

ỦY BAN NHÂN TỈNH NGHỆ AN
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ NGHỆ AN



ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

QUẢN TRỊ KÊNH PHÂN PHỐI (DÙNG CHO HỆ ĐẠI HỌC- NGÀNH MARKETING)

VINH, NĂM 2023

CHƯƠNG TRÌNH GIÁO DỤC ĐẠI HỌC

Trình độ đào tạo: Đại học

Ngành: Marketing

Mã số:

ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

1. Thông tin chung về học phần

1.1. Mã học phần:	QT077
1.2. Tên học phần:	Tên tiếng việt: Quản trị kênh phân phối Tên tiếng Anh: Distribution management
1.3. Loại học phần:	Bắt buộc: X Tự chọn
1.4. Số tín chỉ:	03
1.5. Phân bố thời gian:	
- Lý thuyết:	39 giờ
- Thực hành/Thí nghiệm/Thảo luận:	12 giờ
- TT tại cơ sở, làm TL, BTL, KLTN	
- Tự học:	99 giờ
1.6. Bộ môn phụ trách:	Quản trị
1.7. Các giảng viên giảng dạy học phần:	
- Giảng viên 1:	Họ tên: ThS.Lê Thị Trang SĐT: 0982118186 Email: lethitrang@naue.edu.vn
- Giảng viên 2:	Họ tên: ThS. Phan Thị Hoa SĐT: 097 232 2688 Email: phanthihoa@naue.edu.vn

1.8. Điều kiện tham gia học phần:	
- Học phần tiên quyết:	Marketing căn bản
- Học phần song hành:	Quản trị thương hiệu
1.9. Thuộc khối kiến thức/kỹ năng:	<input type="checkbox"/> Kiến thức đại cương <input type="checkbox"/> Kiến thức cơ sở ngành <input checked="" type="checkbox"/> Kiến thức chuyên ngành <input type="checkbox"/> Thực tập/Tốt nghiệp <input type="checkbox"/> Kiến thức bổ trợ

2. Mô tả học phần

Học phần Quản trị kênh phân phối bao gồm những nội dung kiến thức cơ bản về các thành viên của kênh phân phối, hành vi trong kênh và môi trường hoạt động của các kênh phân phối, chiến lược kênh phân phối, xây dựng các kênh phân phối, quản lý kênh và thúc đẩy các thành viên kênh hoạt động, sử dụng marketing hỗn hợp trong quản lý kênh, đánh giá hoạt động của thành viên kênh

3. Mục tiêu học phần (Course Objective - viết tắt là CO)

3.1. Về kiến thức

- CO1: Hiểu về hoạt động phân phối và cách thức quản trị hệ thống kênh phân phối của một doanh nghiệp

3.2. Về kỹ năng

- CO2: Phát triển kỹ năng phân tích, đánh giá, và giải quyết vấn đề hiệu quả

3.3. Về năng lực tự chủ và trách nhiệm

- CO3: Hình thành ý thức tự học tập và chủ động trong nghiên cứu, phát triển năng lực phát hiện và giải quyết những vấn đề trong hoạt động quản trị kênh phân phối, hình thành khả năng tự định hướng phát triển năng lực cá nhân

4. Chuẩn đầu ra của học phần (Course Learning Outcome - viết tắt là CLO)

Bảng 4.1. Các chuẩn đầu ra của học phần

Mục tiêu	Ký hiệu CLO	Nội dung CLO	Phương pháp dạy	Phương	Mức độ
----------	-------------	--------------	-----------------	--------	--------

