thức:

- Những khái niệm, vai trò, các nguyên tắc quản trị chất lượng sản phẩm và chất lượng dịch vụ, các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng.
- Nắm được khái niệm cũng liên quan đến hệ thống quản lý chất lượng và tiêu chuẩn ISO 9001 - 2008.
- Hiểu, biết các phương pháp đánh giá chất lượng, các công cụ thống kê, kiểm soát các hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp.
- Hiểu, biết các công cụ đảm bảo chất lượng và hệ thống quản lý chất lượng toàn diện

4.2. Về kỹ năng:

- Có thể thiết kế hệ thống quản trị chất lượng, thiết lập các tiêu chuẩn đo lường, các phương pháp đánh giá hệ thống chất lượng, các phương pháp đảm bảo chất lượng

- Vận dụng các kiến thức đã học có thể giải quyết vấn đề liên quan đến chất lượng trong các doanh nghiệp.

4.3. Về thái độ

Nhận thức được tầm quan trọng và yêu cầu cấp bách của quản trị chất lượng trong nền kinh tế hội nhập, các doanh nghiệp muốn tồn tại và phát triển phải xem công cụ chất lượng là một trong những công cụ quan trọng giúp nâng cao năng lực cạnh tranh trên thị trường.

5. Nội dung và kế hoạch dạy học học phần

Nội dung chi tiết của học phần	Số tiết	Hình thức tổ chức, phương pháp dạy - học và kiểm tra, đánh giá
Chương 1: Tổng quan về quản trị chất lượng	10	Thuyết giảng và thảo luận nhóm
1.1. Tổng quan chất lượng		
1.1.1. Định nghĩa chất lượng và quản trị chất lượng		
1.1.2. Vai trò chất lượng		
1.1.3. Một số nguyên tắc của hệ thống quản lý chất lượng		
1.1.4. Những yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng		
1.2. Quản trị chất lượng dịch vụ		
1.2.1. Chất lượng dịch vụ		
1.2.2. Quản trị chất lượng dịch vụ		
Chương 2: Một số khái niệm liên quan đến hệ thống quản lý chất lượng và tiêu chuẩn ISO 9001-2000	5	
2.1. Chính sách chất lượng		
2.2. Mục tiêu chất lượng		
2.3. Kế hoạch chất lượng		
2.4. Kiểm soát chất lượng		
2.5. Đảm bảo chất lượng		
2.6. Hệ thống chất lượng		
2.7. Cải tiến chất lượng		
2.8. Tổ chức		
2.9. Chi phí chất lượng		

2.10. Sản phẩm		Bài kiểm tra giữa kỳ
2.11. Sổ tay chất lượng		
2.12. Thủ tục quy trình		
2.13. Hồ sơ		
Chương 3: Đánh giá chất lượng	6	
3.1. Định nghĩa		
3.2. Mô hình quá trình đánh giá chất lượng		
3.3. Đánh giá quá trình kiểm tra		
3.3.1. Kiểm tra trước khi sản xuất		
3.3.2. Kiểm tra trong quá trình sản xuất		
3.3.3. Kiểm tra nghiệm thu sản phẩm bao gồm một số nội dung chủ yếu		
3.3.4. Kiểm tra quá trình sử dụng		
3.4. Trình tự các bước đánh giá chất lượng		
3.5. Các phương pháp đánh giá chất lượng		
3.5.1. Phương pháp phòng thí nghiệm		
3.5.2. Phương pháp cảm quan		
3.5.3. Phương pháp chuyên gia		
Chương 4: Kiểm soát chất lượng	10	
4.1. Các công cụ thống kê		
4.1.1. Phiếu kiểm tra - Check sheets		
4.1.2. Sơ đồ nhân quả - Cause and effect Diagrams		
4.1.3. Kiểm đồ, biểu đồ kiểm tra - Control charts		
4.1.4. Biểu đồ mật độ (biểu đồ cột) – Histogram		
4.1.5. Biểu đồ Pareto – Pareto charts		
4.1.6. Sơ đồ phân tán – Scatter diagrams		
4.1.7. Biểu đồ phân tầng - Stratification		
4.2. Lưu đồ tiến trình		
4.3. Nhóm chất lượng		
Chương 5: Đảm bảo chất lượng	10	
5.1. Khái niệm		
5.2. Phương hướng đảm bảo chất lượng		
5.3. Các biện pháp đảm bảo chất lượng		
5.3.1. Phương pháp 5S		
5.3.2. Nào công		
5.3.3. Phương pháp TPM (Total Product Management)		
Chương 6: Quản lý chất lượng toàn diện TQM (Total	4	

Quality Management)		
6.1 Tổng quan về TQM		
6.1.1. Khái niệm		
6.1.2. Các yếu tố cấu thành TQM		
6.1.3. Các quan điểm của TQM		
6.2. Thực hiện TQM trong doanh nghiệp		

6. Tài liệu học tập

6.1. Tài liệu chính

1. TS. Nguyễn Kim Định (2010), *Quản trị chất lượng*, NXB Đại Học Quốc Gia TP. HCM.

6.2. Tài liệu khác

2. GS.TS. Nguyễn Đình Phan - TS. Đặng Ngọc Sự (2012), *Giáo trình Quản trị Chất lượng*, NXB Đại học Kinh tế Quốc dân..

3. Stephen George & Annold Weimerskirch (2009), *MBA trong tầm tay - Quản trị Chất lượng Toàn Diện*, NXB Tổng hợp TP. Hồ Chí Minh.

4. ThS. Đinh Văn Hiệp (2015), *Tập tài liệu Quản trị Chất lượng*.

7. Phương pháp đánh giá học phần

7.1. Thang điểm: thang điểm 10, làm tròn đến phần nguyên.

7.2. Số bài kiểm tra quá trình: 1 bài kiểm tra giữa kỳ

7.3. Hình thức thi kết thúc học phần: Tự luận, đề đóng (Thí sinh không được mang tài liệu vào phòng thi), thời gian làm bài: 60 phút.

7.4. Các điểm quá trình và trọng số tương ứng:

- Điểm chuyên cần: hệ số 0.1;
- Điểm trung bình các bài kiểm tra quá trình: hệ số 0.3;
- Điểm thi kết thúc học phần: hệ số 0.6.

7.5. Điểm học phần: là điểm trung bình chung của điểm thi kết thúc học phần và các điểm quá trình nêu ở mục 7.4.

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 29 tháng 4 năm 2016

DUYỆT

TRƯỞNG NGÀNH

TRƯỞNG BỘ MÔN

NGƯỜI BIÊN SOẠN

PGS.TS. Phạm Hoàng Quân

TS. Nguyễn Thị Thanh Bình

ThS. Lê Mai Hải

ThS. Đinh Văn Hiệp

HỌC PHẦN QUẢN TRỊ RỦI RO

1. Thông tin về học phần

- Tên học phần: Quản trị rủi ro
- Mã học phần: 833057
- Số tín chỉ: 03
- Số tiết (lí thuyết, bài tập, thảo luận, thực hành/thí nghiệm/thực địa): 45
(45;0;0; 0)
- Trình độ đào tạo: Đại học
- Điều kiện để học học phần:
- + Đòi hỏi học phần học trước: Quản trị học
- + Đòi hỏi học phần học song hành: Không có
- + Sĩ số sinh viên tối đa: 70

2. Bộ môn phụ trách giảng dạy: Bộ môn Quản trị & Kinh doanh quốc tế

3. Mô tả học phần

Môn học giúp sinh viên hiểu được một cách khoa học, đầy đủ, hệ thống về rủi ro và hoạt động quản trị rủi ro trong doanh nghiệp. Qua môn học này, sinh viên có thể nhận diện sớm được các rủi ro có thể xảy ra đối với doanh nghiệp, từ đó có thể đề ra các biện pháp phù hợp để né tránh hoặc giảm thiểu những thiệt hại do chúng gây ra.

4. Mục tiêu học phần

4.1. Về kiến thức: Cung cấp cho sinh viên cơ sở lý thuyết và thực tiễn về quản trị rủi ro, giúp người học biết được các khái niệm cũng như biện pháp quản trị rủi ro trong các lĩnh vực hoạt động khác nhau của doanh nghiệp. Cụ thể môn học cung cấp các kiến thức về:

- Khái niệm rủi ro và quản trị rủi ro,
- Rủi ro từ các môi trường kinh tế, xã hội và giải pháp khắc phục,
- Các biện pháp quản trị rủi ro trong lĩnh vực tài chính.

4.2. Về kỹ năng: Trang bị cho sinh viên những kỹ năng thực hiện các nghiệp vụ quản trị rủi ro trong các hoạt động khác nhau của doanh nghiệp.

4.3. Về thái độ: Sinh viên có được nhận thức đúng đắn về rủi ro và vai trò của quản trị rủi ro trong hoạt động của doanh nghiệp, từ đó có thể áp dụng lý thuyết đã học vào thực tiễn.

5. Nội dung và kế hoạch dạy học học phần

Nội dung chi tiết của học phần	Số tiết	Hình thức tổ chức, phương pháp dạy - học và kiểm tra, đánh giá
Chương 1: Rủi ro và quản trị rủi ro	6	<ul style="list-style-type: none"> - Giảng viên sẽ giải thích, hướng dẫn các vấn đề lý thuyết. - Sinh viên cùng tham gia thảo luận, đặt câu hỏi. - Bài tập ứng dụng. - Tùy vào từng chương sẽ có bài tập tình huống, phân tích tình hình kinh tế Việt Nam và thế giới để dự báo rủi ro và đề xuất giải pháp. Chia lớp thành các nhóm để thảo luận. - Tùy vào từng chương sẽ yêu cầu sinh viên (theo nhóm) tìm hiểu các công cụ phòng ngừa rủi ro doanh nghiệp ở Việt Nam đang sử dụng.
1.1. Rủi ro		
1.1.1. Khái niệm rủi ro		
1.1.2. Một số khái niệm liên quan		
1.1.3. Phân loại rủi ro		
1.2. Quản trị rủi ro		
1.2.1. Khái niệm quản trị rủi ro		
1.2.2. Nội dung của quản trị rủi ro		
Chương 2: Rủi ro từ môi trường kinh tế	9	
2.1. Suy thoái kinh tế và giải pháp		
2.1.1. Suy thoái		
2.1.2. Giải pháp		
2.2. Rủi ro lãi suất		
2.2.1. Khái niệm rủi ro lãi suất		
2.2.2. Các giải pháp phòng ngừa rủi ro lãi suất		
2.3. Rủi ro tỷ giá		
2.3.1. Khái niệm rủi ro tỷ giá		
2.3.2. Các giải pháp phòng ngừa rủi ro tỷ giá		
2.4. Rủi ro do lạm phát		
2.4.1. Khái niệm lạm phát		
2.4.2. Các giải pháp phòng ngừa rủi ro do lạm phát		
2.5. Rủi ro từ các rào cản của chính phủ		
2.5.1. Kiểm soát giá cả		
2.5.2. Thuế, hạn ngạch		
2.5.3. Các rào cản khác		
Chương 3: Rủi ro từ tác động của môi trường xã hội	9	
3.1. Rủi ro chính trị		
3.1.1. Các loại rủi ro chính trị		
3.1.2. Quản trị rủi ro chính trị		
3.2. Rủi ro pháp luật		

3.2.1. Các loại rủi ro pháp luật	
3.2.2. Quản trị rủi ro pháp luật	
3.3. Rủi ro văn hóa	
3.3.1. Khái niệm văn hóa	
3.3.2. Các yếu tố văn hóa	
3.3.3. Rủi ro trong môi trường văn hóa	
3.3.4. Các biện pháp phòng ngừa rủi ro do môi trường văn hóa	
Chương 4: Quản trị rủi ro tín dụng	6
4.1. Quan hệ giữa rủi ro tín dụng của khách hàng và của ngân hàng	
4.2. Quản lý rủi ro tín dụng đối với khách hàng	
4.2.1. Tư vấn chính sách tín dụng	
4.2.2. Cung cấp công cụ phòng ngừa rủi ro tín dụng	
4.3. Quản lý rủi ro tín dụng đối với ngân hàng	
4.3.1. Nguồn gốc phát sinh rủi ro tín dụng	
4.3.2. Các biện pháp quản lý rủi ro tín dụng	
4.4. Phân tích tình hình tài chính doanh nghiệp	
4.4.1. Báo cáo tài chính của doanh nghiệp	
4.4.2. Tài liệu phân tích	
4.4.3. Phân tích tỷ số	
4.4.4. Hệ số phá sản (Z-score)	
4.4.5. Một số hạn chế khi sử dụng các nhóm tỷ số tài chính trong việc xác định rủi ro tín dụng của doanh nghiệp	
Chương 5: Lợi nhuận - rủi ro và mô hình định giá tài sản vốn	6
5.1. Định nghĩa lợi nhuận và rủi ro	
5.1.1. Lợi nhuận và tỷ suất lợi nhuận	
5.1.2. Rủi ro	
5.2. Đo lường lợi nhuận và rủi ro	
5.2.1. Lợi nhuận kì vọng và độ lệch chuẩn	
5.2.2. Hệ số biến đổi	
5.2.3. Sử dụng số liệu thống kê quá khứ để ước tính độ rủi ro	
5.3. Thái độ đối với rủi ro	
5.4. Lợi nhuận và rủi ro của một danh mục đầu tư	
5.4.1. Lợi nhuận của danh mục đầu tư	

5.4.2. Rủi ro của danh mục đầu tư	
5.5. Đa dạng hoá danh mục đầu tư nhằm giảm rủi ro	
5.6. Mô hình định giá tài sản vốn (CAPM)	
5.6.1. Giới thiệu chung	
5.6.2. Những giả định	
5.6.3. Nội dung của mô hình	
Chương 6. Ảnh hưởng của đòn bẩy lên rủi ro của doanh nghiệp	9
6.1. Đòn bẩy hoạt động	
6.1.1. Phân tích ảnh hưởng của đòn bẩy hoạt động	
6.1.2. Phân tích hoà vốn	
6.1.3. Độ bẩy hoạt động (DOL)	
6.1.4. Quan hệ giữa độ bẩy hoạt động và điểm hoà vốn	
6.1.5. Ý nghĩa của độ bẩy hoạt động đối với quản trị tài chính	
6.2. Đòn bẩy tài chính	
6.2.1. Phân tích quan hệ EBIT và EPS	
6.3. Ảnh hưởng của đòn bẩy lên rủi ro lợi nhuận của doanh nghiệp	
6.3.1. Ảnh hưởng của đòn bẩy hoạt động	
6.3.2. Ảnh hưởng của đòn bẩy tài chính	

6. Tài liệu học tập

6.1. Tài liệu chính

1. Đoàn Thị Hồng Vân (Chủ biên), Kim Ngọc Đạt, Hà Đức Sơn (2013), *Quản trị rủi ro và khủng hoảng*, NXB Lao động – Xã hội.
2. Nguyễn Minh Kiều (2014), “*Quản trị rủi ro tài chính*”, NXB Thống kê.
3. Nguyễn Minh Kiều (2011), *Tài chính doanh nghiệp căn bản*, NXB Thống kê.

