

**BM Marketing – Viện kinh tế Bưu điện ĐỀ CƯƠNG HỌC**  
**PHẦN QUẢN TRỊ**  
**BÁN HÀNG**

**1. Thông tin về giảng viên**

**1.1 Giảng viên 1:**

Họ và tên: Nguyễn Việt Dũng

Chức danh, học hàm, học vị: Giảng viên – Thạc sĩ Quản trị kinh doanh

Địa chỉ liên hệ: Viện Kinh tế Bưu điện – Học viện Công nghệ Bưu chính

Viễn thông Điện thoại: 0936319698 , Email: vietdungptit@gmail.com

Các hướng nghiên cứu chính: Quản trị doanh nghiệp, Marketing.

**1.2 Giảng viên 2:**

Họ và tên: Nguyễn Bình Minh

Chức danh, học hàm, học vị: Giảng viên – Tiến sĩ kinh tế

Địa chỉ liên hệ: Viện Kinh tế Bưu điện – Học viện Công nghệ Bưu chính

Viễn thông

Điện thoại: 0936355699 , Email: binhminh279@gmail.com

Các hướng nghiên cứu chính: Marketing, quản trị doanh nghiệp.

**1.3 Giảng viên 3:**

Họ và tên: Nguyễn Thị Phương Dung

Chức danh, học hàm, học vị: Giảng viên – Thạc sĩ quản trị kinh doanh

Địa chỉ liên hệ: Viện Kinh tế Bưu điện – Học viện Công nghệ Bưu chính

Viễn thông

Điện thoại: 0914061182 , Email:

phuongdung0611@gmail.com

Các hướng nghiên cứu chính: Quản trị kinh doanh,

Marketing

**2. Thông tin chung về môn học**

- Tên môn học: Quản trị bán hàng
- Tên tiếng Anh: Sales Management
- Mã môn học: MAR 1329
- Số tín chỉ (TC): 2
- Môn học: Bắt buộc

- Các môn học tiên quyết: Marketing căn bản (MAR 1322)
- Giờ tín chỉ:
  - o Lý thuyết: 24 tiết
- Chữa Bài tập/Thảo luận/Hoạt động nhóm: 6 tiết
- Khoa/Bộ môn phụ trách: **Bộ môn Marketing - Viện Kinh tế Bưu điện**

### 3. Mô tả môn học

Nội dung môn học với mục tiêu trang bị kiến thức và kỹ năng bán hàng, quản trị bán hàng trong doanh nghiệp cho sinh viên đại học thuộc ngành quản trị kinh doanh, marketing được chia thành 6 nội dung chính: Tổng quan về hoạt động bán hàng và quản trị bán hàng; Xây dựng kế hoạch bán hàng; Tổ chức mạng lưới bán hàng; Tổ chức lực lượng bán hàng; Kiểm soát hoạt động bán hàng; Hỗ trợ bán hàng và chăm sóc khách hàng.

### 4. Mục tiêu của môn học

#### 4.1. Mục tiêu môn học

- Nhằm cung cấp cho sinh viên những kiến thức cơ bản về hoạt động bán hàng và quản trị bán hàng trong doanh nghiệp, bao gồm: Tổng quan về bán hàng và quản trị bán hàng, xây dựng kế hoạch bán hàng, tổ chức mạng lưới bán hàng, tổ chức lực lượng bán hàng, kiểm soát hoạt động bán hàng, hỗ trợ bán hàng và chăm sóc khách hàng.
- Bên cạnh đó môn học cũng rèn luyện cho sinh viên một số kỹ năng liên quan đến: Lập kế hoạch bán hàng, thiết kế địa phận bán hàng, tổ chức lực lượng bán hàng, quản trị lực lượng bán hàng của doanh nghiệp, một số kỹ thuật cơ bản trong bán hàng.
- Sinh viên biết cách áp dụng các phương pháp, công cụ hỗ trợ nghiệp vụ bán hàng và quản trị bán hàng.
- Sinh viên cần có thái độ học tập tích cực, hăng hái thảo luận và làm bài tập trên lớp, tự học.