			học	pháp đánh giá	CĐR
CO1	CLO1.1	Trình bày được những kiến thức cơ bản về kênh phân phối và quản trị kênh phân phối như các chức năng dòng chảy trong kênh; các yếu tố tác động đến hoạt động quản trị kênh; Các loại cấu trúc kênh	<ul style="list-style-type: none"> - Thuyết giảng - Giải thích cụ thể - Câu hỏi gợi mở - Giải quyết vấn đề - Tự học 	- Kiểm tra tự luận	Hiệu 2/6
	CLO1.2	Phân tích được các chiến lược kênh phân phối và liên hệ thực tiễn	<ul style="list-style-type: none"> - Thuyết giảng - Giải quyết vấn đề - Câu hỏi gợi mở - Thảo luận - Học nhóm - Tự học 	- Kiểm tra tự luận	Phân tích 4/6
CO2	CLO2.1	Xây dựng được một hệ thống kênh phân phối hoàn chỉnh phù hợp với đặc điểm của môi trường, đặc điểm của sản phẩm và điều kiện thực tế của doanh nghiệp và các giải pháp giải quyết những mâu thuẫn phát sinh trong kênh.	<ul style="list-style-type: none"> - Giải quyết vấn đề - Câu hỏi gợi mở - Thảo luận - Tự học 	- Kiểm tra tự luận	Thao tác 2/5
CO3	CLO 3.1	Thể hiện năng lực làm việc độc lập, theo nhóm và tự chủ trong công việc	<ul style="list-style-type: none"> - Giải quyết vấn đề - Thảo luận - Học tình huống - Học nhóm - Tự học 	Làm việc nhóm	Đặc trưng hoá (5/5)

5. Ma trận thể hiện sự đóng góp của các chuẩn đầu ra học phần cho các chuẩn đầu ra của CTĐT

Bảng 5.1. Ánh xạ với chuẩn đầu ra chương trình đào tạo

CLO	PLO			
	2		3	5
	PI2.2	PI2.3	PI3.1	PI5.1
CLO1.1	M			
CLO1.2		R,A		
CLO2.1			M	
CLO3.1				M
Học phần Quản trị Kênh phân phối (*)	M	R,A	M	R

6. Đánh giá học phần

6.1. Phương pháp, hình thức kiểm tra - đánh giá của học phần

Bài đánh giá	Hình thức kiểm tra đánh giá	Công cụ đánh giá	CLO	Lấy dữ liệu đo lường mức độ đạt CLO	Lấy dữ liệu đo lường mức độ đạt PI	Trọng số cho CLO	Điểm tối đa cho CLO	Trọng số cho học phần (%)
Đánh giá quá trình								40%
A1	Làm việc nhóm	Rubric 1	CLO3.1			100%	10	30%
A2	Kiểm tra tự luận	GV thiết kế đáp án và barem điểm	CLO1.1			50%	5	70%
			CLO2.1			50%	5	
Đánh giá cuối kỳ								60%
		Thang điểm	CLO1.1			50%	5	

A3	Thi tự luận	10 theo đáp án được thiết kế sẵn	CLO1.2	X	PI2.3	50%	5	100%
----	-------------	----------------------------------	--------	---	-------	-----	---	------

6.2. Chính sách đối với học phần

- Sinh viên nghỉ học dưới 30% số tiết của học phần được dự thi kết thúc học phần tại kỳ thi chính (thi lần 1);

- Sinh viên nghỉ học từ 30% đến dưới 50% số tiết của học phần thì không được dự thi hết học phần lần thứ 1, phải nhận điểm thi lần 1 (ĐT) là điểm 0, nhưng sau khi tự học lại những phần còn thiếu, được dự kỳ thi hết học phần lần thứ 2 (Thi lại).

- Sinh viên nghỉ học từ 50% số tiết trở lên thì không được dự thi hết học phần, phải nhận điểm đánh giá học phần là điểm 0 (điểm F) và phải học lại học phần đó.

(Nội dung này đang thực hiện theo quyết định 150/QĐ-ĐHKTNA, khi có quy định mới sẽ điều chỉnh lại, bộ môn cũng có thể bổ sung thêm một số chính sách tùy theo đặc thù của học phần và không trái với các quy định của cấp trên).

