

## Đề cương chi tiết môn học

1. Tên môn học: MARKETING TRONG XÂY DỰNG Mã môn học: COMA323119

2. Tên Tiếng Anh: MARKETING FOR CIVIL ENGINEERING

3. Số tín chỉ: 2 tín chỉ (2/0/4) (2 tín chỉ lý thuyết, 0 tín chỉ thực hành/thí nghiệm)

Phân bố thời gian: 10 tuần (3 tiết lý thuyết + 0\*2 tiết thực hành + 6 tiết tự học/ tuần)

4. Các giảng viên phụ trách môn học:

1/ GV phụ trách chính: ThS. Bùi Phạm Đức Tường

2/ Danh sách giảng viên cùng GD:

2.1/ ThS. Nguyễn Văn Khoa

2.2/ TS. Hà Duy Khánh

2.3/ ThS. Nguyễn Thanh Tú

5. Điều kiện tham gia học tập môn học

Môn học tiên quyết: Không

Môn học trước: Pháp luật trong xây dựng (COLA322519)

Môn học song song: Không

6. Mô tả môn học (Course Description)

Học phần này có hai phần, phần kiến thức cơ sở trang bị cho người học các kiến thức căn bản của marketing, và phần kiến thức chuyên sâu mang lại cho người học sự hiểu biết về marketing trong doanh nghiệp xây dựng, từ đó có thể vận dụng giúp khả năng trúng thầu cũng như thương lượng, ký kết hợp đồng của doanh nghiệp xây dựng được nâng cao thông qua nhiều yếu tố như giá và định giá, tiêu thụ sản phẩm xây dựng, truyền thông, kế hoạch và quản trị hoạt động marketing trong lĩnh vực xây dựng.

7. Mục tiêu môn học (Course Goals)

Mục tiêu (Goals)	Mô tả (Goal description) (Môn học này trang bị cho sinh viên:)	Chuẩn đầu ra CTĐT	Trình độ năng lực
G1	Kiến thức chuyên môn trong lĩnh vực marketing hiện đại, marketing trong lĩnh vực xây dựng.	1.2	3
		1.3	3
G2	Khả năng phân tích, tìm hiểu thị trường xây dựng từ đó thiết kế các chiến lược, kế hoạch marketing phù hợp với doanh nghiệp của mình.	2.1	4
		2.3	4
		2.4	4
G3	Kỹ năng làm việc nhóm, đàm phán, giao tiếp và khả năng đọc hiểu các tài liệu kỹ thuật bằng tiếng Anh	3.1	3
		3.2	3
		3.3	3
G4	Khả năng vận dụng các kiến thức để nâng cao hiệu quả truyền thông, tiếp thị các sản phẩm xây dựng của doanh	4.1	4

	ngành, mang đến giá trị vượt trội cho khách hàng.	4.2	3
--	---	-----	---

## 8. Chuẩn đầu ra của môn học

Chuẩn đầu ra MH	Mô tả (Sau khi học xong môn học này, người học có thể:)	Chuẩn đầu ra CDIO	Trình độ năng lực
G1	G1.1	Định nghĩa được các thuật ngữ, các khái niệm về marketing nói chung.	1.2 3
	G1.2	Hiểu được tầm quan trọng của marketing trong lĩnh vực sản xuất kinh doanh. Nhớ các chiến lược marketing kinh điển thường áp dụng trong các doanh nghiệp xây dựng	1.3 2
G2	G2.1	Trình bày được các chiến lược marketing kinh điển thường áp dụng trong các doanh nghiệp xây dựng	2.1.1 3
	G2.2	Phân tích, đánh giá được các sản phẩm và ưu nhược điểm của doanh nghiệp để từ đó đề ra các chiến lược marketing phù hợp với đơn vị	2.1.1 2.3.1 2.4.4 4 4 4
	G2.3	Tổng hợp các chiến lược marketing phù hợp với đơn vị và phân tích định lượng các yếu tố ảnh hưởng đến doanh nghiệp xây dựng sau khi hoàn thành chiến lược marketing	2.1.4 2.1.5 2.3.1 4 4 4
G3	G3.1	Trình bày và phân tích trong nhóm để thảo luận và giải quyết các vấn đề liên quan đến marketing trong xây dựng	3.1.1 3.2.6 3.2.7 3.2.8 3 3 3 3
	G3.2	Đọc và hiểu được các tài liệu marketing tiếng Anh chuyên ngành	3.3.1 2
G4	G4.1	Mô tả được trách nhiệm và vai trò của người kỹ sư quản lý xây dựng như một mắt xích quan trọng trong mỗi chiến dịch marketing	4.1.1 4.1.6 4.2.1 3 3 3
	G4.2	Áp dụng có hiệu quả các nguồn lực để nâng cao vị thế doanh nghiệp xây dựng.	4.1.6 4.1.7 3 3

