1. **Học phần:** **ĐỊNH GIÁ (PRICING)**
2. **Mã học phần:** **MKT3008**
3. **Ngành:** **Marketing**
4. **Khối lượng học tập:** 3 tín chỉ.
5. **Trình độ:** Đại học.
6. **Học phần điều kiện học trước:** MKT3001 Quản trị Marketing
7. **Mục đích học phần**

Định giá là một trong những quyết định marketing quan trọng nằm trong phối thức marketing. Môn học này nhằm trang bị cho người học những khái niệm, kỹ thuật và khuôn mẫu để đánh giá và hình thành chiến lược định giá. Quyết định định giá được đưa ra dựa trên sự tổng hợp các nguyên tắc kinh tế và marketing cũng như các ràng buộc về đạo đức và luật pháp và khả năng sử dụng dữ liệu nghiên cứu thị trường, dữ liệu tài chính và kế toán.

8. **Chuẩn đầu ra học phần (CLO)**

TT	Mã CĐR học phần	Tên chuẩn đầu ra
1	CLO1	Apply được các công cụ đo lường độ nhạy cảm đối với giá của khách hàng trong một thị trường thực tế.
2	CLO2	Evaluate được bối cảnh định giá gồm cạnh tranh, giá trị khách hàng mục tiêu và lợi thế của đơn vị để lựa chọn chiến lược định giá phù hợp.
3	CLO3	Criticize được chiến lược định giá của một đơn vị kinh doanh nhằm propose giải pháp cho đơn vị
4	CLO4	Truyền thông và làm việc nhóm hiệu quả trong hoạt động định giá

Ma trận quan hệ chuẩn đầu ra học phần và chuẩn đầu ra chương trình

CĐR học phần/ CĐR chương trình	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6	PLO7	PLO8	PLO9	PLO10	PLO11	PLO12
CLO1								X				
CLO2									X			X
CLO3									X			X
CLO4		X										
Tổng cộng		U						T	TU			U

Chú thích:

- **Introduce:** Chuẩn đầu ra chương trình (PLO) không nhất thiết phải được chuyển tải thành chuẩn đầu ra học phần (CLO) (nội dung "Introduce" gắn với chuẩn đầu ra chương trình không cần thể hiện trong chuẩn đầu ra học phần), có hoạt động giới thiệu sơ bộ, không có hoạt động kiểm tra, đánh giá trong học phần đó.
- **Teach:** PLO phải được chuyển tải thành CLO (nội dung Teach phải được thể hiện rõ trong CLO môn học), có hoạt động giảng dạy chính khóa, có hoạt động kiểm tra, đánh giá.
- **Utilize:** không nhất thiết PLO phải được chuyển tải thành CLO, không có hoạt động giảng dạy, sinh viên chỉ sử dụng những kiến thức, kỹ năng đã có ở môn học trước đó để học và/ hoặc đánh giá ở môn hiện tại.

9. Nhiệm vụ của sinh viên

- Sinh viên tuyệt đối tuân thủ theo nội dung khóa học, chương trình, tài liệu và kế hoạch đã được giảng viên phụ trách thông qua
- Sinh viên phải có mặt đầy đủ ít nhất 3/4 số giờ lý thuyết và thực hành ở lớp. Sinh viên hoàn toàn chịu trách nhiệm về việc không tham dự các hoạt động được đánh giá tại lớp.
- Sinh viên phải tuyệt đối tuân thủ kế hoạch về thời gian. Mọi chậm trễ sẽ không được chấp nhận với bất kỳ lý do gì.
- Các thông báo có thể được gửi qua elearning và thông qua lớp trưởng, nhóm trưởng.
- Các sinh viên có nhiệm vụ theo dõi các thông báo trên e-learning về những thay đổi trong kế hoạch học tập.
- Nội quy đạo đức học tập: Các sinh viên phải cam kết thực hiện các bài tập với những nỗ lực cá nhân, không sao chép của người khác. Sinh viên phải tự giác và chủ động tham gia các hoạt động nhóm....

10. Tài liệu học tập

10.1. Giáo trình

TL1. Bài giảng Định giá - Khoa Marketing, Trường Đại học kinh tế, Đại học Đà Nẵng biên soạn.

TL2. The strategy and Tactics of Pricing: A Guide to Profitable Decision Making (5th Ed.) by Thomas Nagle & John Hogan (2010).

TL3. Các bài báo và tình huống do giáo viên cung cấp trong quá trình học.

10.2. Tài liệu tham khảo

TK1. Pricing strategy: setting price levels, managing price discounts & establishing price structures, Tim J. Smith, Mason, Oh: South-Western Cengage Learning, 2014

TK2. Pricing and Profitability Management: A Practical Guide for Business Leaders (2011), Julie Meehan , Mike Simonetto , Larry Montan , Chris Goodin.

