

CHƯƠNG TRÌNH MÔN HỌC

(Kèm theo Thông tư số: 03/2017/TT-BLĐTBXH ngày 01/03/2017 của Bộ Lao động – Thương binh và Xã hội)

Tên mô đun: Quản trị bán hàng

Mã mô đun: MĐ 24

Thời gian thực hiện mô đun: 60 giờ; (Lý thuyết: 30 giờ; Thực hành, thí nghiệm, thảo luận, bài tập: 25 giờ; Kiểm tra, thi 5 giờ)

I. Vị trí, tính chất của mô đun:

- Vị trí: Mô đun Quản trị bán hàng là mô đun thuộc kiến thức chuyên ngành nằm ở học kỳ 2 hoặc 3 trong quá trình học của sinh viên, là môn học sau của môn kỹ năng đàm phán trong kinh doanh, marketing căn bản.

- Tính chất: Học phần là mô đun chuyên ngành, là môn học lý thuyết thuộc khoa kinh tế và là mô đun bắt buộc của nghề quản trị kinh doanh.

II. Mục tiêu mô đun:

- Kỹ năng:

+ Nắm những vấn đề cơ bản về quản trị bán hàng.

+ Thiết lập được hoạt động bán hàng.

+ Đánh giá được mức độ hiệu quả của hoạt động bán hàng

- Kỹ năng:

+ Thực hiện được hoạt động giao tiếp với khách hàng.

+ Vận dụng được các kỹ năng trong hoạt động bán hàng

+ Xây dựng được quy trình bán hàng phù hợp.

+ Thuyết phục được khách hàng mua hàng.

- Năng lực tự chủ và trách nhiệm: có khả năng làm việc độc lập và làm việc nhóm trong khi bán hàng, xây dựng thị trường, mở rộng thị trường, xây dựng hệ thống phân phối cho công ty, tổ chức được hoạt động chăm sóc khách hàng.

III. Nội dung mô đun:

1. Nội dung tổng quát và phân bổ thời gian:

Số TT	Tên các bài trong mô đun	Thời gian (giờ)			
		Tổng số	Lý thuyết	Thực hành, thí nghiệm, thảo luận, bài tập	Kiểm tra/thi
1	Bài mở đầu: Giới thiệu về học phần	1	1		
2	Chương 1: Tổng quan về quản trị bán hàng	12	6	6	
3	Chương 2: Lập kế hoạch bán hàng	17	8	8	1
	Chương 3 : Thiết lập hoạt động bán hàng	8	4	4	
4	Chương 4: Tuyển dụng đào tạo lực lượng bán hàng	6	3	2	1
5	Chương 5: Tổ chức lực lượng bán hàng, trả lương và đánh giá nhân viên	8	4	3	1
6	Chương 6: Chăm sóc khách hàng	6	4	2	
7	Kiểm tra kết thúc mô đun	2			2
	Cộng	60	30	25	5

2. Nội dung chi tiết:

Bài mở đầu: Giới thiệu học phần

Thời gian: 1 giờ

Chương 1: TỔNG QUAN VỀ QUẢN TRỊ BÁN HÀNG

- Hiểu được những vấn đề cơ bản về quản trị bán hàng, có một cách nhìn tổng quan và toàn diện về môn học, để từ đó xác định phương pháp học tập và ứng dụng hiệu quả.
- Xác định được vai trò của một người bán hàng.
- Đánh giá được những lợi ích từ hoạt động bán hàng đối với doanh nghiệp
- Nhận thức được quan điểm bán hàng mới trong thời hội nhập.

2. Nội dung chương:

- 1.1. Khái niệm và vai trò của nghề bán hàng.
- 1.2. Lợi ích của hoạt động bán hàng.
- 1.3. Thái độ của người bán hàng.
- 1.4. Những kiến thức cần thiết của người bán hàng.
- 1.5. Những kỹ năng cần thiết của người bán hàng.
- 1.6. Quyền và nghĩa vụ của người bán hàng.

3. Thực hành, bài tập (5 giờ) và kiểm tra (1 giờ)

- Chia nhóm đi tham quan công việc bán hàng tại siêu thị Coop mart 2, thế giới di động, FPT store,...
- Các nhóm báo cáo lại những yêu cầu của giáo viên sau khi đi thực tế (kiểm tra).