#### 4.2. Chuẩn đầu ra

<b>Sau khi hoàn thành môn học, sinh viên có thể:</b>	
<b>1.</b>	<b>[CL0<sub>1</sub>]:</b> Hiểu và Phân tích được theo quan điểm cá nhân các vấn đề sau: Khái niệm bán hàng; Bản chất của bán hàng; Ứng dụng nhận biết và phân tích các loại hình bán hàng và các vị trí nhân viên bán hàng trong một doanh nghiệp cụ thể
<b>2.</b>	<b>[CL0<sub>2</sub>]:</b> Hiểu và vận dụng để xây dựng được kế hoạch bán hàng đối với một hàng hóa dịch vụ của một doanh nghiệp cụ thể.

3.	[CL0 <sub>3</sub> ]: Hiểu và vận dụng thực tế đề xuất xây dựng được mạng lưới bán hàng cho doanh nghiệp cụ thể; xây dựng được các điểm và tuyến bán hàng cho doanh nghiệp cụ thể.
4.	[CL0 <sub>4</sub> ]: Hiểu và vận dụng trong thực tế các hoạt động xây dựng, đào tạo và tạo động lực cho lượng bán hàng trong doanh nghiệp.
5.	[CL0 <sub>5</sub> ]: Hiểu và vận dụng để đề xuất được phương án kiểm tra, đánh giá hoạt động bán hàng và phương án đánh giá thành tích của nhân viên bán hàng của một doanh nghiệp cụ thể..
6	[CL0 <sub>6</sub> ]: Hiểu và vận dụng phân tích được các hoạt động bán hàng và chăm sóc khách hàng; Vận dụng liên hệ, xây dựng hệ thống bán hàng qua internet; Vận dụng nội dung bán hàng theo chế độ khách hàng lớn và Quản lý quan hệ khách hàng vào một doanh nghiệp với một hàng hóa cụ thể.;
7	[CL0 <sub>7</sub> ]: Có phẩm chất đạo đức, kỹ năng xử lý các tình huống liên quan đến bán hàng

#### 4.3. Ma trận liên kết nội dung với chuẩn đầu ra của môn học

TT	CĐR	CLO <sub>1</sub>	CLO <sub>2</sub>	CLO <sub>3</sub>	CLO <sub>4</sub>	CLO <sub>5</sub>	CLO <sub>6</sub>	CLO <sub>7</sub>
	<b>Nội dung</b>							
1	Chương 1	x						x
2	Chương 2		x					x
3	Chương 3			x				x
4	Chương 4				x			x
5	Chương 5					x		x
6	Chương 6						x	x

#### 5. Nội dung chi tiết môn học

##### *Chương 1: Tổng quan về hoạt động bán hàng và quản trị bán hàng*

##### **1.1. Hoạt động bán hàng của doanh nghiệp**

1.1.1. Khái niệm bán hàng và vai trò của hoạt động bán hàng trong doanh nghiệp

1.1.2. Quá trình phát triển của bán hàng

1.1.3. Các hình thức bán hàng của doanh nghiệp

1.1.4. Hoạt động chung của nhân viên bán hàng

## **1.2. Hoạt động quản trị bán hàng trong doanh nghiệp**

1.2.1. *Khái niệm quản trị bán hàng*

1.2.2. *Vai trò của quản trị bán hàng và mối quan hệ với các hoạt động khác trong doanh nghiệp*

