

QUẢN TRỊ KINH DOANH

BUSINESS MANAGEMENT

1.Mã học phần: ITS1165

2.Số tín chỉ: 3

3.Học phần tiên quyết: Không

4.Ngôn ngữ giảng dạy: Tiếng Việt

5.Giảng viên :

Họ và tên: Bùi Thành Nam

Chức danh: học hàm, học vị: PGS.TS

Thời gian, địa điểm làm việc: Từ 8h-17h các ngày thứ 2-thứ 6, phòng 604 nhà E

Địa chỉ liên hệ: Phòng Đào tạo, Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, 336

Nguyễn Trãi, Thanh Xuân, Hà Nội.

Điện thoại, email: 0915.400.035; bnam224@yahoo.com

6.Mục tiêu của học phần: Học phần Quản trị kinh doanh giúp cho sinh viên hiểu được các nghiệp vụ quản trị kinh doanh cần thiết hỗ trợ công tác quản lý doanh nghiệp, nắm bắt được các công tác tổng thể trong quản lý doanh nghiệp một cách một khoa học, đồng thời, học phần giúp sinh viên hiểu về nghiệp vụ Marketing.

7.Chuẩn đầu ra của học phần:

7.1. Kiến thức:

+ Sinh viên giải thích được lịch sử phát triển và cơ chế vận hành của hệ thống doanh nghiệp, từ đó có thể áp dụng vào các công tác kinh doanh thực tiễn hoặc tiếp tục mở rộng nghiên cứu các vấn đề về doanh nghiệp.

+Giải thích được những kiến thức cơ bản về doanh nghiệp và quản trị doanh nghiệp.

+ Sinh viên có thể vận dụng kiến thức để phân tích, thảo luận và bước đầu đưa ra dự báo các xu hướng phát triển của hệ thống doanh nghiệp ở Việt Nam.

7.2. Kỹ năng:

+ Thông qua các hình thức như thảo luận, làm việc theo nhóm, sinh viên áp dụng được kỹ năng trình bày vấn đề, làm việc với người khác và làm việc theo nhóm.

+ Phát triển các kỹ năng tư duy, phân tích và ra quyết định cũng như các kỹ năng phát hiện và giải quyết vấn đề sẽ được củng cố và nâng cao thông qua các bài tập nghiên cứu.

+ Học tập và nghiên cứu về quản trị kinh doanh sẽ giúp sinh viên tổ chức được kỹ năng xác định, điều chỉnh và tự phát triển trong xu hướng thay đổi nhanh chóng của thế giới nói chung và Việt Nam nói riêng.

7.3. Thái độ:

+ Sinh viên tôn trọng sự đa dạng về quan điểm, niềm tin trong công việc. Sinh viên cảm thấy hứng thú tìm hiểu, nghiên cứu về quản trị kinh doanh. Sinh viên tự tin trong việc tự nghiên cứu và phát huy khả năng độc lập trong tư duy. Sinh viên có thể xác định được khả năng, ưu thế cá nhân để từ đó đề ra được định hướng học tập và việc làm trong tương lai.

8.Phương pháp kiểm tra, đánh giá:

Kiểm tra – đánh giá thường xuyên: 10%

Kiểm tra đánh giá định kỳ

- Bài tập giữa kỳ: 30%

9. Giáo trình bắt buộc (tác giả, tên giáo trình, nhà xuất bản, năm xuất bản):

1. Bùi Thành Nam, Bài giảng QUẢN TRỊ KINH DOANH, Khoa Quốc tế học, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn.
2. Bộ môn Quản trị kinh doanh, Trường Đại học Kinh tế quốc dân, GIÁO TRÌNH QUẢN TRỊ KINH DOANH TỔNG HỢP - Tập 1&2, NXB Thống kê, HN 2001.
3. Ngô Đình Giao, QUẢN TRỊ KINH DOANH TỔNG HỢP TRONG CÁC DOANH NGHIỆP, Nhà xuất bản Khoa Học và Kỹ Thuật, 1997
4. Nguyễn Hải Sản, QUẢN TRỊ DOANH NGHIỆP, Nhà xuất bản Thống Kê, 2000.
5. Harold Koontz, Cyril O'Donell, Heinz Weihrich, NHỮNG VẤN ĐỀ CỐT YẾU CỦA QUẢN LÝ, Người dịch: Vũ Thiều, Nguyễn Mạnh Quân, Nguyễn Đăng Dâu, Nhà xuất bản Khoa Học và Kỹ Thuật, 1998

