

TP. Hồ Chí Minh, ngày 08 tháng 9 năm 2021

ĐỀ CƯƠNG MÔN HỌC
QUẢN TRỊ BÁN HÀNG**A. THÔNG TIN CHUNG VỀ MÔN HỌC**

1. Tên môn học (tiếng Việt) : **QUẢN TRỊ BÁN HÀNG**
2. Tên môn học (tiếng Anh) : **Sales Management**
3. Mã số môn học : **MAG305**
4. Trình độ đào tạo : **Đại học**
5. Ngành đào tạo áp dụng : **Quản trị Kinh doanh**
6. Số tín chỉ : **03**
 - Lý thuyết : 2 chỉ (tương đương 30 tiết)
 - Thảo luận và bài tập : 1 chỉ (tương đương 15 tiết)
 - Thực hành : 22,5 giờ
 - Khác (ghi cụ thể) : không
7. Phân bổ thời gian : **60 giờ**
 - Tại giảng đường : 45 tiết
 - Tự học ở nhà : 22,5 giờ
 - Khác (ghi cụ thể) :
8. Khoa quản lý môn học : **Quản trị Kinh doanh**
9. Môn học trước : **Quản trị học**
10. Mô tả môn học

Môn học này là môn học thay thế học phần tốt nghiệp cho chuyên ngành quản trị kinh doanh tổng hợp và quản trị marketing. Môn học sẽ cung cấp cho sinh viên những kiến thức căn bản về quản trị bán hàng và hoạt động bán hàng cho nhà sản xuất, các đại lý bán sỉ, bán lẻ; các chức năng bán hàng hiệu quả. Môn học sẽ đề cập từ những khái niệm về bán hàng, các kiến thức cần thiết của người bán hàng, đến quy trình, kỹ thuật bán lẻ hàng hóa, các chiến lược bán hàng hiệu quả. Đồng thời sinh viên cũng được tiếp cận với các phương thức tổ chức quản lý bán hàng, phương pháp xây dựng tổ chức bán hàng, các biện pháp thúc đẩy bán hàng hiệu quả và các công cụ đánh giá hệ thống bán

hàng.. Sinh viên vừa học lý thuyết vừa thực hành thông qua thảo luận, giải quyết vấn đề theo tình huống; tự tìm hiểu thực tế và thu thập thông tin để viết báo cáo chuyên đề.

11. Mục tiêu và chuẩn đầu ra của môn học

11.1. Mục tiêu của môn học

Mục tiêu	Mô tả mục tiêu	Nội dung CĐR CTĐT ¹ phân bổ cho môn học	CĐR CTĐT
(a)	(b)	(c)	(d)
CO1	Giúp người học hiểu rõ bản chất của quản trị bán hàng và trang bị cho người học những kiến thức, hiểu biết chung về quy trình quản trị bán hàng, quy trình lập kế hoạch bán hàng trong doanh nghiệp	Khả năng nhận diện, phân tích, vận dụng các kiến thức chuyên sâu về quản trị chiến lược, vận hành, marketing, kế toán, tài chính, dự án và chuỗi cung ứng nhằm giải quyết hiệu quả các vấn đề, phát triển giải pháp ứng dụng trong hoạt động quản trị kinh doanh.	PLO6
CO2	Cung cấp cho người học những kiến thức, cách thức giải quyết và quyết định những vấn đề chiến lược trong quy trình quản trị bán hàng như: đánh giá tiềm năng thị trường và dự báo lực lượng bán, tổ chức lực lượng bán bên trong và bên ngoài doanh nghiệp, thiết lập kế hoạch bán hàng của doanh	Khả năng tổ chức, làm việc nhóm và giao tiếp hiệu quả trong môi trường hội nhập quốc tế	PLO3
		Khả năng nhận diện, phân tích, vận dụng các kiến thức chuyên sâu về quản trị chiến lược,	PLO6

¹ Giải thích ký hiệu viết tắt: CĐR – chuẩn đầu ra; CTĐT - chương trình đào tạo.

