



Đại Học Quốc Gia TP.HCM
Trường Đại Học Bách Khoa
Khoa Quản Lý Công Nghiệp

Vietnam National University - HCMC
Ho Chi Minh City University of Technology
School of Industrial Management

ĐỀ CƯƠNG HỌC PHẦN *Course Syllabus*

1. Thông tin về học phần (*Course information*)

1.1. Thông tin tổng quan (*General information*)

- Tên học phần: **Hành vi người tiêu dùng**
Course title: Consumer Behavior
- Mã học phần (*Course ID*): **IM3083**
- Số tín chỉ (*Credits*): **3 (ETCS: 6)**
- Học kỳ áp dụng (*Applied from semester*): **20211**
- Tổ chức học phần (*Course format*):

Hình thức học tập (<i>Teaching/study type</i>)	Số tiết/giờ (<i>Hours</i>)	Số tín chỉ (<i>Credits</i>)	Ghi chú (<i>Notes</i>)
Lý thuyết (LT) (<i>Lectures</i>)	30		
Thảo luận (ThL)/Thực hành tại lớp (TH) (<i>Tutorial</i>)	0		
Thí nghiệm (TNg)/Thực tập xưởng (TT) (<i>Labs/Practices</i>)	0		
Bài tập lớn (BTL)/Đồ án (ĐA) (<i>Projects</i>)	45		
Tự học (<i>Self-study</i>)	105		
Khác (<i>Others</i>)	0		
Tổng cộng (Total)	137	3	

- Tỷ lệ đánh giá và hình thức kiểm tra/thi (*Evaluation form & ratio*)

Hình thức đánh giá (<i>Evaluation type</i>)	Tỷ lệ (<i>Ratio</i>)	Hình thức (<i>Format</i>)	Thời gian (<i>Duration</i>)
Thảo luận (ThL)/Thực hành tại lớp (TH) (<i>Tutorial</i>)	20%		
Thí nghiệm (<i>Labs/Practices</i>)			
Bài tập lớn (BTL)/Đồ án (ĐA) (<i>Projects</i>)	20%		
Kiểm tra (<i>Midterm Exam</i>)	25%	Trắc nghiệm và tự luận (<i>MCQ & Constructed response</i>)	50 phút (<i>minutes</i>)
Thi (<i>Final Exam</i>)	35%	Trắc nghiệm và tự luận (<i>MCQ & Constructed response</i>)	70 phút (<i>minutes</i>)
Tổng cộng (Total)	100%		

1.2. Điều kiện tiên quyết (Prerequisites)

HT/KN: Recommended, TQ: Prereq, SH: Coreq

Mã học phần (Course ID)	Tên học phần (Course title)	Tiên quyết (TQ)/song hành (SH) (Prerequisite - Prereq/Co - requisite - Coreq)
IM1019	Tiếp thị căn bản <i>Principle of Marketing</i>	TQ

1.3. Học phần thuộc khối kiến thức (Knowledge block)

- Kiến thức giáo dục đại cương (General education)
- Kiến thức giáo dục chuyên nghiệp (Professional education)
 - Kiến thức cơ sở ngành (Foundation) ○ Kiến thức ngành (Major)
 - Kiến thức chuyên ngành (Specialty) ○ Kiến thức Tốt nghiệp (Graduation)

1.4. Đơn vị phụ trách (Khoa/Bộ môn) (Unit in-charge)

Bộ môn / Khoa phụ trách (Department)	Tiếp Thị và Quản Lý - Khoa Quản Lý Công Nghiệp (School of Industrial Management)
Văn phòng (Office)	Bộ môn Tiếp thị & Quản lý
Điện thoại (Phone number)	(028) 3864 7256 – Ext. 5613
Giảng viên phụ trách (Lecturer in-charge)	Phạm Ngọc Trâm Anh
E-mail	pntanh@hcmut.edu.vn

2. Mô tả học phần (Course description)

Môn học bao gồm các nội dung về quy trình ra quyết định mua của người tiêu dùng và các yếu tố cá nhân và môi trường ảnh hưởng đến hành vi người tiêu dùng. Ứng dụng của các kiến thức về hành vi người tiêu dùng vào quy trình tiếp thị như lập kế hoạch tiếp thị, truyền thông hoặc thiết kế trải nghiệm khách hàng cũng được trình bày trong môn học.

