

BỘ CÔNG THƯƠNG
TRƯỜNG CAO ĐẲNG THƯƠNG MẠI VÀ DU LỊCH
-----o0o-----



GIÁO TRÌNH
MÔN HỌC: THỰC HÀNH XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI
NGÀNH: KINH DOANH THƯƠNG MẠI
TRÌNH ĐỘ: TRUNG CẤP

(Ban hành kèm theo Quyết định số 402 /QĐ- CĐTMDL ngày 05 tháng 07 năm 2022 của Hiệu trưởng Trường Cao đẳng Thương mại và Du lịch)

Lưu hành nội bộ

Thái Nguyên, 2022

LỜI MỞ ĐẦU

Kinh doanh thương mại dịch vụ là một trong những ngành không thể thiếu được của nền kinh tế. Kể từ khi nền kinh tế vận hành theo cơ chế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa tới nay doanh nghiệp thương mại đã phát triển nhanh chóng về số lượng và chất lượng hoạt động. Các hoạt động xúc tiến thương mại của doanh nghiệp cũng ngày càng được hoàn thiện và phát triển không ngừng.

Trong bối cảnh đó, để nắm rõ và thực hiện được những hoạt động xúc tiến thương mại và để có tài liệu phục vụ giảng dạy cho học sinh chuyên ngành trong trường Cao đẳng Thương mại và Du lịch, tập thể tác giả đã biên soạn giáo trình “Thực hành xúc tiến thương mại” Giáo trình được biên soạn để làm tài liệu giảng dạy cho học sinh chuyên ngành Kinh doanh thương mại tại trường Cao đẳng Thương mại và du lịch trình độ trung cấp đồng thời giáo trình là tài liệu tham khảo cho những bạn đọc nghiên cứu về chuyên ngành thương mại.

Giáo trình Nghiệp vụ kinh doanh thương mại được nhóm tác giả biên soạn theo năm chương bám sát vào nội dung chính của kinh doanh thương mại dịch vụ trong doanh nghiệp bao gồm:

Bài 1: Tổng quan về xúc tiến thương mại

Bài 2: Khuyến mại

Bài 3: Quảng cáo

Bài 4: Trưng bày, giới thiệu hàng hóa

Bài 5: Hội chợ triển lãm thương mại

Trong quá trình biên soạn giáo trình “Thực hành xúc tiến thương mại” tác giả đã nhận được những ý kiến đóng góp hiệu quả của các giảng viên khoa quản trị kinh doanh, các thầy cô giáo trong hội đồng khoa học nhà trường. Tác giả xin trân trọng cảm ơn sự giúp đỡ của các đồng nghiệp.

Mặc dù đã rất cố gắng nhưng không thể tránh khỏi những thiếu sót và những hạn chế. Chúng tôi rất mong nhận được sự góp ý, bổ sung của độc giả để giúp cho quá trình được hoàn thiện hơn. Mọi ý kiến đóng góp xin gửi về Khoa Quản trị kinh doanh, trường Cao đẳng Thương mại và Du lịch – số 478 đường Thống Nhất, phường Tân Thịnh, TP Thái Nguyên

Tập thể tác giả

MỤC LỤC

LỜI MỞ ĐẦU	2
BÀI 1 :	9
NHẬN BIẾT VỀ XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI	9
2 Thực hành phân biệt các hoạt động xúc tiến thương mại	12
3. Trình tự thực hiện.....	13
BÀI 2: KHUYẾN MẠI	14
1. Các bước thực hiện một chương trình khuyến mại.....	16
2. Xây dựng kế hoạch khuyến mại với từng nhóm mặt hàng	17
3. Thực hành đăng ký thực hiện chương trình khuyến mại theo quy định	18
BÀI 3: QUẢNG CÁO	20
1. Quy trình quảng cáo	22
2. Thực hành lập kế hoạch quảng cáo	24
BÀI 4: TRUNG BÀY GIỚI THIỆU SẢN PHẨM	25
1 Nội dung, yêu cầu kỹ thuật	27
1.1. Chuẩn bị giới thiệu hàng hóa	27
1.2. Giới thiệu hàng hóa cho khách hàng.....	27
1.3. Kết thúc giới thiệu hàng hóa	28
2. Thực hành giới thiệu hàng hóa.....	28
2.1. Giới thiệu hàng hóa tại cửa hàng, trung tâm thương mại	28
2.2. Thực hành giới thiệu hàng hóa trên internet	28
2.3. Thực hành giới thiệu hàng hóa tại hội chợ triển lãm.	29
BÀI 5: HỘI CHỢ TRIỂN LÃM.....	30
1. Giao đề tài và chia nhóm.....	32
2. Thực hành.....	32
2.1. Chuẩn bị cho hội chợ	32
2.2. Thực hiện.....	32
2.3. Đánh giá sau khi tham gia hội chợ.....	32
3. Đăng ký tham gia hội chợ triển lãm.....	32
PHỤ LỤC	35