1.2.3. *Quy trình quản trị bán hàng*

## **Chương 2: Xây dựng kế hoạch bán hàng**

### **2.1 Các dạng kế hoạch bán hàng**

2.1.1 *Khái niệm kế hoạch bán hàng*

2.1.2 *Các dạng kế hoạch bán hàng của doanh nghiệp*

### **2.2 Dự báo bán hàng**

2.2.1 *Vai trò của dự báo bán hàng*

2.2.2. *Các chỉ tiêu phản ánh kết quả dự báo bán hàng*

2.2.3. *Các căn cứ và phương pháp dự báo bán hàng*

2.2.4. *Quy trình dự báo bán hàng trong doanh nghiệp*

### **2.3 Xây dựng mục tiêu bán hàng**

2.3.1. *Khái niệm và các loại mục tiêu bán hàng*

2.3.2. *Các căn cứ xây dựng mục tiêu bán hàng*

2.3.3. *Quy trình xây dựng mục tiêu bán hàng trong doanh nghiệp*

2.3.4. *Các tiêu chuẩn SMART của mục tiêu bán hàng*

### **2.4 Xác định các hoạt động và chương trình bán hàng**

2.4.1. *Xác định các hoạt động bán hàng*

2.4.2. *Xây dựng các chương trình bán hàng*

### **2.5 Xây dựng ngân sách bán hàng**

2.5.1. *Khái niệm và vai trò của ngân sách bán hàng*

2.5.2. *Các phương pháp xây dựng ngân sách bán hàng*

2.5.3. *Nội dung của ngân sách bán hàng*

## **Chương 3: Tổ chức mạng lưới bán hàng trong doanh nghiệp**

### **3.1 Khái niệm và vai trò của cơ cấu tổ chức mạng lưới bán hàng**

3.1.1. *Khái niệm cơ cấu tổ chức mạng lưới bán hàng*

3.1.2. *Vai trò của cơ cấu tổ chức mạng lưới bán hàng*

3.1.3. *Các chức danh bán hàng chủ yếu trong cơ cấu tổ chức mạng lưới bán hàng*

### **3.2. Một số dạng cơ cấu tổ chức mạng lưới bán hàng cơ bản**

- 3.2.1. Cơ cấu tổ chức mạng lưới bán hàng theo khu vực địa bàn
- 3.2.2. Cơ cấu tổ chức mạng lưới bán hàng theo sản phẩm
- 3.2.3. Cơ cấu tổ chức mạng lưới bán hàng theo khách hàng
- 3.2.4. Cơ cấu tổ chức mạng lưới bán hàng hỗn hợp
- 3.3. Các căn cứ lựa chọn và yêu cầu của cơ cấu tổ chức mạng lưới bán hàng**
  - 3.3.1. Các căn cứ lựa chọn cơ cấu tổ chức mạng lưới bán hàng
  - 3.3.2. Các yêu cầu đối với cơ cấu tổ chức mạng lưới bán hàng
- 3.4. Tổ chức hệ thống điểm và tuyến bán hàng**
  - 3.4.1. Khái niệm và vai trò của điểm và tuyến bán hàng của doanh nghiệp
  - 3.4.2. Tổ chức hệ thống điểm bán hàng của doanh nghiệp
  - 3.4.3. Tổ chức tuyến bán hàng của doanh nghiệp

#### **Chương 4: Tổ chức lực lượng bán hàng của doanh nghiệp**

- 4.1. Khái niệm, vai trò và phân loại lực lượng bán hàng của doanh nghiệp**
  - 4.1.1. Khái niệm lực lượng bán hàng
  - 4.1.2. Vai trò của lực lượng bán hàng
  - 4.1.3. Phân loại lực lượng bán hàng
- 4.2. Xác định quy mô và cơ cấu lực lượng bán hàng của doanh nghiệp**
  - 4.2.1. Xác định quy mô lực lượng bán hàng
  - 4.2.2. Xác định cơ cấu lực lượng bán hàng
- 4.3. Xây dựng định mức cho lực lượng bán hàng**
  - 4.3.1. Khái niệm và tầm quan trọng của việc xây dựng định mức cho lực lượng bán hàng
  - 4.3.2. Các loại định mức bán hàng
  - 4.3.3. Các căn cứ xây dựng định mức cho lực lượng bán hàng
- 4.4. Tuyển dụng và đào tạo lực lượng bán hàng của doanh nghiệp**
  - 4.4.1. Tuyển dụng lực lượng bán hàng
  - 4.4.2. Đào tạo và phát triển lực lượng bán hàng
- 4.5. Tạo động lực cho lực lượng bán hàng của doanh nghiệp**
  - 4.5.1. Khái niệm và vai trò của tạo động lực cho lực lượng bán hàng
  - 4.5.2. Quy trình tạo động lực cho lực lượng bán hàng
  - 4.5.3. Các biện pháp chủ yếu tạo động lực cho lực lượng bán hàng