Key topics include the consumer purchase decision-making process and individual and environmental determinants of consumer behavior. Applications of consumer behavior knowledge in marketing processes, such as executing marketing and communication programs or designing customer experience, are also discussed.

3. Giáo trình và tài liệu học tập (Course materials)

Tài liệu giảng dạy

- [1] Hoyer W. D., MacInnis D. J. and Pieters R., *Consumer Behavior*, 7th ed., Cengage Learning, 2018
- [2] Solomon M. R., *Consumer Behavior - Buying, Having and Being*, Global edition, 12nd ed., Pearson Education, 2018
- [3] Schiffman L. G. and Wisenblit J. L., *Consumer Behavior*, 12nd ed., Pearson Edition, 2019
- [4] Võ Thị Ngọc Thúy, Nguyễn Khánh Trung, Đặng Ngọc Bích, Quách Vĩnh Lộc, *Hành Vi Khách Hàng*, Nhà xuất bản ĐHQG-HCM, 2017

Tài liệu tham khảo

- [1] Quester P., Pettigrew S., Rao Hill S., Kopanidis F., Hawkins D. I., *Consumer Behaviour - Implications for Marketing Strategy*, McGraw-Hill Education, 2014
- [2] Foxall G. R., *Perspectives on Consumer Choice: From Behavior to Action, from Action to Agency*, 1st ed., Palgrave Macmillan, 2016
- [3] Stephens D. L., *Essentials of Consumer Behavior*, 1st ed., Routledge, 2016

Textbooks

- [1] Hoyer W. D., MacInnis D. J. and Pieters R., *Consumer Behavior, 7th ed., Cengage Learning, 2018*
- [2] Solomon M. R., *Consumer Behavior - Buying, Having and Being, Global edition, 12nd ed., Pearson Education, 2018*
- [3] Schiffman L. G. and Wisenblit J. L., *Consumer Behavior, 12nd ed., Pearson Edition, 2019*
- [4] Võ Thị Ngọc Thúy, Nguyễn Khánh Trung, Đặng Ngọc Bích, Quách Vĩnh Lộc, *Hành Vi Khách Hàng, Nhà xuất bản ĐHQG-HCM, 2017*

Reference books

- [1] Quester P., Pettigrew S., Rao Hill S., Kopanidis F., Hawkins D. I., *Consumer Behaviour - Implications for Marketing Strategy, McGraw-Hill Education, 2014*
- [2] Foxall G. R., *Perspectives on Consumer Choice: From Behavior to Action, from Action to Agency, 1st ed., Palgrave Macmillan, 2016*
- [3] Stephens D. L., *Essentials of Consumer Behavior, 1st ed., Routledge, 2016*

4. Mục tiêu và kết quả học tập mong đợi (Goals and Learning outcomes)

4.1. Mục tiêu của học phần (Course goals)

Môn học nhằm cung cấp cho sinh viên các lý thuyết, kiến thức cơ bản về hành vi người tiêu dùng, từ đó biết cách vận dụng lý thuyết đã học vào hoạt động marketing ở thực tiễn, cũng như giải quyết được các vấn đề thực tế ở doanh nghiệp liên quan đến hành vi người tiêu dùng. Môn học cũng giúp sinh viên hiểu được vai trò của việc hiểu về hành vi người tiêu dùng trong các quyết định chiến lược doanh nghiệp.

This course aims to equip the students with the fundamental concepts and theories of consumer behavior and their marketing implications, which prepares students for effective problem-solving and making informed business decisions. This course also helps students understand the applications of consumer behavior knowledge to marketing tactics and strategy.

