

## ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

### 1. Thông tin chung về học phần

**Tên học phần** : Nghiên cứu người tiêu dùng

**Tên tiếng Anh** : Consumers behavior analysis

**Bộ môn phụ trách:** Quản lý chất lượng và an toàn thực phẩm

**Mã học phần** : 05200108

**Loại học phần** :

Giáo dục đại cương <input type="checkbox"/>		Giáo dục chuyên nghiệp <input checked="" type="checkbox"/>			
Bắt buộc <input type="checkbox"/>	Tự chọn <input type="checkbox"/>	Cơ sở ngành <input type="checkbox"/>		Chuyên ngành <input checked="" type="checkbox"/>	
		Bắt buộc <input type="checkbox"/>	Tự chọn <input type="checkbox"/>	Bắt buộc <input type="checkbox"/>	Tự chọn <input checked="" type="checkbox"/>

**Số tín chỉ** : 2 (2,0,4)

#### Phân bố thời gian:

- Tổng số tiết : 90 tiết
- Số tiết lý thuyết : 30 tiết
- Số tiết thí nghiệm/thực hành (TN/TH) : 00 tiết
- Số tiết tự học : 60 tiết

#### Điều kiện tham gia học tập học phần:

- Học phần tiên quyết: Không;
- Học phần trước: Không;
- Học phần song hành: Không.

### 2. Mục tiêu học phần:

Học phần “Nghiên cứu người tiêu dùng” trang bị cho người học các kiến thức về phương pháp nghiên cứu người tiêu dùng và thị trường thực phẩm trong giai đoạn phát triển sản phẩm phù hợp với thị hiếu người tiêu dùng mục tiêu trong bối cảnh hội nhập kinh tế.

### 3. Chuẩn đầu ra của học phần:

Chuẩn đầu ra (CDR) chi tiết của học phần như sau:

- LO 1: Phân tích được sự cần thiết của nghiên cứu người tiêu dùng và thị trường trong quá trình phát triển sản phẩm và hoạt động marketing
- LO 2: Tuân thủ, thực hiện chính xác các quy định trong quá trình học tập, có ý thức trách nhiệm và khách quan trong quá trình nghiên cứu người tiêu dùng

- LO 3: Chủ động, thuần thục kỹ năng tìm kiếm, đọc và tổng hợp các tài liệu liên quan đến học phần nghiên cứu người tiêu dùng
- LO 4: Áp dụng thành thạo khả năng truyền đạt vấn đề, làm việc độc lập và khả năng hợp tác làm việc nhóm để đạt được yêu cầu của học phần nghiên cứu người tiêu dùng
- LO 5: Áp dụng kỹ năng đọc tài liệu chuyên ngành bằng tiếng Anh, tìm hiểu các thông số kỹ thuật, xây dựng quy trình sản xuất các sản phẩm theo đúng yêu cầu sản phẩm.
- LO 6: Hiểu và giải thích được sự ảnh hưởng của đặc điểm hành vi và nhu cầu của người tiêu dùng đến sự chấp nhận sản phẩm trên thị trường
- LO 7: Hình thành ý tưởng sản phẩm mới trong quá trình phát triển sản phẩm thực phẩm phù hợp với người tiêu dùng mục tiêu

#### 4. Nội dung học phần:

##### 4.1. Mô tả vắn tắt nội dung học phần:

Học phần này bao gồm các nội dung sau:

- Quá trình nghiên cứu người tiêu dùng và xây dựng đề cương nghiên cứu
- Các phương pháp phổ biến trong nghiên cứu người tiêu dùng
- Kỹ năng thiết kế bảng câu hỏi và kỹ năng phỏng vấn
- Phân tích kết quả nghiên cứu người tiêu dùng
- Nghiên cứu nhu cầu người tiêu dùng và sự lựa chọn thực phẩm

##### 4.2. Phân bố thời gian các chương trong học phần:

STT	Nội dung	Phân bố thời gian (tiết hoặc giờ)			
		Tổng	Lý thuyết	TN/TH	Tự học
1.	Quá trình nghiên cứu người tiêu dùng và xây dựng đề cương nghiên cứu	12	4	0	8
2.	Các phương pháp phổ biến trong nghiên cứu người tiêu dùng	24	8	0	16
3.	Kỹ năng thiết kế bảng câu hỏi và kỹ năng phỏng vấn	24	8	0	16
4.	Phân tích kết quả nghiên cứu người tiêu dùng	18	6	0	12
5.	Nghiên cứu nhu cầu người tiêu dùng và sự lựa chọn thực phẩm	12	4	0	8
<b>Tổng</b>		<b>90</b>	<b>30</b>	<b>0</b>	<b>60</b>

##### 4.3. Nội dung chi tiết của học phần:

**Chương 1: Quá trình nghiên cứu người tiêu dùng và xây dựng đề cương nghiên cứu**

###### 1.1. Quá trình nghiên cứu người tiêu dùng

- 1.1.1. Mục tiêu nghiên cứu
- 1.1.2. Thiết kế nghiên cứu
- 1.1.3. Thực hiện nghiên cứu
- 1.1.4. Sử dụng nghiên cứu
- 1.2. Xây dựng đề cương nghiên cứu
  - 1.2.1. Chọn mẫu nghiên cứu
  - 1.2.2. Phương pháp nghiên cứu
  - 1.2.3. Kế hoạch thực hiện
  - 1.2.4. Phân tích kết quả