GIÁO TRÌNH MÔN HỌC

1. Tên môn học: Thực hành xúc tiến thương mại

2. Mã số môn học: MH23

3. Vị trí, tính chất của môn học

3.1. Vị trí:

Môn học Thực hành xúc tiến thương mại là môn học bắt buộc nằm trong nhóm các môn học chuyên môn, được xây dựng dùng cho trình độ trung cấp chuyên ngành Kinh doanh thương mại

3.2. Tính chất:

Môn học Thực hành xúc tiến thương mại là môn học quan trọng thuộc nhóm các môn khoa học xã hội, trang bị cho sinh viên những kiến thức cơ bản về các hoạt động xúc tiến thương mại

4. Mục tiêu của môn học:

4.1. Về kiến thức:

Học sinh nắm được các kiến thức cơ bản về Thực hành xúc tiến thương mại bao gồm: Khuyến mại, quảng cáo, giới thiệu, trưng bày sản phẩm và hội chợ triển lãm

4.2. Về kỹ năng:

Sau khi học xong môn học, người học hình thành được kỹ năng:

- + Thực hiện đúng, thành thạo nghiệp vụ xúc tiến thương mại như kỹ năng khuyến mại, quảng cáo, trưng bày, giới thiệu sản phẩm, hội chợ triển lãm
- + Thực hành tốt các hoạt động đăng ký hoạt động xúc tiến thương mại
- + Thực hiện tốt các kỹ năng làm việc nhóm
- + Kiểm tra và đánh giá được hiệu quả hoạt động xúc tiến thương mại

4.3. Về năng lực tự chủ và trách nhiệm:

Học sinh có khả năng tự học, tự nghiên cứu ngoài các giờ học trên lớp, chủ động tư duy, sáng tạo, tham gia vào các công trình nghiên cứu khoa học.

Học sinh có thái độ nghiêm túc khi nghiên cứu học phần, tích cực, chủ động, sáng tạo trong học tập; rèn luyện được tác phong công nghiệp, lễ lối làm việc của người lao động tốt.

5. Nội dung của môn học

5.1. Chương trình khung

Mã MH	Tên môn học	Số tín chỉ	Thời gian học tập (giờ)			
			Tổng số	Trong đó		
				Lý thuyết	Thực hành/ thực tập/bài tập/thảo luận	Kiểm tra/thi

I	Các môn học chung	12	255	94	148	13
MH01	Chính trị	2	30	15	13	2
MH02	Pháp luật	1	15	9	5	1
MH03	Giáo dục thể chất	1	30	4	24	2
MH04	Giáo dục quốc phòng và an ninh	2	45	21	21	3
MH05	Tin học	2	45	15	29	1
MH06	Ngoại ngữ	4	90	30	56	4
II	Các môn học chuyên môn	64	1590	539	1004	47
II.1	Môn học cơ sở	18	270	256		14
MH07	Kinh tế vi mô	3	45	43	-	2
MH08	Quản trị học	3	45	43	-	2
MH09	Marketing kinh doanh	3	45	43	-	2
MH10	Tâm lý khách hàng	2	30	28	-	2
MH11	Tài chính doanh nghiệp	2	30	28	-	2
MH12	Thông kê kinh doanh	2	30	28	-	2
MH13	Khoa học hàng hóa	3	45	43	-	2
II.2	Môn học chuyên môn	44	1290	255	1004	31
MH14	Kinh tế thương mại - dịch vụ	2	30	28	-	2
MH15	Ngoại ngữ chuyên ngành TM	4	60	57	-	3
MH16	Nghiệp vụ kd TM-DV	5	75	71	-	4
MH17	Quản lý chất lượng dịch vụ	2	30	28	-	2
MH18	Quản trị DN TM- DV	3	45	43	-	2
MH19	Nghiệp vụ thanh toán	2	30	28	-	2
MH20	Thực hành kinh doanh TM-DV I	3	90	-	86	4
MH21	Thực hành kinh doanh TM-DV II	3	90	-	86	4
MH22	Thực hành bán hàng siêu thị	2	60	-	56	4
MH23	Thực hành xúc tiến thương mại	2	60	-	56	4
MH24	Thực tập tốt nghiệp	16	720	-	720	
II.3	Môn học tự chọn	2	30	28	-	2
MH25	Thương mại điện tử	2	30	28	-	2
MH26	Khởi sự kinh doanh	2	30	28	-	2
Tổng cộng		76	1845	633	1152	60

