

CHƯƠNG TRÌNH MÔN HỌC

Tên môn học: TÂM LÝ HỌC QUẢN TRỊ KINH DOANH (BUSINESS PSYCHOLOGY)

Mã môn học: KTTLKD.0420

Thời gian thực hiện môn học: 30 giờ; (Lý thuyết: 15 giờ; Thực hành, thí nghiệm, thảo luận, bài tập: 15 giờ)

I. Vị trí, tính chất của môn học

– Vị trí: Là môn khoa học ứng dụng trong nội dung chương trình đào tạo của ngành quản trị kinh doanh

– Tính chất:

Tâm lý học kinh doanh là môn học nhằm giới thiệu cho sinh viên cái nhìn toàn diện về những nguyên tắc cơ bản trong tâm lý của các cá thể trong doanh nghiệp nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp.

II. Mục tiêu môn học

– Về kiến thức: Có kiến thức về tâm lý học quản trị doanh nghiệp gồm: Những vấn đề chung của tâm lý học kinh doanh, khoa học con người trong kinh doanh, tâm lý học khách hàng, tâm lý học quảng cáo..

– Về kỹ năng: Sinh viên biết vận dụng những kiến thức được trang bị để vận dụng trong đàm phán với đối tác, giao tiếp khách hàng trong thực tiễn và trong việc nghiên cứu học tập các học phần chuyên ngành có liên quan

– Về năng lực tự chủ và trách nhiệm: Tăng cường thái độ tích cực chủ động cho sinh viên bằng việc tự đọc thêm tài liệu ở nhà, giải quyết tình huống thực tiễn bằng kiến thức đã học.

III. Nội dung môn học

1. Nội dung tổng quát và phân bổ thời gian

Số TT	Tên chương, mục	Thời gian (giờ)			
		Tổng số:	Lý thuyết:	Thực hành, thí nghiệm, thảo luận,	Kiểm tra:

				bài tập:	
1	<p>Chương 1: Những vấn đề chung về tâm lý học</p> <p>1.1. Khái quát về tâm lý</p> <p>1.2. Một số hiện tượng tâm lý cơ bản</p>	3 giờ	2 giờ	1 giờ	
2	<p>Chương 2: Những vấn đề chung về tâm lý kinh doanh</p> <p>2.1. Tâm lý học</p> <p>2.2. Sơ lược lịch sử hình thành tâm lý học kinh doanh</p> <p>2.3. Tâm lý học kinh doanh</p> <p>2.4. Phương pháp nghiên cứu của tâm lý học kinh doanh</p>	2 giờ	1 giờ	1 giờ	
3	<p>Chương 3: Vấn đề con người trong kinh doanh</p> <p>3.1. Các thuộc tính của con người</p> <p>3.2. Con người trong tâm lý học</p> <p>3.4. Con người Việt Nam</p> <p>3.5 Các nhân tố quy định tâm lý người Việt Nam</p>	3 giờ	1 giờ	2 giờ	
4	<p>Chương 4: Vấn đề con người trong kinh doanh</p> <p>4.1. Khái niệm kinh doanh</p> <p>4.2. Kinh doanh là một “Siêu nghề,,</p>	4 giờ	2 giờ	2 giờ	

	<p>4.3. Phân loại kinh doanh – các loại hình kinh doanh</p> <p>4.4. Khoa học và nghệ thuật kinh doanh</p>				
5	<p>Chương 5: Đặc điểm xã hội – tâm lý của doanh nhân và những yêu cầu đặt ra đối với nhân cách doanh nhân</p> <p>5.1. Nhà kinh doanh và hoạt động kinh doanh</p> <p>5.2. Một số đặc điểm xã hội và đặc điểm tâm lý của giới doanh nhân Việt Nam</p> <p>5.3. Những yêu cầu về nhân cách nhà kinh doanh ở Việt Nam hiện nay</p>	3 giờ	1 giờ	2 giờ	
6	<p>Chương 6: Tâm lý khách hàng</p> <p>6.1. Khái niệm và phân loại người tiêu dùng</p> <p>6.2. Những vấn đề tâm lý người tiêu dùng</p> <p>6.3. Chân dung tâm lý người tiêu dùng Việt nam và biện pháp bảo vệ quyền lợi của họ</p>	4 giờ	2 giờ	2 giờ	
7	<p>Chương 7: Tiếp thị kinh doanh trong thời đại ngày nay</p> <p>7.1. Tiếp thị và những khía cạnh tâm lý của tiếp thị</p> <p>7.2. Quảng cáo và cơ sở tâm lý của nó</p>	2 giờ	1 giờ	1 giờ	