	nghiệp.	vận hành, marketing, kế toán, tài chính, dự án và chuỗi cung ứng nhằm giải quyết hiệu quả các vấn đề, phát triển giải pháp ứng dụng trong hoạt động quản trị kinh doanh.	
CO3	Trang bị cho người học những hiểu biết, tri thức và kỹ năng cụ thể về từng khâu của quá trình quản trị lực lượng bán hàng của doanh nghiệp như: tuyển chọn, đào tạo, lãnh đạo, tạo động lực cho lực lượng bán hàng	Khả năng nhận diện, phân tích, vận dụng các kiến thức chuyên sâu về quản trị chiến lược, vận hành, marketing, kế toán, tài chính, dự án và chuỗi cung ứng nhằm giải quyết hiệu quả các vấn đề, phát triển giải pháp ứng dụng trong hoạt động quản trị kinh doanh.	PLO6
		Khả năng vận dụng chuẩn mực đạo đức, giá trị văn hóa, kỹ năng giao tiếp, truyền thông và thấu hiểu hành vi tổ chức nhằm khai thác có hiệu quả nguồn lực con người và hình thành hành vi chuyên nghiệp trong hoạt động quản trị kinh doanh phù hợp bối cảnh quốc	PLO7

		tế.	
CO4	Giúp người học hiểu rõ các vấn đề về đánh giá hiệu quả hoạt động bán hàng của doanh nghiệp và kết quả bán hàng của cá nhân người bán hàng, cách thức để kiểm toán hoạt động bán hàng và đánh giá hiệu quả bán hàng từ các tiếp cận như phân tích doanh số, chi phí	Khả năng nhận diện, phân tích, vận dụng các kiến thức chuyên sâu về quản trị chiến lược, vận hành, marketing, kế toán, tài chính, dự án và chuỗi cung ứng nhằm giải quyết hiệu quả các vấn đề, phát triển giải pháp ứng dụng trong hoạt động quản trị kinh doanh.	PLO6
		Khả năng vận dụng chuẩn mực đạo đức, giá trị văn hóa, kỹ năng giao tiếp, truyền thông và thấu hiểu hành vi tổ chức nhằm khai thác có hiệu quả nguồn lực con người và hình thành hành vi chuyên nghiệp trong hoạt động quản trị kinh doanh phù hợp bối cảnh quốc tế.	PLO7

11.2. Chuẩn đầu ra của môn học (CĐR MH) và sự đóng góp vào chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo (CĐR CTĐT)

CĐR MH	Nội dung CĐR MH	Mức độ theo thang	Mục tiêu môn học	CĐR CTĐT
--------	-----------------	-------------------	------------------	----------

		đo của CĐR MH		
(a)	(b)	(c)	(d)	(e)
CLO1	Xác định được khái niệm bán hàng cá nhân và quản trị bán. Giải thích được vị trí, vai trò của hoạt động quản trị bán hàng, mối quan hệ của hoạt động quản trị bán hàng với các chức năng marketing; Liệt kê và phân tích các trách nhiệm, công việc của nhà quản trị bán, bao gồm phát triển chiến lược và lập kế hoạch bán hàng, tổ chức lực lượng bán.	4	CO1	PLO6
CLO2	Xác định và phân tích các yếu tố môi trường, các yếu tố liên quan tới hành vi khách hàng mục tiêu và các yếu tố nguồn lực và kỹ năng tổ chức ảnh hưởng tới chiến lược bán hàng	3	CO2	PLO3 PLO6
CLO3	Phân tích tình huống và dự báo bán hàng, tiềm năng bán hàng; phân tích được tình huống bán hàng trong bối cảnh kinh doanh cũng như các tình huống quản trị bán hàng thực tế, phát hiện	4	CO2	PLO3 PLO6

	vấn đề và nguyên nhân của vấn đề.			
CLO4	Xây dựng được mục tiêu và chiến lược bán hàng từ đó đưa ra quyết định về cấu trúc tổ chức lực lượng bán hàng; Phân tích tình huống từ đó phát triển kế hoạch bán hàng, phân bổ chỉ tiêu bán hàng và tính toán ngân sách bán hàng.	4	CO2 CO4	PLO3 PLO6 PLO7
CLO5	Xác định các bước tuyển dụng và quy trình lựa chọn lực lượng bán hàng; Lập kế hoạch và triển khai quy trình lựa chọn tuyển dụng lực lượng bán hàng; đào tạo nhân viên. Xác định các tiêu chí đánh giá lực lượng bán hàng. Phát triển kế hoạch/ chính sách lương, thưởng, hoa hồng và các chính sách khác để động viên lực lượng bán hàng	4	CO3 CO4	PLO6 PLO7

11.3. Ma trận đóng góp của môn học cho PLO

Mã CĐR CTĐT	PLO3	PLO6	PLO7
Mã CĐR MH			
CLO1		4	

CLO2	3		3
CLO3	4	4	
CLO4	4	4	4
CLO5		4	4

12. Phương pháp dạy và học:

Triết lý giáo dục “*mở - linh hoạt – thực tiễn*” được phổ biến và vận dụng vào hoạt động giảng dạy. Theo đó, kết quả học tập mong đợi dự kiến đạt được thông qua các phương pháp dạy và học: 60% giảng dạy về lý thuyết, 20% thảo luận nhóm và thuyết trình, 20% làm bài thực hành hoặc dự án nhóm.