#### **Chương 5 Kiểm soát hoạt động bán hàng**

- 5.1 Kiểm soát hoạt động bán hàng của doanh nghiệp**

5.1.1 Tiêu chuẩn kiểm soát hoạt động bán hàng

5.1.2 Các phương pháp kiểm soát hoạt động bán hàng

## **5.2. Giám sát và đánh giá thành tích của nhân viên bán hàng**

5.2.1 Giám sát hoạt động của nhân viên bán hàng

5.2.1. Đánh giá thành tích của nhân viên bán hàng

## **Chương 6: Hỗ trợ bán hàng và chăm sóc khách hàng**

### **6.1 Kỹ thuật hỗ trợ bán hàng**

6.1.1 Các kỹ thuật cơ bản sử dụng khi bán hàng

6.1.2 Kỹ thuật chốt Sales

6.1.3 Quy trình bán hàng

### **6.2 Bán hàng qua trung gian**

6.2.1 Các loại trung gian phân phối

6.2.2 Lựa chọn trung gian phân phối có hiệu quả

### **6.3 Quản lý quan hệ khách hàng**

6.3.1 Khái niệm Quản lý quan hệ khách hàng

6.3.2 Nguyên lý và nội dung cơ bản của Quản lý quan hệ khách hàng

6.3.3 Mô hình Quản lý quan hệ khách hàng

### **6.4 Hoạt động Chăm sóc khách hàng**

6.4.1 Khái niệm, vai trò hoạt động chăm sóc khách hàng

6.4.2 Các nguyên tắc chăm sóc khách hàng

6.4.3 Các quyết định về chăm sóc khách hàng của doanh nghiệp

6.4.4 Chế độ khách hàng lớn

### **6.5 Ứng dụng Internet trong bán hàng và quản trị bán hàng**

6.5.1 Đào tạo cơ bản cho lực lượng bán hàng qua internet

6.5.2 Internet và công nghệ trong bán hàng

6.5.3 Internet và công nghệ trong quản trị bán hàng

## **6. Học liệu**

### **6.1. Học liệu bắt buộc:**

Bài giảng Quản trị Bán hàng – Học viện công nghệ BCVT [1]

### **2.6 Học liệu tham khảo:**

1. David Jobber, Geoffrey Lancaster, Selling and sales Management  
10<sup>th</sup> edition, 2015 [2]

2. James M Comer, Quản trị bán hàng, NXB Tổng hợp, 2005 [3]
3. Robert J Calvin, Sales Management, NXB MCGRAW-HILL, 2006 [4].
4. Butch Bellah, Quản lý bán hàng, NXB Lao động, 2018 [5]

## 7. Hình thức tổ chức dạy học

### 7.1. Lịch trình chung

	Lên lớp			Thực hành	Tự học	Tổng
	Lý thuyết	Bài tập	Thảo luận			
Nội dung 1: Mục 1.1. Hoạt động bán hàng của doanh nghiệp	2					2
Nội dung 2: Mục 1.2 Hoạt động quản trị bán hàng trong doanh nghiệp	2					2
Nội dung 3: Mục 2.1 đến mục 2.2 Các dạng kế hoạch bán hàng, dự báo bán hàng.	2					2
Nội dung 4: Mục 2.3 Xây dựng mục tiêu bán hàng	2					2
Nội dung 5: Mục 2.4 đến Mục 2.5 . Xác định các hoạt động và chương trình bán hàng, xây dựng ngân sách bán hàng	2					2
Nội dung 6: Mục 3.1 đến mục 3.2 Khái niệm và vai trò của cơ cấu mạng lưới bán hàng, một số dạng cơ cấu tổ chức mạng lưới bán hàng cơ bản	2					2
Nội dung 7: Mục 3.3 đến	2					2