5.2. Chương trình chi tiết môn học

Số TT	Tên chương, mục	Thời gian (giờ)			
		Tổng	Lý	Thực hành,	Kiểm

		số	thuyết	thí nghiệm, thảo luận, bài tập	tra
1	Tổng quan về xúc tiến thương mại	8	0	8	
2	Khuyến mại	20	0	19	1
3	Quảng cáo	12	0	11	1
4	Trung bày, giới thiệu hàng hóa	12	0	12	
5	Hội chợ triển lãm thương mại	8	0	6	2
	Tổng	60		56	4

6. Điều kiện thực hiện môn học:

6.1. Phòng học Lý thuyết/Thực hành: Đáp ứng chuẩn phòng học thực hành

6.2. Trang thiết bị dạy học: Projektor, máy vi tính, bảng, phấn

6.3. Học liệu, dụng cụ, mô hình, phương tiện: Giáo trình, mô hình học tập,...

6.4. Các điều kiện khác: Người học tìm hiểu thực tế về công tác xây dựng phương án khắc phục và phòng ngừa rủi ro tại doanh nghiệp.

7. Nội dung và phương pháp đánh giá:

7.1. Nội dung:

- Kiến thức: Đánh giá tất cả nội dung đã nêu trong mục tiêu kiến thức

- Kỹ năng: Đánh giá tất cả nội dung đã nêu trong mục tiêu kỹ năng.

- Năng lực tự chủ và trách nhiệm: Trong quá trình học tập, người học cần:

+ Nghiên cứu bài trước khi đến lớp.

+ Chuẩn bị đầy đủ tài liệu học tập.

+ Tham gia đầy đủ thời lượng môn học.

+ Nghiêm túc trong quá trình học tập.

7.2. Phương pháp:

Người học được đánh giá tích lũy môn học như sau:

7.2.1. Cách đánh giá

- Áp dụng quy chế đào tạo trình độ trung cấp hệ chính quy ban hành kèm theo Thông tư số 04/2022/TT-LĐTĐ, ngày 30/3/2022 của Bộ trưởng Bộ Lao động – Thương binh và Xã hội.

- Hướng dẫn thực hiện quy chế đào tạo áp dụng tại Trường Cao đẳng Thương mại và Du lịch như sau:

Điểm đánh giá	Trọng số
+ Điểm kiểm tra thường xuyên (Hệ số 1)	40%
+ Điểm kiểm tra định kỳ (Hệ số 2)	
+ Điểm thi kết thúc môn học	60%

7.2.2. Phương pháp đánh giá

Phương pháp đánh giá	Phương pháp tổ chức	Hình thức kiểm tra	Thời điểm kiểm tra
Thường xuyên	Vấn đáp/ Thuyết trình	Vấn đáp/ Thuyết trình	Sau 10 giờ.
Định kỳ	Vấn đáp/ Thuyết trình	Vấn đáp/ Thuyết trình	Sau 29 giờ
Kết thúc môn học	Vấn đáp/ Thuyết trình	Vấn đáp/ Thuyết trình	Sau 60 giờ

7.2.3. Cách tính điểm

- Điểm đánh giá thành phần và điểm thi kết thúc môn học được chấm theo thang điểm 10 (từ 0 đến 10), làm tròn đến một chữ số thập phân.
- Điểm môn học là tổng điểm của tất cả điểm đánh giá thành phần của môn học nhân với trọng số tương ứng. Điểm môn học theo thang điểm 10 làm tròn đến một chữ số thập phân, sau đó được quy đổi sang điểm chữ và điểm số theo thang điểm 4 theo quy định của Bộ Lao động Thương binh và Xã hội về đào tạo theo tín chỉ.