## 9. Đạo đức khoa học:

Các bài tập phải được thực hiện từ chính bản thân sinh viên. Nếu bị phát hiện có sao chép thì xử lý các sinh viên có liên quan bằng hình thức đánh giá 0 (không) điểm quá trình và cuối kỳ.

## 10. Nội dung chi tiết môn học:

Tuần	Nội dung	Chuẩn đầu ra môn học	Trình độ năng lực	Phương pháp dạy học	Phương pháp đánh giá
1	<b>Chương 1. Khái niệm, vai trò, chức năng, phân loại và sự phát triển của Marketing</b>				
	<b>A/ Các nội dung GD chính trên lớp: (3)</b>	G1.1 G1.2	3 4	- Đàm thoại	- Tự luận - Câu hỏi

	<b>Nội dung GD lý thuyết:</b> + Khái niệm về marketing, lịch sử phát triển marketing từ cổ điển đến hiện đại + Vai trò và chức năng của marketing trong nền kinh tế toàn cầu và tại Việt Nam + Các hướng nghiên cứu chuyên sâu của marketing	G2.1 G2.2	3 4	- Thảo luận cá nhân	tình huống - Sơ đồ
	<b>B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (6): (6)</b>				
	+ Đọc thêm các tài liệu marketing ở tài liệu tham khảo [1], [3]	G1.2 G2.2 G2.3 G3.2	4 4 4 3	- Nêu và giải quyết vấn đề	- Tự luận
	<b>Chương 2. Nghiên cứu và dự báo thị trường</b>				
	<b>A/ Các nội dung GD chính trên lớp: (3)</b> + Khái niệm thị trường + Nghiên cứu thị trường + Dự báo thị trường <b>Tóm tắt các PPGD:</b> + Giảng viên giảng lý thuyết + Chia nhóm sinh viên (3-5 SV) để thực hiện thảo luận và làm bài tập nhóm	G1.2 G2.1 G2.2 G2.3 G3.1	4 3 4 4 3	- Đàm thoại - Thảo luận cá nhân	- Tự luận - Câu hỏi tình huống - Sơ đồ
2	<b>B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (6)</b>			- Nêu và giải quyết vấn đề	- Tự luận
	+ Dự báo thị trường bằng phương pháp ngoại suy theo mô hình chuỗi thời gian (bằng số bình quân di động, bằng số bình quân gia quyền theo quy luật hàm số mũ)	G1.2 G2.2 G3.1 G4.2	4 4 3 3		
	<b>Chương 3. Quản trị marketing</b>				
	<b>A/ Các nội dung GD chính trên lớp: (3)</b> + Quá trình quản trị marketing + Kế hoạch marketing + Chiến lược marketing + Kiểm soát marketing + Tổ chức marketing	G1.2 G2.2 G2.3 G3.1	4 4 4 3	- Đàm thoại - Thảo luận cá nhân	- Tự luận - Câu hỏi tình huống - Sơ đồ
3					