- Đối với giảng dạy lý thuyết: giảng viên giải thích các khái niệm, nguyên lý, phân tích và phương pháp giải quyết vấn đề quản trị nguồn nhân lực, nêu vấn đề, trả lời các câu hỏi của sinh viên và tóm tắt bài học.

- Đối với thảo luận nhóm: giảng viên tổ chức từng nhóm thảo luận, đặt vấn đề, nêu yêu cầu và hướng dẫn sinh viên thảo luận. Sinh viên thảo luận và chia sẻ các ý kiến để giải quyết vấn đề, sắp xếp và phối hợp để hoàn thành bài thuyết trình

- Đối với bài thực hành/dự án theo nhóm và thuyết trình: giảng viên tổ chức các nhóm, đặt vấn đề và yêu cầu sinh viên thực hiện một vấn đề quản trị bán hàng trong doanh nghiệp hoặc tổ chức một dự án bán hàng. Sinh viên xây dựng kế hoạch, sắp xếp và phối hợp giữa các thành viên trong nhóm để thực hiện các công việc thu thập thông tin, xử lý, đánh giá, phân tích thông tin, tổ chức dự án, đánh giá kết quả và thuyết trình báo cáo kết quả.

13. Yêu cầu môn học

- Sinh viên đến lớp đều đặn để lĩnh hội tốt môn học, sinh viên vắng quá 20% số buổi học dù có hay không có lý do đều sẽ bị điểm không (0) ở điểm quá trình.

- Sinh viên chỉ được đánh giá đạt học phần khi có tổng điểm học phần từ 4 trở lên và có đủ hai thành phần: (1) điểm quá trình, và (2) điểm thi kết thúc môn học.

- Tùy số lượng sinh viên mà giảng viên quyết định số lượng thành viên các nhóm học tập.

- Sinh viên tham dự lớp học phải tuân thủ quy định, quy tắc ứng xử của Nhà Trường.

14. Học liệu của môn học

14.1. Giáo trình

[1] David Jobber and Geoff Lancaster, *Selling and Sales Management*, 11th edition, Prentice Hall, 2019

[2] PGS.TS Vũ Minh Đức, GS.TS Vũ Huy Thông, *Giáo trình Quản trị bán hàng*, NXB Đại học Kinh tế quốc dân, 2018

14.2. Tài liệu tham khảo

[3] Mark W.Johnston, Greg W.Marshall, *Sales Force Management*, 12th, Routledge

[4] Trần Đình Hải, *Bán hàng và Quản trị Bán hàng*, NXB Thống kê, 2004

B. PHƯƠNG THỨC ĐÁNH GIÁ MÔN HỌC

1. Các thành phần đánh giá môn học

Thành phần đánh giá	Phương thức đánh giá	Các CĐR MH	Trọng số
A.1. Đánh giá quá trình	A.1.1. Chuyên cần	CLO1, CLO2, CLO3	10%
	A.1.2. Thảo luận, bài tập nhóm.	CLO2, CLO3, CLO4, CLO5	20%
	A.1.3. Thực hành/ dự án nhóm và thuyết trình	CLO1,CLO2, CLO3,CLO4, CLO5	20%
A.2. Đánh giá cuối kỳ	A.2.1. Thi cuối kỳ	CLO1,CLO2, CLO3,CLO4,C LO5	50%

2. Nội dung và phương pháp đánh giá

A.1. Đánh giá quá trình

A.1.1. Chuyên cần

- Tổ chức: Giảng viên lập danh sách sinh viên nhằm theo dõi và đánh giá ý thức, thái độ tích cực, chủ động của sinh viên trong quá trình học tập

- Nội dung: đánh giá ý thức của sinh viên trong giờ học lý thuyết, thảo luận nhóm/thuyết trình và làm bài tập nhóm thông qua mức độ tham gia và sẵn sàng tham gia của sinh viên