mục 3.4 Các căn cứ lựa chọn và yêu cầu của cơ cấu tổ chức mạng lưới bán hàng, Tổ chức hệ thống điểm và tuyến bán hàng						
Nội dung 8: Kiểm tra giữa kỳ, Thảo luận		2				2
Nội dung 9: Mục 4.1 đến mục 4.2 Khái niệm, vai trò và phân loại lực lượng bán hàng của doanh nghiệp. Xác định quy mô và cơ cấu lực lượng bán hàng của doanh nghiệp	2					2
Nội dung 10: Mục 4.3 đến mục 4.5 Xây dựng định mức cho lực lượng bán hàng Tuyển dụng và đào tạo lực lượng bán hàng của doanh nghiệp Tạo động lực cho lực lượng bán hàng của doanh nghiệp	2					2
Nội dung 11: Mục 5.1 đến mục 5.2 Kiểm soát hoạt động bán hàng của doanh nghiệp Giám sát và đánh giá thành tích của nhân viên bán hàng Tổ chức lực lượng bán hàng	2					2
Nội dung 12: Mục 6.1 đến 6.2 Kỹ thuật hỗ trợ bán hàng; kỹ thuật chốt Sales Bán hàng qua trung gian	2					2
Nội dung 13: Mục 6.3 đến 6.5 Quản lý quan hệ khách hàng, Hoạt động Chăm sóc khách hàng và chế độ khách hàng lớn Ứng dụng Internet trong bán hàng và quản trị bán hàng	2					2
Nội dung 14: Thảo luận		2				2
Nội dung 15: Thảo luận, Ôn		2				2

tập và Giải đáp						
<b>Tổng cộng:</b>	2 4	6				3 0

## 7.2. Lịch trình tổ chức dạy học cụ thể

### Tuần 1, Nội dung 1: Hoạt động bán hàng của doanh nghiệp

Hình thức tổ chức dạy học	Thời gian (tiết TC)	Nội dung chính	Yêu cầu đối với sinh viên	Ghi chú
Lý thuyết	2	<p><i>Khái niệm bán hàng và vai trò của hoạt động bán hàng trong doanh nghiệp; Quá trình phát triển của bán hàng; Các hình thức bán hàng của doanh nghiệp; Hoạt động chung của nhân viên bán hàng</i></p> <p style="text-align: center;"><i>1.1.1. Nhân viên bán hàng</i></p>	Chương 1. Đọc Quyển [3] – Chương 1, 2.	

### Tuần 2, Nội dung 2: Hoạt động quản trị bán hàng trong doanh nghiệp

Hình thức tổ chức dạy học	Thời gian (tiết TC)	Nội dung chính	Yêu cầu đối với sinh viên	Ghi chú
Lý thuyết	2	<p><i>Khái niệm quản trị bán hàng; Vai trò của quản trị bán hàng và mối quan hệ với các hoạt động khác trong doanh nghiệp; Qui</i></p>	Đọc Quyển [1] – Chương 1. Đọc Quyển [2] – Chương 1.	

		<i>trình quản trị bán hàng</i>		
--	--	--------------------------------	--	--

### **Tuần 3, Nội dung 3: Các dạng kế hoạch bán hàng, dự báo bán hàng**

<b>Hình thức tổ chức dạy học</b>	<b>Thời gian (tiết TC)</b>	<b>Nội dung chính</b>	<b>Yêu cầu đối với sinh viên</b>	<b>Ghi chú</b>
Lý thuyết	2	<i>Khái niệm kế hoạch bán hàng; Các dạng kế hoạch bán hàng của doanh nghiệp; Vai trò của dự báo bán hàng; Các chỉ tiêu phản ánh kết quả dự báo bán hàng; Các căn cứ và phương pháp dự báo bán hàng; Quy trình dự báo bán hàng trong doanh nghiệp</i>	Đọc Quyển [1] – Chương 3. Đọc quyển [2] – Chương 3	

### **Tuần 4, Nội dung 4: Xây dựng mục tiêu bán hàng**

<b>Hình thức tổ chức dạy học</b>	<b>Thời gian (tiết TC)</b>	<b>Nội dung chính</b>	<b>Yêu cầu đối với sinh viên</b>	<b>Ghi chú</b>
Lý thuyết	2	<i>Khái niệm và các loại mục tiêu bán hàng; Các căn cứ xây dựng mục tiêu bán hàng; Quy trình xây dựng</i>	Đọc Quyển [1] – Chương 2. Đọc Quyển [2] – Chương 3.	