## **Chương 2. Các phương pháp phổ biến trong nghiên cứu người tiêu dùng**

- 2.1. Các dạng nghiên cứu thị trường
  - 2.1.1 Nghiên cứu tại bàn (desk research)
  - 2.1.2 Nghiên cứu tại hiện trường (field research)
  - 2.1.3 Nghiên cứu định tính (qualitative research)
  - 2.1.4 Nghiên cứu định lượng (quantitative research)
  - 2.1.5 Nghiên cứu khám phá (exploratory study)
  - 2.1.6 Nghiên cứu mô tả (descriptive study)
- 2.2 Kỹ thuật/phương pháp nghiên cứu thị trường
  - 2.2.1 Tra cứu từ những dữ liệu có sẵn (desk research)
  - 2.2.2 Thảo luận nhóm (focus group)
  - 2.2.3 Phỏng vấn trực tiếp (face-to-face interview)
  - 2.2.4 Phỏng vấn qua điện thoại (telephone interview)
  - 2.2.5 Khảo sát bằng thư tín (postal survey)
  - 2.2.6 Thử nghiệm trọng điểm (clinics & hall tests)
  - 2.2.7 Quan sát (observation)
  - 2.2.8 Thăm dò qua Internet (internet survey)

## **Chương 3. Kỹ năng thiết kế bảng câu hỏi và kỹ năng phỏng vấn**

- 3.1 Thiết kế bảng câu hỏi
  - 3.1.1. Cấu trúc bảng câu hỏi
  - 3.1.2. Các dạng câu hỏi và mục đích hỏi
- 3.2 Các phương pháp phỏng vấn
  - 3.2.1 Logic của câu hỏi
  - 3.2.2 Phỏng vấn nhóm

## Chương 4. Phân tích kết quả nghiên cứu người tiêu dùng

4.1 Phân nhóm người tiêu dùng theo đặc điểm hành vi

4.2 Phân tích và phát hiện nhu cầu của người tiêu dùng qua quan sát kết hợp với phỏng vấn

## Chương 5. Nghiên cứu nhu cầu người tiêu dùng và sự lựa chọn thực phẩm

5.1. Phân loại nhu cầu của người tiêu dùng

5.2. Các nghiên cứu về mô hình lựa chọn thực phẩm

5.3 Các nghiên cứu về động cơ lựa chọn thực phẩm

### 5. Đánh giá học phần:

– Thang điểm đánh giá: 10/10

– Ma trận đánh giá chuẩn đầu ra của học phần như sau:

Các CDR	Chuyên cần (5%)	Thảo luận nhóm (5%)	Bài tập (20%)	Tiểu luận (20%)	Thi cuối kỳ (50%)
LO1	x	x	x	x	x
LO2	x	x		x	
LO3	x	x	x	x	
LO4	x	x	x	x	
LO5	x	x	x	x	
LO6	x	x	x	x	x
LO7	x	x	x	x	x

– Kế hoạch đánh giá học phần cụ thể như sau:

Nội dung	Thời điểm	Công cụ kiểm tra	Chuẩn đầu ra kiểm tra	Tỉ lệ (%)	Rubric sử dụng
<b>Quá trình</b>				<b>50</b>	
Chuyên cần	Suốt quá trình học		LO1, LO2, LO3, LO4, LO5, LO6, LO7	5	Số I.1
Thảo luận nhóm	Suốt quá trình học		LO1, LO2, LO3, LO4, LO5, LO6, LO7	5	Số I.2
<i>Bài tập 1:</i> Thiết kế bảng câu hỏi khảo sát hoặc nội dung phỏng vấn nhằm nghiên cứu đặc điểm hành vi và thói quen sử dụng một dòng sản phẩm	Tuần 5	Bài kiểm tra tự luận	LO1, LO4	10	Số I.6

