

NỘI DUNG THI TỐT NGHIỆP TRÌNH ĐỘ CAO ĐẲNG
NGÀNH: MARKETING
MÔN THI: LÝ THUYẾT TỔNG HỢP NGHỀ NGHIỆP

I. Nội dung thi:

Phần 1: Nguyên lý marketing

1. Mục tiêu: Hệ thống những khái niệm cơ bản của marketing
2. Nội dung:
 - 2.1. Các nguyên lý hoạt động của marketing
 - 2.2. Thị trường và phân khúc thị trường
 - 2.2.1. Phân khúc thị trường
 - 2.2.2. Xác định thị trường mục tiêu

Phần 2: Chiến lược marketing

1. Mục tiêu: Đề xuất các chiến lược marketing dựa vào nhu cầu thị trường
2. Nội dung:
 - 2.1. Phân tích môi trường marketing
 - 2.1.1. Môi trường bên trong doanh nghiệp
 - 2.1.2. Môi trường bên ngoài doanh nghiệp: Vĩ mô và vi mô
 - 2.2. Phân tích chiến lược cấp công ty
 - 2.2.1. Là chiến lược mang tính toàn diện và dài hạn của doanh nghiệp
 - 2.2.2. Ảnh hưởng lên toàn bộ doanh nghiệp
 - 2.2.3. Thể hiện cụ thể giá trị cốt lõi của doanh nghiệp
 - 2.3. Phân tích chiến lược cấp đơn vị kinh doanh
 - 2.3.1. Chiến lược cấp đơn vị kinh doanh hay còn gọi là chiến lược cạnh tranh
 - 2.3.2. Đây là chiến lược thể hiện sức mạnh cạnh tranh của doanh nghiệp
 - 2.3.3. Các cách tối ưu lợi thế cạnh tranh
 - 2.4. Tổ chức thực hiện
 - 2.4.1. Lãnh đạo và thực hiện chiến lược
 - 2.4.2. Cơ cấu tổ chức và thực hiện chiến lược
 - 2.4.3. Văn hóa DN và thực hiện chiến lược
 - 2.4.4. Giải quyết mâu thuẫn và xung đột khi thực hiện chiến lược
 - 2.4.5. Balance Scorecard và quản trị chiến lược

Phần 3: Marketing quốc tế

1. Mục tiêu: Nắm bắt thông tin thị trường thế giới và các phương pháp thâm nhập.
2. Nội dung:
 - 2.1. Môi trường marketing quốc tế
 - 2.1.1. Môi trường bên trong doanh nghiệp
 - 2.1.2. Môi trường bên ngoài doanh nghiệp

- 2.2. Phân khúc thị trường và lựa chọn thị trường mục tiêu
 - 2.2.1. Phân khúc thị trường: Các tiêu thức phân khúc thị trường
 - 2.2.2. Thị trường mục tiêu
 - 2.2.2.1. Phương pháp xác định thị trường mục tiêu
 - 2.2.2.2. Phương pháp đánh giá và lựa chọn thị trường mục tiêu
- 2.3. Các chiến lược thâm nhập thị trường quốc tế
 - 2.3.1. Chiến lược thâm nhập thị trường quốc tế
 - 2.3.2. Chiến lược sản phẩm quốc tế
 - 2.3.3. Chiến lược giá của sản phẩm quốc tế

II. Nội dung và phương pháp đánh giá:

1. Nội dung:

- Kiến thức: tất cả nội dung từ phần 1 đến phần 3.

- Kỹ năng:

+ Phân tích

+ Đánh giá

2. Phương pháp: Trắc nghiệm (50% - 60 phút) + Tự luận (50% - 60 phút)

III. Tài liệu tham khảo:

[1] TS. Nguyễn Đông Phong, Marketing quốc tế, ĐH Kinh Tế TP.Hồ Chí Minh.

[2] William M.Luther, (2013), Chiến lược marketing hoàn hảo, NXB Lao Động - Xã Hội.

[3] Harvard Business Review, Hoàng Hưng dịch,(2018), Marketing chiến lược, Nhà Xuất Bản Công Thương.

[4] Vũ Phạm Tín (2017), *Bài giảng Nguyên lý marketing*, Ban CĐTH-TCCN Trường Đại học Tôn Đức Thắng, TP.HCM.

[5] Trần Hồng Hải (2017), *Giáo trình Nguyên lý marketing*, ĐH Kinh tế Huế, Huế.