		<i>mục tiêu bán hàng trong doanh nghiệp; Các tiêu chuẩn SMART của mục tiêu bán hàng</i>		
--	--	---	--	--

**Tuần 5, Nội dung 5: Xác định các hoạt động và chương trình bán hàng, xây dựng ngân sách bán hàng**

<b>Hình thức tổ chức dạy học</b>	<b>Thời gian (tiết TC)</b>	<b>Nội dung chính</b>	<b>Yêu cầu đối với sinh viên</b>	<b>Ghi chú</b>
Lý thuyết	2	<i>Xác định các hoạt động bán hàng; Xây dựng các chương trình bán hàng; Khái niệm và vai trò của ngân sách bán hàng; Các phương pháp xây dựng ngân sách bán hàng; Nội dung của ngân sách bán hàng</i>	Đọc Quyển [1] – Chương 2	

**Tuần 6, Nội dung 6: Khái niệm và vai trò của cơ cấu mạng lưới bán hàng, một số dạng cơ cấu tổ chức mạng lưới bán hàng cơ bản**

<b>Hình thức tổ chức dạy học</b>	<b>Thời gian (tiết TC)</b>	<b>Nội dung chính</b>	<b>Yêu cầu đối với sinh viên</b>	<b>Ghi chú</b>
Lý thuyết	2	<i>Khái niệm cơ cấu tổ chức mạng lưới bán hàng; Vai trò của cơ cấu tổ chức mạng lưới bán hàng; Các chức danh bán hàng chủ yếu trong cơ cấu tổ chức mạng lưới bán</i>	Đọc Quyển [1] – Chương 3 Đọc Quyển [4] – Chương 5,6.	

		<p><i>hàng; Cơ cấu tổ chức mạng lưới bán hàng theo khu vực địa bàn; Cơ cấu tổ chức mạng lưới bán hàng theo sản phẩm; Cơ cấu tổ chức mạng lưới bán hàng theo khách hàng; Cơ cấu tổ chức mạng lưới bán hàng hỗn hợp</i></p>		
--	--	---	--	--

**Tuần 7, Nội dung 7: Các căn cứ lựa chọn và yêu cầu của cơ cấu tổ chức mạng lưới bán hàng, Tổ chức hệ thống điểm và tuyển bán hàng**

<b>Hình thức tổ chức dạy học</b>	<b>Thời gian (tiết TC)</b>	<b>Nội dung chính</b>	<b>Yêu cầu đối với sinh viên</b>	<b>Ghi chú</b>
Lý thuyết	2	<p><i>Các căn cứ lựa chọn cơ cấu tổ chức mạng lưới bán hàng; Các yêu cầu đối với cơ cấu tổ chức mạng lưới bán hàng; Khái niệm và vai trò của điểm và tuyển bán hàng của doanh nghiệp; Tổ chức hệ thống điểm bán hàng của doanh nghiệp; Tổ chức tuyển bán hàng của doanh nghiệp</i></p>	<p>Đọc Quyển [1] – Chương 3 Đọc Quyển [4] – Chương 5,6.</p>	

**Tuần 8, Nội dung 8: Kiểm tra giữa kỳ, thảo luận**

<b>Hình thức tổ chức dạy học</b>	<b>Thời gian (tiết)</b>	<b>Nội dung chính</b>	<b>Yêu cầu đối với sinh viên</b>	<b>Ghi chú</b>

	<i>TC)</i>			
Kiểm tra giữa kỳ và Thảo luận	2	<i>Kiểm tra Thảo luận nhiệm vụ môn học</i>	<i>Nhóm thực hiện nhiệm vụ chuẩn bị; Các thành viên tham gia thảo luận</i>	<i>Nhiệm vụ môn học do GV giao trước khi bắt đầu môn học</i>

**Tuần 9, Nội dung 9: Khái niệm, vai trò và phân loại lực lượng bán hàng của doanh nghiệp. Xác định quy mô và cơ cấu lực lượng bán hàng của doanh nghiệp**