A.1.2. Thảo luận, bài tập nhóm tại lớp

- Tổ chức: Làm việc mỗi nhóm từ 5-7 người
- Nội dung: Sinh viên được yêu cầu thảo luận về các tình huống hoặc bài tập của chương, trả lời các câu hỏi và thuyết trình kết quả

A.1.3. Thực hành/ dự án nhóm và thuyết trình

- Tổ chức: Làm việc mỗi nhóm từ 5-7 sinh viên
- Nội dung: Sinh viên được yêu cầu lập kế hoặc thực hành vận hành 1 dự án bán hàng thực tế trong vòng 1-2 tuần.
 - + Mục đích: Hiểu rõ các hoạt động quản trị và vận hành 1 dự án bán hàng thực tế.
 - + Đối tượng: Sản phẩm hoặc dịch vụ do sinh viên tự chọn.
 - + Lập và báo cáo kế hoặc bán hàng trước khi thực hiện, theo dõi và báo cáo kết quả KPI thực hiện liên tục trong quá trình vận hành dự án.
 - + Thuyết trình báo kết quả dự án, mức độ thực hiện so với mục tiêu đề ra. Các bài học kinh nghiệm rút ra qua dự án bán hàng.

A.2. Đánh giá cuối kỳ

A.2.1 Bài thi tự luận

❖ Nội dung đánh giá

Đánh giá lượng kiến thức, kỹ năng và thái độ của sinh viên sau khi học xong môn học

❖ Phương pháp và tổ chức thực hiện đánh giá

Đánh giá cuối kỳ được trường tổ chức theo hình thức thi tập trung với thời gian và địa điểm được thông báo trong thời khóa biểu học tập ở tài khoản cá nhân của sinh viên.

Hình thức thi tự luận và được sử dụng tài liệu theo quy định của trường

Cấu trúc đề thi: tối thiểu 03 câu hỏi tự luận và được chấm theo thang điểm 10

Đáp án đề thi: được liệt kê từng ý đáp án ở từng câu với thang điểm 0.5 cho mỗi ý

Thời gian thi: 60 phút, không bao gồm thời gian phát đề

Nội dung và đáp đề thi được người có thẩm quyền phân công cho giảng viên giảng dạy môn học thực hiện thực hiện. Sau đó, đề thi được duyệt bởi người có thẩm quyền ở Khoa quản lý chuyên môn theo từng đợt thi trước khi bàn giao cho phòng Khảo thí và

Đảm bảo chất lượng đề tổ chức mỗi đợt thi. Việc phân công, duyệt đề, bàn giao đề được thực hiện theo các quy định của Nhà trường.

Trường hợp, Ngân hàng câu hỏi cho môn học được hoàn thành thì đề được xây dựng từ Ngân hàng câu hỏi thi theo quy trình làm đề thi. Các quy định liên quan, hình thức thi, cấu trúc đề thi, thời gian làm bài sẽ được cập nhật cho sinh viên theo quy định của phòng Khảo thí và Đảm bảo chất lượng

3. Các rubrics đánh giá

A.1. Đánh giá quá trình

A.1.1. Chuyên cần

Bảng tiêu chí đánh giá (rubric)

TIÊU CHÍ ĐÁNH GIÁ	TRỌNG SỐ	ĐIỂM			
		Dưới 5	5 – dưới 7	7 – dưới 9	9 - 10
Mức độ đáp ứng số buổi học trên giảng đường	70%	Tham gia số buổi học dưới 5 buổi	Tham gia số buổi học từ 5 - 6 buổi	Tham gia số buổi học từ 7- 8 buổi	Tham gia số buổi học từ 9-10 buổi
Mức độ tham gia vào quá trình học tập	30%	Không chủ động phát biểu trong quá trình học	Tham gia phát biểu bài học từ 1 - 2 lần	Tham gia phát biểu bài học từ 3 - 5 lần	Tham gia phát biểu bài học hơn 5 lần

A.1.2. Thảo luận/ bài tập nhóm

Bảng tiêu chí đánh giá (rubric)

TIÊU CHÍ ĐÁNH GIÁ	TRỌNG SỐ	ĐIỂM			
		Dưới 5	5 – dưới 7	7 – dưới 9	9 - 10
	30%	Bố cục không hợp lý, rõ ràng.	Bố cục về cơ bản là hợp lý, rõ ràng.	Bố cục hợp lý, rõ ràng, dễ theo dõi.	Bố cục hợp lý, rõ ràng, dễ theo dõi,