7. Kế hoạch và nội dung giảng dạy học phần

7.1. Phân lý thuyết

Tuần (3 tiết)	Nội dung	Hình thức tổ chức dạy học	Yêu cầu SV chuẩn bị	CDR học phần	Bài · đánh giá
1	<p>Chương 1: Tổng quan về kênh phân phối và quản trị kênh phân phối</p> <p>1.1. Các khái niệm cơ bản trong phân phối</p> <p>1.1.1. Phân phối</p> <p>1.1.2. Kênh phân phối</p> <p>1.2. Vai trò của phân phối trong hoạt động marketing</p> <p>1.2.1. Sự cần thiết và vai trò của các trung gian</p> <p>1.2.2. Các loại trung gian</p>	<p>- Thuyết giảng</p> <p>- Câu hỏi gợi mở</p> <p>- Hướng dẫn tự học</p>	<p>- Đọc trước nội dung (tài liệu [1])</p> <p>- Trả lời câu hỏi</p> <p>- Tự học</p>	<p>CLO1.1</p> <p>CLO2.1</p>	<p>A3</p> <p>A2</p>

	1.2.3. Vai trò của phân phối trong hoạt động marketing mix 1.3. Các chức năng của kênh phân phối				
2	Chương 1: Tổng quan về kênh phân phối và quản trị kênh phân phối (tiếp) 1.4. Dòng lưu chuyển trong kênh phân phối 1.5. Quá trình phát triển của kênh phân phối 1.5.1. Phân phối trực tiếp 1.5.2. Phân phối thị trường trung tâm 1.5.3. Phân phối qua nhiều giai đoạn 1.6. Quản trị kênh phân phối 1.6.1. Khái niệm 1.6.2. Nội dung quản trị kênh 1.6.3. Đặc điểm của quản trị kênh phân phối 1.6.4. Yêu cầu của quản trị kênh phân phối	- Thuyết giảng - Thảo luận - Giải quyết tình huống - Hướng dẫn tự học	- Đọc trước nội dung (tài liệu [1]) - Thảo luận - Tự học	CLO1.1 CLO2.1 CLO3.1	A3 A2 A1
3	Chương 2: Cấu trúc và thành viên kênh phân phối 2.1. Cấu trúc kênh phân phối 2.1.1. Khái niệm 2.1.2. Vai trò của cấu trúc kênh phân phối 2.1.3. Phân loại 2.2. Các thành viên kênh phân phối	- Giải quyết vấn đề - Câu hỏi gợi mở - Học theo tình huống - Hướng dẫn tự học	- Đọc trước nội dung tài liệu - Trả lời câu hỏi - Tự học	CLO1.1 CLO2.1	A3 A2

4	<p>Chương 3: Môi trường kênh phân phối</p> <p>3.1. Môi trường ngoài kênh</p> <p>3.1.1. Môi trường kinh tế</p> <p>3.1.2. Môi trường dân cư</p> <p>3.1.3. Môi trường kỹ thuật công nghệ</p> <p>3.1.4. Môi trường pháp luật</p> <p>3.2. Môi trường bên trong kênh phân phối</p> <p>3.2.1. Quan hệ hợp tác giữa các thành viên</p> <p>3.2.2. Cạnh tranh</p> <p>3.2.3. Xung đột</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Thuyết giảng - Câu hỏi gợi mở - Thảo luận 	<ul style="list-style-type: none"> - Đọc trước nội dung tài liệu 1 - Trả lời câu hỏi - Thảo luận 	<p>CLO1.1</p> <p>CLO3.1</p>	<p>A1</p> <p>A2</p> <p>A3</p>
5	<p>Chương 4: Chiến lược kênh phân phối</p> <p>4.1. Khái quát về chiến lược kênh phân phối</p> <p>4.2. Chiến lược kênh phân phối với chiến lược Marketing-Mix</p> <p>4.2.1. Phân phối gắn liền với việc thỏa mãn nhu cầu của thị trường mục tiêu</p> <p>4.2.2. Ngang bằng cạnh tranh ở các biến số Marketing-Mix khác</p> <p>4.2.3. Chiến lược kênh phân phối</p> <p>4.2.3. Phân phối và thúc đẩy kênh</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Giải thích cụ thể - Câu hỏi gợi mở - Thảo luận 	<ul style="list-style-type: none"> - Đọc trước nội dung tài liệu 1 - Trả lời câu hỏi - Thảo luận 	<p>CLO1.2</p> <p>CLO2.1</p> <p>CLO3.1</p>	<p>A1</p> <p>A2</p> <p>A3</p>
6	<p>Chương 4: Chiến lược kênh phân phối (tiếp)</p> <p>4.3. Các chiến lược phân phối</p> <p>4.3.1 Chiến lược kênh phân phối và việc lựa chọn các thành viên trong kênh</p> <p>4.3.2. Chiến lược kênh phân</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Thuyết giảng - Giải quyết vấn đề - Câu hỏi gợi mở - Hướng dẫn tự học 	<ul style="list-style-type: none"> - Đọc trước nội dung tài liệu 1 - Trả lời câu hỏi - Tự học 	<p>CLO1.2</p> <p>CLO2.1</p>	<p>A2</p> <p>A3</p>