6.2. Tài liệu khác

4. Nguyễn Anh Tuấn (2006), *Quản trị rủi ro trong kinh doanh ngoại thương*, NXB Lao động - Xã hội, Hà Nội.
5. Ngô Thị Ngọc Huyền, Nguyễn Thị Hồng Thu, Lê Tấn Bửu, Bùi Thanh Tráng (2007), *Rủi ro kinh Doanh*, NXB Thống kê.
6. Michael C . Ehrhardt, Eugene F . Brigham (2011), *Financial Management: Theory and Practice*, Thirteenth Edition, South-Western Cengage Learning.

7. Edward I. Altman (1968), *Financial ratios, discriminant analysis and the prediction of corporate bankruptcy*, The Journal of Finance, Vol. xxiii.

7. Phương pháp đánh giá học phần

7.1. Thang điểm: thang điểm 10, làm tròn đến phần nguyên

7.2. Số bài kiểm tra quá trình: 1 lần kiểm tra giữa kỳ

7.3. Hình thức thi kết thúc học phần: tự luận, đề đóng (thí sinh không được mang tài liệu vào phòng thi), thời gian làm bài: 60 phút.

7.4. Các điểm quá trình và trọng số/hệ số tương ứng

- Điểm chuyên cần: hệ số 0.1;
- Điểm trung bình của các bài kiểm tra quá trình: hệ số 0.3;
- Điểm thi kết thúc học phần: hệ số 0.6.

7.5. Điểm học phần: là điểm trung bình chung của các điểm nêu ở mục 7.4

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 29 tháng 4 năm 2016

DUYỆT

TRƯỞNG NGÀNH

TRƯỞNG BỘ MÔN

NGƯỜI BIÊN SOẠN

PGS.TS. Phạm Hoàng Quân

TS. Nguyễn Thị Thanh Bình

ThS. Lê Mai Hải

ThS. Trần Thị Ngọc Quỳnh

HỌC PHẦN
QUẢN TRỊ THƯƠNG HIỆU

1. Thông tin về học phần

- Tên học phần: Quản trị thương hiệu
- Mã học phần:
- Số tín chỉ: 03
- Số tiết (lí thuyết, bài tập, thảo luận, thực hành/thí nghiệm/thực địa): 45 (45; 0; 0)
- Trình độ đào tạo: Đại học
- Điều kiện để học học phần:
- + Đòi hỏi học phần học trước: Quản trị marketing
- + Đòi hỏi học phần học song hành: Không có
- + Sĩ số sinh viên tối đa: 70

2. Bộ môn phụ trách giảng dạy: Bộ môn Marketing

3. Mô tả học phần

Học phần này cung cấp cho sinh viên những kiến thức căn bản về thương hiệu, và quản trị thương hiệu. Qua đó giúp học viên nắm được quy trình xây dựng và quản trị thương hiệu, các nguyên tắc xây dựng bộ nhận dạng thương hiệu, vận dụng chiến lược truyền thông trong xây dựng thương hiệu cho doanh nghiệp. Có nhận định và thái độ đúng đắn về công tác quản trị thương hiệu.

4. Mục tiêu học phần

4.1. Về kiến thức:

- Hiểu được khái niệm và vai trò của thương hiệu, tài sản thương hiệu định hướng khách hàng, cách thức xây dựng thương hiệu mạnh và tiến trình quản trị thương hiệu chiến lược.
- Triển khai các phương pháp khác nhau để đo lường tài sản thương hiệu.
- Phát triển sản phẩm mới thông qua chiến lược mở rộng thương hiệu.
- Triển khai các chiến lược duy trì và phát triển tài sản thương hiệu theo thời gian và theo khu vực địa lý.

4.2. Về kỹ năng: Học phần này giúp học viên nâng cao kỹ năng làm việc nhóm, kỹ năng lãnh đạo, kỹ năng lập kế hoạch và tổ chức công việc, kỹ năng thuyết trình, kỹ năng lắng nghe, kỹ năng tìm kiếm, phân tích và tổng hợp thông tin.

4.3. Về thái độ:

- Có nhận thức và hiểu được tầm quan trọng của công tác quản trị thương hiệu.
- Có tầm nhìn dài hạn đối với việc xây dựng và phát thương hiệu của doanh nghiệp.

5. Nội dung và kế hoạch dạy học học phần

Nội dung chi tiết của học phần	Số tiết	Hình thức tổ chức, phương pháp dạy - học và kiểm tra, đánh giá
Chương 1: Tài sản thương hiệu định hướng khách hàng	6	Thuyết giảng Bài tập nhóm
1.1. Thương hiệu		
1.1.1. Định nghĩa thương hiệu		
1.1.2. Tầm quan trọng		
1.1.3. Những hàng hoá được gắn thương hiệu		
1.2. Tài sản thương hiệu định hướng khách hàng		
1.2.1. Tài sản thương hiệu		
1.2.2. Tài sản thương hiệu định hướng khách hàng		
1.3. Xây dựng thương hiệu		
1.3.1. Thách thức xây dựng thương hiệu		
1.3.2. Tiến trình xây dựng thương hiệu mạnh		
1.4. Tiến trình quản trị thương hiệu chiến lược		
1.4.1. Định vị thương hiệu		
1.4.2. Hoạch định và thực hiện các chương trình marketing xây dựng thương hiệu		
1.4.3. Đo lường tài sản thương hiệu		
1.4.4. Duy trì và phát triển tài sản thương hiệu		
Chương 2: Cấu trúc thương hiệu	3	Thuyết giảng

2.1. Cấu trúc thương hiệu		Bài tập nhóm
2.1.1. Ma trận thương hiệu sản phẩm		
2.1.2. Cấu trúc thương hiệu		
2.2. Chiến lược gắn thương hiệu		
2.2.1. Các loại chiến lược gắn thương hiệu		
2.2.2. Tiến trình thiết kế chiến lược gắn thương hiệu		
Chương 3: Định vị thương hiệu	6	Thuyết giảng Bài tập nhóm
3.1. Định vị thương hiệu		
3.1.1. Khái niệm cơ bản		
3.1.2. Vai trò của định vị trong xây dựng thương hiệu		
3.2. Tiến trình định vị thương hiệu		
3.2.1. Xác định và phân tích thị trường mục tiêu		
3.2.2. Nhận diện bản chất cạnh tranh và phân tích đối thủ cạnh tranh		
3.2.3. Thiết lập điểm tương đồng và điểm khác biệt		
3.3. Cập nhật định vị theo thời gian		
3.3.1. Phương pháp bậc thang		
3.3.2. Phản ứng		
3.4. Giá trị thương hiệu cốt lõi		
3.4.1. Khái niệm giá trị thương hiệu cốt lõi		
3.4.2. Tuyên ngôn giá trị		
Chương 4: Thiết kế các yếu tố thương hiệu	9	Thuyết giảng Bài tập nhóm Bài tập vận dụng
4.1. Các yếu tố thương hiệu		
4.1.1. Khái niệm		
4.1.2. Tiêu chuẩn		
4.2. Thiết kế các yếu tố thương hiệu		
4.2.1. Chiến thuật thiết kế các yếu tố thương hiệu		
4.2.2. Tích hợp các yếu tố thương hiệu		
Chương 5: Marketing xây dựng tài sản thương hiệu	9	Thuyết giảng Bài tập nhóm
5.1. Xây dựng tài sản thương hiệu bằng chương trình Marketing		
5.1.1. Chiến lược sản phẩm		

5.1.2. Chiến lược giá		
5.1.3. Chiến lược phân phối		
5.1.4. Chiến lược truyền thông Marketing		
5.2. Bầy tài sản thương hiệu bằng kiến thức thương hiệu thứ cấp		
5.2.1. Hiệu ứng bầy tài sản thương hiệu bằng kiến thức thương hiệu thứ cấp		
5.2.2. Phương thức bầy tài sản thương hiệu bằng kiến thức thương hiệu thứ cấp		
Chương 6: Đo lường tài sản thương hiệu	3	
6.1. Hệ thống đo lường và quản trị tài sản thương hiệu		
6.1.1. Chuỗi giá trị thương hiệu		
6.1.2. Nghiên cứu theo dõi thương hiệu		
6.1.3. Hệ thống quản trị tài sản thương hiệu		
6.2. Phương pháp đo lường tài sản thương hiệu		
6.2.1. Đo lường tài sản thương hiệu định hướng khách hàng		
6.2.2. Đo lường tài sản thương hiệu định hướng doanh nghiệp		
Chương 7: Mở rộng thương hiệu	3	Thuyết giảng Bài tập nhóm
7.1. Mở rộng thương hiệu		
7.1.1. Lợi ích và rủi ro		
7.1.2. Các nguyên tắc		
7.2. Tiến trình thiết kế chiến lược mở rộng thương hiệu		
7.2.1. Xác định kiến thức thương hiệu hiện tại và mong muốn		
7.2.2. Nhận diện và đánh giá các ứng cử viên mở rộng thương hiệu		
7.2.3. Thiết kế chương trình marketing hỗ trợ thương hiệu mở rộng		

7.2.4. Đánh giá chiến lược mở rộng thương hiệu		
Chương 8: Quy trình và phát triển tài sản thương hiệu theo thời gian và không gian	3	Thuyết giảng Bài tập nhóm
8.1. Chiến lược củng cố thương hiệu		
8.1.1. Củng cố thương hiệu		
8.1.2. Hồi sinh thương hiệu		
8.1.3. Điều chỉnh danh mục thương hiệu		
8.2. Phát triển tài sản thương hiệu toàn cầu		
8.2.1. Lợi ích và rủi ro		
8.2.2. Chiến lược thương hiệu toàn cầu		
8.2.3. Nguyên tắc phát triển tài sản thương hiệu		

6. Tài liệu học tập

6.1. Tài liệu chính

20. Phạm Thị Lan Hương, Lê Thế Giới & Lê Thị Minh Hằng (2014), *Quản trị thương hiệu*, NXB Tài Chính, Thành phố Hồ Chí Minh.

6.2. Tài liệu khác

21. An Thị Thanh Nhân & Lục Thị Thu Hường (2010), *Quản trị xúc tiến thương mại trong xây dựng và phát triển thương hiệu*, NXB Lao động-Xã hội.

22. Hubert K. Rampersad (2008), *Quản trị thương hiệu cá nhân và công ty*, NXB Lao động-Xã hội, Hà Nội.

23. Kapferer (2008), *The New Strategic Brand Management*, Free Press, USA.

24. Lê Đăng Lãng (2010), *Quản trị Thương hiệu*, NXB Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh.

25. Richard Moore (2008), *Chiến lược xây dựng hình ảnh thương hiệu*, NXB Trẻ, Thành phố Hồ Chí Minh.

26. Patricia F. Nicolino (2008), *Quản trị thương hiệu*, NXB Lao động-Xã hội, Thành phố Hồ Chí Minh.

7. Phương pháp đánh giá học phần

7.1. Thang điểm: thang điểm 10, làm tròn đến phần nguyên

7.2. Số bài kiểm tra quá trình: 1 lần kiểm tra giữa kỳ

7.3. Hình thức thi kết thúc học phần: tự luận, đề đóng (thí sinh không được mang tài liệu vào phòng thi), thời gian làm bài: 60 phút.

7.4. Các điểm quá trình và trọng số/hệ số tương ứng:

- Điểm chuyên cần: hệ số 0.1;
- Điểm trung bình của các bài kiểm tra quá trình: hệ số 0.3;
- Điểm thi kết thúc học phần: hệ số 0.6.

7.5. Điểm học phần: là điểm trung bình chung của các điểm nêu ở mục 7.4

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 29 tháng 4 năm 2016

DUYỆT

TRƯỞNG NGÀNH

TRƯỞNG BỘ MÔN

NGƯỜI BIÊN SOẠN

PGS.TS. Phạm Hoàng Quân

TS. Nguyễn Thị Thanh Bình

ThS. Nguyễn Thị Túy Lan

ThS. Lê Nguyễn Bình Minh

UBND THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN
TRƯỜNG ĐẠI HỌC SÀI GÒN NGÀNH: QUẢN TRỊ KINH DOANH

**HỌC PHẦN
KHỞI NGHIỆP**

1. Thông tin về học phần

- Tên học phần: Khởi nghiệp
- Mã học phần: 833305
- Số tín chỉ: 02
- Số tiết (lí thuyết, bài tập, thảo luận, thực hành/thí nghiệm/thực địa): 30 (30, 0, 0, 0)
- Trình độ đào tạo: Đại học
- Điều kiện để học học phần:
 - + Đòi hỏi học phần học trước: Quản trị nhân lực, Marketing căn bản, Quản trị dự án, Quản trị tài chính.
 - + Đòi hỏi học phần học song hành: không có
 - + Sĩ số sinh viên tối đa: 70

2. Bộ môn phụ trách giảng dạy: Bộ môn Quản trị & Kinh doanh quốc tế

3. Mô tả học phần

Học phần này nhằm giới thiệu các khái niệm về ngành nghề kinh doanh, xác định nhu cầu thị trường, hình thành ý tưởng kinh doanh, từ đó đánh giá, chọn lọc ý tưởng kinh doanh dựa trên các công cụ thang đo định lượng. Vận dụng kiến thức của các môn học Marketing, Quản trị dự án, Quản trị tài chính, Quản trị nguồn nhân lực, người học tiến hành xây dựng được một bản kế hoạch kinh doanh hoàn chỉnh.

Trên cơ sở của các lý thuyết về thị trường, phân tích phân khúc thị trường và thu thập thông tin thị trường, môn học cung cấp kiến thức lựa chọn mô hình tổ chức và quản trị doanh nghiệp phù hợp, cách thức thành lập một doanh nghiệp mới cũng như kết hợp các hoạt động về xây dựng văn hóa doanh nghiệp, nghệ thuật lãnh đạo nhằm vận hành tất cả quá trình kinh doanh đạt hiệu quả cao nhất. Ngoài ra môn học còn trình bày những cơ hội cũng như thách thức khi mở rộng quy mô kinh doanh cần phải đối phó với các tác động không những ở trong nước mà còn ở phạm vi toàn cầu. Những tình huống thực tiễn và việc vận dụng kiến thức quản trị doanh nghiệp để đưa ra giải pháp.

4. Mục tiêu học phần

4.1. Về kiến thức:

- Doanh nhân và đặc trưng ngành nghề kinh doanh trong nền kinh tế thị trường
- Hình thành và lựa chọn ý tưởng kinh doanh từ nhu cầu của thị trường
- Các phương pháp nghiên cứu thị trường và cụ thể hóa ý tưởng kinh doanh
- Các loại hình tổ chức quản lý doanh nghiệp
- Cách thức lập kế hoạch kinh doanh và triển khai thực hiện.