Hình thức trình bày và bố cục		Không sử dụng hình ảnh, biểu đồ, hình thức đơn điệu, thiếu đầu tư	Hình ảnh, biểu đồ đơn điệu, không thu hút	Hình ảnh, biểu đồ đẹp, thu hút. Vận dụng những cách thức sáng tạo để làm hình thức thêm thu hút, hấp dẫn	đẹp mắt. Hình ảnh, biểu đồ hấp dẫn, mang tính minh họa cao. Thể hiện sự đầu tư nghiêm túc, sáng tạo, cẩn thận và tỉ mỉ
Mức độ đáp ứng yêu cầu nội dung bài tập và giải thích các vấn đề yêu cầu	70%	Trình bày vài quan điểm và lập luận nhưng hầu hết chưa giải thích đầy đủ yêu cầu đặt ra	Nội dung thể hiện quan điểm và lập luận đúng. Đưa ra một số ý tưởng sáng tạo.	Nội dung thể hiện ý tưởng sáng tạo, các quan điểm được phát triển đầy đủ với căn cứ vững chắc.	Nội dung thể hiện những ý tưởng được phân tích kỹ càng với các lập luận sáng tạo và có bằng chứng vững vàng để củng cố cho quan điểm.

A.1.3. Thực hành dự án nhóm

Bảng tiêu chí đánh giá (rubric)

TIÊU CHÍ ĐÁNH GIÁ	TRỌNG SỐ	ĐIỂM			
		Dưới 5	5 – dưới 7	7 – dưới 9	9 - 10
		Kế hoạch bán hàng thiếu sáng	Kế hoạch bán hàng thiếu sáng tạo, nội	Kế hoạch bán hàng độc đáo, có sự đầu tư	Kế hoạch bán hàng đột phá, mới lạ, có

Nội dung kế hoạch	30%	tạo, nội dung sơ sài, thiếu đầu tư, thiếu tính hợp lý và thực tế.	dung cơ bản chưa có tính hợp lý, tuy nhiên tính thực tế còn thấp và chưa thuyết phục.	về nội dung, có tính thuyết phục và tính hợp lý, có tính thực tế áp dụng.	tính hấp dẫn cao. Nội dung được đầu tư tỉ mỉ, cẩn thận, có tính hợp lý và thuyết phục cao, khả năng ứng dụng thực tế tốt.
Vận hành dự án, giám sát xuyên suốt và đạt mục tiêu kế hoạch đề ra.	60%	Vận hành rời rạc, không có sự phối hợp đội nhóm, không giám sát và báo cáo liên tục và đạt dưới 40% mục tiêu bán hàng đề ra.	Vận hành dự án tạm ổn, có phối hợp đội nhóm, có giám sát KPI nhưng chưa sát và báo cáo tình hình chưa liên tục, đạt từ 40% - 70% mục tiêu bán hàng đề ra.	Vận hành dự án ổn định, hiệu quả, phối hợp đội nhóm tốt, có giám sát KPI chính xác và báo cáo tình hình liên tục, thay đổi chiến lược bán phù hợp hoàn cảnh phát sinh, đạt từ 70% - 90% mục tiêu bán hàng đề ra.	Vận hành dự án ổn định, hiệu quả, phối hợp đội nhóm tốt, công việc trôi chảy, có tính liên kết thành viên cao, sáng tạo trong vận hành; giám sát KPI chính xác và báo cáo tình hình thường xuyên liên tục, thay đổi chiến lược bán phù hợp

					hoàn cảnh phát sinh, đạt trên 90% mục tiêu bán hàng đề ra.
Báo cáo kết quả	10%	Bố cục không hợp lý, rõ ràng. Không sử dụng hình ảnh, biểu đồ, hình thức đơn điệu, thiếu đầu tư Không chia sẻ được đánh giá và	Bố cục về cơ bản là hợp lý, rõ ràng.. Hình ảnh, biểu đồ đơn điệu, không thu hút Chia sẻ đánh giá và bài học kinh nghiệm chung chung.	Bố cục hợp lý, rõ ràng, dễ theo dõi. Hình ảnh, biểu đồ đẹp, thu hút. Vận dụng những cách thức sáng tạo để làm hình thức thêm thu hút, hấp dẫn Chia sẻ đánh	Bố cục hợp lý, rõ ràng, dễ theo dõi, đẹp mắt. Hình ảnh, biểu đồ hấp dẫn, mang tính minh họa cao. Thể hiện sự đầu tư nghiêm túc, sáng tạo, cần

		bài học kinh nghiệm.		giá và bài học kinh nghiệm cụ thể rõ ràng.	thận và tỉ mỉ Chia sẻ đánh giá và bài học kinh nghiệm cụ thể rõ ràng, có các bài học đắt giá cho từng tình huống bán hàng.
--	--	----------------------	--	--	---