8. Hướng dẫn thực hiện môn học

8.1. Phạm vi, đối tượng áp dụng: Đối tượng trung cấp Kinh doanh thương mại

8.2. Phương pháp giảng dạy, học tập môn học

8.2.1. Đối với người dạy

- * Thực hành: Áp dụng phương pháp dạy học tích cực bao gồm: Thực hành mẫu, nêu vấn đề, hướng dẫn đọc tài liệu, bài tập tình huống, câu hỏi thảo luận....
- * Thảo luận: Phân chia nhóm nhỏ thảo luận theo nội dung đề ra.
- * Hướng dẫn tự học theo nhóm: Nhóm trưởng phân công các thành viên trong nhóm tìm hiểu, nghiên cứu theo yêu cầu nội dung trong bài học, cả nhóm thảo luận, trình bày nội dung, ghi chép và viết báo cáo nhóm.

8.2.2. Đối với người học: Người học phải thực hiện các nhiệm vụ như sau:

- Nghiên cứu kỹ bài học tại nhà trước khi đến lớp. Các tài liệu tham khảo sẽ được cung cấp nguồn trước khi người học vào học môn học này (trang web, thư viện, tài liệu...)
- Tham dự đầy đủ 100% các buổi học thực hành. Nếu người học vắng bất kỳ buổi học nào phải học lại môn học mới được tham dự kì thi lần sau.
- Tự học và thảo luận nhóm: là một phương pháp học tập kết hợp giữa làm việc theo nhóm và làm việc cá nhân. Một nhóm gồm 8-10 người học sẽ được cung

cấp chủ đề thảo luận trước khi học lý thuyết, thực hành. Mỗi người học sẽ chịu trách nhiệm về 1 hoặc một số nội dung trong chủ đề mà nhóm đã phân công để phát triển và hoàn thiện tốt nhất toàn bộ chủ đề thảo luận của nhóm.

- Tham dự đủ các bài kiểm tra thường xuyên, định kỳ.
- Tham dự thi kết thúc môn học.
- Chủ động tổ chức thực hiện giờ tự học.

9. Tài liệu tham khảo:

- Giáo trình marketing căn bản – ĐHKQTĐ - GS. TS Trần Minh Đạo - NXB Đại học Kinh tế quốc dân – 2010
- Giáo trình Quản trị marketing - Tài liệu nội bộ trường Cao đẳng Thương mại và Du lịch
- Giáo trình Quản trị kinh doanh - ĐHKQTĐ - Chủ biên GS. TS Nguyễn Thành Độ, PGS. TS. Nguyễn Ngọc Huyền - NXB Đại học Kinh tế quốc dân – 2007
- Giáo trình Quản trị doanh nghiệp - ĐHKQTĐ - Chủ biên PGS. TS Lê Văn Tâm, TS. Ngô Kim Thanh - NXB Lao động xã hội - 2004
- Tài liệu khác: sách, báo, tạp chí chuyên ngành và các văn bản có liên quan.

BÀI 1 :

NHẬN BIẾT VỀ XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI

GIỚI THIỆU BÀI

Bài 1 là bài giới thiệu bức tranh tổng quan về xúc tiến thương mại, giới thiệu về các hoạt động của xúc tiến thương mại bao gồm: Khuyến mại, quảng cáo, giới thiệu trưng bày hàng hóa và hội chợ triển lãm.

MỤC TIÊU

1. Về kiến thức:

- Nắm được khái niệm và nội dung của xúc tiến thương mại;
- Mô tả được đặc trưng của các công cụ xúc tiến thương mại;
- Phân biệt được các công cụ xúc tiến thương mại;

2. Về kỹ năng:

- Nhận biết và phân biệt được các công cụ của xúc tiến hỗn hợp
- Tìm ra những dấu hiệu của các hoạt động xúc tiến thương mại

3. Về năng lực tự chủ và trách nhiệm:

- Ý thức được tầm quan trọng và ý nghĩa thực tiễn của việc nghiên cứu thực hành xúc tiến thương mại trong thực tiễn công việc.
- Thái độ học tập nghiêm túc, tích cực trong thảo luận các nội dung giảng viên nêu ra.