4.2. Chuẩn đầu ra học phần (Course learning outcomes)

- L.O.1 - Giải thích được các khái niệm và lý thuyết cơ bản về hành vi người tiêu dùng
(*Explain the fundamental concepts and theories of consumer behavior*)
- L.O.2 - Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi người tiêu dùng
(*Analyze factors influencing consumer behavior*)
- L.O.3 - Chứng minh những ứng dụng của các khái niệm và lý thuyết hành vi người tiêu dùng vào chiến lược tiếp thị
(*Demonstrate the applicability of different consumer behavior concepts and theories to marketing tactics and strategy*)
- L.O.4 - Nhận biết những vấn đề đạo đức liên quan đến hành vi người tiêu dùng
(*Identify ethical issues related to consumer behavior*)
- L.O.5 - Thể hiện khả năng thuyết trình và viết báo cáo theo nhóm về các chủ đề hành vi người tiêu dùng
(*Demonstrate the ability to work in teams to deliver clear and concise written and oral communication on consumer behavior issues*)

5. Phương thức giảng dạy và học tập (Teaching and assessment methods)

5.1. Phương thức giảng dạy (Teaching methods)

STT (No.)	Phương thức giảng dạy (Teaching methods)
1	Phương pháp học tập tích hợp (Blended learning)

5.2. Phương pháp giảng dạy (Teaching activities)

Loại hoạt động (Assessment methods)	Tên loại hoạt động (Components activities)	Nội dung (Content)
--	---	-----------------------



Loại hoạt động (Assessment methods)	Tên loại hoạt động (Components activities)	Nội dung (Content)
IHW-Bài tập cá nhân về nhà (Individual homework)	A.O.1 - Bài tập cá nhân (Individual assignment)	Thảo luận/ kiểm tra ngắn trên lớp và bài tập về nhà (In-class quizzes/ discussion and home assignments)
GPJ-Project nhóm (Group project)	A.O.2 - Bài tập nhóm (Group project)	Bài tập nhóm (Group project)
GPJ-Project nhóm (Group project)	A.O.2.1 - Báo cáo viết (Written report)	Báo cáo viết (Written report)
GPJ-Project nhóm (Group project)	A.O.2.2 - Thuyết trình (Presentation)	Thuyết trình (Presentation)
TES-Kiểm tra giữa kỳ (Midterm exam)	A.O.3 - Kiểm tra giữa kỳ (Mid-term exam)	Kiểm tra giữa kỳ (Mid-term exam)
EXM-Thi cuối kỳ (Final exam)	A.O.4 - Thi cuối kỳ (Final exam)	Thi cuối kỳ (Final exam)

5.3. Hình thức đánh giá (Assessment methods)

Chuẩn đầu ra chi tiết (Learning outcome)	Hoạt động đánh giá (Evaluation activities)
L.O.1-Giải thích được các khái niệm và lý thuyết cơ bản về hành vi người tiêu dùng (Explain the fundamental concepts and theories of consumer behavior)	A.O.1-Bài tập cá nhân (Individual assignment) A.O.3-Kiểm tra giữa kỳ (Mid-term exam) A.O.4-Thi cuối kỳ (Final exam)
L.O.2-Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi người tiêu dùng (Analyze factors influencing consumer behavior)	A.O.1-Bài tập cá nhân (Individual assignment) A.O.4-Thi cuối kỳ (Final exam)
L.O.3-Chứng minh những ứng dụng của các khái niệm và lý thuyết hành vi người tiêu dùng vào chiến lược tiếp thị (Demonstrate the applicability of different consumer behavior concepts and theories to marketing tactics and strategy)	A.O.1-Bài tập cá nhân (Individual assignment) A.O.2-Bài tập nhóm (Group project) A.O.3-Kiểm tra giữa kỳ (Mid-term exam) A.O.4-Thi cuối kỳ (Final exam)
L.O.4-Nhận biết những vấn đề đạo đức liên quan đến hành vi người tiêu dùng (Identify ethical issues related to consumer behavior)	A.O.3-Kiểm tra giữa kỳ (Mid-term exam) A.O.4-Thi cuối kỳ (Final exam)
L.O.5-Thể hiện khả năng thuyết trình và viết báo cáo theo nhóm về các chủ đề hành vi người tiêu dùng (Demonstrate the ability to work in teams to deliver clear and concise written and oral communication on consumer behavior issues)	A.O.2.1-Báo cáo viết (Written report) A.O.2.2-Thuyết trình (Presentation)