	<p>phối về các loại trung gian</p> <p>4.3.3. Chiến lược kênh với số trung gian ở mỗi cấp</p> <p>4.3.4. Chiến lược kênh phân phối cho sản phẩm mới</p> <p>4.4. Chiến lược kênh phân phối với mục tiêu của chiến lược Marketing</p> <p>4.4.1. Chiến lược kênh phân phối của người dẫn đầu thị trường</p> <p>4.4.2. Chiến lược kênh phân phối của người thách thức thị trường</p> <p>4.4.3. Chiến lược kênh phân phối của người theo sau thị trường</p> <p>4.4.4. Chiến lược của người nép góc thị trường</p>				
7	<p>Chương 5: Quyết định thiết kế kênh phân phối</p> <p>5.1. Khái quát về thiết kế kênh phân phối</p> <p>5.1.1. Khái niệm</p> <p>5.1.2. Các yếu tố ảnh hưởng đến cấu trúc kênh phân phối</p> <p>5.2. Xác định và phối hợp các mục tiêu phân phối</p> <p>5.3. Các dạng quan hệ kênh</p> <p>5.4. Chọn mô hình tổ chức kênh</p> <p>5.4.1. Kênh thông thường</p> <p>5.4.2. Kênh liên kết dọc</p>	<p>- Thuyết giảng</p> <p>- Câu hỏi gợi mở</p> <p>- Thảo luận</p>	<p>- Đọc tài liệu</p> <p>- Thảo luận</p> <p>- Trả lời câu hỏi</p>	<p>CLO1.1</p> <p>CLO1.2</p> <p>CLO2.1</p> <p>CLO3.1</p>	<p>A1</p> <p>A2</p> <p>A3</p>
8	<p>Chương 5: Quyết định thiết kế kênh phân phối (Tiếp)</p> <p>5.4.3. Quyết định đa kênh</p> <p>5.4.4. Quyết định kênh liên kết</p>	<p>- Thuyết giảng</p> <p>- Giải quyết vấn đề</p> <p>- Câu hỏi gợi</p>	<p>- Đọc trước nội dung tài liệu 1</p> <p>- Trả lời câu hỏi</p> <p>- Tự học</p>	<p>CLO1.2</p> <p>CLO2.1</p> <p>CLO3.1</p>	<p>A1</p> <p>A2</p> <p>A3</p>