4.2. Về kỹ năng: Với kiến thức được trang bị, qua học phần này sinh viên sẽ có được những kỹ năng sau đây:

- Hình thành ý tưởng kinh doanh, đánh giá ý tưởng kinh doanh và lựa chọn ý tưởng khả thi
- Soạn thảo được một kế hoạch kinh doanh
- Vận dụng được các kiến thức liên quan để triển khai thực hiện trong bước đầu khởi nghiệp

4.3. Về thái độ:

- Giúp sinh viên nhận thức được tầm quan trọng của khởi nghiệp trong nền kinh tế thị trường.
- Tác động và thúc đẩy thái độ tích cực, tinh thần kinh doanh và lập nghiệp của sinh viên sau khi tốt nghiệp

5. Nội dung và kế hoạch dạy học học phần

Nội dung chi tiết của học phần	Số tiết	Hình thức tổ chức, phương pháp dạy - học và kiểm tra, đánh giá
Chương 1: Kinh doanh trong nền kinh tế thị trường	4	Thuyết giảng Thảo luận và các bài tập nhóm
1.1. Đặc trưng của nghề kinh doanh		
1.2. Những đặc trưng cơ bản của nền kinh tế thị trường		
1.3. Doanh nhân và đặc điểm lao động của doanh nhân		
1.4. Tổ chất của doanh nhân		
1.4.1. Khát vọng làm giàu		
1.4.2. Tư duy sáng tạo và hiệu quả		
1.4.3. Năng lực lãnh đạo và tạo dựng cộng sự/ekip		
Chương 2: Nhận thức và sự hình thành ý tưởng kinh doanh	4	
2.1. Ý tưởng kinh doanh và phát triển cạnh tranh khác biệt		
2.2. Cơ hội thị trường và sự lựa chọn		
2.3. Đánh giá bản thân và phát triển năng lực doanh nhân		
2.4. Doanh nhân và trách nhiệm xã hội		

Chương 3: Nghiên cứu thị trường và khả năng thực hiện	5	
3.1. Các vấn đề cơ bản về nghiên cứu thị trường		
3.2. Phân khúc thị trường và thị trường mục tiêu		
3.3. Điều kiện và khả năng hiện thực hóa ý tưởng kinh doanh		
3.4. Cụ thể hóa ý tưởng kinh doanh và thiết lập mục tiêu		
3.5. Dự báo khả năng phát triển		
Chương 4: Lựa chọn mô hình doanh nghiệp	6	
4.1. Các loại hình tổ chức quản lý doanh nghiệp		
4.1.1. Thành lập một doanh nghiệp mới		
4.1.2. Mua lại một doanh nghiệp		
4.1.3. Nhượng quyền thương mại		
4.2. Lựa chọn tên công ty/tên doanh nghiệp		
4.3. Đăng ký kinh doanh-Hồ sơ pháp lý		
4.4. Triển khai hoạt động kinh doanh		
Chương 5: Soạn thảo kế hoạch kinh doanh	7	
5.1. Những vấn đề cơ bản về kế hoạch kinh doanh		
5.2. Những nội dung cơ bản của kế hoạch kinh doanh (<i>Bố cục; Phân tích ngành, khách hàng, cạnh tranh; mô tả công ty và sản phẩm; kế hoạch nhân lực; kế hoạch marketing; kế hoạch tài chính; kế hoạch sản xuất/tác nghiệp; các rủi ro và ứng phó; nhóm sáng lập và điều hành</i>)		
5.3. Một số kỹ năng và lưu ý trong soạn thảo kế hoạch		
5.4. Thay đổi – yêu cầu của phát triển trong kinh doanh		
Chương 6: Triết lý kinh doanh và văn hóa doanh nghiệp	4	
6.1. Triết lý kinh doanh – nguyên tắc của phát triển		
6.1.1. Khái niệm và vai trò của triết lý kinh doanh		
6.1.2. Đặc điểm của triết lý kinh doanh		
6.1.3. Giải pháp phát huy triết lý kinh doanh trong doanh nghiệp		
6.2. Văn hóa doanh nghiệp		
6.2.1. Khái niệm và tác dụng của văn hóa doanh nghiệp		
6.2.2. Đặc trưng và những yếu tố cấu thành của văn hóa doanh nghiệp		
6.2.3. Các mối quan hệ trong văn hóa doanh nghiệp		
6.2.4. Xây dựng văn hóa doanh nghiệp		
6.3. Kinh doanh và vấn đề hội nhập kinh tế quốc tế		
6.4. Đàm phán trong kinh doanh		

Bài kiểm tra giữa kỳ

6. Tài liệu học tập

6.1. Tài liệu chính

27. PGS.TS. Nguyễn Ngọc Huyền (2014), *Giáo trình Khởi sự Kinh doanh*, NXB ĐH

KTQD. 6.2. Tài liệu khác

28. TS. Nguyễn Mạnh Quân (2005), *Lập nghiệp, quyển 1: Khởi sự Kinh doanh*, NXB Xây dựng Hà Nội.

3. TS. Đỗ Minh Cường (2008), *Dự án và kế hoạch kinh doanh - từ ý tưởng đến văn bản hoàn chỉnh*, NXB Tổng hợp TP.HCM.

7. Phương pháp đánh giá học phần

7.1. Thang điểm: thang điểm 10, làm tròn đến phần nguyên

7.2. Số bài kiểm tra quá trình: 01 bài

7.3. Hình thức thi kết thúc học phần: tự luận, đề đóng (thí sinh không được mang tài liệu vào phòng thi), thời gian làm bài: 60 phút.

7.4. Các điểm quá trình và trọng số/hệ số tương ứng

- Điểm chuyên cần: hệ số 0.1;

- Điểm trung bình các bài kiểm tra quá trình: hệ số 0.3;

- Điểm thi kết thúc học phần: hệ số 0.6.

7.5. Điểm học phần: là điểm trung bình chung của các điểm nêu ở mục 7.4

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 29 tháng 4 năm 2016

DUYỆT

TRƯỞNG NGÀNH

TRƯỞNG BỘ MÔN

NGƯỜI BIÊN SOẠN

PGS.TS. Phạm Hoàng Quân

TS. Nguyễn Thị Thanh Bình

ThS. Lê Mai Hải

TS. Nguyễn Minh Tâm

UBND THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH
TRƯỜNG ĐẠI HỌC SÀI GÒN

ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN
NGÀNH: QUẢN TRỊ KINH DOANH

**HỌC PHẦN
THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ**

1. Thông tin về học phần

- Tên học phần: Thương mại điện tử
- Mã học phần: 833306
- Số tín chỉ: 02
- Số tiết (lý thuyết, bài tập, thảo luận, thực hành/thí nghiệm/thực địa): 30 (30; 0; 0)
- Điều kiện để học học phần:
 - + Đòi hỏi học phần học trước: Marketing căn bản
 - + Đòi hỏi học phần học song hành: Không có
 - + Sĩ số sinh viên tối đa: 70

2. Bộ môn phụ trách giảng dạy: Bộ môn Marketing

3. Mô tả học phần

Thương mại điện tử đã có sự phát triển vượt bậc trên thị trường thế giới và trở thành đòn bẩy cho sự tăng trưởng thương mại và kinh tế ở nhiều quốc gia trong môi trường toàn cầu. Môn học này nhằm cung cấp cho sinh viên kiến thức căn bản về thương mại điện tử và các hình thức kinh doanh trên mạng internet. Sinh viên sẽ có những hiểu biết về các mô hình thương mại điện tử, hoạt động marketing và thanh toán trực tuyến. Từ đó, giúp sinh viên có thể đánh giá, tổ chức và tiến hành các hoạt động kinh doanh qua mạng internet.

4. Mục tiêu học phần

4.1. Về kiến thức

- Sinh viên có kiến thức căn bản về thương mại điện tử như khái niệm, đặc trưng, chức năng, lợi ích của thương mại điện tử.
- Hiểu được các cơ sở cần thiết để phát triển và các loại giao dịch trong thương mại điện tử.
- Biết cách tìm kiếm khách hàng và thực hiện marketing qua mạng internet.
- Biết cách thanh toán qua mạng.

4.2. Về kỹ năng

Sinh viên được củng cố các kỹ năng làm việc nhóm, kỹ năng thuyết trình, kỹ năng thực hành máy tính, internet.

4.3. Về thái độ

Sinh viên nhận thức được tầm quan trọng của môn học trong việc cung cấp các kiến thức về marketing, về việc áp dụng công nghệ trong hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.

5. Nội dung và kế hoạch dạy học học phần

Nội dung chi tiết của học phần	Số tiết	Hình thức tổ chức, phương pháp dạy - học và kiểm tra, đánh giá
Chương 1: Tổng quan về thương mại điện tử	3	Phương pháp dạy – học của môn học này, áp dụng chung cho các chương: - Các bài giảng trên lớp sẽ được triển khai theo lịch trình, theo đó giảng viên sẽ giải thích, hướng dẫn các vấn đề lý thuyết. Sinh viên cùng tham gia thảo luận, đặt câu hỏi và trình bày trước lớp để xem mình đã hiểu đầy đủ những khái niệm hay kỹ thuật, kỹ năng chưa. - Chia lớp thành các nhóm để thảo luận, làm tiểu luận.
1.1. Số hóa và nền “kinh tế số”		
1.2. Khái niệm thương mại điện tử		
1.3. Đặc trưng của thương mại điện tử		
1.4. Sự khác biệt của thương mại điện tử và thương mại truyền thống		
1.5. Các chức năng của thương mại điện tử		
1.6. Các mô hình thương mại điện tử		
1.7. Lợi ích và hạn chế của thương mại điện tử		
Chương 2: Cơ sở để phát triển thương mại điện tử	6	
2.1. Cơ sở hạ tầng kinh tế - xã hội		
2.1.1. Yêu cầu về cơ sở hạ tầng kinh tế - xã hội đối với thương mại điện tử		
2.1.2. Tạo lập môi trường kinh tế - xã hội cho thực hiện thương mại điện tử		
2.2. Cơ sở hạ tầng về công nghệ		
2.2.1. Cơ sở mạng của thương mại điện tử		
2.2.2. Cơ sở hạ tầng về an toàn và bảo mật		
2.3. Cơ sở hạ tầng pháp lý		
2.3.1. Một số vấn đề pháp lý liên quan đến thương mại điện tử		
2.3.2. Các văn bản pháp quy về giao dịch điện tử tại Việt Nam		

2.4. Cơ sở hạ tầng thanh toán		
Chương 3: Các hình thức trong giao dịch thương mại điện tử	9	
3.1. Giao dịch điện tử giữa doanh nghiệp và doanh nghiệp		
3.1.1. Khái niệm		
3.1.2. Các mô hình thương mại điện tử B2B		
3.2. Giao dịch điện tử giữa doanh nghiệp và người tiêu dùng		
3.2.1 Khái niệm		
3.2.2. Các mô hình thương mại điện tử B2C		
3.3. Sàn giao dịch thương mại điện tử		
3.3.1. Khái quát về sàn giao dịch thương mại điện tử		
3.3.2. Các hình thức giao dịch tại sàn giao dịch thương mại điện tử		
Chương 4: Marketing điện tử	6	
4.1. Khái niệm và mục tiêu của marketing điện tử		
4.2. Các phương thức marketing điện tử		
Chương 5: Thanh toán điện tử	6	
5.1 Các phương tiện thanh toán trong thương mại truyền thống và thương mại điện tử		
5.2. Các giao dịch thanh toán điện tử		
5.3. Giao dịch EDI tài chính		
5.4. Các hệ thống thanh toán điện tử cơ bản		

6. Tài liệu học tập

6.1. Tài liệu chính

1. Trần Văn Hòe (chủ biên) (2015), *Giáo trình thương mại điện tử căn bản*, Trường đại học Kinh tế Quốc dân.

6.2. Tài liệu khác

2. Schneider (2003), *Electronic Ecommerce*, Thomson Learning: Singapore, G.P.
3. Bùi Văn Danh (2011), *Thương mại điện tử*, NXB Phương Đông.

4. Nguyễn Văn Sơn, Nguyễn Đức Trí và Ngô Thị Ngọc Huyền (2007), *Hỏi và Đáp về Thương mại điện tử*.
5. Kipp Bodnar, Jeffrey L. Cohen (2013), *Cẩm nang truyền thông xã hội B2B*, NXB Tổng hợp thành phố Hồ Chí Minh.

7. Phương pháp đánh giá học phần

- 7.1. Thang điểm: thang điểm 10, làm tròn đến phần nguyên
- 7.2. Số bài kiểm tra quá trình: 1 lần kiểm tra giữa kỳ
- 7.3. Hình thức thi kết thúc học phần: Tự luận, đề đóng (thí sinh không được mang tài liệu vào phòng thi), thời gian làm bài: 60 phút.
- 7.4. Các điểm quá trình và trọng số/hệ số tương ứng:
- Điểm chuyên cần: hệ số 0.1;
 - Điểm trung bình của các bài kiểm tra quá trình: hệ số 0.3;
 - Điểm thi kết thúc học phần: hệ số 0.6.
- 7.5. Điểm học phần: là điểm trung bình chung của các điểm nêu ở mục 7.4.

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 29 tháng 4 năm 2016

DUYỆT

TRƯỞNG NGÀNH

TRƯỞNG BỘ MÔN

NGƯỜI BIÊN SOẠN

PGS.TS. Phạm Hoàng Quân

TS. Nguyễn Thị Thanh Bình

ThS. Nguyễn Thị Túy Lan

ThS. Nguyễn Phan Thu Hằng

**HỌC PHẦN
 MARKETING QUỐC TẾ**

1. Thông tin về học phần

- Tên học phần: Marketing quốc tế
- Mã học phần:
- Số tín chỉ: 02
- Số tiết (lí thuyết, bài tập, thảo luận, thực hành/thí nghiệm/thực địa): 30 (30;0;0;0)
- Trình độ đào tạo: Đại học
- Điều kiện để học học phần:
 - + Đòi hỏi học phần trước: Marketing căn bản
 - + Đòi hỏi môn song hành: Không có
 - + Sĩ số sinh viên tối đa: 70

2. Bộ môn phụ trách giảng dạy: Bộ môn Marketing

3. Mô tả học phần:

Học phần trình bày các vấn đề cơ bản về marketing quốc tế như khái niệm, so sánh marketing quốc tế và marketing nội địa; Nghiên cứu các chiến lược xâm nhập thị trường thế giới, các chiến lược marketing mix quốc tế của doanh nghiệp.

4. Mục tiêu học phần:

- 4.1. Về kiến thức:
- Có kiến thức chuyên sâu về kinh doanh và tiếp thị quốc tế.
 - Vận dụng các chiến lược quốc tế để tìm kiếm, thâm nhập và phát triển thị trường xuất khẩu.
 - Xây dựng chương trình marketing hỗn hợp như xây dựng chính sách sản phẩm quốc tế, định giá sản phẩm quốc tế, thiết kế kênh phân phối sản phẩm quốc tế và kỹ thuật xúc tiến hoạt động marketing quốc tế phục vụ cho việc tổ chức xuất khẩu hàng hoá đạt hiệu quả cao.
- 4.2. Về kỹ năng: Giúp người học nâng cao và hoàn thiện kỹ năng làm việc nhóm, kỹ năng thuyết trình, kỹ năng phản biện, kỹ năng giao tiếp và kỹ năng lập kế hoạch.
- 4.3. Về thái độ:

- Ý thức được trách nhiệm, vai trò và đạo đức của người làm công tác marketing quốc tế.

- Chủ động xây dựng chính marketing mix quốc tế.

- Nhạy bén với sự thay đổi và thích ứng với những cơ hội thị trường.