	<b>B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (6)</b>				
	+ Đọc thêm tài liệu marketing [3]	G1.2 G2.2 G3.2 G4.1 G4.2	2 4 3 3 4	- Nêu và giải quyết vấn đề	- Tự luận
	<b>Chương 4. Sản phẩm xây dựng trong hoạt động marketing</b>				
4	<b>A/ Các nội dung GD chính trên lớp: (3)</b> + Những đặc điểm của marketing trong xây dựng + Đặc điểm bất động sản như hàng hóa và marketing trong lĩnh vực bất động sản + Nghiên cứu thị trường sản phẩm xây dựng + Môi trường marketing của xây dựng + Chiến lược marketing của doanh nghiệp xây dựng + Phân loại thị trường sản phẩm xây dựng + Marketing trong sản xuất, kinh doanh vật liệu xây dựng	G2.2 G4.2	4 4	- Đàm thoại - Thảo luận cá nhân	- Tự luận - Câu hỏi tình huống - Sơ đồ
	<b>B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (6)</b>				
	+ Tìm hiểu phân đoạn thị trường, các cách tiếp cận phân đoạn thị trường + Các nguyên tắc cần tuân thủ để định vị thành công sản phẩm xây dựng trên thị trường Chu trình sống của công trình bất động sản	G2.3 G3.2 G4.1 G4.2	4 3 3 4	- Nêu và giải quyết vấn đề	- Tự luận
	<b>Chương 5. Giá và định giá trong marketing</b>				
5	<b>A/ Các nội dung GD chính trên lớp: (3)</b> + Tầm quan trọng và các nhân tố ảnh hưởng đến giá + Phương pháp định giá và phân hóa (phân cấp) giá + Chiến lược về giá + Định giá sản phẩm xây dựng	G1.2 G2.2 G4.1 G4.2	4 4 3 4	- Đàm thoại - Thảo luận cá nhân	- Tự luận - Câu hỏi tình huống - Sơ đồ

	<b>B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (6)</b> + Một số chiến lược định giá sản phẩm trong thực tế	G1.2 G2.3 G3.2 G4.1 G4.2	4 4 3 3 4	- Nêu và giải quyết vấn đề	- Tự luận
6	<b>Chương 6. Tiêu thụ sản phẩm xây dựng</b>				
	<b>A/ Các nội dung GD chính trên lớp: (3)</b> + Những đặc điểm của tiêu thụ sản phẩm xây dựng + Tham gia đấu thầu và thực hiện hợp đồng sau khi thắng thầu + Tiêu thụ trực tiếp – gián tiếp các sản phẩm xây dựng + Phân tích các kết quả hoạt động tiêu thụ của doanh nghiệp xây dựng + Một số đặc điểm của tổ chức tiêu thụ (phân phối) bất động sản	G1.2 G2.2 G4.1	4 4 3	- Đàm thoại - Thảo luận cá nhân	- Tự luận - Câu hỏi tình huống - Sơ đồ
	<b>B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (6)</b>				
	Lựa chọn một doanh nghiệp xây dựng thực tế để tìm hiểu và phân tích các kết quả của hoạt động tiêu thụ của doanh nghiệp	G3.2 G4.1 G4.2	3 3 4	- Nêu và giải quyết vấn đề	- Tự luận
7	<b>Chương 7. Truyền thông marketing của doanh nghiệp xây dựng</b>				
	<b>A/ Các nội dung GD chính trên lớp: (3)</b> + Các hệ thống thông tin marketing + Hoạt động truyền thông marketing trong xây dựng + Truyền thông thương hiệu, xây dựng thương hiệu	G2.2 G4.2	4 4	- Đàm thoại - Thảo luận cá nhân	- Tự luận - Câu hỏi tình huống - Sơ đồ
	<b>B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (6)</b> + Kênh quảng cáo: sinh viên lựa chọn 2-3 công cụ quảng cáo và tiến hành thực hiện chiến dịch hoặc một hoạt động nào đó để quảng cáo dịch vụ, sản phẩm xây dựng + Nhân hiệu, thương hiệu: các nguyên tắc cơ bản để giúp doanh nghiệp xây dựng thương hiệu	G3.1 G4.2	3 4	- Nêu và giải quyết vấn đề	- Tự luận

	<b>Chương 8. Kế hoạch hóa marketing của doanh nghiệp xây dựng</b>				
8	<b>A/ Các nội dung GD chính trên lớp: (3)</b> + Một số vấn đề chung cần lưu ý khi kế hoạch hóa marketing + Mô hình kế hoạch hóa marketing + Soạn thảo kế hoạch marketing của doanh nghiệp xây dựng	G2.2 G4.1 G4.2	4 3 4	- Đàm thoại - Thảo luận cá nhân	- Tự luận - Câu hỏi tình huống - Sơ đồ
	<b>B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (6)</b>				
	+ Các giai đoạn soạn thảo kế hoạch marketing của doanh nghiệp xây dựng	G1.2 G2.2 G4.2	4 4 4	- Nêu và giải quyết vấn đề	- Tự luận
	<b>Chương 9. Quản trị marketing của doanh nghiệp xây dựng</b>				
9,10	<b>A/ Các nội dung GD chính trên lớp: (3)</b> + Các nhiệm vụ của marketing trong doanh nghiệp xây dựng + Quá trình quản trị marketing	G2.2 G2.3 G4.1 G4.2	4 4 3 4	- Đàm thoại - Thảo luận cá nhân	- Tự luận - Câu hỏi tình huống - Sơ đồ
	<b>B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (6)</b>				
	Thực hiện các biện pháp marketing	G1.2 G2.2 G2.3 G4.2	4 4 4 4	- Nêu và giải quyết vấn đề	- Tự luận