11. Thang điểm: Theo thang điểm tín chỉ.

12. Nội dung chi tiết học phần

		CHƯƠNG 1
		TỔNG QUAN VỀ ĐỊNH GIÁ
1.1.		**Các cách tiếp cận định giá**
	1.1.1	Định giá dựa vào chi phí
	1.1.2	Định giá định hướng khách hàng
	1.1.3	Định giá theo thị phần
1.2.		**Định giá chiến lược**
1.3		**Cấu trúc giá**
1.4		**Giá và truyền thông giá trị**
1.5		**Chính sách định giá**
1.6		**Các mức giá**
1.7		**Thực thi chiến lược định giá**
		Tài liệu học tập
	TL1.	Đọc chương 1, Bài giảng Định giá
	TL2.	Đọc chương 1, giáo trình The strategy and Tactics of Pricing
		CHƯƠNG 2
		SÁNG TẠO GIÁ TRỊ TRONG ĐỊNH GIÁ
2.1.		**Vai trò của giá trị trong định giá**
2.2.		**Làm thế nào ước lượng giá trị kinh tế**
	2.2.1	Giá tham khảo của đối thủ cạnh tranh
	2.2.2	Ước lượng giá trị bằng tiền
	2.2.3	Ước lượng giá trị tâm lý
		Tài liệu học tập
	TL1.	Đọc chương 2 giáo trình Bài giảng Định giá
	TL2.	Đọc chương 2, 4 giáo trình The strategy and Tactics of Pricing