5.4. Hướng dẫn cách học (Study guidelines)

Điểm môn học bao gồm 4 thành phần:

- Bài tập cá nhân: 20% (thảo luận/ kiểm tra ngắn trên lớp và bài tập về nhà)
- Bài tập nhóm: 20% (mỗi nhóm 5-7 sinh viên sẽ được giao 1 chủ đề thuyết trình)
 - Báo cáo viết: 10%
 - Thuyết trình: 10%
- Kiểm tra giữa kỳ: 25% (trắc nghiệm và tự luận)
- Thi cuối kỳ: 35% (trắc nghiệm và tự luận)

Lưu ý:

Sinh viên cần đọc tài liệu trước khi đến lớp.

Điều kiện tham gia thi cuối kỳ: Sinh viên phải tham dự ít nhất 70% số giờ học và hoàn tất các thành phần đánh giá.



The final score includes four components:

- Exercises: 20% (in-class quizzes/ discussion and home assignments)
- Group project: 20% (students, in groups of 5-7, will be assigned a topic and a date for presentation)
- Written report: 10%
- Presentation: 10%
- Mid-term exam: 25% (multiple-choice and short essay questions)
- Final exam: 35% (multiple-choice and short essay questions)

Note:

Students are required to read materials in advance.

Conditions to attend the final exam: Students are required to attend at least 70% of class time and complete all assessment items.

6. Nội dung chi tiết của học phần (Course content)

L.O. Chuẩn đầu ra chi tiết (Detailed learning outcomes)

A. Hoạt động đánh giá (Assessment activity)

Lec. Hoạt động dạy Giảng viên (Lecturer)

Stu. Hoạt động học Sinh viên (Student)

Buổi (Session)	Nội dung (Content)	Hoạt động dạy và học (Lecturing)
-------------------	--------------------	----------------------------------

Buổi (Session)	Nội dung (Content)	Hoạt động dạy và học (Lecturing)
1	<p>Chương 1: Tổng quan về hành vi người tiêu dùng</p> <p>1.1. Khái niệm hành vi người tiêu dùng</p> <p>1.2. Các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi người tiêu dùng</p> <p>1.3. Vai trò của việc nghiên cứu hành vi người tiêu dùng trong hoạt động marketing</p> <p><i>(Chapter 1: Understanding consumer behavior</i></p> <p><i>1.1 Defining consumer behavior</i></p> <p><i>1.2 Factors influencing consumer behavior</i></p> <p><i>1.3 Marketing implications of consumer behavior)</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • L.O.3 [A.O.2 , A.O.3 , A.O.1] <ul style="list-style-type: none"> ◦ Lec: - Giảng chương 1 - Ôn lại kiến thức cơ bản về hành vi người tiêu dùng trong môn Tiếp thị - Cho ví dụ minh họa các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi người tiêu dùng và vai trò của việc nghiên cứu hành vi người tiêu dùng trong hoạt động marketing của doanh nghiệp <i>(- Discuss chapter 1 - Review some basic concepts of consumer behavior in Marketing. - Give examples of factors influencing consumer behavior and the roles of consumer behavior research in marketing)</i> ◦ Stu: - Thảo luận, ôn lại kiến thức cơ bản về hành vi người tiêu dùng - Thảo luận các ví dụ để hiểu các yếu tố ảnh hưởng lên hành vi người tiêu dùng và vai trò của việc nghiên cứu hành vi người tiêu dùng trong hoạt động marketing của doanh nghiệp <i>(- Discuss and review basic knowledge of consumer behavior - Discuss the examples of factors influencing consumer behavior and the roles of consumer behavior research in marketing)</i> • L.O.1 [A.O.1 , A.O.3 , A.O.4] <ul style="list-style-type: none"> ◦ Lec: - Giảng chương 1 - Ôn lại kiến thức cơ bản về hành vi người tiêu dùng trong môn Tiếp thị - Cho ví dụ minh họa các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi người tiêu dùng và vai trò của việc nghiên cứu hành vi người tiêu dùng trong hoạt động marketing của doanh nghiệp <i>(- Discuss chapter 1 - Review some basic concepts of consumer behavior in Marketing. - Give examples of factors influencing consumer behavior and the roles of consumer behavior research in marketing)</i> ◦ Stu: - Thảo luận, ôn lại kiến thức cơ bản về hành vi người tiêu dùng - Thảo luận các ví dụ để hiểu các yếu tố ảnh hưởng lên hành vi người tiêu dùng và vai trò của việc nghiên cứu hành vi người tiêu dùng trong hoạt động marketing của doanh nghiệp <i>(- Discuss and review basic knowledge of consumer behavior - Discuss the examples of factors influencing consumer behavior and the roles of consumer behavior research in marketing)</i>