### 11. Đánh giá sinh viên:

- Thang điểm: 10

- Kế hoạch kiểm tra như sau:

Hình thức KT	Nội dung	Thời điểm	Chuẩn đầu ra đánh giá	Trình độ năng lực	Phương pháp đánh giá	Công cụ đánh giá	Tỉ lệ (%)
	<b>Bài tập</b>						<b>15</b>
BT#1	Ưu nhược điểm của Marketing hiện đại và Marketing truyền thống	Tuần 2	G1.1 G1.2 G2.1	3 4 3	Nêu và giải quyết vấn đề	Bài tập nhỏ trên lớp	5
BT#2	Tìm hiểu về những đặc điểm của marketing trong xây dựng	Tuần 4	G1.2 G2.2 G2.3	4 4 4	Nêu và giải quyết vấn đề	Bài tập nhỏ trên lớp	5
BT#3	Viết đoạn quảng cáo cho một sản phẩm, dịch vụ của một	Tuần 7	G2.2 G2.3	4 4	Nêu và giải quyết	Tự luận	5

	doanh nghiệp xây dựng chuẩn bị được đưa ra thị trường		G4.1 G4.2	3 4	vấn đề		
<b>Bài tập lớn (Project)</b>							<b>35</b>
BL#1	Tìm hiểu về một vài chiến lược marketing của một công ty xây dựng ở Việt Nam và trên thế giới	Tuần 5	G1.2 G2.3 G4.2	4 4 4	Nêu và giải quyết vấn đề	Đánh giá sản phẩm	15
BL#2	Tìm hiểu về thị trường xây dựng của Việt Nam, ngành marketing đóng vai trò như thế nào trong thị trường xây dựng	Tuần 10	G1.2 G2.3 G4.1 G4.2	4 4 3 4	Nêu và giải quyết vấn đề	Tự luận	20
<b>Thi cuối kỳ</b>							<b>50</b>
	- Nội dung bao quát tất cả các chuẩn đầu ra quan trọng của môn học. - Thời gian làm bài 90 phút.		G1.1 G1.2 G2.1 G2.2 G2.3 G3.2 G4.1 G4.2	3 4 3 4 4 3 3 4		Thi tự luận	

CĐR môn học	Hình thức kiểm tra					
	BT #1	BT #2	BT #3	BL #1	BL #2	Thi cuối kỳ
G1.1	x					x
G1.2	x	x		x	x	
G2.1	x					x
G2.2		x	x			x
G2.3		x	x	x	x	x
G3.1						x
G3.2						x
G4.1			x		x	
G4.2			x	x	x	x

## 12. Tài liệu học tập

- Sách, giáo trình chính:

[1] **Nguyễn Đăng Hạc** *Giáo trình Marketing của Doanh nghiệp xây dựng*, NXB Xây Dựng – 2016.

[2] **Đình Đăng Quang** *Marketing của Doanh Nghiệp Xây Dựng*, NXB Xây Dựng – 2001.

- Sách (TLTK) tham khảo:

[3] **Philip Kotler**, *Quản trị marketing*, NXB Thống kê, 2008 (bản dịch).

[4] **Phillip Kotler, Armstrong**, *Principles Of Marketing* – PEARSON Prentice Hall, 2012.

**13. Ngày phê duyệt lần đầu:**

**14. Cấp phê duyệt:**

**Trưởng khoa**

**Trưởng BM**

**Nhóm biên soạn**

**PGS.TS. Nguyễn Trung Kiên**

**Nguyễn Văn Khoa**

**Bùi Phạm Đức Tường**

**7. Tiến trình cập nhật ĐCCT**

<p><b>Lần 1:</b> Nội Dung Cập nhật ĐCCT lần 1: ngày    tháng    năm</p>	<p>&lt;người cập nhật ký và ghi rõ họ tên)</p>          <p>Tổ trưởng Bộ môn:</p>
---	--