5. Nội dung và kế hoạch dạy học học phần

Nội dung chi tiết HP/MH	Số tiết	Hình thức tổ chức/ Phương pháp dạy - học và kiểm tra, đánh giá
Chương 1: Khái quát về marketing quốc tế	3	Thuyết giảng và thảo luận
1.1. Bản chất của marketing quốc tế		
1.1.1. Khái quát về marketing quốc tế		
1.1.2. So sánh marketing quốc tế và marketing nội địa		
1.1.3. Các dạng marketing quốc tế		
1.1.4. Mục đích các doanh nghiệp tham gia thị trường thế giới		
1.2. Quá trình marketing quốc tế		
1.2.1. Quá trình marketing quốc tế		
1.2.2. Những điểm cần nhớ đối với hoạt động marketing quốc tế		
Chương 2 : Phương thức thâm nhập thị trường thế giới	6	Thuyết giảng và thảo luận
2.1. Những nhân tố ảnh hưởng đến lựa chọn phương thức thâm nhập thị trường thế giới		
2.2. Những chiến lược thâm nhập thị trường thế giới.		
2.2.1. Chiến lược thâm nhập thị trường thế giới từ sản xuất trong nước		
2.2.2. Chiến lược thâm nhập thị trường thế giới từ sản xuất ở nước ngoài		
2.2.3. Chiến lược thâm nhập thị trường thế giới tại vùng thương mại tự do		
2.2.4. Phân tích ưu, nhược điểm từng chiến lược		
2.2.5. Quy tắc lựa chọn chiến lược thâm nhập thị trường		

2.3. Những chiến lược mở rộng thị trường và phát triển quốc tế		
2.3.1 Các dạng chiến lược mở rộng thị trường theo các nước và đoạn thị trường		
2.3.2 Mở rộng thị trường theo hướng phát triển vị thế		
2.3.3 Chiến lược mở rộng thị trường gắn liền với quá trình quốc tế hóa của hãng		
Chương 3: Chiến lược sản phẩm quốc tế	6	Thuyết giảng và luận
3.1. Khái quát về sản phẩm quốc tế		
3.1.1. Khái niệm		
3.1.2. Phân loại sản phẩm		
3.1.3. Đặc điểm của sản phẩm trên thị trường quốc tế		
3.1.4. Tầm quan trọng của các quyết định sản phẩm trong marketing quốc tế		
3.2. Chu kỳ sống của sản phẩm		
3.2.1. Khái niệm		
3.2.2. Chu kỳ sống sản phẩm quốc gia		
3.2.3. Chu kỳ sống sản phẩm quốc tế		
3.3. Chiến lược sản phẩm		
3.3.1. Kế hoạch và phát triển sản phẩm		
3.3.2. Tiêu chuẩn hóa và thích nghi hóa sản phẩm		
3.3.3. Bao bì sản phẩm quốc tế		
3.3.4. Nhãn hiệu sản phẩm quốc tế		
3.3.5. Định vị sản phẩm quốc tế		
Chương 4: Chiến lược giá sản phẩm quốc tế	5	Thuyết giảng và bài tập
4.1. Khái quát về giá quốc tế		
4.1.1. Khái niệm		
4.1.2. Tầm quan trọng của chiến lược giá		
4.1.3. Những lỗi thông thường trong định giá		
4.2. Các yếu tố cơ bản tác động đến giá quốc tế		
4.2.1. Những yếu tố bên trong		

4.2.2. Những yếu tố bên ngoài		
4.3. Các chiến lược giá quốc tế		
4.3.1. Định giá hớt váng		
4.3.2. Định giá xâm nhập		
4.3.3. Định giá theo giá hiện hành		
4.3.4. Định giá hủy diệt		
4.3.5. Định giá dựa vào chi phí biên tế		
4.3.2. Các chiến lược định giá khác		
4.4. Các bước thiết lập chiến lược giá quốc tế		
4.5. Quan hệ giữa giá xuất khẩu và giá hàng bán nội địa		
4.5.1. Giá xuất khẩu cao hơn giá nội địa		
4.5.2. Giá xuất khẩu bằng giá nội địa		
4.5.3. Giá xuất khẩu thấp hơn giá nội địa		
4.5.4. Giá khác biệt		
Chương 5: Chiến lược phân phối sản phẩm quốc tế	4	Thuyết giảng và thảo luận
5.1. Tổng quan về phân phối và hệ thống phân phối		
5.1.1. Khái niệm		
5.1.2. Đặc điểm hệ thống phân phối quốc tế		
5.1.3. Mục đích và chức năng hệ thống phân phối quốc tế		
5.1.4. Kênh phân phối quốc tế		
5.2. Chiến lược phân phối quốc tế		
5.2.1. Chiến lược phân phối độc quyền		
5.2.2. Chiến lược phân phối lựa chọn		
5.2.3. Chiến lược phân phối mạnh		
5.3. Quản trị hệ thống phân phối quốc tế		
5.3.1. Động viên khuyến khích các thành viên		
5.3.2. Kiểm soát các thành viên trong kênh		
5.4. Thâm nhập vào kênh phân phối ở nước ngoài		
5.4.1. Kênh khó thâm nhập		
5.4.2. Piggybacking		
5.4.3. Liên doanh		

5.4.4. Nhà sản xuất trang thiết bị		
5.4.5. Mua lại cơ sở		
5.4.6. Khởi sự doanh nghiệp mới		
5.5. Phân phối vật chất của sản phẩm quốc tế		
Chương 6: Chiến lược xúc tiến quốc tế	6	Thuyết giảng và thảo luận
6.1. Các nhân tố ảnh hưởng đến chiến lược xúc tiến quốc tế		
6.2. Những rào cản trong xúc tiến thương mại quốc tế		
6.2.1. Khái niệm xúc tiến		
6.2.2. Những rào cản trong xúc tiến thương mại quốc tế		
6.3. Những quyết định xúc tiến quốc tế		
6.3.1. Hỗn hợp xúc tiến		
6.3.2. Một số yếu tố ảnh hưởng đến hỗn hợp xúc tiến		
6.3.3. Những lý do truyền thông không hiệu quả		
6.4. Các hoạt động xúc tiến marketing quốc tế		
6.4.1 Quảng cáo		
6.4.2. Quan hệ công chúng		
6.4.3. Khuyến mại		
6.4.4. Bán hàng cá nhân		
6.4.5. Xúc tiến bán hàng		
6.4.6. Marketing trực tiếp		
6.5. Chiến lược và chương trình xúc tiến quốc tế		
6.5.1 Đánh giá về các hoạt động xúc tiến quốc tế		
6.5.2. Hoạch định chương trình xúc tiến quốc tế		

6. Tài liệu học tập

6.1. Tài liệu chính

1. Nguyễn Đông Phong (2007), *Marketing quốc tế*, NXB Lao động.
2. PSG.TS Nguyễn Trung văn (2008), *Giáo trình marketing quốc tế*, NXB Lao động - Xã hội.

6.2. Tài liệu khác

3. Philip R. Cateora, John L. Graham (2005), *Intenational Marketing*, NXB McGraw - Hill Irwin.

7. Phương pháp đánh giá học phần

- 7.1. Thang điểm: thang điểm 10, làm tròn đến phần nguyên
 7.2. Số bài kiểm tra quá trình: 1 lần kiểm tra giữa kỳ
 7.3. Hình thức thi kết thúc học phần: Tự luận, đề đóng (thí sinh không được mang tài liệu vào phòng thi), thời gian làm bài 60 phút.
 7.4. Các điểm quá trình và trọng số/ hệ số tương ứng:
 - Điểm chuyên cần: hệ số 0.1;
 - Điểm trung bình của các bài kiểm tra quá trình: hệ số 0.3;
 - Điểm thi kết thúc học phần: hệ số 0.6
 7.5. Điểm học phần: là điểm trung bình chung của các điểm nêu ở mục 7.4

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 29 tháng 4 năm 2016

DUYỆT**TRƯỞNG NGÀNH****TRƯỞNG BỘ MÔN****NGƯỜI BIÊN SOẠN****PGS.TS. Phạm Hoàng Quân****TS. Nguyễn Thị Thanh Bình****ThS. Nguyễn Thị Túy Lan****ThS. Nguyễn Thị Túy Lan**

HỌC PHẦN QUẢN TRỊ BÁN HÀNG

1. Thông tin về học phần

- Tên học phần: Quản trị bán hàng
- Mã học phần: 833081
- Số tín chỉ: 02
- Số tiết (lý thuyết, bài tập, thảo luận, thực hành/thí nghiệm/thực địa): 30 (30; 0; 0; 0)
- Trình độ đào tạo: Đại học
- Điều kiện để học học phần:
 - + Đòi hỏi học phần học trước: Quản trị học, Quản trị marketing
 - + Đòi hỏi học phần học song hành: Không có
 - + Sĩ số sinh viên tối đa: 70

2. Bộ môn phụ trách giảng dạy: Bộ môn Marketing

3. Mô tả học phần

Học phần cung cấp những kiến thức cơ bản về bán hàng và quản trị bán hàng, giúp người học hiểu rõ về công việc quản trị bán hàng, những kỹ năng cần thiết đối với giám đốc bán hàng như lãnh đạo, phân tích, dự báo bán hàng, lập hạn ngạch, tổ chức đội ngũ bán hàng, quản lý và làm tăng năng suất của lực lượng bán hàng và quản trị lực lượng bán hàng. Cùng với việc trang bị cho người học các kỹ năng bán hàng cá nhân cần thiết, học phần này sẽ giúp người học có thể thực hành và ứng dụng trong việc tạo dựng, duy trì và phát triển mối quan hệ lâu dài giữa doanh nghiệp và khách hàng.

4. Mục tiêu học phần

4.1. Về kiến thức

- Hiểu được các lý thuyết cơ bản về bán hàng và quản trị bán hàng.
- Hiểu được những kỹ năng cần thiết đối với giám đốc bán hàng như lãnh đạo, phân tích, dự báo bán hàng, lập hạn ngạch, tổ chức đội ngũ bán hàng, quản lý và làm tăng năng suất của lực lượng bán hàng và quản trị lực lượng bán hàng.
- Vận dụng được các kỹ năng bán hàng cá nhân.

4.2. Về kỹ năng

Nâng cao kỹ năng giao tiếp, kỹ năng đàm phán, kỹ năng làm việc nhóm, kỹ năng lãnh đạo, kỹ năng quản lý thời gian; kỹ năng thuyết trình.

4.3. Về thái độ

- Hiểu rõ và tôn trọng những nguyên tắc, đạo đức nghề bán hàng.
- Nhận thức được tầm quan trọng của bán hàng và quản trị bán hàng trong hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.
- Nhạy bén với sự thay đổi và thích ứng với cơ hội của thị trường.

5. Nội dung và kế hoạch dạy học học phần

Nội dung chi tiết của học phần	Số tiết	Hình thức tổ chức, phương pháp dạy - học và kiểm tra, đánh giá
Chương 1: Tổng quan bán hàng và quản trị bán hàng	2	Thuyết giảng và thảo luận
1.8. Tổng quan về bán hàng và nghề bán hàng		
1.8.1. Bán hàng và quá trình phát triển của nghề bán hàng		
1.8.2. Bản chất và vai trò của nghề bán hàng		
1.8.3. Đặc điểm của bán hàng hiện đại		
1.8.4. Mối quan hệ giữa bán hàng và marketing		
1.8.5. Các hình thức người bán hàng chủ yếu		
1.9. Tổng quan về quản trị bán hàng		
1.9.1. Khái niệm quản trị bán hàng		
1.9.2. Vai trò của quản trị bán hàng		
1.9.3. Nội dung cơ bản của quản trị bán hàng		
Chương 2: Lập kế hoạch bán hàng	3	Thuyết giảng và thảo luận
2.4. Bản chất và vai trò của lập kế hoạch bán hàng		
2.5. Quy trình lập kế hoạch bán hàng		
2.5.1. Xác định sứ mệnh và mục tiêu của tổ chức		
2.5.2. Phân tích môi trường		
2.5.3. Thiết lập mục tiêu bán hàng		
2.5.4. Đề xuất chiến lược bán hàng		
2.5.5. Triển khai, giám sát chiến lược bán hàng		
Chương 3: Dự báo doanh số, đề ra hạn ngạch và xây dựng ngân sách bán hàng	4	Thuyết giảng và thảo luận

3.1. Dự báo doanh số		
3.1.1. Mục đích và vai trò của việc dự báo doanh số		
3.1.2. Các phương pháp dự báo		
3.2. Đề ra hạn ngạch		
3.2.1. Khái niệm hạn ngạch		
3.2.2. Phân loại hạn ngạch		
3.2.3. Mục đích của việc đề ra hạn ngạch		
3.2.4. Cách thức tạo chương trình hạn ngạch tốt		
3.3. Xây dựng ngân sách bán hàng		
3.3.1. Khái niệm và vai trò của ngân sách bán hàng		
3.3.2. Các phương pháp xây dựng ngân sách bán hàng		
3.3.3. Quy trình xây dựng ngân sách bán hàng		
Chương 4: Tổ chức lực lượng bán hàng	4	
4.4. Thiết kế lực lượng bán hàng		
4.5. Một số dạng cơ cấu tổ chức lực lượng bán hàng cơ bản		
4.5.1. Tổ chức lực lượng bán hàng theo khu vực địa lý		Thuyết giảng và thảo luận
4.5.2. Tổ chức lực lượng bán hàng theo sản phẩm		
4.5.3. Tổ chức lực lượng bán hàng theo khách hàng		
4.5.4. Tổ chức lực lượng bán hàng hỗn hợp		
4.6. Căn cứ và yêu cầu khi chọn cơ cấu tổ chức lực lượng bán hàng		
Chương 5: Tuyển dụng, đào tạo và tạo động lực cho lực lượng bán hàng	5	
5.4. Tuyển dụng và đào tạo lực lượng bán hàng của doanh nghiệp		
5.4.1. Tuyển dụng lực lượng bán hàng		Thuyết giảng và thảo luận
5.4.2. Đào tạo và phát triển lực lượng bán hàng		
5.5. Tạo động lực cho lực lượng bán hàng		
5.5.1. Khái niệm và vai trò của việc tạo động lực cho lực lượng bán hàng		
5.5.2. Quy trình tạo động lực cho lực lượng bán hàng		
5.5.3. Phương pháp tạo động lực cho lực lượng bán hàng		

Chương 6: Kiểm soát hoạt động bán hàng	4	Thuyết giảng và thảo luận
6.3. Nội dung cơ bản của kiểm soát hoạt động bán hàng		
6.3.1. Xây dựng hệ thống tiêu chuẩn kiểm soát		
6.3.2. Đo lường kết quả hoạt động		
6.3.3. Đánh giá kết quả hoạt động bán hàng và triển khai các hoạt động điều chỉnh		
6.4. Đánh giá mức độ hoàn thành công việc của lực lượng bán hàng		
6.4.1. Xây dựng các tiêu chuẩn đánh giá		
6.4.2. Tổ chức đánh giá mức độ hoàn thành công việc của lực lượng bán hàng		
6.4.3. Một số sai lầm cần tránh khi đánh giá lực lượng bán hàng		
Chương 7: Kỹ năng bán hàng cá nhân	8	Thuyết giảng và thảo luận
7.1. Các kênh bán hàng chủ yếu		
7.1.1. Bán hàng tại quầy		
7.1.2. Bán hàng trực tuyến		
7.1.3. Bán hàng tại địa chỉ của khách hàng		
7.1.4. Bán hàng qua điện thoại		
7.1.5. Bán hàng tại chỗ		
7.2. Xu hướng bán hàng cá nhân		
7.3. Quy trình bán hàng cá nhân		
7.3.1. Thăm dò khách hàng (Prospecting)		
7.3.2. Đánh giá khách hàng (Qualifying)		
7.3.3. Tiếp cận (Approach)		
7.3.4. Thuyết trình bán hàng (Presentation)		
7.3.5. Thuyết minh sản phẩm (Demonstration)		
7.3.6. Xử lý từ chối của khách hàng (Objection)		
7.3.7. Kết thúc (Closing)		
7.3.8. Chăm sóc sau bán hàng (Follow-up)		

6. Tài liệu học tập

6.1. Tài liệu chính

29. Lưu Đan Thọ và Nguyễn Vũ Quân (2016), *Quản trị bán hàng hiện đại*, NXB. Tài chính.
30. James M. Comer (2008), *Quản trị bán hàng*, NXB Hồng Đức, TPHCM.