Buổi (Session)	Nội dung (Content)	Hoạt động dạy và học (Lecturing)
2-3	<p>Chương 2: Nhận diện vấn đề và tìm kiếm thông tin</p> <p>2.1. Nhận diện vấn đề</p> <p>2.2. Quá trình tìm kiếm thông tin bên trong</p> <p>2.3. Quá trình tìm kiếm thông tin từ bên ngoài</p> <p><i>(Chapter 2: Problem recognition and information search</i></p> <p><i>2.1. Problem recognition</i></p> <p><i>2.2. Internal information search</i></p> <p><i>2.3. External information search)</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • L.O.1 [A.O.1 , A.O.3 , A.O.4] <ul style="list-style-type: none"> ◦ Lec: - Ôn lại chương 1 - Giảng chương 2, nhắc lại Hệ thống thông tin trong marketing - Cho ví dụ/ tình huống/ video minh họa - Khuyến khích sinh viên đặt câu hỏi <i>(- Review chapter 1 - Recall knowledge of Marketing information system - Provide examples/ case studies/ videos to illustrate theories and concepts - Facilitate discussion)</i> ◦ Stu: - Nghe giảng - Tham gia thảo luận tình huống, phản biện <i>(- Listen to the lecture - Engage in discussion and debate)</i> • L.O.3 [A.O.2 , A.O.1 , A.O.3] <ul style="list-style-type: none"> ◦ Lec: - Ôn lại chương 1 - Giảng chương 2, nhắc lại Hệ thống thông tin trong marketing - Cho ví dụ/ tình huống/ video minh họa - Khuyến khích sinh viên đặt câu hỏi <i>(- Review chapter 1 - Recall knowledge of Marketing information system - Provide examples/ case studies/ videos to illustrate theories and concepts - Facilitate discussion)</i> ◦ Stu: - Nghe giảng - Tham gia thảo luận tình huống, phản biện <i>(- Listen to the lecture - Engage in discussion and debate)</i> • L.O.4 [A.O.4 , A.O.3] <ul style="list-style-type: none"> ◦ Lec: - Ôn lại chương 1 - Giảng chương 2, nhắc lại Hệ thống thông tin trong marketing - Cho ví dụ/ tình huống/ video minh họa - Khuyến khích sinh viên đặt câu hỏi <i>(- Review chapter 1 - Recall knowledge of Marketing information system - Provide examples/ case studies/ videos to illustrate theories and concepts - Facilitate discussion)</i> ◦ Stu: - Nghe giảng - Tham gia thảo luận tình huống, phản biện <i>(- Listen to the lecture - Engage in discussion and debate)</i>