Chương 2: LẬP KẾ HOẠCH BÁN HÀNG**1. Mục tiêu:**

- Hiểu được ý nghĩa công tác lập kế hoạch bán hàng và nội dung về một kế hoạch bán hàng
- Biết vận dụng lý thuyết để xây dựng được một kế hoạch bán hàng của một doanh nghiệp cụ thể.

2. Nội dung chương:

- 2.1. Xây dựng kế hoạch bán hàng
 - 2.1.1. Khái niệm kế hoạch bán hàng.
 - 2.1.2. Phân loại kế hoạch bán hàng.
 - 2.1.3. Nội dung cơ bản của kế hoạch bán hàng
 - 2.1.4. Tiến trình xây dựng kế hoạch bán hàng
- 2.2. Tổ chức và thực hiện kế hoạch bán hàng.
 - 2.2.1. Các hoạt động về quản trị.
 - 2.2.2. Các hoạt động về chức năng
- 2.3. Kiểm tra đánh giá việc thực hiện bán hàng.

3. Thực hành, bài tập (9 giờ) + kiểm tra (1 giờ)

- Chia nhóm thảo luận lập kế hoạch bán hàng của một doanh nghiệp cụ thể tại phòng thực hành.
- Các nhóm nhận xét quá trình thực hiện của nhóm đóng vai (kiểm tra).

Chương 3: THIẾT LẬP HOẠT ĐỘNG BÁN HÀNG**1. Mục tiêu:**

- Xác định được các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động bán hàng của doanh nghiệp.
- Xác định được những hành vi của khách hàng tiêu dùng và khách hàng tổ chức.
- Thiết lập hoạt động kênh bán hàng.

2. Nội dung chương:

- 3.1. Các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động bán hàng
 - 3.1.1. Các yếu tố môi trường bên trong và bên ngoài doanh nghiệp
 - 3.1.2. Hành vi mua hàng của khách hàng tiêu dùng

3.1.3. Hành vi mua hàng của khách hàng tổ chức

3.2. Thiết lập hoạt động kênh bán hàng

3.2.1. Các loại kênh bán hàng và tiêu chí lựa chọn

3.2.2. Dịch vụ trong bán hàng

3.2.3. Quảng bá trong hoạt động bán hàng

3. Thực hành, bài tập (3 giờ) + kiểm tra (1 giờ)

- Quan sát hành vi của khách hàng tại siêu Coop mart 2, thế giới di động, FPT store.

- Chia nhóm nhỏ thảo luận ý kiến tại phòng thực hành

Chương 4: TUYỂN DỤNG ĐÀO TẠO LỰC LƯỢNG BÁN HÀNG

1. Mục tiêu:

- Nắm được quy trình tuyển dụng; biết lập kế hoạch tuyển dụng lực lượng bán hàng.

- Biết lập kế hoạch đào tạo nhân viên.

2. Nội dung chương:

4.1. Tuyển dụng nhân sự

4.1.1. Tâm quan trọng của tuyển dụng

4.1.2. Chuẩn bị bản mô tả và yêu cầu công việc

4.1.3. Thực hiện tuyển dụng nhân sự bán hàng

4.2. Đào tạo

4.2.1. Đào tạo nhân sự bán hàng

4.2.3. Đào tạo kênh phân phối

4.3. Động viên

4.2.1. Chính sách động viên nhân viên bán hàng

4.2.2. Chính sách động viên kênh phân phối

3. Thực hành, bài tập (3 giờ)

- Chia nhóm thảo luận tại phòng thực hành.

- Các nhóm nhận xét lẫn nhau

Chương 5: TỔ CHỨC LỰC LƯỢNG BÁN HÀNG, TRẢ LƯƠNG VÀ ĐÁNH GIÁ NHÂN VIÊN

1. Mục tiêu:

- Biết được hình thức trả lương nhân viên bán hàng.

- Nắm được phương pháp đánh giá nhân viên bán hàng và quy trình đánh giá nhân viên bán hàng..