6.2. Tài liệu khác

31. William L. Cron & Thomas E. Decarlo (2010), *Sales management – Concepts and Cases*, John Wiley & Sons, Asia.
32. BA. Trần Đình Hải (2005), *Bán hàng và quản trị bán hàng*, NXB Thống kê.
33. Zig Ziglar (2008), *Nghệ thuật bán hàng bậc cao (Secrets of Closing the Sale)*, NXB Trẻ.
34. David Jobber & Geoff Lancaster (2009), *Selling and Sales Management*, Prentice Hall.

7. Phương pháp đánh giá học phần

7.1. Thang điểm: thang điểm 10, làm tròn đến phần nguyên

7.2. Số bài kiểm tra quá trình: 1 bài kiểm tra giữa kỳ

7.3. Hình thức thi kết thúc học phần: tự luận (thí sinh không được mang tài liệu vào phòng thi), thời gian làm bài: 60 phút.

7.4. Các điểm quá trình và trọng số/hệ số tương ứng:

- Điểm chuyên cần: hệ số 0.1;
- Điểm trung bình của các bài kiểm tra quá trình: hệ số 0.3;
- Điểm thi kết thúc học phần: hệ số 0.6.

7.5. Điểm học phần: là điểm trung bình chung của các điểm nêu ở mục 7.4

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 29 tháng 4 năm 2016

DUYỆT

TRƯỞNG NGÀNH

TRƯỞNG BỘ MÔN

NGƯỜI BIÊN SOẠN

PGS.TS. Phạm Hoàng Quân

TS. Nguyễn Thị Thanh Bình

ThS. Nguyễn Thị Túy Lan

ThS. Đinh Thị Kiều Chinh

**HỌC PHẦN
 NGHIÊN CỨU MARKETING**

1. Thông tin về học phần

- Tên học phần: Nghiên cứu Marketing
- Mã học phần: 833307
- Số tín chỉ: 03
- Số tiết (lí thuyết, bài tập, thảo luận, thực hành/thí nghiệm/thực địa): 45 (45; 0; 0; 0)
- Trình độ đào tạo: Đại học
- Điều kiện để học học phần:
- + Đòi hỏi học phần học trước: Marketing căn bản, Kinh tế lượng
- + Đòi hỏi học phần học song hành: Không có
- + Sĩ số sinh viên tối đa: 70

2. Bộ môn phụ trách giảng dạy: Bộ môn Marketing

3. Mô tả học phần

Môn học trang bị cho sinh viên những kiến thức, kỹ năng về phương pháp thiết kế và triển khai một dự án nghiên cứu tiếp thị: thu thập, xử lý, phân tích và diễn giải ý nghĩa các dữ liệu. Từ đó, cung cấp các thông tin cần thiết hỗ trợ việc ra các quyết định liên quan đến các vấn đề tiếp thị.

4. Mục tiêu học phần

4.1. Về kiến thức

- Trình bày được khái niệm cốt lõi, ý nghĩa, vai trò và các lĩnh vực ứng dụng của nghiên cứu tiếp thị.
- Mô tả kế hoạch nghiên cứu và phân biệt các loại thiết kế nghiên cứu.
- Trình bày các phương pháp thu thập, xử lý và phân tích dữ liệu đã thu thập được.

4.2. Về kỹ năng

Học phần này giúp học viên nâng cao kỹ năng giao tiếp, đàm phán và thuyết phục, làm việc nhóm, tổ chức sắp xếp thời gian, lập kế hoạch nghiên cứu và đề cương nghiên cứu; sử dụng phần mềm SPSS vào việc phân tích và xử lý dữ liệu đã thu thập; trình bày kết quả nghiên cứu để báo cáo cho các nhà quản trị.

4.3. Về thái độ

- Thái độ tích cực trong việc khám phá và tìm tòi các quy luật vận động trong thị trường.
- Có thái độ tích cực với việc nghiên cứu thị trường, tìm hiểu và nghiên cứu các vấn đề liên quan đến thị trường và kinh doanh.
- Thái độ trung thực và minh bạch trong nghiên cứu.

5. Nội dung và kế hoạch dạy học học phần

Nội dung chi tiết của học phần	Số tiết	Hình thức tổ chức, phương pháp dạy - học và kiểm tra, đánh giá
Chương 1: Tổng quan về nghiên cứu Marketing	5	Thuyết giảng và thảo luận
1.1. Khái niệm và vai trò của nghiên cứu Marketing		
1.2. Ứng dụng của nghiên cứu Marketing		
1.3. Quy trình nghiên cứu Marketing		
Chương 2: Thiết kế và lập kế hoạch nghiên cứu	5	Thuyết giảng và thảo luận Các nhóm về chọn đề tài làm nghiên cứu, và trình bày kế hoạch nghiên cứu vào buổi sau
2.1. Thiết kế nghiên cứu		
2.1.1. Thiết kế nghiên cứu khám phá		
2.1.2. Thiết kế nghiên cứu mô tả		
2.1.3. Thiết kế nghiên cứu nhân quả		
2.2. Lập kế hoạch nghiên cứu		
2.2.1. Khái niệm và ý nghĩa của kế hoạch nghiên cứu		
2.2.2. Nội dung của bảng kế hoạch nghiên cứu		
Chương 3: Chọn mẫu nghiên cứu	5	Thuyết giảng và thảo luận
3.1. Lý do phải chọn mẫu		
3.2. Quy trình chọn mẫu		
3.3. Các phương pháp chọn mẫu		
Chương 4: Thu thập dữ liệu	10	Thuyết giảng và thảo luận Mỗi nhóm tự sưu tầm bảng câu hỏi và trình bày
4.1. Thu thập dữ liệu thứ cấp		
4.2. Thu thập dữ liệu sơ cấp		
4.2.1. Thu thập dữ liệu định tính		
4.2.2. Thu thập dữ liệu định lượng		
4.3. Thiết kế bảng câu hỏi		
4.3.1. Cấu trúc bảng câu hỏi		

4.3.2. Quy trình thiết kế bảng câu hỏi		
4.3.3. Các thang đo trong nghiên cứu marketing		
Chương 5: Xử lý và phân tích dữ liệu	10	Thuyết giảng và thảo luận Thực hành trên máy và phân tích
5.1. Chuẩn bị và kiểm tra dữ liệu		
5.2. Nguyên tắc mã hóa và nhập liệu		
5.3. Làm sạch dữ liệu		
5.4. Phân tích đơn biến		
5.5. Phân tích nhị biến		
Chương 6: Báo cáo và trình bày kết quả nghiên cứu	10	Thuyết giảng và thảo luận Các nhóm lên trình bày đề tài
6.1. Vai trò và chức năng của báo cáo		
6.2. Nội dung và hình thức trình bày một bản báo cáo		
6.3. Các nguyên tắc khi viết báo cáo		
6.4. Trình bày kết quả		

6. Tài liệu học tập

6.1. Tài liệu chính

35. Nguyễn Đình Thọ, Nguyễn Thị Mai Trang (2011), *Nghiên cứu thị trường*, NXB Lao Động, Đại học Kinh tế TP.HCM.

6.2. Tài liệu khác

36. Carl McDaniel & Roger Gates (2010), *Marketing Research with SPSS*, Wiley & Sons, Asia.

37. Joseph F. Hair, Mary Wolfinbarger, Robert P. Bush & David J. Ortinau (2010), *Essentials of Marketing Research*, 2ed., McGraw - Hill, New York.

38. Hoàng Trọng & Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008), *Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS (1&2)*, NXB Hồng Đức, Đại học Kinh tế TP.HCM.

39. Nguyễn Đình Thọ (2011), *Phương pháp nghiên cứu khoa học trong kinh doanh: Thiết kế và thực hiện*, NXB Lao động-Xã hội, TP.HCM.

40. Nguyễn Minh Hà (2014), *Nghiên cứu quyết định mua và sự lựa chọn của khách hàng*, NXB Kinh tế Tp.HCM

41. Trần Xuân Kiên & Nguyễn Văn Thi (2009), *Nghiên cứu tiếp thị*, NXB Lao động-Xã hội

7. Phương pháp đánh giá học phần

7.1. Thang điểm: thang điểm 10, làm tròn đến phần nguyên

7.2. Số bài kiểm tra quá trình: 2 lần

7.3. Hình thức thi kết thúc học phần: tự luận, đề đóng (thí sinh không được mang tài liệu vào phòng thi), thời gian làm bài: 60 phút.

7.4. Các điểm quá trình và trọng số/hệ số tương ứng:

- Điểm chuyên cần: hệ số 0.1;
- Điểm trung bình của các bài kiểm tra quá trình: hệ số 0.4;
- Điểm thi kết thúc học phần: hệ số 0.5.

7.5. Điểm học phần: là điểm trung bình chung của các điểm nêu ở mục 7.4

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 29 tháng 4 năm 2016

DUYỆT

TRƯỞNG NGÀNH

TRƯỞNG BỘ MÔN

NGƯỜI BIÊN SOẠN

PGS.TS. Phạm Hoàng Quân

TS. Nguyễn Thị Thanh Bình

ThS. Nguyễn Thị Túy Lan

ThS. Lê Nguyễn Bình Minh

HỌC PHẦN QUAN HỆ CÔNG CHÚNG

1. Thông tin về học phần

- Tên học phần: Quan hệ công chúng
- Mã học phần:
- Số tín chỉ: 02
- Số tiết (lí thuyết, bài tập, thảo luận, thực hành/thí nghiệm/thực địa): 30 (30; 0; 0)
- Trình độ đào tạo: Đại học
- Điều kiện để học học phần:
 - + Đòi hỏi học phần học trước: Marketing căn bản
 - + Đòi hỏi học phần học song hành: Không có
 - + Sĩ số sinh viên tối đa: 70

2. Bộ môn phụ trách giảng dạy: Bộ môn Marketing

3. Mô tả học phần

Môn học cung cấp những kiến thức cơ bản về quan hệ công chúng (PR), giúp người học hiểu chính xác về các khái niệm cũng như vai trò của quan hệ công chúng đối với tổ chức. Bên cạnh đó, môn học còn trang bị các lý luận, quy trình, công cụ và kỹ năng PR cần thiết để người học có thể thực hành và ứng dụng trong việc tạo dựng và duy trì mối quan hệ tích cực giữa doanh nghiệp và các đối tượng công chúng của mình. Trong quá trình học, sinh viên sẽ tham gia vào các buổi trao đổi và thảo luận tình huống để dần làm quen và biết cách vận hành của các hoạt động quan hệ công chúng trong thực tế.

4. Mục tiêu học phần

- 4.1. Về kiến thức:
- Hiểu biết đúng đắn về ý nghĩa và vai trò của quan hệ công chúng.
 - Phân biệt được sự khác nhau giữa quan hệ công chúng với marketing, quảng cáo.
 - Thiết lập và duy trì mối quan hệ với các đối tượng công chúng có liên quan.
 - Soạn thảo được thông cáo báo chí.

- Phân tích, lập kế hoạch, triển khai và đánh giá các chương trình PR như sự kiện, họp báo.

- Hiểu rõ tầm quan trọng và biết cách thực hành xử lý khủng hoảng trong doanh nghiệp.

4.2. Về kỹ năng:

Giúp sinh viên nâng cao và hoàn thiện các kỹ năng: Kỹ năng thuyết trình; kỹ năng làm việc nhóm; kỹ năng xây dựng hình ảnh trước công chúng; kỹ năng giao tiếp với các nhóm công chúng như: báo chí, truyền thông, chính quyền và nội bộ doanh nghiệp; kỹ năng lập kế hoạch và tổ chức thực hiện các hoạt động PR như: tổ chức sự kiện, họp báo, xử lý khủng hoảng.

4.3. Về thái độ:

- Hiểu rõ và tôn trọng những nguyên tắc, đạo đức nghề nghiệp PR.

- Nhận thức được tầm quan trọng của quan hệ công chúng trong công tác truyền thông của doanh nghiệp.

- Có tinh thần hợp tác, tích cực và chủ động tham gia lớp học: nghe giảng, thảo luận nhóm, giải quyết tình huống, trình bày – phản biện.

5. Nội dung và kế hoạch dạy học học phần

Nội dung chi tiết của học phần	Số tiết	Hình thức tổ chức, phương pháp dạy - học và kiểm tra, đánh giá
Chương 1: Khái quát chung về quan hệ công chúng	3	Thuyết giảng và thảo luận
1.1. Các khái niệm của quan hệ công chúng		
1.1.1. Quan hệ công chúng (PR)		
1.1.2. Công chúng		
1.1.3. Các hoạt động quan hệ công chúng		
1.2. Vai trò của quan hệ công chúng		
1.3. Phân biệt quan hệ công chúng với các hoạt động khác		
1.3.1. PR và quảng cáo		
1.3.2. PR và marketing		
1.4. Kỹ năng và tố chất của người làm PR		
1.5. Đạo đức nghề nghiệp PR		
1.5.1. Khái niệm		
1.5.2. Các nguyên tắc đạo đức nghề nghiệp PR		
Chương 2: Truyền thông và xác định thông điệp truyền thông	3	

2.1. Khái niệm truyền thông		thảo luận
2.2. Mô hình truyền thông		
2.3. Xác định thông điệp truyền thông		
2.4. Các phương tiện truyền thông		
Chương 3: PR nội bộ	3	Thuyết giảng và thảo luận
3.1. Khái niệm và vai trò của PR nội bộ		
3.1.1. Khái niệm		
3.1.2. Vai trò		
3.2. Các yêu cầu để hoạt động PR nội bộ hiệu quả		
3.3. Các công cụ PR nội bộ		
Chương 4: PR và báo chí	4	Thuyết giảng và thảo luận
4.1. Khái niệm và vai trò của báo chí		
4.1.1. Khái niệm		
4.1.2. Vai trò		
4.2. Các loại hình báo chí		
4.3. Thiết lập mối quan hệ và làm việc với giới truyền thông		
4.3.1. Thiết lập mối quan hệ với giới truyền thông		
4.3.2. Làm việc với giới truyền thông		
4.4. Các hoạt động quan hệ báo chí		
Chương 5: Thông cáo báo chí	4	Thuyết giảng và thảo luận
5.1 Khái niệm và vai trò của thông cáo báo chí		
5.1.1. Khái niệm		
5.1.2. Vai trò		
5.2. Những yêu cầu của thông cáo báo chí		
5.3. Những yêu cầu đối với người viết thông cáo báo chí		
5.4. Các đề tài của thông cáo báo chí		
5.5. Bố cục của thông cáo báo chí		
5.6. Công thức 5W1H và mô hình tháp ngược		
5.6.1. Công thức 5W1H		
5.6.2. Mô hình tháp ngược		
5.7. Cách trình bày thông cáo báo chí		
Chương 6: Tổ chức sự kiện, họp báo	8	Thuyết giảng và thảo luận
6.1. Khái niệm và mục đích của sự kiện, họp báo		
6.1.1. Khái niệm		
6.1.2. Mục đích		
6.2. Phân loại sự kiện kinh doanh		
6.3. Quy trình tổ chức sự kiện, họp báo		
6.3.1. Thu thập thông tin, yêu cầu về sự kiện		
6.3.2. Hình thành ý tưởng cho sự kiện		

6.3.3. Lên kế hoạch và dự trù kinh phí		
6.3.4. Trình bày kế hoạch		
6.3.5. Tổ chức thực hiện kế hoạch		
6.3.6. Đánh giá tổng kết		
Chương 7: Xử lý khủng hoảng	5	Thuyết giảng và thảo luận
7.1. Khái niệm và đặc điểm của khủng hoảng		
7.1.1. Khái niệm		
7.1.2. Đặc điểm		
7.2. Phân loại khủng hoảng		
7.3. Các nguyên tắc truyền thông trong khủng hoảng		
7.4. Quy trình xử lý khủng hoảng truyền thông		
7.5. Quản lý khủng hoảng		
7.5.1. Phòng ngừa, chuẩn bị		
7.5.2. Phản ứng, hạn chế các tổn thất		
7.5.3. Hồi phục		

6. Tài liệu học tập

6.1. Tài liệu chính

1. Hoàng Xuân Phương (2014), *PR từ chưa biết đến chuyên gia*, NXB Lao Động, Hà Nội.
2. Hoàng Xuân Phương, Nguyễn Thị Ngọc Châu (2012), *Phong cách PR chuyên nghiệp*, NXB Lao động – Xã hội, Hà Nội.
3. Đinh Thị Thúy Hằng (2008), *PR - Lý luận và ứng dụng*, NXB Lao động - Xã hội, Hà Nội.