A.2. Đánh giá cuối kỳ

A.2.1. Bài thi tự luận

Rubric sau đây được dùng để đánh giá với từng ý của đáp án

Tiêu chí đánh giá	Trọng số	Thang điểm	
		0	0.5
Sự phù hợp của câu trả lời với đáp án	80%	Hoàn toàn không	Phù hợp
Cách trình bày nội dung	20%	Không rõ ràng, mạch lạc	Rõ ràng, mạch lạc

C. NỘI DUNG CHI TIẾT GIẢNG DẠY

Thời lượng (tiết)	Nội dung giảng dạy chi tiết	CDR MH	Hoạt động dạy và học	Phương pháp đánh giá	Học liệu
(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)
5	CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN VỀ QUẢN TRỊ BÁN HÀNG 1.1. Hoạt động bán hàng 1.1.1. Bản chất và vai trò của hoạt động bán hàng 1.1.2. Đặc điểm của hoạt động bán hàng hiện đại 1.1.3. Phân loại hoạt động bán hàng 1.1.4. Quy trình bán hàng 1.2. Quản trị bán hàng 1.2.1. Bản chất và vai trò của quản trị	CLO1	GIẢNG VIÊN: - Giới thiệu tổng quan về môn học - Phổ biến các quy định về hình thức đánh giá - Giới thiệu mục tiêu và nội dung chương - Luận giải và thảo luận nội dung lý thuyết - Hướng dẫn giải quyết tình huống minh họa - Trả lời các thắc mắc của sinh viên - Giao và hướng dẫn bài tập: “Tìm hiểu về cách thức và chiến lược bán hàng của	A1.1 A1.2 A2.1	[1] <i>Chương 1,2</i> [2] <i>Chương 1,2</i>

	bán hàng 1.2.2. Mối liên hệ giữa bán hàng và marketing 1.2.3. Quy trình quản trị bán hàng 1.3. Vấn đề đạo đức trong bán hàng và quản trị bán hàng		một số loại hình kinh doanh thông qua công ty hoặc thương hiệu cụ thể” SINH VIÊN: - Tại lớp: + Nghe giảng, thảo luận và giải quyết tình huống + Đặt câu hỏi + Hình thành nhóm và quản lý nhóm - Tại nhà: + Đọc và ôn tập bài đã học + Tổ chức làm bài tập nhóm được giao + Đọc trước các nội dung trong học liệu tại chương tiếp theo để chuẩn bị cho buổi học kế tiếp		
10	CHƯƠNG 2: HOẠCH ĐỊNH CHIẾN LƯỢC BÁN HÀNG 2.1. Chiến lược bán hàng trong mối quan hệ với chiến lược doanh nghiệp	CLO2 CLO3 CLO4	GIẢNG VIÊN: - Giới thiệu mục tiêu và nội dung chương - Luận giải và thảo luận nội dung lý	A1.1 A1.2 A1.3 A2.1	

	2.1.1. Chiến lược doanh nghiệp và quy trình lập chiến lược 2.1.2. Thiết lập chiến lược marketing 2.1.3. Vị trí của chiến lược bán hàng trong chiến lược marketing 2.1.4. Một số chiến lược bán hàng 2.2. Hoạch định mục tiêu bán hàng 2.2.1. Vai trò của hoạch định mục tiêu bán hàng 2.2.2. Các cấp độ hoạch định mục tiêu bán hàng 2.2.3. Phương pháp hoạch định mục tiêu bán hàng 2.3. Hoạch định ngân sách bán hàng 2.3.1. Mục đích hoạch định ngân sách bán hàng 2.3.2. Phương pháp hoạch định và phân bổ	thuyết - Hướng dẫn giải quyết tình huống minh họa - Trả lời các thắc mắc của sinh viên - Giao và hướng dẫn bài tập nhóm về nhà: Hoạch định mục tiêu bán hàng các nhân và bán hàng nhóm với sản phẩm hoặc dịch vụ cụ thể. - Đánh giá bài tập nhóm của sinh viên SINH VIÊN: - Tại lớp: + Nghe giảng, thảo luận và giải quyết tình huống + Đặt các câu hỏi + Trình bày theo nhóm: Cách thức và chiến lược bán hàng của một số loại hình kinh doanh thông qua công ty hoặc thương hiệu cụ thể”		[1] <i>Chương 3, 16</i> [2] <i>Chương 3</i>
--	---	---	--	---