10. Tóm tắt nội dung học phần:

Học phần sẽ tập trung giới thiệu về các nghiệp vụ quản trị kinh doanh cần thiết hỗ trợ công tác quản lý doanh nghiệp, từ đó giúp người học có thể nắm bắt được các công tác tổng thể trong quản lý doanh nghiệp một cách một khoa học. Học phần cũng sẽ giới thiệu các đặc điểm cấu trúc và sự vận hành của các bộ phận chuyên biệt trong doanh nghiệp thông qua việc xem xét cách thức tổ chức sản xuất và triển khai của các bộ phận này. Một số nội dung quan trọng có tính kỹ thuật như tính toán chi phí và hiệu quả sản xuất của doanh nghiệp cũng được đề cập thông qua việc tìm hiểu các cách thức tính toán. Học phần cũng dành thời lượng hợp lý để giới thiệu về nghiệp vụ Marketing.

11. Nội dung chi tiết học phần:

CHƯƠNG 1 TỔNG QUAN VỀ QUẢN TRỊ KINH DOANH

1.1 Vấn đề chung về doanh nghiệp

- 1.1.1 Các quan điểm về doanh nghiệp
- 1.1.2 Định nghĩa doanh nghiệp

1.2 Các loại hình doanh nghiệp

- 1.2.1 Tính chất sở hữu tài sản
- 1.2.2 Lĩnh vực hoạt động của doanh nghiệp
- 1.2.3 Quy mô doanh nghiệp

1.3 Đặc điểm của hệ thống kinh doanh

- 1.3.1 Bản chất của hoạt động kinh doanh
- 1.3.2 Đặc điểm của hệ thống kinh doanh
- 1.3.3 Các yếu tố sản xuất

1.4 Nhiệm vụ của doanh nghiệp

- 1.4.1 Doanh nghiệp sản xuất
- 1.4.2 Doanh nghiệp phân phối.

1.5 Môi trường hoạt động của doanh nghiệp

- 1.5.1 Khái niệm môi trường kinh doanh
- 1.5.2 Các yếu tố của môi trường kinh doanh