6.2. Tài liệu khác

4. Frank Jefkins, Nguyễn Thị Phương Anh – Ngô Anh Thy biên dịch (2004), *Phá vỡ bí ẩn PR*, NXB Trẻ, TP.HCM.
5. Anne Gregory (2007), *Sáng tạo chiến dịch PR hiệu quả*, NXB Trẻ, TP.HCM.
6. Di Li (2015), *Kỹ năng viết trong quan hệ công chúng*, NXB Dân trí, Hà Nội.

7. Phương pháp đánh giá học phần

- 7.1. Thang điểm: thang điểm 10, làm tròn đến phần nguyên
- 7.2. Số bài kiểm tra quá trình: 1 bài kiểm tra giữa kỳ.
- 7.3. Hình thức thi kết thúc học phần: Tự luận, đề mở (thí sinh được mang tài liệu vào phòng thi), thời gian làm bài: 60 phút.

7.4. Các điểm quá trình và trọng số/hệ số tương ứng:

- Điểm chuyên cần: hệ số 0.1;
- Điểm trung bình của các bài kiểm tra quá trình: hệ số 0.3;
- Điểm thi kết thúc học phần : hệ số 0.6.

7.5. Điểm học phần: là điểm trung bình chung của các điểm nêu ở mục 7.4.

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 29 tháng 4 năm 2016

DUYỆT

TRƯỞNG NGÀNH

TRƯỞNG BỘ MÔN

NGƯỜI BIÊN SOẠN

PGS.TS. Phạm Hoàng Quân

TS. Nguyễn Thị Thanh Bình

ThS. Nguyễn Thị Túy Lan

ThS. Nguyễn Trần Hà My

UBND THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN
TRƯỜNG ĐẠI HỌC SÀI GÒN NGÀNH: QUẢN TRỊ KINH DOANH

**HỌC PHẦN
 TIỀN LƯƠNG TIỀN CÔNG**

1. Thông tin về học phần

- Tên học phần: Tiền lương tiền công
- Mã học phần: 833102
- Số tín chỉ: 03
- Số tiết (lí thuyết, bài tập, thảo luận, thực hành/thí nghiệm/thực địa): 45 (45; 0; 0; 0)
- Trình độ đào tạo: Đại học
- Điều kiện để học học phần:
 - + Đòi hỏi học phần học trước: Quản trị nguồn nhân lực
 - + Đòi hỏi học phần học song hành: Không có
 - + Sĩ số sinh viên tối đa: 70

2. Bộ môn phụ trách giảng dạy: Bộ môn Quản trị và Kinh doanh quốc tế

3. Mô tả học phần

Tiền lương tiền công là một nội dung quan trọng trong lĩnh vực quản trị nguồn nhân lực. Kiến thức về tiền lương, tiền công giúp nhà quản trị hiểu biết rõ pháp luật về tiền lương tiền công, từ đó xây dựng được hệ thống thang bảng lương cho doanh nghiệp cũng như cách trả lương, thưởng cho người lao động, nhằm khuyến khích tạo động lực làm việc và mang đến hiệu quả tối ưu sử dụng lao động của doanh nghiệp.

4. Mục tiêu học phần

4.1. Về kiến thức

- Hiểu biết sâu sắc và khoa học những kiến thức cơ bản về tiền lương, tiền công nhằm giúp chuyên viên tiền lương tiền công thiết lập hệ thống thang bảng lương cho doanh nghiệp.
- Phân biệt được các loại phụ cấp và biết cách tính trả cho từng loại phụ cấp.
- Phân biệt được các hình thức trả lương cho người lao động cũng như biết cách tính lương, trả lương cho từng đối tượng.
- Am hiểu các hình thức khuyến khích vật chất cho nhân viên và biết cách vận dụng vào từng trường hợp cụ thể.

4.2. Về kỹ năng:

Người học có khả năng phát hiện, đánh giá khả năng quản trị tiền lương của các doanh nghiệp trong hoạt động, tìm kiếm các phương án trả lương phù hợp thông qua việc thảo luận và thuyết trình, nâng cao năng lực tư duy sáng tạo; hoàn thiện các kỹ năng mềm trong quản trị nhân sự thông qua hoạt động nhóm, bài tập tình huống.

4.3. Về thái độ:

Người học có nhận thức rõ hơn trong tiếp cận vào hệ thống quản trị của một tổ chức, ý thức được trách nhiệm, vai trò về quản lý tiền lương, tiền công trong doanh nghiệp.

5. Nội dung và kế hoạch dạy học học phần

Nội dung chi tiết của học phần	Số tiết	Hình thức tổ chức, phương pháp dạy - học và kiểm tra, đánh giá
Chương 1: Khái quát về tiền lương, tiền công	6	Thuyết giảng, thảo luận
1.1. Khái niệm và yêu cầu tiền lương, tiền công		
1.1.1. Khái niệm và bản chất tiền lương, tiền công		
1.1.2. Phân biệt tiền lương và tiền công		
1.1.3. Yêu cầu của tiền lương, tiền công		
1.1.4. Các yếu tố ảnh hưởng đến thù lao của người lao động		
1.2. Các chức năng của tiền lương		
1.3. Tiền lương tối thiểu		
1.3.1. Khái niệm, bản chất và phân loại tiền lương tối thiểu		
1.3.2. Điều chỉnh mức lương tối thiểu		
1.4. Mục tiêu và các nguyên tắc xây dựng hệ thống tiền lương		
1.4.1. Các mục tiêu của hệ thống tiền lương		
1.4.2. Các nguyên tắc xây dựng hệ thống tiền lương		

1.5. Cơ chế, chính sách tiền lương của doanh nghiệp		
Chương 2: Xây dựng hệ thống tiền lương cho doanh nghiệp	6	Thuyết giảng, thảo luận, bài tập vận dụng
2.1. Các chế độ tiền lương		
2.1.1. Chế độ trả lương tối thiểu		
2.1.2. Chế độ tiền lương cấp bậc		
2.1.3. Chế độ tiền lương chức vụ		
2.2. Trình tự xây dựng hệ thống thang bảng lương		
2.3. Xác định hệ số tiền lương		
2.4. Xác định ngạch lương và các mức lương		
Chương 3: Phụ cấp lương	6	Thuyết trình, thảo luận, bài tập vận dụng
3.1. Bản chất và vai trò của phụ cấp lương		
3.2. Phân biệt lương cơ bản và phụ cấp lương		
3.3. Các chế độ phụ cấp lương		
3.4. Xây dựng chế độ phụ cấp lương		
Chương 4: Các hình thức trả lương	12	Thuyết trình, thảo luận, bài tập vận dụng
4.1. Trả lương theo sản phẩm		
4.1.1. Khái niệm, đối tượng và điều kiện áp dụng		
4.1.2. Các hình thức trả lương theo sản phẩm		
4.2. Trả lương theo thời gian		
4.2.1. Khái niệm, đối tượng và điều kiện áp dụng		
4.2.2. Các hình thức trả lương theo thời gian		
4.3. Trả lương theo kết quả công việc		
4.4. Hệ thống 3P		
4.5. Quy định của Bộ luật Lao động khi áp dụng các hình thức trả lương (Ngày nghỉ, ngừng việc, thêm giờ..)		
Chương 5: Các hình thức khuyến khích vật chất cho nhân viên	9	Thuyết trình, thảo luận, bài tập vận dụng
5.1. Mục tiêu của khuyến khích		
5.2. Các hình thức khuyến khích		
5.2.1. Khuyến khích cá nhân		
5.2.2. Khuyến khích nhóm tập thể		

5.3. Các hình thức tiền thưởng		
5.4. Các nội dung của một chế độ tiền thưởng		
5.5. Các hình thức phúc lợi		
Chương 6: Quy chế trả lương của doanh nghiệp	3	Thuyết trình, thảo luận
6.1. Khái niệm và nội dung của quy chế trả lương		
6.2. Xây dựng quy chế trả lương		
6.2.1. Căn cứ và nguyên tắc xây dựng quy chế trả lương		
6.2.2. Quy trình xây dựng quy chế trả lương		
6.2.3. Nội dung của quy chế trả lương		
6.3. Nguồn hình thành và phân bổ quỹ lương		
Chương 7: Quản lý tiền lương	3	Thuyết trình, thảo luận
7.1. Quản lý Nhà Nước về tiền lương		
7.2. Quản lý tiền lương tại doanh nghiệp		
7.3. Đổi mới quản lý tiền lương trong môi trường hội nhập quốc tế		

6. Tài liệu học tập

6.1. Tài liệu chính

42. TS. Nguyễn Thị Thanh Bình (2016), *Tài liệu giảng dạy học phần Tiền lương tiền công*, Khoa Quản trị kinh doanh, Đại học Sài Gòn.

6.2. Tài liệu khác

43. PGS. TS. Nguyễn Tiệp, Lê Thanh Hà (2010), *Giáo trình tiền lương, tiền công*, NXB Lao động - Xã hội.

44. TS. Trần Kim Dung (2012), *Quản trị nguồn nhân lực*, NXB Thống kê.

45. ThS. Nguyễn Văn Điềm và PGS.TS Nguyễn Ngọc Quân (2004), *Giáo trình quản trị nhân lực*, NXB Lao động - Xã hội.

46. Nguyễn Hữu Thân (2000), *Quản trị Nhân sự*, NXB Thống kê.

7. Phương pháp đánh giá học phần

7.1. Thang điểm: thang điểm 10, làm tròn đến phần nguyên

7.2. Số bài kiểm tra quá trình: 1 lần kiểm tra giữa kỳ

7.3. Hình thức thi kết thúc học phần: tự luận, đề đóng (thí sinh không được mang tài liệu vào phòng thi), thời gian làm bài: 60 phút.

7.4. Các điểm quá trình và trọng số/hệ số tương ứng:

- Điểm chuyên cần: hệ số 0.1;
- Điểm quá trình: hệ số 0.3;
- Điểm thi kết thúc học phần: hệ số 0.6.

7.5. Điểm học phần: là điểm trung bình chung của các điểm nêu ở mục 7.4

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 29 tháng 4 năm 2016

DUYỆT

TRƯỞNG NGÀNH

TRƯỞNG BỘ MÔN

NGƯỜI BIÊN SOẠN

PGS.TS. Phạm Hoàng Quân

TS. Nguyễn Thị Thanh Bình

ThS. Lê Mai Hải

TS. Nguyễn Thị Thanh Bình

UBND THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN
TRƯỜNG ĐẠI HỌC SÀI GÒN NGÀNH: QUẢN TRỊ KINH DOANH

HỌC PHẦN
TUYỂN DỤNG VÀ ĐÀO TẠO NHÂN SỰ

1. Thông tin về học phần

- Tên học phần: Tuyển dụng và đào tạo nhân sự
- Mã học phần: 833109
- Số tín chỉ: 2
- Số tiết (lý thuyết, bài tập, thảo luận, thực hành/thí nghiệm/thực địa): 30 (30; 0; 0; 0)
- Trình độ đào tạo: Đại học
- Điều kiện để học học phần:
- + Đòi hỏi học phần học trước: Quản trị nguồn nhân lực
- + Đòi hỏi học phần học song hành: Không có
- + Sĩ số sinh viên tối đa: 70

2. Bộ môn phụ trách giảng dạy: Bộ môn Quản trị và Kinh doanh quốc tế

3. Mô tả học phần

Học phần trang bị cho học viên những kiến thức về tuyển dụng và đào tạo, một lĩnh vực chuyên môn sâu của quản trị nguồn nhân lực, giúp sinh viên có thể thực hiện tốt các công việc như lên kế hoạch tuyển dụng; triển khai công tác tuyển dụng; xây dựng các bài kiểm tra, phỏng vấn trong tuyển dụng; xác định nhu cầu đào tạo, phát triển của tổ chức; triển khai hoạt động đào tạo, phát triển như lựa chọn chương trình đào tạo, lựa chọn giáo viên, ...; đánh giá hoạt động đào tạo, phát triển.

4. Mục tiêu học phần

4.1. Về kiến thức:

- Khái quát về tuyển mộ, tuyển chọn, đào tạo và phát triển trong doanh nghiệp.
- Quy trình tuyển mộ, tuyển chọn cho doanh nghiệp.
- Quy trình đào tạo, phát triển cho doanh nghiệp.
- Cách thức đánh giá hiệu quả quá trình tuyển dụng và đào tạo của doanh nghiệp.

4.2. Về kỹ năng:

- Xây dựng quy trình tuyển dụng phù hợp cho doanh nghiệp.
- Xây dựng quy trình đào tạo, phát triển phù hợp cho doanh nghiệp.

4.3. Về thái độ:

Nhận thức được tầm quan trọng của công tác tuyển dụng và đào tạo nhân sự đối với một tổ chức, ý thức được trách nhiệm, sự cẩn trọng phải có trước các quyết định tuyển dụng hay đào tạo.