2. Nội dung chương:

5.1. Tổ chức cơ cấu bán hàng

5.1.1. Cơ cấu theo khách hàng

5.1.2. Cơ cấu theo địa bàn

5.1.3. Cơ cấu theo sản phẩm

5.2. Xác định quy mô lực lượng bán hàng

5.2.1. Cơ sở xác định quy mô

5.2.2. Phương pháp xác định quy mô lực lượng bán hàng

5.3. Trả lương nhân viên bán hàng

5.3.1. Ý nghĩa của việc trả lương nhân viên

5.3.2. Các hình thức trả lương nhân viên bán hàng

5.4. Đánh giá nhân viên bán hàng

5.4.1. Mục đích và ý nghĩa của việc đánh giá nhân viên bán hàng

5.4.2. Các tiêu chí đánh giá

5.4.3. Quy trình đánh giá thành tích của nhân viên bán hàng

5.4.4. Phương pháp đánh giá thành tích của nhân viên bán hàng

3. Thực hành, bài tập (3 giờ) + kiểm tra (1 giờ)

- Chia nhóm thảo luận tại phòng thực hành.
- Các nhóm nhận xét lẫn nhau (kiểm tra).

Chương 6: CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG

1. Mục tiêu:

- Hiểu được khái niệm chăm sóc khách hàng, vai trò và tầm quan trọng của việc chăm sóc khách hàng.
- Biết lập được bộ máy tổ chức chăm sóc khách hàng
- Sắp xếp nội dung của hoạt động chăm sóc khách hàng, nắm được các bước trình tự kiểm tra và đánh giá các hoạt động chăm sóc khách hàng.

2. Nội dung chương:

6.1. Khái niệm và vai trò chăm sóc khách hàng

6.1.1. Khái niệm chăm sóc khách hàng

6.1.2. Vai trò chăm sóc khách hàng

6.2. Mô hình tổ chức bộ máy chăm sóc khách hàng

6.3. Nội dung hoạt động chăm sóc khách hàng

6.4. Kiểm tra, đánh giá công tác hoạt động chăm sóc khách hàng

3. Thực hành, bài tập (2 giờ) + kiểm tra (1 giờ)

- Chia nhóm thảo luận tại phòng thực hành.
- Các nhóm nhận xét lẫn nhau (kiểm tra).

Kiểm tra kết thúc môn học

IV. Điều kiện thực hiện mô đun:

1. Phòng học chuyên môn hóa/nhà xưởng: Phòng học lý thuyết
2. Trang thiết bị máy móc: Projector, máy tính, màn hình TV
3. Học liệu, dụng cụ, nguyên vật liệu: bảng, phấn
4. Các điều kiện khác:

V. Nội dung và phương pháp, đánh giá:

1. Nội dung:

- Kiến thức: Trang bị được những kiến thức cơ bản của người bán hàng, quy trình bán hàng cơ bản.

- Kỹ năng: Những kỹ năng bán hàng cơ bản như lắng nghe, thuyết phục, thuyết trình, đàm phán, chốt vấn đề, ...

- Năng lực tự chủ và trách nhiệm: có khả năng làm việc độc lập và làm việc nhóm trong khi bán hàng, xây dựng thị trường, mở rộng thị trường, xây dựng hệ thống phân phối cho công ty.

2. Phương pháp: Kết hợp nhiều phương pháp giảng dạy. Phương pháp chính là thảo luận trên lớp những tình huống, giao nhiệm vụ cho sinh viên nghiên cứu thực tế.

3. Đánh giá: Thang điểm: sử dụng thang điểm 10 để đánh giá cho điểm và quy đổi sang thang điểm 4 để tổng kết, đánh giá thành quả học tập của sinh viên.

3.1. Đánh giá kết quả học tập: Sinh viên dự lớp $\geq 80\%$ tổng số thời lượng của học phần (sinh viên vắng quá 20% thời lượng học phần sẽ bị cấm thi theo quy định). Kiểm tra, đánh giá học phần/môn học thực hiện theo quy định hiện hành.

