

### ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

**1. Tên học phần: Marketing nông nghiệp (Agricultural marketing)**

- Mã số học phần: KT240
- Số tín chỉ học phần: 3 tín chỉ
- Số tiết học phần: 45 tiết lý thuyết.

**2. Đơn vị phụ trách học phần:**

- Bộ môn: Marketing
- Khoa: Kinh tế

**3. Điều kiện:**

- Điều kiện tiên quyết

**4. Mục tiêu của học phần:**

Mục tiêu	Nội dung mục tiêu	CDR CTĐT
4.1	Hiểu biết về marketing nông nghiệp, cách tiếp cận marketing nông nghiệp và phân tích thị trường nông nghiệp.	2.1.3a,b
4.2	Xây dựng, tổ chức và thực hiện kế hoạch hay chiến lược marketing cho ngành hàng hay sản phẩm nông nghiệp.	2.1.3a,b
4.3	Kỹ năng làm việc nhóm, hợp tác nghiên cứu và phân tích thị trường các ngành hàng hay sản phẩm nông nghiệp.	2.2.1a,b,c 2.2.2a

**5. Chuẩn đầu ra của học phần:**

CDR HP	Nội dung chuẩn đầu ra	Mục tiêu	CDR CTĐT
	<b>Kiến thức</b>		
CO1	Hiểu được các khái niệm marketing nông nghiệp, cách tiếp cận marketing nông nghiệp.	4.1	2.1.3a,b
CO2	Vận dụng và thực hiện các nghiên cứu và phân tích thị trường các ngành hàng hay sản phẩm nông nghiệp.	4.2	2.1.3a,b
CO3	Xây dựng, tổ chức và thực hiện kế hoạch hay chiến lược marketing cho ngành hàng hay sản phẩm nông nghiệp.	4.2	2.1.3a,b
	<b>Kỹ năng</b>		
CO4	Kỹ năng nghiên cứu và phân tích thị trường các ngành hàng hay sản phẩm nông nghiệp.	4.3	2.2.1a,b,c
CO5	Kỹ năng làm việc nhóm và làm việc độc lập; tư duy, phân tích, lập luận và giải quyết vấn đề.	4.3	2.2.2a

## 6. Mô tả tóm tắt nội dung học phần:

Những nội dung chính của học phần bao gồm: đặc điểm của sản xuất nông nghiệp có ảnh hưởng đến chiến lược hay kế hoạch marketing; phân tích thực trạng marketing của ngành hàng hay sản phẩm nông nghiệp; phân tích thị trường của ngành hàng hay sản phẩm nông nghiệp, bao gồm phân tích hành vi tiêu dùng và phân khúc thị trường của sản phẩm nông nghiệp; phân tích hành vi sản xuất của nông hộ hay doanh nghiệp sản xuất những sản phẩm nông nghiệp; xây dựng chiến lược hay kế hoạch marketing hỗn hợp cho ngành hàng hay sản phẩm nông nghiệp (bao gồm chiến lược sản phẩm, chiến lược phân phối, chiến lược giá và chiến lược chiêu thị), thông qua việc sử dụng công cụ ma trận SWOT.