Buổi (Session)	Nội dung (Content)	Hoạt động dạy và học (Lecturing)
4	<p>Chương 3: Quá trình đánh giá và ra quyết định mua của khách hàng</p> <p>3.1. Quy trình đánh giá</p> <p>3.2. Quy trình lựa chọn</p> <p>3.3 Các yếu tố ảnh hưởng đến việc ra quyết định mua (Chapter 3: Evaluation and selection processes 3.1. Evaluating alternatives 3.2. Selecting alternatives 3.3 Factors influencing purchase decisions)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • L.O.1 [A.O.1 , A.O.3 , A.O.4] <ul style="list-style-type: none"> ◦ Lec: - Ôn lại chương 2 - Giảng chương 3 - Cho ví dụ/ tình huống/ video minh họa - Khuyến khích sinh viên đặt câu hỏi (- Review chapter 2 - Discuss chapter 3 - Provide examples/ case studies/ videos to illustrate theories and concepts - Facilitate discussion) ◦ Stu: - Nghe giảng - Tham gia thảo luận tình huống, phản biện (- Listen to the lecture - Engage in discussion and debate) • L.O.3 [A.O.2 , A.O.3 , A.O.1] <ul style="list-style-type: none"> ◦ Lec: - Ôn lại chương 2 - Giảng chương 3 - Cho ví dụ/ tình huống/ video minh họa - Khuyến khích sinh viên đặt câu hỏi (- Review chapter 2 - Discuss chapter 3 - Provide examples/ case studies/ videos to illustrate theories and concepts - Facilitate discussion) ◦ Stu: - Nghe giảng - Tham gia thảo luận tình huống, phản biện (- Listen to the lecture - Engage in discussion and debate) • L.O.4 [A.O.3 , A.O.4] <ul style="list-style-type: none"> ◦ Lec: - Ôn lại chương 2 - Giảng chương 3 - Cho ví dụ/ tình huống/ video minh họa - Khuyến khích sinh viên đặt câu hỏi (- Review chapter 2 - Discuss chapter 3 - Provide examples/ case studies/ videos to illustrate theories and concepts - Facilitate discussion) ◦ Stu: - Nghe giảng - Tham gia thảo luận tình huống, phản biện (- Listen to the lecture - Engage in discussion and debate)



Buổi (Session)	Nội dung (Content)	Hoạt động dạy và học (Lecturing)
5	<p>Chương 4: Các hoạt động sau bán hàng</p> <p>4.1. Tìm hiểu trải nghiệm của khách hàng</p> <p>4.2. Đánh giá sự hài lòng của khách hàng</p> <p>4.3 . Phản hồi với khách hàng</p> <p><i>(Chapter 4: Post-purchase processes</i></p> <p><i>4.1. Customer experience</i></p> <p><i>4.2. Customer satisfaction</i></p> <p><i>4.3 . Responding to customer dissatisfaction)</i></p>	<ul style="list-style-type: none">• L.O.1 [A.O.3 , A.O.1 , A.O.4]<ul style="list-style-type: none">◦ Lec: - Ôn lại chương 3 - Giảng chương 4 - Cho ví dụ/ tình huống/ video minh họa - Khuyến khích sinh viên đặt câu hỏi <i>(- Review chapter 3 - Discuss chapter 4 - Provide examples/ case studies/ videos to illustrate theories and concepts - Facilitate discussion)</i>◦ Stu: - Nghe giảng - Tham gia thảo luận tình huống, phản biện <i>(- Listen to the lecture - Engage in discussion and debate)</i>• L.O.3 [A.O.2 , A.O.3 , A.O.1]<ul style="list-style-type: none">◦ Lec: - Ôn lại chương 3 - Giảng chương 4 - Cho ví dụ/ tình huống/ video minh họa - Khuyến khích sinh viên đặt câu hỏi <i>(- Review chapter 3 - Discuss chapter 4 - Provide examples/ case studies/ videos to illustrate theories and concepts - Facilitate discussion)</i>◦ Stu: - Nghe giảng - Tham gia thảo luận tình huống, phản biện <i>(- Listen to the lecture - Engage in discussion and debate)</i>• L.O.4 [A.O.3 , A.O.4]<ul style="list-style-type: none">◦ Lec: - Ôn lại chương 3 - Giảng chương 4 - Cho ví dụ/ tình huống/ video minh họa - Khuyến khích sinh viên đặt câu hỏi <i>(- Review chapter 3 - Discuss chapter 4 - Provide examples/ case studies/ videos to illustrate theories and concepts - Facilitate discussion)</i>◦ Stu: - Nghe giảng - Tham gia thảo luận tình huống, phản biện <i>(- Listen to the lecture - Engage in discussion and debate)</i>