	<p>ngang</p> <p>5.4.5. Định hướng chiến lược trong lựa chọn các dạng kênh</p> <p>5.4.6. Các căn cứ lựa chọn mô hình tổ chức kênh</p> <p>5.5. Lựa chọn thành viên kênh</p> <p>5.6. Chọn cấu trúc kênh tối ưu</p> <p>5.6.1. Các tiêu chuẩn lựa chọn cấu trúc kênh tối ưu</p> <p>5.6.2. Các phương pháp lựa chọn phương án kênh</p>	<p>mở</p> <p>- Hướng dẫn tự học</p>	<p>- Thảo luận</p>		
9	<p>Chương 6: Quyết định dòng phân phối vật chất</p> <p>6.1. Tổng quan về phân phối vật chất</p> <p>6.1.1. Khái niệm, vai trò của phân phối vật chất</p> <p>6.1.2. Mục tiêu của phân phối hàng hóa vật chất</p> <p>6.1.3. Các tiêu chuẩn đánh giá dịch vụ khách hàng trong phân phối vật chất</p>	<p>- Thuyết giảng</p> <p>- Thảo luận</p> <p>- Hướng dẫn tự học</p>	<p>- Đọc tài liệu</p> <p>- Thảo luận</p> <p>- Tự học</p>	<p>CLO1.1</p> <p>CLO3.1</p>	<p>A1</p> <p>A3</p>
10 (4 tiết)	<p>Chương 6: Quyết định dòng phân phối vật chất (tiếp)</p> <p>6.2. Tổ chức hệ thống phân phối vật chất</p> <p>6.2.1. Xác định phạm vi hoạt động của hệ thống phân phối vật chất</p> <p>6.2.2. Phân đoạn dịch vụ chọn lọc</p> <p>6.2.3. Xử lý và thực hiện đơn đặt hàng</p> <p>6.2.4. Quản trị kho hàng hóa</p> <p>6.2.5. Quản trị lượng hàng hóa</p>	<p>- Thuyết giảng</p> <p>- Câu hỏi gợi mở</p> <p>- Hướng dẫn tự học</p> <p>- Thảo luận</p>	<p>- Đọc tài liệu</p> <p>- Chuẩn bị trả lời câu hỏi</p> <p>- Tự học</p> <p>- Thảo luận nhóm</p>	<p>CLO3.1</p> <p>CLO1.2</p>	<p>A1</p> <p>A3</p>

	dự trữ 6.2.6. Quản trị vận chuyển hàng hóa 6.2.7. Quản trị các chi phí trong phân phối vật chất				
11 (4 tiết)	Chương 7: Quản lý điều hành và kiểm soát kênh phân phối 7.1. Khái niệm 7.2. Nội dung quản lý điều hành kênh 7.2.1. Động viên khuyến khích thành viên hợp tác 7.2.2. Điều tiết sự cạnh tranh và xung đột kênh 7.2.3. Sử dụng các biến số marketing trong quản lý kênh	- Câu hỏi gợi mở - Thuyết giảng	- Đọc tài liệu - Tìm kiếm thông tin - Trả lời câu hỏi	CLO1.1	A2 A3
12 (4 tiết)	Chương 7: Quản lý điều hành và kiểm soát kênh phân phối (tiếp) 7.3. Đánh giá và điều chỉnh thành viên kênh 7.3.1. Đánh giá thành viên kênh 7.3.2. Điều chỉnh kênh	- Giải thích cụ thể - Giải quyết vấn đề - Hướng dẫn tự học	- Đọc tài liệu - Tìm kiếm thông tin - Trả lời câu hỏi - Tự học	CLO3.1	A1
	Đánh giá giữa kì: Kiểm tra tự luận			CLO1.1 CLO2.1	A2

7.2. Phần thực hành

Tuần (4 tiết)	Nội dung hoạt động	Địa điểm/không gian thực hiện	Hoạt động của sinh viên	Kết quả cần đạt được	CĐR học phần	Bài đánh giá
13	Chuyên đề: Quản trị các quy trình kinh doanh của	Trường ĐH Kinh tế Nghệ An	- Nghiên cứu tài liệu - Thảo luận nhóm	Hiểu được cách thức các doanh nghiệp quản trị các đơn đặt	CLO 1.2	A3