PHƯƠNG PHÁP GIẢNG DẠY VÀ HỌC TẬP BÀI 1

- Đối với người dạy: sử dụng phương pháp giảng dạy tích cực (Thực hành mẫu, diễn giảng, vấn đáp, dạy học theo vấn đề); yêu cầu người học thực hiện câu hỏi thảo luận 1 (cá nhân hoặc nhóm).
- Đối với người học: chủ động đọc trước giáo trình (bài 1) trước buổi học; hoàn thành đầy đủ câu hỏi thảo luận bài 1 theo cá nhân hoặc nhóm và nộp lại cho người dạy đúng thời gian quy định.

ĐIỀU KIỆN THỰC HIỆN BÀI 1

- Phòng học chuyên môn hóa/nhà xưởng: Không
- Trang thiết bị máy móc: Máy chiếu và các thiết bị dạy học khác
- Học liệu, dụng cụ, nguyên vật liệu: Chương trình môn học, giáo trình, tài

liệu tham khảo, giáo án, phim ảnh, và các tài liệu liên quan.

- Các điều kiện khác: Không có

KIỂM TRA VÀ ĐÁNH GIÁ BÀI 1

- Nội dung:

+ Kiến thức: Kiểm tra và đánh giá tất cả nội dung đã nêu trong mục tiêu kiến thức

+ Kỹ năng: Đánh giá tất cả nội dung đã nêu trong mục tiêu kỹ năng.

+ Năng lực tự chủ và trách nhiệm:

Trong quá trình học tập, người học cần:

Nghiên cứu bài trước khi đến lớp

Chuẩn bị đầy đủ tài liệu học tập.

Tham gia đầy đủ thời lượng môn học.

Nghiêm túc trong quá trình học tập.

- Phương pháp:

+ Điểm kiểm tra thường xuyên: 1 điểm kiểm tra (hình thức: hỏi miệng)

+ Kiểm tra định kỳ lý thuyết: không có

NỘI DUNG

1. Kiến thức cơ bản

1.1. Khái niệm

Xúc tiến thương mại là hoạt động thúc đẩy, tìm kiếm cơ hội mua bán hàng hoá và cung ứng dịch vụ, bao gồm hoạt động khuyến mại, quảng cáo thương mại, trưng bày, giới thiệu hàng hoá, dịch vụ và hội chợ, triển lãm thương mại.

Hoạt động xúc tiến thương mại bao gồm bốn hoạt động chính:

- Khuyến mại
- Quảng cáo thương mại
- Trưng bày, giới thiệu hàng hóa dịch vụ
- Hội chợ triển lãm thương mại

1.2 Nội dung

+ Hoạt động khuyến mại

Khuyến mại là hoạt động xúc tiến thương mại của thương nhân nhằm xúc tiến việc mua bán hàng hoá, cung ứng dịch vụ bằng cách dành cho khách hàng những lợi ích nhất định.

+ Hoạt động quảng cáo

- Quảng cáo là hình thức tuyên truyền được trả tiền để thực hiện việc giới thiệu thông tin về sản phẩm, dịch vụ, công ty hay ý tưởng, quảng cáo là hoạt động truyền thông phi trực tiếp giữa người với người mà trong đó người muốn truyền thông phải trả tiền cho các phương tiện truyền thông đại chúng để đưa thông tin đến thuyết phục hay tác động đến người nhận thông tin

- **Đặc điểm của quảng cáo:**

- * Quảng cáo là hình thức truyền thông phải trả tiền
- * Bên trả phí quảng cáo là một tác nhân được xác định
- * Nội dung quảng cáo tạo nên sự khác biệt của sản phẩm, nhằm thuyết phục hoặc tạo ảnh hưởng tác động vào đối tượng
- * Quảng cáo được chuyển đến đối tượng bằng nhiều phương tiện truyền thông khác nhau
- * Quảng cáo tiếp cận đến một đại bộ phận đối tượng khách hàng tiềm năng
- * Quảng cáo là một hoạt động truyền thông marketing phi cá thể

+ Trưng bày, giới thiệu hàng hóa dịch vụ

- Trưng bày, giới thiệu hàng hoá, dịch vụ là hoạt động xúc tiến thương mại của thương nhân dùng hàng hoá, dịch vụ và tài liệu về hàng hoá, dịch vụ để giới thiệu với khách hàng về hàng hoá, dịch vụ đó.