## 7. Cấu trúc nội dung học phần:

	Nội dung	Số tiết	CĐR HP
<b>Chương 1.</b>	<b>Giới thiệu Marketing nông nghiệp</b>		
1.1.	Khái niệm Marketing nông nghiệp và những kiến thức marketing căn bản được sử dụng trong marketing nông nghiệp.	3	CO1
1.2.	Những đặc điểm của sản xuất nông nghiệp có ảnh hưởng đến việc xây dựng kế hoạch hay chiến lược marketing.	3	CO1
1.3.	Phân tích thực trạng marketing của ngành hàng hay sản phẩm nông nghiệp trong thị trường nội địa và xuất khẩu.	3	CO1
<b>Chương 2.</b>	<b>Phân tích thị trường ngành hàng hay sản phẩm nông nghiệp</b>		
2.1.	Phân tích cầu: hành vi tiêu dùng, phân khúc thị trường các sản phẩm nông nghiệp.	4	CO2, CO4
2.2.	Phân tích cung: hành vi sản xuất của nông hộ hay doanh nghiệp sản xuất sản phẩm nông nghiệp, phân tích cạnh tranh.	4	CO2, CO4
2.3.	Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến cung, cầu các sản phẩm nông nghiệp	7	CO2, CO4
<b>Chương 3</b>	<b>Xây dựng kế hoạch hay chiến lược marketing của ngành hàng hay sản phẩm nông nghiệp cho địa phương hay doanh nghiệp.</b>		
3.1.	Phân tích SWOT ngành hàng hay sản phẩm nông nghiệp của địa phương hay doanh nghiệp.	4	CO3, CO4, CO5
3.2.	Xây dựng kế hoạch hay chiến lược marketing của ngành hàng hay sản phẩm nông nghiệp.	8	CO3, CO4, CO5
<b>Chương 4</b>	<b>Marketing dịch vụ trong sản xuất kinh doanh nông nghiệp.</b>		
4.1.	Đặc điểm dịch vụ nông nghiệp và phân loại dịch	4	CO1, CO2

	Nội dung	Số tiết	CĐR HP
	vụ nông nghiệp		
4.2.	Dịch vụ khách hàng – vấn đề trung tâm của marketing dịch vụ trong kinh doanh nông nghiệp	5	CO1, CO2

### 8. Phương pháp giảng dạy:

- Trình bày lý thuyết, cung cấp tài liệu liên quan đến học phần.
- Hướng dẫn sinh viên thảo luận theo nhóm.
- Hướng dẫn sinh viên báo cáo kết quả thảo luận.

### 9. Nhiệm vụ của sinh viên:

Sinh viên phải thực hiện các nhiệm vụ như sau:

- Tham dự tối thiểu 80% số tiết học lý thuyết.
- Đọc tài liệu trước khi lên lớp.
- Tham gia đóng góp ý kiến, phát biểu.
- Thực hiện đầy đủ các bài tập nhóm/ bài tập và được đánh giá mức độ tham gia.
- Tham dự thi kết thúc học phần.

### 10. Đánh giá kết quả học tập của sinh viên:

#### 10.1. Cách đánh giá

Sinh viên được đánh giá tích lũy học phần như sau:

TT	Điểm thành phần	Quy định	Trọng số	CĐR HP
1	Điểm chuyên cần	Số tiết tham dự học/tổng số tiết	10%	
2	Điểm bài tập nhóm	- Báo cáo/thuyết minh một trong các nội dung marketing nông nghiệp - Được nhóm xác nhận có tham gia	30%	CO2, CO3, CO4, CO5
3	Điểm thi kết thúc học phần	- Thi viết (60 phút) - Tham dự đủ 80% tiết lý thuyết - Bắt buộc dự thi	60%	CO1, CO2, CO3

#### 10.2. Cách tính điểm

- Điểm đánh giá thành phần và điểm thi kết thúc học phần được chấm theo thang điểm 10 (từ 0 đến 10), làm tròn đến một chữ số thập phân.
- Điểm học phần là tổng điểm của tất cả các điểm đánh giá thành phần của học phần nhân với trọng số tương ứng. Điểm học phần theo thang điểm 10 làm tròn đến một chữ số thập phân, sau đó được quy đổi sang điểm chữ và điểm số theo thang điểm 4 theo quy định về công tác học vụ của Trường.