	ngân sách bán hàng		- Tại nhà: + Đọc và ôn tập bài đã học + Tổ chức làm bài tập nhóm được giao + Đọc trước các nội dung trong học liệu tại chương tiếp theo để chuẩn bị cho buổi học kế tiếp		
5	CHƯƠNG 3 : THIẾT LẬP HOẠT ĐỘNG BÁN HÀNG 3.1. Các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động bán hàng 3.1.1. Các yếu tố môi trường bên trong và bên ngoài doanh nghiệp 3.1.2. Hành vi mua hàng của khách hàng tiêu dùng 3.1.3. Hành vi mua hàng của khách hàng tổ chức 3.2. Thiết lập hoạt động kênh bán hàng 3.2.1. Các loại kênh bán hàng và tiêu	CLO2 CLO3 CLO4	GIẢNG VIÊN: - Giới thiệu mục tiêu và nội dung chương - Luận giải và thảo luận nội dung lý thuyết - Hướng dẫn giải quyết tình huống minh họa - Trả lời các câu hỏi của sinh viên - Hướng dẫn sinh viên phân tích yếu tố môi trường và hành vi tư đó quyết định chiến lược tiếp cận khách hàng phù hợp. - Đánh giá bài tập nhóm của sinh viên - Giao và hướng dẫn bài tập nhóm về	A1.1 A1.2 A1.3 A2.1	[1] <i>Chương 4,5</i>

	chỉ lựa chọn 3.2.2. Dịch vụ trong bán hàng 3.2.3. Quảng bá trong hoạt động bán hàng	nhà: Tìm hiểu cách thức tổ chức đội nhóm bán hàng của 1 công ty cụ thể (không trùng lặp với nhóm khác) SINH VIÊN: - Tại lớp: + Nghe giảng, thảo luận và giải quyết tình huống + Đặt các câu hỏi + Trình bày kết quả bài tập nhóm - Tại nhà: + Đọc và ôn tập bài đã học + Thực hiện bài tập nhóm tại lớp: Phân tích các yếu tố môi trường và hành vi ảnh hưởng đến 1 sản phẩm, dịch vụ cụ thể. Từ đó trình bày cách thức tiếp cận khách hàng phù hợp. + Đọc trước các nội dung trong học liệu tại chương tiếp theo để chuẩn bị cho buổi học kế tiếp		
--	---	---	--	--

10	CHƯƠNG 4: TỔ CHỨC LỰC LƯỢNG BÁN HÀNG 4.1. Tổ chức cơ cấu bán hàng 4.1.1. Cơ cấu theo khách hàng 4.1.2. Cơ cấu theo địa bàn 4.1.3. Cơ cấu theo sản phẩm 4.2. Xác định quy mô lực lượng bán hàng 4.2.1. Cơ sở xác định quy mô 4.2.2. Phương pháp xác định quy mô lực lượng bán hàng 4.3. Xây dựng chính sách lương nhân viên bán hàng 4.3.1. Mục đích xây dựng chính sách lương 4.3.2. Một số kiểu chính sách lương	CLO2 CLO3 CLO4	GIẢNG VIÊN: - Giới thiệu mục tiêu và nội dung chương - Luận giải và thảo luận nội dung lý thuyết từ trình bày của sinh viên: “cách thức tổ chức đội nhóm bán hàng của 1 công ty cụ thể” - Hướng dẫn giải quyết tình huống minh họa - Trả lời các câu hỏi của sinh viên - Đánh giá bài tập nhóm của sinh viên - Hướng dẫn sinh viên thực hiện dự án nhóm: Chọn sản phẩm dịch vụ và xây dựng kế hoạch bán hàng thực tế. - Giao bài tập nhóm về nhà: mỗi nhóm phân tích và thực hiện triển khai một hoạt động cụ thể trong tuyển dụng nhân viên bán hàng.	A1.1 A1.2 A1.3 A2.1	[1] <i>Chương 12,15</i> [2] <i>Chương 5, 10</i>
----	--	-------------------------------------	--	---	---