CHƯƠNG 3
CẤU TRÚC GIÁ

3.1. Cấu trúc giá

3.1.1 Tối ưu giá trọn gói

3.1.2 Thiết kế giá trọn gói đặc biệt dành cho phân đoạn

3.1.3 Định giá hai phần

3.1.4 Chiết khấu số lượng

3.2. Price Metrics

3.2.1 Tạo price metrics hiệu quả

3.2.2 Price metrics dựa trên năng lực

3.3. Price Fences

3.3.1 Fences theo khách hàng

3.3.2 Fences theo vị trí mua hàng

3.3.3 Fences theo thời gian mua hàng

3.3.4 Fences theo số lượng mua hàng

Tài liệu học tập

TL1. Đọc chương 3 giáo trình Bài giảng Định giá

TL2. Đọc chương 3 giáo trình The strategy and Tactics of Pricing

CHƯƠNG 4
TRUYỀN THÔNG GIÁ TRỊ TRONG ĐỊNH GIÁ

4.1. Truyền thông giá trị

4.1.1 Thích ứng thông điệp theo đặc điểm sản phẩm

4.1.2 Thích ứng thông điệp theo bối cảnh mua hàng

4.1.3 Tiến trình mua hàng

4.1.4 Các bên tham gia vào tiến trình mua hàng

4.2. Truyền thông giá

CHƯƠNG 5
CHÍNH SÁCH GIÁ

5.1. Phát triển chính sách giá

5.2. Các chính sách đối phó với các phản ứng về giá của khách hàng

5.3. Các chính sách kiểm soát tăng giá

5.4. Các chính sách ứng phó với sự giảm sút kinh tế

5.5 Các chính sách định giá khuyến mãi

Tài liệu học tập

TL1. Đọc chương 4 giáo trình Bài giảng Định giá

TL2. Đọc chương 5 giáo trình The strategy and Tactics of Pricing

CHƯƠNG 6
ĐỊNH MỨC GIÁ

6.1. Tiến trình định giá

6.1.1 Định nghĩa price window

6.1.2 Thiết lập mức giá ban đầu

6.1.3 Các mục tiêu định giá

6.2. Phân tích đánh đổi giữa giá và số lượng

6.3 Dự đoán phản ứng của khách hàng

6.4 Truyền thông mức giá mới

Tài liệu học tập

TL1. Đọc chương 5 giáo trình Bài giảng Định giá

TL2. Đọc chương 6 giáo trình The strategy and Tactics of Pricing

CHƯƠNG 7
ĐỊNH GIÁ THEO CHU KỲ SỐNG SẢN PHẨM

7.1. Sản phẩm mới và chu kỳ sống sản phẩm

7.2. Định giá cho sản phẩm đổi mới trong giai đoạn giới thiệu

7.2.1 Truyền thông giá trị với chương trình cổ động dùng thử

7.2.2 Truyền thông giá trị với bán hàng trực tiếp

7.2.3 Các hoạt động marketing cho sản phẩm mới thông qua kênh phân phối

7.3. Định giá sản phẩm mới trong giai đoạn phát triển

7.3.1 Định giá với chiến lược khác biệt hóa

7.3.2 Định giá với chiến lược dẫn đạo về chi phí

7.3.3 Giảm giá trong giai đoạn phát triển

7.4. Định giá cho sản phẩm trong giai đoạn bão hòa

7.5. Định giá cho phẩm trong giai đoạn suy thoái

Tài liệu học tập

TL1. Đọc chương 6 giáo trình Bài giảng Định giá

TL2. Đọc chương 7 giáo trình The strategy and Tactics of Pricing

CHƯƠNG 8
PHÂN TÍCH CHI PHÍ

8.1. Vai trò của chi phí trong định giá

8.2. Xác định các chi phí quan trọng

8.3. Phân tích tài chính: định giá để đạt được lợi nhuận

8.3.1 Phân tích hòa vốn: tình huống cơ bản

8.3.2 Phân tích hòa vốn với sự thay đổi của biến phí

8.3.3 Phân tích hòa vốn với chi phí cố định incremental

8.3.4 Phân tích hòa vốn trong định giá ứng biến

8.3.5 Đường doanh thu theo điểm hòa vốn

Tài liệu học tập

TL1. Đọc chương 7 giáo trình Bài giảng Định giá

TL2. Đọc chương 9, 10 giáo trình The strategy and Tactics of Pricing

CHƯƠNG 9
PHÂN TÍCH CẠNH TRANH

9.1. Hiểu rõ trong chơi định giá

9.2. Lợi thế cạnh tranh: nguồn bền vững duy nhất để đạt tính sinh lợi

9.3. Phản ứng lại cạnh tranh

9.4. Nên hành động như thế nào

9.5. Kiểm soát thông tin cạnh tranh

9.5.1 Thu thập và đánh giá thông tin

9.5.2 Truyền thông một cách chọn lọc

9.6. Khi nào nên cạnh tranh về giá

Tài liệu học tập

TL1. Đọc chương 8 giáo trình Bài giảng Định giá

TL2. Đọc chương 11 giáo trình The strategy and Tactics of Pricing

CHƯƠNG 10
ĐO LƯỜNG SỰ NHẠY CẢM ĐỐI VỚI GIÁ

10.1. Các thủ tục đo lường

10.1.1 Nghiên cứu ngẫu nhiên tình huống mua hàng

10.1.2 Nghiên cứu có kiểm soát tình huống mua hàng

10.1.3 Nghiên cứu ngẫu nhiên ý định và sở thích

10.1.4 Nghiên cứu có kiểm soát ý định và sở thích

10.2. Sử dụng các kỹ thuật đo lường một cách phù hợp

10.2.1 Sử dụng luận chứng để đo lường tốt hơn

10.2.2 Sử dụng các công cụ trên Internet

10.2.3 Sử dụng nguồn dữ liệu bên ngoài

10.2.4 Lựa chọn các kỹ thuật đo lường phù hợp

Tài liệu học tập

TL1. Đọc chương 9 giáo trình Bài giảng Định giá

TL2. Đọc chương 12 giáo trình The strategy and Tactics of Pricing

CHƯƠNG 11
THỰC THI CHIẾN LƯỢC ĐỊNH GIÁ VÀ CÁC VẤN ĐỀ PHÁP LUẬT-ĐẠO ĐỨC

11.1 Quyết định giá trong tổ chức

11.1.1 Cơ cấu tổ chức

11.1.2 Quyền quyết định

11.1.3 Quy trình định giá

11.2 Các ràng buộc đạo đức trong định giá

11.3 Khuôn khổ pháp luật trong định giá

11.4 Định giá thống nhất

11.5 Định giá bán lại

11.6 Phân biệt giá gốc và giá khuyến mãi

Tài liệu học tập

TL1. Đọc chương 10 giáo trình Bài giảng Định giá

TL2. Đọc chương 8, 13 giáo trình The strategy and Tactics of Pricing

13. Ma trận quan hệ chuẩn đầu ra (CLO) và nội dung (chương) học phần

Chương thứ	Tên chương	CLO1	CLO2	CLO3	CLO4
1	Tổng quan về định giá		X		
2	Sáng tạo giá trị trong định giá	X	X		X
3	Cấu trúc giá			X	X
4	Truyền thông giá trị trong định giá			X	X
5	Chính sách định giá			X	X
6	Định mức giá			X	X
7	Định giá theo chu kỳ sống sản phẩm			X	X
8	Phân tích chi phí		X	X	X
9	Phân tích cạnh tranh		X	X	X
10	Phân tích thị trường: Đo lường sự nhạy cảm về giá.	X	X	X	X
11	Các vấn đề đạo đức và pháp luật trong định giá			X	