### 11. Tài liệu học tập:

Thông tin về tài liệu	Số đăng ký cá biệt
[1] Giáo trình marketing nông nghiệp	NN.009435
[2] Agricultural marketing and price analysis	PTNT.002253
[3] Marketing research	MOL.039123

## 12. Hướng dẫn sinh viên tự học:

Tuần	Nội dung	Lý thuyết (tiết)	Thực hành (tiết)	Nhiệm vụ của sinh viên
1-3	<p>Chương 1: Giới thiệu Marketing nông nghiệp</p> <p>1.1. Khái niệm marketing nông nghiệp và những kiến thức marketing căn bản được sử dụng trong marketing nông nghiệp.</p> <p>1.2. Những đặc điểm của sản xuất nông nghiệp có ảnh hưởng đến việc xây dựng kế hoạch hay chiến lược marketing.</p> <p>1.3. Phân tích thực trạng marketing của ngành hàng hay sản phẩm nông nghiệp trong thị trường nội địa và xuất khẩu.</p>	9	0	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nghiên cứu trước:</li> <li>+ Tài liệu [1]</li> <li>+ Tra cứu nội dung về hoạt động marketing của ngành hàng hay sản phẩm nông nghiệp trong thị trường nội địa và xuất khẩu.</li> </ul>
4-8	<p>Chương 2: Phân tích thị trường ngành hàng hay sản phẩm nông nghiệp</p> <p>2.1. Phân tích cầu: hành vi tiêu dùng, phân khúc thị trường các sản phẩm nông nghiệp.</p> <p>2.2. Phân tích cung: hành vi sản xuất của nông hộ hay doanh nghiệp sản xuất sản phẩm nông nghiệp, phân tích cạnh tranh.</p> <p>2.3. Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến cung, cầu các sản phẩm nông nghiệp</p>	15	0	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nghiên cứu trước:</li> <li>+ Tài liệu [1] và tài liệu [3]</li> <li>+ Ôn lại nội dung khái niệm marketing nông nghiệp, cách tiếp cận marketing nông nghiệp.</li> <li>+ Tra cứu nội dung về các yếu tố ảnh hưởng đến cung, cầu các sản phẩm nông nghiệp.</li> </ul>
9-12	<p>Chương 3: Xây dựng kế hoạch hay chiến lược marketing của ngành hàng hay sản phẩm nông nghiệp cho địa phương hay doanh nghiệp.</p> <p>3.1. Phân tích SWOT ngành hàng hay sản phẩm nông nghiệp của địa phương hay doanh nghiệp.</p> <p>3.2. Xây dựng kế hoạch hay chiến lược marketing của ngành hàng hay sản phẩm nông nghiệp.</p>	12	0	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nghiên cứu trước:</li> <li>+ Tài liệu [1], tài liệu [2] và tài liệu [3]</li> <li>+ Ôn lại nội dung thị trường ngành hàng hay sản phẩm nông nghiệp.</li> <li>+ Tra cứu nội dung về kế hoạch hay chiến lược marketing của ngành hàng hay sản phẩm nông nghiệp.</li> <li>- Làm việc nhóm xây dựng kế hoạch hay chiến lược marketing của ngành hàng hay sản phẩm nông nghiệp.</li> </ul>

Tuần	Nội dung	Lý thuyết (tiết)	Thực hành (tiết)	Nhiệm vụ của sinh viên
13-15	Chương 4: Marketing dịch vụ trong sản xuất kinh doanh nông nghiệp. 4.1. Đặc điểm dịch vụ nông nghiệp và phân loại dịch vụ nông nghiệp 4.2. Dịch vụ khách hàng – vấn đề trung tâm của marketing dịch vụ trong kinh doanh nông nghiệp	9	0	- Nghiên cứu trước: + Tài liệu [1] và tài liệu [2] + Ôn lại nội dung về xây dựng kế hoạch hay chiến lược marketing của ngành hàng hay sản phẩm nông nghiệp. + Tra cứu nội dung về Dịch vụ khách hàng – vấn đề trung tâm của marketing dịch vụ trong kinh doanh nông nghiệp.

Cần Thơ, ngày 10 tháng 4 năm 2019

**TL. HIỆU TRƯỞNG  
TRƯỞNG KHOA**



**Lê Khương Ninh**

**TRƯỞNG BỘ MÔN**

**Lưu Tiến Thuận**