8	<p>Chương 8: Khoa học nhận biết, sử dụng, động viên con người trong hoạt động kinh doanh</p> <p>8.1. Khoa học nhận biết con người</p> <p>8.2. Những quy luật tâm lý của việc sử dụng con người theo khoa học</p> <p>8.3. Nhân tài và chế độ sử dụng</p> <p>8.4 Động viên và phát huy nhân tố con người trong kinh doanh</p>	4 giờ	2 giờ	2 giờ	
9	<p>Chương 9: Giao tiếp trong kinh doanh</p> <p>9.1. Đặc điểm chung của giao tiếp và giao tiếp trong kinh doanh</p> <p>9.2. Giao tiếp trong quản lý doanh nghiệp</p> <p>9.3. Những yếu tố ảnh hưởng đến giao tiếp trong quản lý doanh nghiệp</p> <p>9.4. Giao tiếp trong bán hàng</p>	5 giờ	3 giờ	2 giờ	
	Cộng	30 giờ	15 giờ	15 giờ	

2. Nội dung chi tiết

Chương 1: Những vấn đề chung về tâm lý học

Thời gian: 3giờ

1. Mục tiêu: Cung cấp cho người học những khái niệm cơ bản về tâm lý học.
2. Nội dung chương:
 - 1.1. Khái quát về tâm lý
 - 1.2. Một số hiện tượng tâm lý cơ bản

Chương 2: Những vấn đề chung về tâm lý kinh doanh

Thời gian: 2 giờ

1. Mục tiêu: Đi sâu vào phân tích những khái niệm về tâm lý kinh doanh
2. Nội dung chương:
 - 2.1. Tâm lý học
 - 2.2. Sơ lược lịch sử hình thành tâm lý học kinh doanh
 - 2.3. Tâm lý học kinh doanh
 - 2.4. Phương pháp nghiên cứu của tâm lý học kinh doanh

Chương 3: Vấn đề con người trong kinh doanh

Thời gian: 3 giờ

1. Mục tiêu: Đi sâu vào phân tích những vấn đề về con người trong kinh doanh để hiểu rõ tâm lý người Việt Nam
2. Nội dung chương:
 - 3.1. Các thuộc tính của con người
 - 3.2. Con người trong tâm lý học
 - 3.3. Con người Việt Nam
 - 3.4. Các nhân tố quy định tâm lý người Việt Nam

Chương 4: Khoa học và nghệ thuật kinh doanh

Thời gian: 4 giờ

1. Mục tiêu: Giúp người học có cái nhìn mới về việc kinh doanh được xem là một “Siêu nghệ”, và hiểu rõ mối liên hệ giữa khoa học và nghệ thuật kinh doanh
2. Nội dung chương:
 - 4.1. Khái niệm kinh doanh
 - 4.2. Kinh doanh là một “Siêu nghệ”,
 - 4.3. Phân loại kinh doanh – các loại hình kinh doanh
 - 4.4. Khoa học và nghệ thuật kinh doanh

Chương 5: Đặc điểm xã hội – tâm lý của doanh nhân và những yêu cầu đặt ra đối với nhân cách doanh nhân