Buổi (Session)	Nội dung (Content)	Hoạt động dạy và học (Lecturing)
6-7	<p>Chương 5: Phân tích người tiêu dùng</p> <p>5.1. Các yếu tố cá nhân</p> <p>5.2. Tầng lớp xã hội và sự ảnh hưởng từ gia đình</p> <p>5.3. Tác động xã hội đến hành vi người tiêu dùng</p> <p><i>(Chapter 5: Factors influencing consumer behavior</i></p> <p><i>5.1. Internal influences</i></p> <p><i>5.2. Social class and family influences</i></p> <p><i>5.3. Social influences)</i></p>	<ul style="list-style-type: none">• L.O.2 [A.O.4 , A.O.1]<ul style="list-style-type: none">◦ Lec: - Ôn lại chương 4 - Giảng chương 5 - Cho ví dụ/ tình huống/ video minh họa - Khuyến khích sinh viên đặt câu hỏi <i>(- Review chapter 4 - Discuss chapter 5 - Provide examples/ case studies/ videos to illustrate theories and concepts - Facilitate discussion)</i>◦ Stu: - Nghe giảng - Tham gia thảo luận tình huống, phân biện <i>(- Listen to the lecture - Engage in discussion and debate)</i>• L.O.3 [A.O.2 , A.O.1 , A.O.4]<ul style="list-style-type: none">◦ Lec: - Ôn lại chương 4 - Giảng chương 5 - Cho ví dụ/ tình huống/ video minh họa - Khuyến khích sinh viên đặt câu hỏi <i>(- Review chapter 4 - Discuss chapter 5 - Provide examples/ case studies/ videos to illustrate theories and concepts - Facilitate discussion)</i>◦ Stu: - Nghe giảng - Tham gia thảo luận tình huống, phân biện <i>(- Listen to the lecture - Engage in discussion and debate)</i>• L.O.4 [A.O.4 , A.O.3]<ul style="list-style-type: none">◦ Lec: - Ôn lại chương 4 - Giảng chương 5 - Cho ví dụ/ tình huống/ video minh họa - Khuyến khích sinh viên đặt câu hỏi <i>(- Review chapter 4 - Discuss chapter 5 - Provide examples/ case studies/ videos to illustrate theories and concepts - Facilitate discussion)</i>◦ Stu: - Nghe giảng - Tham gia thảo luận tình huống, phân biện <i>(- Listen to the lecture - Engage in discussion and debate)</i>



Buổi (Session)	Nội dung (Content)	Hoạt động dạy và học (Lecturing)
8-9	<p>Chương 6: Tâm lý người tiêu dùng</p> <p>6.1. Động lực, khả năng và cơ hội</p> <p>6.2 . Kiến thức và hiểu biết của người tiêu dùng</p> <p>6.3. Nhận thức và thái độ</p> <p><i>(Chapter 6: The psychological core</i></p> <p><i>6.1. Motivation, ability and opportunity</i></p> <p><i>6.2 . Memory and knowledge</i></p> <p><i>6.3 . Perception and attitudes)</i></p>	<ul style="list-style-type: none">• L.O.2 [A.O.1 , A.O.4]<ul style="list-style-type: none">◦ Lec: - Ôn lại chương 5 - Giảng chương 6 - Cho ví dụ/ tình huống/ video minh họa - Khuyến khích sinh viên đặt câu hỏi <i>(- Review chapter 5 - Discuss chapter 6 - Provide examples/ case studies/ videos to illustrate theories and concepts - Facilitate discussion)</i>◦ Stu: - Nghe giảng - Tham gia thảo luận tình huống, phản biện <i>(- Listen to the lecture - Engage in discussion and debate)</i>• L.O.3 [A.O.2 , A.O.1 , A.O.4]<ul style="list-style-type: none">◦ Lec: - Ôn lại chương 5 - Giảng chương 6 - Cho ví dụ/ tình huống/ video minh họa - Khuyến khích sinh viên đặt câu hỏi <i>(- Review chapter 5 - Discuss chapter 6 - Provide examples/ case studies/ videos to illustrate theories and concepts - Facilitate discussion)</i>◦ Stu: - Nghe giảng - Tham gia thảo luận tình huống, phản biện <i>(- Listen to the lecture - Engage in discussion and debate)</i>• L.O.4 [A.O.4 , A.O.3]<ul style="list-style-type: none">◦ Lec: - Ôn lại chương 5 - Giảng chương 6 - Cho ví dụ/ tình huống/ video minh họa - Khuyến khích sinh viên đặt câu hỏi <i>(- Review chapter 5 - Discuss chapter 6 - Provide examples/ case studies/ videos to illustrate theories and concepts - Facilitate discussion)</i>◦ Stu: - Nghe giảng - Tham gia thảo luận tình huống, phản biện <i>(- Listen to the lecture - Engage in discussion and debate)</i>