<b>Nội dung</b>	<b>Thời điểm</b>	<b>Công cụ kiểm tra</b>	<b>Chuẩn đầu ra kiểm tra</b>	<b>Tỉ lệ (%)</b>	<b>Rubric sử dụng</b>
<i>Bài tập 2:</i> Phân tích kết quả nghiên cứu người tiêu và đề xuất 2 ý tưởng sản phẩm đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng (Bài tập nhóm)	Tuần 10	Bài kiểm tra tự luận	LO1, LO3, LO5, LO6, LO7	10	Số I.6
<i>Tiểu luận:</i> Sinh viên tìm hiểu tài liệu, viết tiểu luận theo yêu cầu của giảng viên về nội dung thực hiện khảo sát người tiêu dùng nhằm tìm hiểu nhu cầu, đặc điểm hành vi và thói quen sử dụng một dòng sản phẩm. Số lượng khảo sát tối thiểu là 50 người. Các nhóm sẽ báo cáo bài của mình, các nhóm không báo cáo sẽ có nhiệm vụ phản biện, đồng thời giảng viên sẽ là người hỏi trả lời chất vấn trực tiếp các thành viên của nhóm. Mỗi nhóm báo cáo tối đa 15 phút, trả lời câu hỏi của các nhóm và giảng viên là 20 phút, giảng viên chốt lại các điểm cần lưu ý trong các tiểu luận với thời gian 15 phút.	Tuần 13 đến tuần 15	Bài báo cáo tiểu luận và bài thuyết trình	LO1, LO2, LO3, LO4, LO5, LO6, LO7	20	Số I.3, I.4, I.5, I.6
<b>Thi cuối kỳ</b>				<b>50</b>	
Nội dung bao quát tất cả các nội dung của học phần: tối thiểu 4 câu. Câu 1: kiến thức cơ bản thuần túy về: các phương pháp nghiên cứu người tiêu dùng. Câu 2: kiến thức nâng cao: phân biệt, so sánh ưu nhược điểm của các phương pháp nghiên cứu người tiêu dùng Câu 3: Cho 1 tình huống nghiên cứu và yêu cầu sinh viên thiết kế câu hỏi khảo sát hoặc nội dung phỏng vấn. Câu 4: Cho 1 dữ liệu đã nghiên cứu và yêu cầu sinh viên phân tích dữ liệu và đề xuất ý tưởng cho sản phẩm mới phù hợp với người tiêu dùng.	Sau khi kết thúc học phần	Thi tự luận	LO1, LO6, LO7		Theo thang điểm của đề thi

## 6. Giảng dạy và học tập:

- Ma trận phương pháp giảng dạy và học tập để đáp ứng chuẩn đầu ra học phần:

Phương pháp giảng dạy	Phương pháp học tập	Tỉ lệ (%)	Các chuẩn đầu ra học phần							
			LO1	LO2	LO3	LO4	LO5	LO6	LO7	
Thuyết trình	Lắng nghe, ghi chép, suy nghĩ, đọc và ghi nhớ	25	x	x					x	x
Diễn trình	Quan sát, ghi chép, suy nghĩ, đọc và ghi nhớ	25	x	x					x	x
Vấn đáp	Vấn đáp	15	x			x	x	x	x	x
Thảo luận	Thảo luận	15	x			x	x	x	x	x
Giải quyết tình huống (bài tập)	Giải quyết tình huống (bài tập)	10	x	x	x	x	x	x	x	x
Dạy học theo dự án (tiểu luận)	thực hiện dự án (tiểu luận)	10	x	x	x	x	x	x	x	x

## 7. Nhiệm vụ của sinh viên:

- Tham dự trên 75% giờ học lý thuyết;
- Chuẩn bị cho bài giảng: Sinh viên đọc trước tài liệu do giảng viên cung cấp và yêu cầu;
- Ôn tập các nội dung đã học; tự kiểm tra kiến thức bằng cách làm các bài trắc nghiệm kiểm tra hoặc bài tập được cung cấp trên e-classroom;
- Hoàn thành các bài tập, tiểu luận trên lớp và về nhà theo yêu cầu;
- Dự kiểm tra trên lớp (nếu có) và thi cuối học phần;
- Thái độ: tích cực, chủ động.

## 8. Tài liệu học tập:

### 8.1. Sách, giáo trình chính:

[1] Nguyễn Đình Thọ, Nguyễn Thị Mai Trang. *Giáo trình nghiên cứu thị trường*. NXB Kinh Tế Tp. HCM, 2011.

### 8.2. Tài liệu tham khảo:

[1] Bertil Hultén, Niklas Broweus; Marcus van Dijk, *Sensory Marketing*, PALGRAVE MACMILLAN, 2009;

[2] OTA Agricultural Staff, *Agricultural Postharvest Technology and Marketing Economics Research*, John C. Holmes, Publishing Officer, 1983;

[3] Howard R. Moskowitz, Jacqueline H. Beckley, Anna V.A. Resurreccion, *Sensory and Consumer Research in Food Product Design and Development*, Blackwell Publishing, 2006.

## **9. Hướng dẫn thực hiện:**

– Phạm vi áp dụng: Đề cương này được áp dụng cho sinh viên đại học ngành Công nghệ thực phẩm, Đảm bảo chất lượng và an toàn thực phẩm từ khóa 08DH;

– Giảng viên: sử dụng đề cương này để làm cơ sở cho việc chuẩn bị bài giảng, lên kế hoạch giảng dạy và đánh giá kết quả học tập của sinh viên.

– Sinh viên: sử dụng đề cương này làm cơ sở để nắm được các thông tin chi tiết về học phần, từ đó xác định được phương pháp học tập phù hợp để đạt được kết quả mong đợi.

– Lưu ý: Trước khi giảng dạy, giảng viên cần nêu rõ các nội dung chính của đề cương học phần cho sinh viên – bao gồm chuẩn đầu ra, nội dung, phương pháp dạy và học chủ yếu, phương pháp đánh giá và tài liệu tham khảo dùng cho học phần.