1.6 Thành lập, giải thể, phá sản doanh nghiệp

- 1.6.1 Tạo lập doanh nghiệp mới
- 1.6.2 Mua lại doanh nghiệp

1.6.3 Đại lý độc quyền

1.6.4 Phá sản doanh nghiệp

CHƯƠNG 2 NHỮNG VẤN ĐỀ CƠ BẢN CỦA QUẢN TRỊ DOANH NGHIỆP

2.1 Tổng quan về quản trị

2.1.1 Khái niệm và vai trò của hoạt động quản trị

2.1.2 Nghệ thuật quản trị

2.1.3 Chức năng của quản trị

2.2 Kế hoạch kinh doanh

2.2.1 Khái niệm

2.2.2 Tầm quan trọng của kế hoạch

2.2.3 Phân loại

2.2.4 Các bước lập kế hoạch

2.3 Tổ chức bộ máy

2.3.1 Khái niệm

2.3.2 Cơ cấu tổ chức quản trị doanh nghiệp

2.3.4 Phân chia quyền lực quản lý.

2.4 Kỹ năng quản trị

2.4.1 Kỹ năng kỹ thuật

2.4.2 Kỹ năng quan hệ

2.4.2 Kỹ năng nhận thức chiến lược

2.5 Các lý thuyết quản trị

2.5.1 Lý thuyết quản trị cổ điển

2.5.2 Lý thuyết về hành vi tâm lý xã hội

2.5.3 Lý thuyết định lượng

CHƯƠNG 3 MARKETING TRONG DOANH NGHIỆP

3.1 Giới thiệu chung về Marketing

3.1.1 Khái niệm

3.1.2 Vai trò của Marketing

3.1.3 Quá trình phát triển của Marketing

3.2 Marketing hỗn hợp

3.2.1 Khái niệm

3.2.2 Chiến lược Marketing hỗn hợp

3.2.3 Những yếu tố ảnh hưởng đến Marketing

3.3 Hành vi của người tiêu dùng

3.3.1 Nhu cầu

3.3.2 Sự lựa chọn của người tiêu dùng

3.4 Phân khúc thị trường

3.4.1 Khái niệm

3.4.2 ưu điểm của phân khúc thị trường

3.4.3 Lựa chọn thị trường mục tiêu

3.5 Chính sách sản phẩm

3.5.1 Khái niệm về sản phẩm trong Marketing

3.5.2 Vai trò của chiến lược sản phẩm

3.5.3 Vòng đời sản phẩm

3.5.4 Thương hiệu

3.6. Chính sách giá

3.6.1 Những nhân tố ảnh hưởng đến giá

3.6.2 Mục tiêu định giá

3.6.3 Phương pháp định giá

3.7. Chính sách phân phối

3.7.1 Vai trò của phân phối

3.7.2 Hệ thống phân phối

3.8 Xúc tiến bán hàng

3.8.1 Khái niệm và vai trò của chính sách xúc tiến bán hàng

3.8.2 Quảng cáo

3.8.3 Chính sách khuyến mại

CHƯƠNG 4 QUẢN TRỊ CHI PHÍ KINH DOANH TRONG DOANH NGHIỆP

4.1 Một số khái niệm kế toán

4.1.1 Các hệ thống kế toán trong doanh nghiệp

4.1.2 Tài sản trong doanh nghiệp

4.2 Chi phí kinh doanh

4.2.1 Khái niệm

4.2.2 Phân loại chi phí kinh doanh

4.3 Giá thành

4.3.1 Khái niệm

4.3.2 Các loại giá thành sản phẩm

4.3.3 Phương pháp tính giá thành sản phẩm

4.4 Ngân sách trong doanh nghiệp

4.4.1 Định nghĩa

4.4.2 Vai trò của việc lập ngân sách

CHƯƠNG 5 QUẢN TRỊ NHÂN SỰ TRONG DOANH NGHIỆP

5.1 Vai trò của quản trị nhân sự

5.1.1 Khái niệm

5.1.2 Tầm quan trọng của quản trị nhân sự

5.2 Mục tiêu và chức năng quản trị nhân sự

5.2.1 Mục tiêu

5.2.2 Các chức năng của bộ phận quản lý nhân sự

5.3 Khai thác nguồn lao động

5.3.1 Phân tích hiện trạng nguồn lao động trong doanh nghiệp

5.3.2 Khả năng thu hút lao động của doanh nghiệp

5.3.3 Sử dụng lao động trong doanh nghiệp

5.4 Phát triển đội ngũ lao động doanh nghiệp

5.4.1 Nhu cầu phát triển của doanh nghiệp

5.4.2 Tiến trình đào tạo và phát triển đội ngũ lao động doanh nghiệp

5.5 Trả công lao động

5.5.1 Khái niệm

5.5.2 Các nhân tố ảnh hưởng đến hệ thống tiền lương

5.5.3 Các hình thức tiền lương

CHƯƠNG 6 QUẢN TRỊ CUNG ỨNG TRONG DOANH NGHIỆP

6.1 Khái niệm và phương pháp phân tích lựa chọn cung ứng

6.1.1 Khái niệm

6.1.2 Phương pháp lựa chọn nguồn cung ứng

6.2 Quản lý mua sắm

6.2.1 Dự đoán và phân tích nhu cầu

6.2.2 Lập kế hoạch mua sắm

6.3 Quản trị dự trữ (tồn kho)

6.3.1 Các quan điểm về tồn kho

6.3.2 Bản chất của tồn kho

6.3.3 Nhiệm vụ của quản trị tồn kho

6.4 Hệ thống lượng đặt hàng cố định

6.4.1 Xác định lượng đặt hàng

6.4.2 Xác định điểm đặt hàng

CHƯƠNG 7 HIỆU QUẢ KINH TẾ CỦA SẢN XUẤT KINH DOANH TRONG DOANH NGHIỆP

7.1 Hiệu quả kinh tế

7.1.1 Khái niệm

7.1.2 Tầm quan trọng của hiệu quả kinh doanh

7.2 Hệ thống chỉ tiêu hiệu quả kinh tế

7.2.1 Các chuẩn mực của hiệu quả kinh tế

7.2.2 Hệ thống chỉ tiêu

7.3 Các biện pháp nâng cao hiệu quả kinh tế

7.3.1 Tăng cường quản trị chiến lược kinh doanh

7.3.2 Lựa chọn quyết định sản xuất

7.3.3 Phát triển đội ngũ lao động

CHƯƠNG 8 QUẢN TRỊ CHẤT LƯỢNG TRONG DOANH NGHIỆP

8.1 Giới thiệu chung về chất lượng sản phẩm

8.1.1 Khái niệm

8.1.2 Các quan niệm quản trị chất lượng

8.2 Hệ thống đảm bảo chất lượng sản phẩm

8.2.1 Mục tiêu

8.2.2 Các hệ thống đảm bảo chất lượng

8.3 Công cụ quản trị chất lượng

8.3.1 Phương pháp thống kê

8.3.2 Vòng tròn Deming

8.3.3 Nhóm chất lượng