<b>Hình thức tổ chức dạy học</b>	<b>Thời gian (tiết TC)</b>	<b>Nội dung chính</b>	<b>Yêu cầu đối với sinh viên</b>	<b>Ghi chú</b>
Lý thuyết	2	<i>Khái niệm lực lượng bán hàng; Vai trò của lực lượng bán hàng; Phân loại lực lượng bán hàng; Xác định quy mô lực lượng bán hàng; Xác định cơ cấu lực lượng bán hàng</i>	Đọc Quyển [1] – Chương 3. Đọc Quyển [5]	

**Tuần 10, Nội dung 10: Xây dựng định mức cho lực lượng bán hàng; Tuyển dụng và đào tạo lực lượng bán hàng của doanh nghiệp; Tạo động lực cho lực lượng bán hàng của doanh nghiệp**

<b>Hình thức tổ chức dạy học</b>	<b>Thời gian (tiết TC)</b>	<b>Nội dung chính</b>	<b>Yêu cầu đối với sinh viên</b>	<b>Ghi chú</b>
Lý thuyết	2	<i>Khái niệm và tầm quan trọng của việc xây dựng định mức cho lực lượng bán hàng; Các loại định</i>	Đọc Quyển [1] – Chương 4 Đọc quyển [5]	

		<p>mức bán hàng; Các căn cứ xây dựng định mức cho lực lượng bán hàng; Tuyển dụng lực lượng bán hàng; Đào tạo và phát triển lực lượng bán hàng; Khái niệm và vai trò của tạo động lực cho lực lượng bán hàng; Quy trình tạo động lực cho lực lượng bán hàng; Các biện pháp chủ yếu tạo động lực cho lực lượng bán hàng</p>		
--	--	---	--	--

**Tuần 11, Nội dung 11: Kiểm soát hoạt động bán hàng của doanh nghiệp; Giám sát và đánh giá thành tích của nhân viên bán hàng**

Hình thức tổ chức dạy học	Thời gian (tiết TC)	Nội dung chính	Yêu cầu đối với sinh viên	Ghi chú
Lý thuyết	2	<p>Tiêu chuẩn kiểm soát hoạt động bán hàng; Các phương pháp kiểm soát hoạt động bán hàng; Giám sát hoạt động của nhân viên bán hàng; Đánh giá thành tích của nhân viên bán hàng</p>	<p>Đọc Quyển [1] – Chương 4 Đọc Quyển [3] – Chương 3.</p>	

**Tuần 12, Nội dung 12: Kỹ thuật hỗ trợ bán hàng; Bán hàng qua trung gian**

Hình thức tổ chức	Thời gian	Nội dung chính	Yêu cầu đối với sinh viên	Ghi chú

<b>dạy học</b>	<b>(tiết TC)</b>		<b>viên</b>	
Lý thuyết	2	<i>Các kỹ thuật cơ bản sử dụng khi bán hàng; Kỹ thuật chốt Sales; Quy trình bán hàng; Các loại trung gian phân phối; Lựa chọn trung gian phân phối có hiệu quả</i>	Đọc Quyển [1] – Chương 5 Đọc Quyển [2] – Chương 2.	

**Tuần 13, Nội dung 13: Quản lý quan hệ khách hàng; Hoạt động Chăm sóc khách hàng và chế độ khách hàng lớn**

<b>Hình thức tổ chức dạy học</b>	<b>Thời gian (tiết TC)</b>	<b>Nội dung chính</b>	<b>Yêu cầu đối với sinh viên</b>	<b>Ghi chú</b>
Lý thuyết	2	<i>Khái niệm Quản lý quan hệ khách hàng; Nguyên lý và nội dung cơ bản của Quản lý quan hệ khách hàng; Mô hình Quản lý quan hệ khách hàng; Chế độ khách hàng lớn; Khái niệm chăm sóc khách hàng; Vai trò của hoạt động chăm sóc khách hàng đối với doanh nghiệp; Các nguyên tắc chăm sóc khách hàng; Các quyết định về chăm sóc khách hàng của doanh nghiệp; Ứng dụng Internet trong bán hàng và quản trị bán hàng</i>	Đọc Quyển [1] – Chương 5 Đọc Quyển [2] – Chương 4.	