Buổi (Session)	Nội dung (Content)	Hoạt động dạy và học (Lecturing)
10	Chương 7: Ảnh hưởng của sự đổi mới lên hành vi người tiêu dùng 7.1. Từ bên trong doanh nghiệp 7.2. Từ bên ngoài doanh nghiệp (Chapter 7: Influences of innovation on consumer behavior)	<ul style="list-style-type: none"> • L.O.2 [A.O.1 , A.O.4] <ul style="list-style-type: none"> ◦ Lec: - Ôn lại chương 6 - Giảng chương 7 - Cho ví dụ/ tình huống/ video minh họa - Khuyến khích sinh viên đặt câu hỏi (- Review chapter 6 - Discuss chapter 7 - Provide examples/ case studies/ videos to illustrate theories and concepts - Facilitate discussion) ◦ Stu: - Nghe giảng - Tham gia thảo luận tình huống, phản biện (- Listen to the lecture - Engage in discussion and debate) • L.O.3 [A.O.2 , A.O.4 , A.O.1] <ul style="list-style-type: none"> ◦ Lec: - Ôn lại chương 6 - Giảng chương 7 - Cho ví dụ/ tình huống/ video minh họa - Khuyến khích sinh viên đặt câu hỏi (- Review chapter 6 - Discuss chapter 7 - Provide examples/ case studies/ videos to illustrate theories and concepts - Facilitate discussion) ◦ Stu: - Nghe giảng - Tham gia thảo luận tình huống, phản biện (- Listen to the lecture - Engage in discussion and debate) • L.O.4 [A.O.4 , A.O.3] <ul style="list-style-type: none"> ◦ Lec: - Ôn lại chương 6 - Giảng chương 7 - Cho ví dụ/ tình huống/ video minh họa - Khuyến khích sinh viên đặt câu hỏi (- Review chapter 6 - Discuss chapter 7 - Provide examples/ case studies/ videos to illustrate theories and concepts - Facilitate discussion) ◦ Stu: - Nghe giảng - Tham gia thảo luận tình huống, phản biện (- Listen to the lecture - Engage in discussion and debate)
11-12	Thuyết trình nhóm (Group project presentation)	<ul style="list-style-type: none"> • L.O.5 [A.O.2.1 , A.O.2.2] <ul style="list-style-type: none"> ◦ Lec: - Đặt câu hỏi phản biện - Góp ý cho sinh viên về nội dung, hình thức, các tổ chức nhóm, phong cách trình bày, cách trả lời phản biện ... - Ôn tập và giải đáp thắc mắc trước khi thi cuối kỳ (- Q&A - Provide feedback on content, format, presentation style etc. - Review for mid-term exam) ◦ Stu: - Thuyết trình theo nhóm - Phản biện nhóm khác - Đặt câu hỏi về nội dung thi cuối kỳ (- Deliver group presentations - Prepare questions to challenge other groups - Review for final exam)

7. Yêu cầu khác về học phần (Other course requirements and expectations)

8. Biên soạn và cập nhật đề cương (Editing information)

- Đề cương được biên soạn vào năm học học kỳ (Syllabus edited in year-semester): **20211**
- Đề cương được chỉnh sửa lần thứ (Editing version): **DCMH.IM3083.2.1**
- Nội dung được chỉnh sửa, cập nhật, thay đổi ở lần gần nhất (The latest editing content): -- --



TRƯỞNG KHOA
(Dean)

CHỦ NHIỆM BỘ MÔN
(Head of Department)

Tp.Hồ Chí Minh, ngày 13 tháng 8 năm 2022
HCM City, August 13 2022
CB PHỤ TRÁCH LẬP ĐỀ CƯƠNG
(Lecturer in-charge)