5. Nội dung và kế hoạch dạy học học phần

Nội dung chi tiết của học phần	Số tiết	Hình thức tổ chức, phương pháp dạy - học và kiểm tra, đánh giá
Chương 1: Tuyển mộ nhân lực	3	Thuyết giảng, thảo luận, xử lý tình huống, thuyết trình
1.1. Khái niệm, tầm quan trọng của tuyển mộ nhân lực		
1.1.1. Khái niệm		
1.1.2. Tầm quan trọng		
1.2. Các nguồn lực và phương pháp tuyển mộ nhân lực		
1.2.1. Nguồn bên trong tổ chức		
1.2.2. Nguồn bên ngoài tổ chức		
1.2.3. Phương pháp tuyển mộ		
1.3. Quy trình tuyển mộ		
Chương 2: Tuyển chọn nhân lực	6	Thuyết giảng, thảo luận, xử lý tình huống, thuyết trình
2.1. Khái niệm, tầm quan trọng của tuyển chọn nhân lực		
2.2. Quy trình tuyển chọn		
2.3. Phương pháp tuyển chọn		
2.4. Một số vấn đề cần quan tâm khi thực hiện công tác tuyển chọn trong tổ chức		
Chương 3: Kiểm tra, trắc nghiệm và phỏng vấn	6	Thuyết giảng, thảo luận, xử lý tình huống
3.1. Kiểm tra, trắc nghiệm		
3.1.1. Các hình thức kiểm tra, trắc nghiệm		
3.1.2. Xây dựng bài kiểm tra trắc nghiệm		
3.2. Phỏng vấn		
3.2.1. Các hình thức phỏng vấn		
3.2.2. Quá trình phỏng vấn		

3.2.3. Nguyên tắc phỏng vấn		
3.2.4. Các yếu tố tác động đến phỏng vấn		
Chương 4: Đào tạo và phát triển nguồn nhân lực	15	Thuyết giảng, thảo luận, xử lý tình huống, thuyết trình
4.1. Khái niệm đào tạo và phát triển nguồn nhân lực		
4.1.1. Khái niệm đào tạo nguồn nhân lực		
4.1.2. Khái niệm phát triển nguồn nhân lực		
4.1.3. Phân biệt đào tạo và phát triển		
4.2. Mục tiêu và vai trò của đào tạo và phát triển nguồn nhân lực		
4.2.1. Mục tiêu		
4.2.2. Vai trò		
4.3. Các phương pháp đào tạo và phát triển		
4.3.1. Đào tạo trong công việc		
4.3.2. Đào tạo ngoài công việc		
4.4. Trình tự xây dựng chương trình đào tạo, phát triển		
4.4.1. Xác định nhu cầu đào tạo, phát triển		
4.4.2. Xác định mục tiêu đào tạo, phát triển		
4.4.3. Kiểm tra trước khi thực hiện chương trình		
4.4.4. Thực hiện đào tạo, phát triển		
4.4.5. Đánh giá hiệu quả chương trình		

6. Tài liệu học tập

6.1. Tài liệu chính

47. ThS. Nguyễn Văn Điềm và PGS.TS. Nguyễn Ngọc Quân (2012), Giáo trình Quản trị nhân lực, NXB Đại học Kinh tế Quốc dân.

6.2. Tài liệu khác

48. PGS.TS. Trần Kim Dung (2015), Quản trị nguồn nhân lực, NXB Kinh tế, TP. Hồ Chí Minh.

49. TS. Nguyễn Hữu Thân (2012), Quản trị nhân sự, NXB Lao động – Xã hội, TP. Hồ Chí Minh.

7. Phương pháp đánh giá học phần

7.1. Thang điểm: thang điểm 10, làm tròn đến phần nguyên

7.2. Số bài kiểm tra quá trình: 1 lần kiểm tra giữa kỳ

7.3. Hình thức thi kết thúc học phần: Tự luận, đề đóng (thí sinh không được mang tài liệu vào phòng thi), thời gian làm bài: 60 phút.

7.4. Các điểm quá trình và trọng số/hệ số tương ứng

- Điểm chuyên cần: hệ số 0.1;
- Điểm trung bình của các bài kiểm tra quá trình: hệ số .0.3;
- Điểm thi kết thúc học phần: hệ số 0.6.

7.5. Điểm học phần: là điểm trung bình chung của các điểm nêu ở mục 7.4

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 29 tháng 4 năm 2016

DUYỆT

TRƯỞNG NGÀNH

TRƯỞNG BỘ MÔN

NGƯỜI BIÊN SOẠN

PGS.TS. Phạm Hoàng Quân

TS. Nguyễn Thị Thanh Bình

ThS. Lê Mai Hải

ThS. Đặng Đức Văn

HỌC PHẦN LÝ THUYẾT PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG

1. Thông tin về học phần

- Tên học phần: Lý thuyết phát triển bền vững
- Mã học phần: 833308
- Số tín chỉ: 02
- Số tiết: (lí thuyết, bài tập, thảo luận, thực hành/thí nghiệm/thực địa): 45 (45; 0; 0; 0)
- Trình độ đào tạo: Đại học
- Điều kiện để học học phần:
 - + Đòi hỏi học phần học trước: Kinh tế vĩ mô
 - + Đòi hỏi học phần học song hành: Không có
 - + Sĩ số sinh viên tối đa: 70

2. Bộ môn phụ trách giảng dạy: Bộ môn Cơ bản

3. Mô tả học phần

Học phần này đề cập những vấn đề khái quát về tăng trưởng và phát triển kinh tế qua các mô hình kinh tế học. Đúc kết các tiền đề khoa học và sự ra đời của lý thuyết mới về phát triển: lý thuyết phát triển bền vững trong nền kinh tế thế giới. Trình bày các mô hình phát triển bền vững, vai trò của các yếu tố trong phát triển nhằm hài hòa các mục tiêu: kinh tế, xã hội và môi trường. Qua đó, ứng dụng những hiểu biết của mô hình phát triển bền vững vào việc thực hiện các hoạt động sản xuất kinh doanh nói riêng, và các vấn đề xã hội nói chung theo hướng bền vững nhằm hạn chế các tác động tiêu cực đến kinh tế, xã hội, môi trường và các vấn đề khác của phát triển trong tương lai.

4. Mục tiêu của học phần

4.1. Về kiến thức:

- Những vấn đề cơ bản về tăng trưởng, phát triển kinh tế và đặc thù của các nước đang phát triển.
- Hiểu được bản chất và nội hàm, những ưu điểm và hạn chế của các mô hình tăng trưởng và phát triển.
- Hiểu biết các căn cứ khoa học về sự ra đời của lý thuyết phát triển bền vững.

- Hiểu được đối tượng nghiên cứu và các mô hình phát triển bền vững.
- Nhận thức được các vấn đề căn bản của phát triển theo yêu cầu bền vững.

4.2. Về kỹ năng:

- Có thể phân tích các nhân tố nội hàm của phát triển bền vững. Đánh giá được vai trò, tác động của các yếu tố trong quá trình sản xuất, kinh doanh nói riêng và quá trình phát triển nói chung.

- Vận dụng các nguyên tắc của phát triển bền vững trong các hoạt động vi mô và vĩ mô.

4.3. Về thái độ:

Nhận thức được tầm quan trọng và yêu cầu cấp bách của lý thuyết phát triển bền vững trong xu hướng tất yếu của kinh tế thế giới, từ đó ứng xử một cách có trách nhiệm, thân thiện và hiệu quả trong hoạt động sản xuất kinh doanh, trong mối quan hệ hài hòa giữa ba mục tiêu: kinh tế, xã hội và môi trường.

5. Nội dung và kế hoạch dạy học học phần

Nội dung chi tiết của học phần	Số tiết	Hình thức tổ chức, phương pháp dạy - học và kiểm tra, đánh giá
Chương 1: Những vấn đề cơ bản về tăng trưởng và phát triển kinh tế	4	Thuyết giảng và thảo luận nhóm
1.1. Các nước đang phát triển trong hệ thống kinh tế thế giới và sự lựa chọn con đường phát triển		
1.2. Tăng trưởng và phát triển kinh tế		
1.3. Đánh giá phát triển kinh tế và các thước đo		
1.4. Các nhân tố tác động đến tăng trưởng và phát triển kinh tế		
1.5. Nhà nước và thị trường đối với phát triển kinh tế		
Chương 2: Các lý thuyết về mô hình tăng trưởng và phát triển kinh tế	4	
2.1. Mô hình tăng trưởng của D. Ricardo		
2.2. Mô hình tăng trưởng của Harrod – Domar		
2.3. Mô hình tăng trưởng của Robert Solow		
2.4. Lý thuyết tăng trưởng nội sinh		
Chương 3: Tiền đề lý luận về phát triển bền vững trong các trường phái kinh tế	7	
3.1. Trường phái kinh tế học cổ điển		
3.2. Trường phái tân cổ điển		

3.3. Các trường phái kinh tế học hiện đại		Bài kiểm tra giữa kỳ
3.4. Năng suất tổng hợp (TFP – Total Factor Productivity) đối với phát triển bền vững		
3.5. Kinh tế tri thức và phát triển bền vững		
Chương 4: Lý thuyết phát triển bền vững và các mô hình	9	
4.1. Xu hướng tất yếu trong phát triển của kinh tế thế giới: Công nghiệp hóa – Hội nhập/toàn cầu hóa – Phát triển bền vững.		
4.2. Khái niệm, đối tượng nghiên cứu và mục tiêu của phát triển bền vững		
4.3. Các mô hình phát triển bền vững		
4.4. Các nguyên tắc và điều kiện cho phát triển bền vững		
4.5. Những trụ cột trong phát triển bền vững		
4.5.1. Phát triển bền vững về kinh tế		
4.5.2. Phát triển bền vững về xã hội		
4.5.3. Phát triển bền vững về môi trường		
Chương 5: Phát triển bền vững và những vấn đề đặt ra	6	
5.1. Nghèo đa chiều và vấn đề bất bình đẳng trong phát triển kinh tế		
5.2. Tiến bộ và công bằng xã hội		
5.3. Tác động của hội nhập và toàn cầu hóa đối với phát triển bền vững.		
5.4. Vai trò nhà nước – thị trường trong phát triển bền vững		
5.5. Các thách thức phát triển bền vững và lựa chọn của các nước đang phát triển		

6. Tài liệu học tập

6.1. Tài liệu chính

1. PGS.TS. Lê Anh Vũ (2014), *Bài giảng lý thuyết phát triển bền vững*, Viện Phát triển bền vững.
2. TS. Hồ Đình Bảo, TS. Phí Vĩnh Tường (2016), *Bài giảng Kinh tế phát triển*.

6.2. Tài liệu khác

3. Bộ tài liệu về phát triển bền vững, Dự án VIE 01/021, Bộ KHĐT và UNDP.
4. Cục Môi trường (2002), *Hành trình vì sự phát triển bền vững*, NXB Chính trị quốc gia.

5. Dwight H. Perkins, Steven Radelet, David L. Lindauer (2006), *Kinh tế học phát triển*, NXB Thống kê. Bản dịch của ĐH Ngoại thương (2010).
6. GS. TS. Holger Rogall (2009), *Kinh tế học bền vững - Lý thuyết kinh tế và thực tế của PTBV* (Nachhaltige Okonomie – Okonomische Theorie und Praxis einer Nachhaltige Entwicklung), Bản dịch tiếng Việt của Nguyễn Trung Dũng, NXB. Khoa học tự nhiên và Công nghệ, H. 2011.
7. Kỷ yếu Hội nghị PTBV toàn quốc, 2011.
8. Ngân hàng Thế giới, Bộ Kế hoạch và Đầu tư Việt Nam (2016), *Việt Nam 2035 hướng tới thịnh vượng, sáng tạo, công bằng và dân chủ*.
9. Tatyana P.Soubotina (2005), *Không chỉ là tăng trưởng kinh tế, Nhập môn về phát triển bền vững*, xuất bản lần 2, NXB Văn hoá - Thông tin.
10. Viện năng suất Việt Nam, *Số liệu thống kê 2014*.

7. Phương pháp đánh giá học phần

- 7.1. Thang điểm: thang điểm 10, làm tròn đến phần nguyên.
- 7.2. Số bài kiểm tra quá trình: 1 bài kiểm tra giữa kỳ.
- 7.3. Hình thức thi kết thúc học phần: Tự luận, đề mở (thí sinh được sử dụng tài liệu). Thời gian làm bài: 60 phút.
- 7.4. Các điểm quá trình và trọng số tương ứng:

- Điểm chuyên cần:	hệ số 0.1;
- Điểm trung bình của các bài kiểm tra quá trình:	hệ số 0.3;
- Điểm thi kết thúc học phần:	hệ số 0.6.
- 7.5. Điểm học phần: là điểm trung bình chung của các điểm nêu ở mục 7.4

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 29 tháng 4 năm 2016

DUYỆT

TRƯỞNG NGÀNH

TRƯỞNG BỘ MÔN

NGƯỜI BIÊN SOẠN

PGS.TS. Phạm Hoàng Quân

TS. Nguyễn Thị Thanh Bình

ThS. Nguyễn Phan Thu Hằng

ThS. Lê Mai Hải

**HỌC PHẦN
 DOANH NGHIỆP XÃ HỘI**

1. Thông tin về học phần

- Tên học phần: Doanh nghiệp xã hội
- Mã học phần: 833309
- Số tín chỉ: 02
- Số tiết (lý thuyết, bài tập, thảo luận, thực hành/thí nghiệm/thực địa): 30 (30, 0, 0, 0)
- Trình độ đào tạo: Đại học
- Điều kiện để học học phần:
 - + Đòi hỏi học phần học trước: Quản trị học
 - + Đòi hỏi học phần học song hành:
 - + Sĩ số sinh viên tối đa: 70

2. Bộ môn phụ trách giảng dạy: Bộ môn Quản trị & Kinh doanh quốc tế

3. Mô tả học phần

Học phần Doanh nghiệp bao gồm các nội dung cơ bản sau:

- Lý thuyết doanh nghiệp xã hội, đặc điểm, vai trò, những khác biệt của doanh nghiệp xã hội so với các tổ chức xã hội và doanh nghiệp truyền thống; bộ công cụ đánh giá hoạt động của doanh nghiệp xã hội;

- Các loại hình doanh nghiệp xã hội trên thế giới và Việt Nam, các xu hướng phát triển; các điều kiện thuận lợi và thách thức đến sự phát triển doanh nghiệp xã hội ở Việt Nam;

- Phân tích, đánh giá sứ mệnh, chiến lược và hoạt động của một số doanh nghiệp xã hội điển hình; xác định các tố chất cần thiết của một doanh nhân xã hội; truyền cảm hứng khởi tạo doanh nghiệp xã hội thông qua phân tích các đặc điểm của một số lĩnh vực có liên quan đến xã hội và môi trường.

4. Mục tiêu học phần

4.1. Về kiến thức:

Người học được trang bị các kiến thức lý luận và thực tiễn về doanh nghiệp xã hội như: tính tiên phong trong việc giải quyết các vấn đề xã hội và môi

trường thông qua phương án kinh doanh sáng tạo và hiệu quả, sứ mệnh lấp đầy các khoảng trống mà khu vực công và thị trường chưa hướng tới.

4.2. Về kỹ năng:

Người học có khả năng phát hiện các vấn đề về môi trường, xã hội đang đối mặt, tìm kiếm các phương án giải quyết chúng thông qua các sáng tạo trong sản xuất và kinh doanh có tính bền vững; nâng cao năng lực tư duy và sáng tạo trong việc phát hiện các vấn đề kinh doanh có tác động tích cực đối với xã hội và cộng đồng.

4.3. Về thái độ:

Nhận thức được trách nhiệm của doanh nghiệp và doanh nhân không chỉ theo đuổi mục tiêu lợi nhuận mà còn có mục tiêu tối thượng là phục vụ cộng đồng; biến những vấn đề phải đối mặt thành những cơ hội kinh doanh hiệu quả; kích thích tinh thần lạc quan và khả năng tạo lập kinh doanh theo hướng bền vững và sáng tạo.