**Tuần 14, Nội dung 14: Thảo luận**

<b>Hình thức tổ chức dạy học</b>	<b>Thời gian (tiết TC)</b>	<b>Nội dung chính</b>	<b>Yêu cầu đối với sinh viên</b>	<b>Ghi chú</b>
Thảo luận	2	<i>Thảo luận bài tập nhóm</i>	<i>Nhóm thực hiện bài tập nhóm chuẩn bị; Các thành viên tham gia thảo luận</i>	<i>Bài tập nhóm môn học do GV giao trong quá trình học</i>

**Tuần 15, Nội dung 15: Thảo luận, Ôn tập và Giải đáp**

<b>Hình thức tổ chức dạy học</b>	<b>Thời gian (tiết TC)</b>	<b>Nội dung chính</b>	<b>Yêu cầu đối với sinh viên</b>	<b>Ghi chú</b>
Thảo luận	2	<i>Thảo luận bài tập nhóm; Ôn tập; Giải đáp thắc mắc</i>	<i>Nhóm thực hiện bài tập nhóm chuẩn bị; Các thành viên tham gia thảo luận</i>	<i>Nhiệm vụ môn học do GV giao trong quá trình học</i>

**8. Phương pháp dạy học**

<b>TT</b>	<b>Hình thức tổ chức dạy học</b>	<b>Phương pháp dạy và học</b>	<b>Ghi chú</b>
1	Lý thuyết	Diễn giảng trên lớp, kết hợp với liên hệ thực tế	

3	Bài tập	Báo cáo nhóm, phân tích, đánh giá thuyết trình	
4	Thảo luận	Câu hỏi, báo cáo thuyết trình, tổ chức hoạt động	
5	Tự học tự nghiên cứu	Tự học, tự nghiên cứu có định hướng	

### 9. Chính sách đối với môn học và các yêu cầu khác

- Sinh viên thực hiện đầy đủ các yêu cầu, thiếu 1 điểm thành phần (bài tập nhóm, bài kiểm tra giữa kỳ), hoặc nghỉ quá 20% tổng số giờ của môn học, không được thi hết môn. Thái độ và tinh thần tham dự học được đánh giá chung trong điểm chuyên cần.
- Bài tập nhóm (các nhiệm vụ môn học) được phân giao trong quá trình học, báo cáo trong các giờ thảo luận theo lịch trình. Trước mỗi bài tập nhóm được báo cáo, nhóm sinh viên gửi file nội dung báo cáo cho giảng viên qua e-mail, sau đó gửi lại file bài tập nhóm sau khi báo cáo và đã chỉnh sửa theo ý kiến của giảng viên.

### 10. Phương pháp, hình thức kiểm tra – đánh giá kết quả học tập

#### 10.1. Kiểm tra – đánh giá định kỳ

Hình thức kiểm tra (Tham khảo dưới đây)	Tỷ lệ đánh giá	Đặc điểm đánh giá
- Tham gia học tập trên lớp (đi học đầy đủ, tích cực thảo luận)	1 0 %	Cá nhân
- Bài tập nhóm, Thảo luận trên lớp	2 0 %	Cá nhân
- Kiểm tra giữa kỳ	1 0 %	Cá nhân
- Kiểm tra cuối kỳ	6 0 %	Cá nhân

## 10.2. Nội dung và Tiêu chí đánh giá các bài tập

<b>Các loại bài tập</b>	<b>Tiêu chí đánh giá</b>
- Bài tập nhóm, thảo luận trên lớp	Cấu trúc bài trình bày khoa học Thuyết trình sinh động Nội dung: các vấn đề nêu ra được giải quyết tốt có minh chứng rõ ràng. Trả lời đúng các câu hỏi trong buổi thảo luận Nộp file báo cáo cho giảng viên đúng hạn
- Kiểm tra giữa kỳ, cuối kỳ	- Nắm vững kiến thức môn học; - Trả lời đúng các câu hỏi.

**DUYỆT**

**Trưởng Bộ môn**

**Giảng viên**  
(*Chủ trì biên soạn đề cương*)

TS. Nguyễn Thị Hoàng Yến

ThS. Nguyễn Việt Dũng