	doanh nghiệp một cách tổng thể		- Thực hiện trên phần mềm	hàng, quản trị kho hàng, vận chuyển hàng hóa và quản trị hợp đồng với các đối tác.		
14	Chuyên đề: Tối ưu hóa chi phí phân phối	Trường ĐH Kinh tế Nghệ An	- Nghiên cứu tài liệu - Thảo luận nhóm - Thực hiện trên phần mềm	Biết cách quản trị và theo dõi chính xác các chi phí liên quan đến việc phân phối sản phẩm. từ đó giúp các doanh nghiệp đưa ra những quyết định thông minh về chiến lược phân phối để tiết kiệm chi phí và tăng doanh thu.	CLO 1.2	A3
15	Chuyên đề: Nâng cao khả năng tiếp cận khách hàng	Trường ĐH Kinh tế Nghệ An	- Nghiên cứu tài liệu - Thảo luận nhóm - Thực hiện trên phần mềm	Biết được cách quản trị danh sách khách hàng, theo dõi lịch sử mua hàng của khách hàng và cung cấp các thông tin sản phẩm và dịch vụ cho khách hàng từ đó giúp các doanh nghiệp tăng cơ hội bán hàng và nâng	CLO 1.2	A3

				cao chất lượng dịch vụ khách hàng.		
	Đánh giá cuối kỳ: Thi tự luận				CLO1.1 CLO1.2	A3

8. Học liệu

8.1. Giáo trình

[1] Đào Thị Minh Thanh, Giáo trình Quản trị kênh phân phối, NXB tài chính, 2010

8.2. Tài liệu tham khảo

[2] Trương Đình Chiến, Quản trị kênh marketing, NXB Trường Đại học kinh tế quốc dân Hà Nội, 2004

[3] Trần Minh Đạo, Marketing căn bản, NXB NXB Trường Đại học kinh tế quốc dân Hà Nội, 2006

[4] Trương Đình Chiến, Quản trị kênh marketing, NXB Trường Đại học kinh tế quốc dân Hà Nội, 2023

Nghệ An, ngày 31 tháng 9 năm 2023

Trưởng khoa



Hồ Thị Hiền

Trưởng bộ môn

Hoàng Thị Thuý Hằng

Người biên soạn

Lê Thị Trang

PHỤ LỤC

Rubric 1: Tiêu chí đánh giá làm việc nhóm

Tiêu chí đánh giá	Mức độ đạt chuẩn quy định					Trọng số
	MỨC F (0-3.9)	MỨC D (4.0-5.4)	MỨC C (5.5-6.9)	MỨC B (7.0-8.4)	MỨC A (8.5-10)	
Tổ chức nhóm	Không có hoạt động nhóm	Nhiệm vụ được phân chia không rõ ràng cho các thành viên trong nhóm	Mỗi thành viên được phân chia công việc nhưng không rõ ràng, chưa có sự tương tác giữa thành viên nhóm	Nhiệm vụ được phân công cụ thể cho từng thành viên, tương tác giữa các thành viên chưa cao	Nhiệm vụ từng thành viên rõ ràng, tương tác giữa các thành viên trong nhóm tốt	40%
Thảo luận nhóm	- Không thu thập thông tin hay đóng góp ý kiến cho nhóm	- Có đưa ra ý tưởng nhưng không rõ ràng và không liên quan đến yêu cầu của nhóm	- Chỉ thu thập thông tin khi có yêu cầu - Ít khi đưa ra ý tưởng liên quan đến đề tài	- Thu thập thông tin cơ bản về đề tài - Thỉnh thoảng đưa ra những ý tưởng liên quan đến đề tài	- Thu thập và đưa ra nhiều tài liệu liên quan đề tài - Đưa ra những ý tưởng rõ ràng, liên quan đến đề tài	30%
Hợp tác nhóm	- Không bao giờ tham gia thảo luận trong nhóm	Có 1-2 lần tham gia thảo luận nhóm và bình luận	Có 3-4 lần tham gia thảo luận nhóm và bình luận	Thường lắng nghe, chia sẻ trong nhóm	Luôn lắng nghe, chia sẻ và ủng hộ những nỗ lực của thành viên trong nhóm	30%