14. Mối quan hệ giữa chuẩn đầu ra học phần (CLO) và phương pháp giảng dạy, học tập (TLM)

STT	**Mã**	**Tên phương pháp giảng dạy, học tập (TLM)**		**Nhóm phương pháp**	CLO1	CLO2	CLO3	CLO4
1	**TLM1**	Giải thích cụ thể	Explicit Teaching	1	X	X	X	
2	**TLM2**	Thuyết giảng	Lecture	1	X	X	X	
3	**TLM3**	Tham luận	Guest Speaker	1				
4	**TLM4**	Giải quyết vấn đề	Problem Solving	2				
5	**TLM5**	Tập kích não	Brainstorming	2				

6	**TLM6**	Học theo tình huống	Case Study	2				
7	**TLM7**	Đóng vai	Role Playing	3				
8	**TLM8**	Trò chơi	Game	4				
9	**TLM9**	Thực tập, thực tế	Field Trip	4				
10	**TLM10**	Tranh luận	Debate	4				
11	**TLM11**	Thảo luận	Discussion	5	X	X	X	X
12	**TLM12**	Học nhóm	Peer Practice	5				
13	**TLM13**	Câu hỏi gợi mở	Inquiry	5				
14	**TLM14**	Dự án nghiên cứu/ Nghiên cứu độc lập	Research Project/ Independent Study	6	X	X	X	X
15	**TLM15**	Học trực tuyến	Technology-Based Methods	7				
16	**TLM16**	Bài tập ở nhà	Work Assigment	6		X		
17	**TLM17**	Hướng dẫn	Seminar/ Tutorial	1				
18	**TLM18**	Biểu diễn	Story Theatre	3				
19	**TLM19**	Mô phỏng	Simulation	4				
20	**TLM20**	Lớp học lắp ghép	Jigsaw	5				

15. Phân bổ thời gian theo số tiết tín chỉ cho 3 tín chỉ (1 tín chỉ = 15 tiết)

Chương thứ	Tên chương	Số tiết tín chỉ			Phương pháp giảng dạy
		Lý thuyết	Thực hành/ thảo luận(*)	Tổng số	

1	Tổng quan về định giá	5	1	6	TLM1, 2,11
2	Sáng tạo giá trị trong định giá	2	1	3	TLM1, 2, 11
3	Cấu trúc giá	2	1	3	TLM1, 2, 11, 14
4	Truyền thông giá trị trong định giá	2	1	3	TML1, 2, 11, 14
5	Chính sách định giá	2	1	3	TML1, 2, 11, 14
6	Định mức giá	4	2	6	TML1, 2, 14
7	Định giá theo chu kỳ sống sản phẩm	2	1	3	TML1, 2, 14
8	Phân tích chi phí	4	2	6	TML 1, 2, 14,16
9	Phân tích cạnh tranh	2	1	3	TML1, 2, 11, 14
10	Phân tích thị trường: Đo lường sự nhạy cảm về giá.	4	2	6	TML1, 2, 11, 14
11	Các vấn đề đạo đức và pháp luật trong định giá	2	1	3	TML1, 2, 11
	Tổng	**31**	**14**	**45**	

Ghi chú: Số giờ thực hành/ thảo luận trên thực tế sẽ bằng số tiết thực hành/ thảo luận trên thiết kế x 2.

16. Mối quan hệ giữa chuẩn đầu ra học phần (CLO) và phương pháp đánh giá (AM)

STT	**Mã**	**Tên phương pháp đánh giá**		**Nhóm phương pháp**	CLO1	CLO2	CLO3	CLO4
1	**AM1**	Đánh giá chuyên cần	Attendance Check	1				
2	**AM2**	Đánh giá bài tập	Work Assignment	1		X		
3	**AM3**	Đánh giá thuyết trình	Oral Presentation	1	X	X	X	X
4	**AM4**	Đánh giá hoạt động	Performance	2				

			test					
5	**AM5**	Nhật ký thực tập	Journal and blogs	2				
6	**AM6**	Kiểm tra tự luận	Essay	2	X	X	X	
7	**AM7**	Kiểm tra trắc nghiệm	Multiple choice exam	2				
8	**AM8**	Bảo vệ và thi vấn đáp	Oral Exam	2				
9	**AM9**	Báo cáo	Written Report	2	X	X	X	X
10	**AM10**	Đánh giá làm việc nhóm	Teamwork Assessment	3				X
11	**AM11**	Báo cáo khóa luận	Graduation Thesis/ Report	3				
12	**AM12**	Khác		4				

17. Kế hoạch kiểm tra, đánh giá

STT	**Tuần**	**Nội dung**	**Phương pháp đánh giá**	**Tỷ lệ (%)**	CLO1	CLO2	CLO3	CLO4
1	5	Chương 3	AM2	5%		X		
2	3-13	Chương 1,2, 4-11	AM3	10%	X	X	X	X
3	15	Chương 1-11	AM3,9,10	25%	X	X	X	X
4	Theo lịch	Toàn bộ	AM6	60%	X	X	X	
			Tổng cộng	100%				

Xác nhận của Khoa/Bộ môn