3.2. Thi kết thúc học phần:

- Thời gian làm bài thi: 7 ngày
- Hình thức thi: Tiểu luận
- Sinh viên được sử dụng tài liệu

- Nội dung trọng tâm đánh giá: Tiểu luận bao gồm các nội dung:
 + Lý do lựa chọn một (nhóm) nhân viên bán hàng của công ty
 + Giới thiệu về công ty
 + Mô tả quá trình bán hàng và những kỹ năng trong quá trình bán hàng, luận giải về quá trình và kỹ năng này: sản phẩm kinh doanh là gì, đối tượng khách hàng của sản phẩm, quy trình bán hàng của nhân viên (nhóm nhân viên). Những kỹ năng bán hàng nhân viên (nhóm nhân viên) đã sử dụng, thống kê số lượng bán hàng thành công và số lượng thất bại của nhân viên (nhóm nhân viên) trong thời gian nghiên cứu, nhận xét thái độ của từng khách hàng trong thời gian nghiên cứu, ...

+ Đề xuất ý kiến, kiến nghị của mình đối với nhân viên (nhóm nhân viên) bán hàng để hoàn thiện công tác bán hàng và tạo sự hài lòng cho khách hàng (luận giải cho ý kiến của mình).

* Phương pháp thực hiện tiểu luận dựa trên phương pháp quan sát, khảo sát, phỏng vấn, thống kê để luận giải và rút ra kết luận.

VI. Hướng dẫn thực hiện mô đun:

1. Phạm vi áp dụng mô đun:

Chương trình mô đun được sử dụng để giảng dạy cho trình độ Cao đẳng. Khi sinh viên hoàn thành một cách nghiêm túc học phần sẽ giúp cho người học tự tin trong quá trình bán hàng với các khách hàng là đại lý, có khả năng bán hàng đảm bảo được yêu cầu doanh số do công ty đề ra, có khả năng xây dựng được hệ thống bán hàng theo kênh phân phối truyền thống.

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

- Đối với giáo viên, giảng viên: Mô đun mang tính chất nghiệp vụ nên việc thực hành bán hàng và khả năng phân tích tình hình liên quan đến hoạt động bán hàng rất quan trọng trong học phần này. Vì vậy để có thể dạy tốt, giảng viên phải có kiến thức thực tế. Giảng viên cần tham khảo thêm nhiều tài liệu trên Internet, những vấn đề trên thị trường hàng hóa.

- Đối với người học: Nghiên cứu kỹ chương trình mô đun, chuẩn bị các nội dung trước khi đến lớp theo yêu cầu của giảng viên. Viết tiểu luận (mỗi sinh viên thực hiện một bài).

- Gợi ý một số đề tài viết tiểu luận

1. Công việc bán hàng có ảnh hưởng trực tiếp đến sự thay đổi doanh thu, lợi nhuận của doanh nghiệp ra sao?

2. Nêu ví dụ về từng phẩm chất và giải thích tại sao lại cần có ở người bán hàng.

3. Làm sao để “Bán lược cho sư”

3. Bán hàng đa cấp, lợi và hại.

4. Tại sao bán hàng không được?

5. “6 đúng” trong nghệ thuật bán hàng.

6. “6 câu hỏi” mà người bán hàng luôn tìm cách trả lời

7. Bán năng của khách hàng gồm những gì? và làm sao để bán hàng cho họ?

8. Khách hàng muốn gì ngoài hàng hóa?

9. Khách hàng tiêu thụ quan tâm những điều gì? Khách hàng công ty quan tâm những điều gì?

10. Những sai phạm của nhân viên bán hàng không thể tha thứ?

11. Xử lý những tình huống trong bán hàng: Trả lại hàng, đổi hàng, khách hàng quên trả tiền, khách hàng quên mang theo tiền, ...

12. Thảo luận cung cách mua hàng của khách hàng từng miền trong nước.

3. Những trọng tâm cần chú ý:

Những kiến thức cơ bản của người bán hàng, quy trình bán hàng cơ bản, những kỹ năng bán hàng cơ bản như lắng nghe, thuyết phục, thuyết trình, đàm phán, chốt vấn đề

4. Tài liệu tham khảo: TS. Nguyễn Minh Tuấn & Võ Thị Thúy Hoa - Giáo trình Nghiệp vụ bán hàng – 2009 - Đại học quốc gia TP.Hồ Chí Minh, ThS. Tôn Thất Hải – ThS. Hà Thị Thùy Dương – 2009 - Đại học Mở TP.Hồ Chí Minh.

TRƯỞNG KHOA/BỘ MÔN

GIẢNG VIÊN BIÊN SOẠN