	bán hàng		SINH VIÊN: - Tại lớp: + Nghe giảng, thảo luận và giải quyết tình huống + Đặt các câu hỏi + Trình bày kết quả bài tập nhóm - Tại nhà: + Đọc và ôn tập bài đã học + Tổ chức thực hiện chọn sản phẩm dịch vụ và xây dựng kế hoạch bán hàng. + Đọc trước các nội dung trong học liệu tại chương tiếp theo để chuẩn bị cho buổi học kế tiếp + Thực hiện bài tập nhóm về nhà: mỗi nhóm phân tích và thực hiện triển khai một hoạt động cụ thể trong tuyển dụng nhân viên bán hàng.		
7	CHƯƠNG 5: TUYỂN DỤNG – ĐÀO TẠO VÀ ĐỘNG VIÊN LỰC LƯỢNG	CLO3 CLO4	GIẢNG VIÊN:	A1.1 A1.2	[1] <i>Chương 13, 14, 15</i>

	BÁN HÀNG. 5.1. Tuyển dụng nhân sự 5.1.1. Tầm quan trọng của tuyển dụng 5.1.2. Chuẩn bị bản mô tả và yêu cầu công việc 5.1.3. Thực hiện tuyển dụng nhân sự bán hàng 6.2. Đào tạo 6.2.1. Đào tạo nhân sự bán hàng 6.2.3. Đào tạo kênh phân phối 6.3. Động viên 6.2.1. Chính sách động viên nhân viên bán hàng 6.2.2. Chính sách động viên kênh phân phối	CLO5	- Giới thiệu mục tiêu và nội dung chương - Luận giải và thảo luận nội dung lý thuyết - Hướng dẫn giải quyết tình huống minh họa - Trả lời các câu hỏi của sinh viên - Hướng dẫn sinh viên thực hiện hiệu chỉnh kế hoạch bán hàng nhóm, xác định mục tiêu bán và phân chia nhiệm vụ bán hàng. - Đánh giá bài thuyết trình của các nhóm SINH VIÊN: - Tại lớp: + Nghe giảng, thảo luận và giải quyết tình huống + Đặt các câu hỏi + Góp ý và lắng nghe góp ý từ lớp, giảng viên	A1.3 A2.1	[2] <i>Chương 6,</i> 7, 8
--	---	------	--	--------------	------------------------------

			- Tại nhà: + Đọc và ôn tập bài đã học + Đọc trước các nội dung trong học liệu tại chương tiếp theo để chuẩn bị cho buổi học kế tiếp + Tổ chức thực hiện và vận hành dự án bán hàng của nhóm, báo cáo thường xuyên và liên tục cho giảng viên + Tổng kết kết quả và chuẩn bị báo cáo dự án		
7	CHƯƠNG 6: ĐÁNH GIÁ HIỆU QUẢ BÁN HÀNG 6.1. Quy trình đánh giá hiệu quả hoạt động bán hàng 6.2. Mục đích hoạt động đánh giá 6.3. Thiết lập tiêu chuẩn đánh giá và thu thập thông tin	CLO3 CLO4 CLO5	GIẢNG VIÊN: - Giới thiệu mục tiêu và nội dung chương; - củng cố và giải thích lại những nội dung lý thuyết sinh viên chưa nắm rõ - Đánh giá dự án và báo cáo của các nhóm	A1.1 A1.2 A1.3 A2.1	[1] <i>Chương 17</i> [2] <i>Chương 9, 12</i>

	6.3.1. Thiết lập tiêu chuẩn đánh giá 6.3.2. Hệ thống giám sát bán hàng 6.3.3. Hệ thống báo cáo bán hàng 6.4. Thực hiện đánh giá hiệu quả hoạt động bán hàng 6.4.1. Đánh giá định lượng 6.4.2. Đánh giá định tính		SINH VIÊN: Tại lớp: + Nghe giảng + Đặt câu hỏi + Trình bày và báo cáo kết quả dự án bán hàng của nhóm trước lớp + Góp ý và lắng nghe góp ý từ lớp, giảng viên		
--	---	--	---	--	--

TRƯỞNG BỘ MÔN

TS. Trần Văn Đạt

NGƯỜI BIÊN SOẠN

ThS. Lê Minh Hoàng Long

TRƯỞNG KHOA

TS. Nguyễn Văn Tiến

KT. HIỆU TRƯỞNG

PHÓ HIỆU TRƯỞNG



PGS.,TS. Nguyễn Đức Trung