5. Nội dung và kế hoạch dạy học học phần

Nội dung chi tiết của học phần	Số tiết	Hình thức tổ chức, phương pháp dạy - học và kiểm tra, đánh giá
Chương 1: Tổng quan về doanh nghiệp xã hội	5	Thuyết giảng; thảo luận; làm việc nhóm
1.1. Đối tượng và nội dung môn học		
1.1.1. Khái niệm về doanh nghiệp xã hội (DNXH)		
1.1.2. Các đặc điểm cơ bản của DNXH		
1.2.3. Vai trò của doanh nghiệp xã hội		
1.2. Bối cảnh và điều kiện ra đời của DNXH		
1.3. So sánh DNXH với các tổ chức và phong trào xã hội khác		
1.3.1. DNXH với doanh nghiệp truyền thống và các tổ chức xã hội		
1.3.2. DNXH với trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp		
1.3.3. DNXH với thương mại công bằng		
1.3.4. Quy mô và tầm vóc của doanh nghiệp xã hội		
Chương 2: Các nhân tố ảnh hưởng đến sự phát triển của DNXH	7	Thuyết trình, làm việc nhóm

2.1. Các nhân tố ảnh hưởng đến sự phát triển của doanh nghiệp xã hội		
2.1.1. Tiêu chí xác định các nhân tố		
2.1.2. Tác động của các tổ chức chính thức		
2.1.3. Tác động của các tổ chức phi chính thức		
2.2. Các tiêu chí đánh giá hiệu quả hoạt động của DNXH		
2.2.1. Chiến lược hoạt động		
2.2.2. Khung khổ pháp lý		
2.2.3. Khách hàng và người sử dụng		
2.2.4. Các giá trị xã hội và môi trường		
2.2.5. Điều hành doanh nghiệp		
2.2.6. Hệ thống thông tin dữ liệu và tiến độ tiếp cận		
2.2.7. Tài chính doanh nghiệp		
2.2.8. Các nguồn thu nhập		
2.2.9. Marketing và thông tin thị trường		
2.2.10. Nhân sự và phát triển tổ chức		
2.3. Các mô hình doanh nghiệp xã hội trên thế giới		
2.3.1. Vương quốc Anh và châu Âu		
2.3.2. Hoa Kỳ		
2.3.3. Khu vực châu Á		
Chương 3: Doanh nghiệp xã hội ở Việt Nam	7	Thuyết trình, làm việc nhóm
3.1. Lịch sử phát triển DNXH ở Việt Nam		
3.1.1. Giai đoạn trước đổi mới (1986)		
3.1.2. Giai đoạn sau đổi mới đến năm 2010		
3.1.3. Giai đoạn 2010 đến nay		
3.2. Các loại hình tổ chức DNXH ở Việt Nam		
3.2.1. Phân loại các tổ chức DNXH ở Việt Nam hiện nay		
3.2.2. Một số tổ chức có thể chuyển đổi sang mô hình DNXH		

3.3. Thực trạng của các DNXH của Việt Nam		
3.3.1. Các khó khăn hiện tại		
3.3.2. Các cơ hội và thách thức		
Chương 4: Khởi nghiệp với doanh nghiệp xã hội	11	Thuyết trình, làm việc nhóm
4.1. Doanh nhân xã hội		
4.1.1. Các tố chất cần có của một doanh nhân xã hội		
4.1.2. Ý tưởng khởi nghiệp của một số doanh nhân xã hội		
4.2. Kinh nghiệm hoạt động của một số DNXH tiêu biểu		
4.2.1. Hoạt động của các DNXH nước ngoài		
4.2.2. Hoạt động của các DNXH Việt Nam		
4.3. Lựa chọn môi trường khởi nghiệp		
4.3.1. Khởi nghiệp với chuỗi giá trị hàng nông sản		
4.3.2. Khởi nghiệp với nhóm yếu thế và lễ hóa		
4.3.3. Khởi nghiệp với nhóm khoa học công nghệ và môi trường		
4.3.4. Khởi nghiệp với các tổ chức xã hội		

6. Tài liệu học tập

6.1. Tài liệu chính

1. TS. Ngô Văn Thọ (2016), *Tài liệu giảng dạy Học phần Doanh nghiệp xã hội*, Khoa Quản trị Kinh doanh, Đại học Sài Gòn.

6.2. Tài liệu tham khảo

2. Nguyễn Đình Cung (2012), *Doanh nghiệp xã hội tại Việt Nam – khái niệm, bối cảnh và chính sách*, Trung tâm hỗ trợ sáng kiến phục vụ cộng đồng.

3. *Kỷ yếu hội thảo quốc tế về phát triển doanh nghiệp xã hội qua các trường đại học Việt Nam – Thách thức và cơ hội*, tháng 4/2012 (Hội đồng Anh– Đại học Kinh tế Quốc dân)

4. *Kỷ yếu hội thảo quốc tế về phát triển doanh nghiệp xã hội ở Việt Nam- vai trò của trường đại học và các tổ chức nghiên cứu*, 3/2015 (Hội đồng Anh- ĐH Kinh tế Quốc dân)

5. *Kỷ yếu Hội thảo quốc tế về hệ sinh thái cho khởi sự doanh nghiệp xã hội và sáng tạo xã hội*, tháng 3/2016 (Hội đồng Anh- Đại học Kinh tế Quốc dân)
6. Trung tâm hỗ trợ sáng kiến phục vụ cộng đồng (2011), *Báo cáo kết quả khảo sát doanh nghiệp xã hội ở Việt Nam năm 2011*.
7. Vũ Thị Huỳnh Anh, Đoàn Việt Dũng, Đỗ Thu Hương (2014), *Nghiên cứu thị trường chưa khai thác: Doanh nghiệp xã hội ngành y tế và nông nghiệp tại Việt Nam*
8. Ngô Văn Thạo (2015), *Phát triển doanh nghiệp xã hội trong lĩnh vực nông nghiệp ở đồng bằng sông Cửu Long*, Luận án tiến sĩ.

7. Phương pháp đánh giá học phần

- 7.1. Thang điểm: thang điểm 10, làm tròn đến phần nguyên
- 7.2. Số bài kiểm tra quá trình: 1 lần kiểm tra giữa kỳ
- 7.3. Hình thức thi kết thúc học phần: tự luận, đề đóng (thí sinh không được mang tài liệu vào phòng thi), thời gian làm bài: 60 phút.
- 7.4. Các điểm quá trình và trọng số/hệ số tương ứng
- Điểm chuyên cần: hệ số 0.1;
 - Điểm trung bình của các bài kiểm tra quá trình: hệ số 0.3;
 - Điểm thi kết thúc học phần: hệ số 0.6.
- 7.5. Điểm học phần là điểm trung bình chung của các điểm nêu ở mục 7.4

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 29 tháng 4 năm 2016

DUYỆT

TRƯỞNG NGÀNH

TRƯỞNG BỘ MÔN

NGƯỜI BIÊN SOẠN

PGS.TS. Phạm Hoàng Quân

TS. Nguyễn Thị Thanh Bình

ThS. Lê Mai Hải

TS. Ngô Văn Thạo

HỌC PHẦN HÀNH VI KHÁCH HÀNG

1. Thông tin về học phần

- Tên học phần: Hành vi khách hàng
- Mã học phần:
- Số tín chỉ: 02
- Số tiết (lí thuyết, bài tập, thảo luận, thực hành/thí nghiệm/thực địa): 30 (30; 0; 0; 0)
- Trình độ đào tạo: Đại học
- Điều kiện để học học phần:
- + Đòi hỏi học phần học trước: Marketing căn bản
- + Đòi hỏi học phần học song hành: Không có
- + Sĩ số sinh viên tối đa: 70

2. Bộ môn phụ trách giảng dạy: Bộ môn Marketing

3. Mô tả học phần

Hành vi tiêu dùng chú trọng đến việc nghiên cứu tâm lý cá nhân, nghiên cứu những yếu tố văn hóa, xã hội, gia đình, cá nhân,... ảnh hưởng đến hành vi con người và những ảnh hưởng lẫn nhau giữa các cá nhân trong quá trình mua sắm tiêu dùng. Sự hiểu biết về hành vi tiêu dùng cung cấp nền tảng cho những chiến lược Marketing như việc định vị sản phẩm, phân khúc thị trường, phát triển sản phẩm mới, áp dụng ở những thị trường mới, marketing toàn cầu, những quyết định Marketing mix.

4. Mục tiêu học phần

4.1. Về kiến thức

- Có kiến thức cơ bản về hành vi khách hàng nhằm giúp nhà quản trị đưa ra những quyết định Marketing hiệu quả.
- Am hiểu mức độ ảnh hưởng của những yếu tố văn hóa xã hội, gia đình, cá nhân,... đến hành vi khách hàng.
- Phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến quá trình ra quyết định mua của khách hàng và xây dựng được mô hình hành vi người tiêu dùng.
- Đánh giá đúng những ảnh hưởng của hành vi khách hàng đối với chiến lược Marketing để xây dựng các chiến lược Marketing thích ứng.

4.2. Về kỹ năng

- Nâng cao kỹ năng phán đoán tình huống, kỹ năng nhận biết và giải quyết các vấn đề liên quan đến khách hàng.

- Nhạy bén với sự thay đổi và thích ứng với những cơ hội thị trường.

4.3. Về thái độ

- Nhận thức và hiểu được tầm quan trọng của việc nghiên cứu hành vi khách hàng

- Có tầm nhìn dài hạn đối với hoạt động nghiên cứu hành vi khách hàng.

5. Nội dung và kế hoạch dạy học học phần

Nội dung chi tiết của học phần	Số tiết	Hình thức tổ chức, phương pháp dạy - học và kiểm tra, đánh giá
Chương 1: Tổng quan về hành vi khách hàng	4	Thuyết giảng Thảo luận
1.1. Khái niệm hành vi khách hàng		
1.1.1. Quan điểm truyền thống		
1.1.2. Quan điểm hiện đại		
1.2. Sự cần thiết của việc nghiên cứu hành vi khách hàng		
1.2.1. Sự thay đổi của các quan điểm Marketing		
1.2.2. Tầm quan trọng của việc nghiên cứu hành vi khách hàng trong doanh nghiệp		
1.3. Phân loại khách hàng và vai trò của từng loại khách hàng		
1.3.1. Phân loại khách hàng		
1.3.2. Vai trò của từng loại khách hàng		
1.4. Nghiên cứu hành vi khách hàng		
1.4.1. Nội dung nghiên cứu		
1.4.2. Phương pháp nghiên cứu		
1.4.3. Phạm vi nghiên cứu		
1.5. Mối quan hệ giữa hành vi khách hàng và chiến lược Marketing		
1.5.1. Mối quan hệ với chiến lược sản phẩm		
1.5.2. Mối quan hệ với chiến lược giá		
1.5.3. Mối quan hệ với chiến lược phân phối		
1.5.4. Mối quan hệ với chiến lược chiêu thị		
Chương 2: Ảnh hưởng các yếu tố văn hóa xã hội đến hành vi khách hàng	8	
2.1. Ảnh hưởng của các yếu tố văn hóa		
2.1.1. Các khái niệm cơ bản		
2.1.2. Những đặc trưng của văn hóa		
2.1.3. Nhánh văn hóa		
2.1.4. Ứng dụng của việc nghiên cứu văn hóa vào hoạt động		

Marketing		Thuyết giảng Thảo luận
2.2. Ảnh hưởng của các yếu tố xã hội		
2.2.1. Nhóm xã hội		
2.2.2. Nhóm tham khảo		
2.2.3. Gia đình		
2.2.4. Giai tầng xã hội		
2.2.5. Ứng dụng của việc nghiên cứu yếu tố xã hội vào hoạt động Marketing		
Chương 3: Những yếu tố cá nhân tác động đến hành vi khách hàng	8	Thuyết giảng Thảo luận
3.1. Tuổi tác và đường đời		
3.1.1. Hành vi người tiêu dùng khác nhau giữa các độ tuổi và đường đời		
3.1.2. Ứng dụng vào hoạt động marketing		
3.2. Nghề nghiệp		
3.3. Tình trạng kinh tế		
3.4. Phong cách sống		
3.5. Cá tính		
3.6. Các yếu tố tâm lý		
3.6.1. Nhận thức		
3.6.2. Động cơ		
3.6.3. Thái độ		
Chương 4: Hành vi mua của người tiêu dùng	6	Thuyết giảng Thảo luận
4.1. Hành vi trước khi mua		
4.1.1. Động cơ		
4.1.2. Nhận biết nhu cầu		
4.1.3. Tìm kiếm thông tin		
4.2. Hành vi trong khi mua		
4.2.1. Đánh giá của người tiêu dùng		
4.2.2. Những tình huống tác động đến hành vi người tiêu dùng		
4.3. Hành vi sau khi mua		
4.3.1. Đánh giá của người tiêu dùng		
4.3.2. Những tình huống tác động đến hành vi người tiêu dùng		
Chương 5: Hành vi mua của khách hàng tổ chức	4	Thuyết giảng Thảo luận
5.1. Các khái niệm		
5.2. Đặc trưng hành vi của khách hàng tổ chức		
5.3. Các loại hành vi mua của khách hàng tổ chức		
5.4. Các thành viên tham gia vào quá trình mua của khách hàng tổ chức		
5.5. Quy trình mua của khách hàng tổ chức		

6. Tài liệu học tập

6.1. Tài liệu chính

50. Bùi Văn Quang, Nguyễn Thị Thu Trang (2015), *Hành vi người tiêu dùng, thấu hiểu và vận dụng*, NXB Lao động - Xã hội.
51. Vũ Huy Thông (2014), *Giáo trình Hành vi người tiêu dùng*, NXB Đại học Kinh tế Quốc dân.

6.2. Tài liệu khác

52. Nguyễn Quốc Nghi và Lê Quang Việt (2011), *Hành vi khách hàng*, NXB Đại học Cần Thơ.
53. Micheal R. Solomon (2007), *Customer behavior: Buying having and being*, 7th, edition, by Pearson Education Inc.
54. Peter J. Paul & Jerry C. Olson (1996), *Consumer behavior and Marketing strategy*, 4th edition, The McGraw-Hill Companies Inc.

7. Phương pháp đánh giá học phần

- 7.1. Thang điểm: thang điểm 10, làm tròn đến phần nguyên
- 7.2. Số bài kiểm tra quá trình: 1 bài tiểu luận
- 7.3. Hình thức thi kết thúc học phần: Tự luận, đề đóng (thí sinh không được mang tài liệu vào phòng thi), thời gian làm bài: 60 phút.
- 7.4. Các điểm quá trình và trọng số/hệ số tương ứng:
- Điểm chuyên cần: hệ số 0.1;
 - Điểm trung bình của các bài kiểm tra quá trình: hệ số 0.3;
 - Điểm thi kết thúc học phần: hệ số 0.6.
- 7.5. Điểm học phần: là điểm trung bình chung của các điểm nêu ở mục 7.4

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 29 tháng 4 năm 2016

DUYỆT

TRƯỞNG NGÀNH

TRƯỞNG BỘ MÔN

NGƯỜI BIÊN SOẠN

PGS.TS. Phạm Hoàng Quân

TS. Nguyễn Thị Thanh Bình

ThS. Nguyễn Thị Túy Lan

ThS. Ngô Thị Lan