Thời gian: 3 giờ

1. Mục tiêu: Sinh viên phải nắm rõ đặc điểm xã hội – tâm lý của doanh nhân, từ đó rút ra được những yêu cầu về nhân cách nhà kinh doanh ở Việt Nam.
2. Nội dung chương:

- 5.1. Nhà kinh doanh và hoạt động kinh doanh
- 5.2. Một số đặc điểm xã hội và đặc điểm tâm lý của giới doanh nhân Việt Nam
- 5.3. Những yêu cầu về nhân cách nhà kinh doanh ở Việt Nam hiện nay

Chương 6: Tâm lý khách hàng

Thời gian: 4 giờ

1. Mục tiêu: Phân tích tâm lý người tiêu dùng
2. Nội dung chương:
 - 6.1. Khái niệm và phân loại người tiêu dùng
 - 6.2. Những vấn đề tâm lý người tiêu dùng
 - 6.3. Chân dung tâm lý người tiêu dùng Việt nam và biện pháp bảo vệ quyền lợi của họ

Chương 7: Tiếp thị kinh doanh trong thời đại ngày nay

Thời gian: 2 giờ

1. Mục tiêu: Giới thiệu cho sinh viên những khía cạnh tâm lý của tiếp thị và cơ sở của nó
2. Nội dung chương:
 - 7.1. Tiếp thị và những khía cạnh tâm lý của tiếp thị
 - 7.2. Quảng cáo và cơ sở tâm lý của nó

Chương 8: Khoa học nhận biết, sử dụng, động viên con người trong hoạt động kinh doanh

Thời gian: 4 giờ

1. Mục tiêu: Thảo luận về những kết quả khoa học đã được nghiên cứu về quy luật tâm lý để phát huy nhân tố con người trong kinh doanh.
2. Nội dung chương:
 - 8.1. Khoa học nhận biết con người
 - 8.2. Những quy luật tâm lý của việc sử dụng con người theo khoa học
 - 8.3. Nhân tài và chế độ sử dụng
 - 8.4. Động viên và phát huy nhân tố con người trong kinh doanh

Chương 9: Giao tiếp trong kinh doanh

Thời gian: 5 giờ

1. Mục tiêu: Hướng dẫn cho người học những yếu tố để giao tiếp hiệu quả cũng như cách thức để giao tiếp thành công.

2. Nội dung chương:

- 9.1. Đặc điểm chung của giao tiếp và giao tiếp trong kinh doanh
- 9.2. Giao tiếp trong quản lý doanh nghiệp
- 9.3. Những yếu tố ảnh hưởng đến giao tiếp trong quản lý doanh nghiệp
- 9.4. Giao tiếp trong bán hàng

IV. Điều kiện thực hiện môn học

1. Phòng học chuyên môn hóa/nhà xưởng

Phòng học có thể sử dụng được các phương tiện dạy học bằng hình ảnh như máy chiếu.

2. Trang thiết bị máy móc

Ngoài phương tiện giảng dạy truyền thống giáo viên còn có thể sử dụng, laptop, sơ đồ, tranh ảnh minh họa giúp làm rõ và sinh động nội dung bài học.

3. Học liệu, dụng cụ, nguyên vật liệu

Giáo trình, đề cương, giáo án

4. Các điều kiện khác

Trong điều kiện có thể kết hợp giảng dạy lý thuyết và thực hành trong cùng một phòng học chuyên môn hóa có máy tính được nối mạng LAN và mạng Internet, có sử dụng các phương tiện dạy học bằng hình ảnh./.

V. Nội dung và phương pháp đánh giá

1. Nội dung:

- Kiến thức: yêu cầu người học phải nắm rõ các kiến thức quan trọng đã được truyền đạt trong nội dung giảng dạy
- Kỹ năng: Sinh viên phải biết áp dụng từ kiến thức vào thực tế để phân tích được tâm lý đối tác trong quản trị kinh doanh
- Năng lực tự chủ và trách nhiệm: Tăng cường thái độ tích cực chủ động cho sinh viên trong việc tiếp thu kiến thức thông qua các bài tập ví dụ mang tính thực tiễn.

2. Phương pháp

- Kiểm tra lý thuyết thường xuyên
- Làm bài tập cá nhân, nhóm
- Đánh giá trong quá trình học: Kiểm tra theo hình thức: Viết (tự luận)
- Đánh giá cuối môn học: Kiểm tra theo hình thức: Viết (tự luận)

VI. Hướng dẫn thực hiện môn học

1. Phạm vi áp dụng môn học:

Chương trình môn học được sử dụng để giảng dạy cho trình độ Cao đẳng. Tổng thời gian thực hiện môn học là 30 giờ. Giáo viên giảng dạy các giờ lý thuyết, kết hợp với các giờ thực hành đan xen.

2. Hướng dẫn về phương pháp giảng dạy, học tập môn học:

– Đối với giáo viên, giảng viên:

Giáo viên có thể vận dụng phương pháp thuyết trình, giảng giải kết hợp phương pháp gợi mở, phát vấn để người học nghề có thể tham gia tích cực vào bài giảng.

– Đối với người học:

Về Kiến thức: Sinh viên phải nắm được những kiến thức cơ bản của nội dung chương trình do giảng viên trình bày ở trên lớp. Tham gia đầy đủ các bài kiểm tra trên lớp, chuyên đề và bài thi kết thúc học phần. Sinh viên phải tự nghiên cứu tài liệu ở nhà trước giờ giảng, ghi chú các vấn đề chưa rõ và phải đặt ra những vấn đề cần hỏi, thảo luận trong quá trình giảng dạy. Sinh viên phải tự nghiên cứu tài liệu ở nhà trước giờ giảng, ghi chú các vấn đề chưa rõ và phải đặt ra những vấn đề cần hỏi, thảo luận trong quá trình giảng dạy

Về các điều kiện khác: Trên cơ sở tài liệu bài giảng chính của Giảng viên, sinh viên phải đọc và nghiên cứu những tài liệu tham khảo trong và ngoài nước khác để viết báo cáo, viết tiểu luận hoặc viết thu hoạch..vv theo những nội dung yêu cầu của Giảng viên. Để tiếp thu kiến thức của một tín chỉ sinh viên phải dành thời gian ít nhất 30 giờ chuẩn bị cá nhân và phải tham gia tối thiểu 75% giờ lên lớp.

3. Những trọng tâm cần lưu ý:

Học phần này trình bày những nội dung cơ bản sau: Kiến thức chung về tâm lý học quản trị kinh doanh; vấn đề con người trong kinh doanh; kinh doanh và một số khái niệm liên quan; một số đặc điểm xã hội – tâm lý của giới doanh nhân và những yêu cầu đặt ra về nhân cách giám đốc doanh nghiệp; tâm lý khách hàng; khoa học nhận biết con người và giao tiếp trong kinh doanh.

4. Tài liệu tham khảo:

- Tài liệu chính:

[1]. Bộ giáo dục và đào tạo, Viện đại học mở Hà Nội (2008), *Giáo trình tâm lý học kinh doanh*, NXB Thống kê.

- Tài liệu tham khảo:

- [1]. Wilkinson, Michael (2012), *Độc vị khách hàng: 4 phong cách bán hàng chinh phục người mua*, NXB Lao động – Xã hội.
- [2]. Gitomer, Jeffrey (2012), *Kinh thánh về nghệ thuật bán hàng: Nguồn kiến thức đầy đủ nhất về cách thức bán hàng hiệu quả*, NXB Lao động – Xã hội.
- [3]. Nguyễn Đình Chinh (1996), *Bài tập tình huống tâm lý học quản trị kinh doanh*
- [4]. Hoàng Đức Thân (2006), *Giáo trình giao dịch và đàm phán trong kinh doanh*, NXB Thống kê.
- [5]. Nguyễn Đình Xuân (1994), *Giáo trình tâm lý quản lý*, NXB Đại học tổng hợp