- Các hình thức trưng bày, giới thiệu hàng hoá, dịch vụ
 - * Mở phòng trưng bày, giới thiệu hàng hoá, dịch vụ.
 - * Trưng bày, giới thiệu hàng hoá, dịch vụ tại các trung tâm thương mại hoặc trong các hoạt động giải trí, thể thao, văn hoá, nghệ thuật.
 - * Tổ chức hội nghị, hội thảo có trưng bày, giới thiệu hàng hoá, dịch vụ.
 - * Trưng bày, giới thiệu hàng hoá, dịch vụ trên Internet và các hình thức khác theo quy định của pháp luật.

+ Hội chợ triển lãm

- Hội chợ, triển lãm thương mại là hoạt động xúc tiến thương mại được thực hiện tập trung trong một thời gian và tại một địa điểm nhất định để trưng bày, giới thiệu hàng hoá, dịch vụ nhằm mục đích thúc đẩy, tìm kiếm cơ hội giao kết hợp đồng mua bán hàng hoá, hợp đồng dịch vụ.
- Hội chợ, triển lãm thương mại tổ chức tại Việt Nam phải được đăng ký và phải được xác nhận bằng văn bản của cơ quan quản lý nhà nước về thương mại tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương nơi tổ chức hội chợ, triển lãm thương mại

2 Thực hành phân biệt các hoạt động xúc tiến thương mại

- Đưa hàng hoá mẫu, cung ứng dịch vụ mẫu để khách hàng dùng thử không phải trả tiền
 - Tặng hàng hoá cho khách hàng, cung ứng dịch vụ không thu tiền.
 - Bán hàng, cung ứng dịch vụ với giá thấp hơn giá bán hàng, giá cung ứng dịch vụ trước đó, được áp dụng trong thời gian đã đăng ký hoặc thông báo.
 - Bán hàng, cung ứng dịch vụ có kèm theo phiếu mua hàng, phiếu sử dụng dịch vụ để khách hàng được hưởng một hay một số lợi ích nhất định.
 - Bán hàng, cung ứng dịch vụ có kèm phiếu dự thi cho khách hàng để chọn người trao thưởng theo thể lệ và giải thưởng đã công bố.
 - Bán hàng, cung ứng dịch vụ kèm theo việc tham dự các chương trình mang tính may rủi mà việc tham gia chương trình gắn liền với việc mua hàng hoá, dịch vụ và việc trúng thưởng dựa trên sự may mắn của người tham gia theo thể lệ và giải thưởng đã công bố.
 - Tổ chức chương trình khách hàng thường xuyên, theo đó việc tặng thưởng cho khách hàng căn cứ trên số lượng hoặc trị giá mua hàng hoá, dịch vụ mà khách hàng thực hiện
 - Tổ chức cho khách hàng tham gia các chương trình văn hóa, nghệ thuật, giải trí và các sự kiện khác vì mục đích xúc tiến bán hàng
 - Clip giới thiệu về sản phẩm xe oto HONDA CRV mới xuất hiện trên TV

- Clip giới thiệu về ông nhựa Tiên Phong trên TV
- Đoạn hội thoại về ống kẽm Hòa Phát trên đài FM
- Nhân viên giới thiệu trực tiếp về sản phẩm tại cửa hàng
- Hàng hóa được sắp xếp tại cửa hàng tại gian hàng khi tham gia hội chợ do Sở công thương tổ chức
- Khách hàng đến gian hàng trưng bày hàng hóa của doanh nghiệp để tham quan và mua sắm
- Pano giới thiệu về ngân hàng BIDV ven đường quốc lộ 3

*** Yêu cầu:**

Phân biệt các hình thức xúc tiến thương mại

3. Trình tự thực hiện

Bước 1: Giáo viên ôn lại khái niệm, nội dung của xúc tiến thương mại

Bước 2: Giáo viên nêu ra các hoạt động xúc tiến thương mại thực tế

Bước 3: Học sinh nhận biết và phân biệt các hoạt động xúc tiến thương mại này

Bước 4: Từng nhóm lên trình bày và giải thích về sự nhận biết và phân biệt hoạt động xúc tiến thương mại của nhóm mình

Bước 5: Giáo viên nhận xét, đánh giá và cho điểm

BÀI 2: KHUYẾN MẠI

GIỚI THIỆU BÀI

Bài 2 là bài giới thiệu về Khuyến mại bao gồm các nội dung xây dựng chương trình khuyến mại và thực hiện các chương trình khuyến mại

MỤC TIÊU

1. Về kiến thức:

- Nắm được quy trình thực hiện chương trình khuyến mại;
- Trình bày được các bước đăng ký chương trình khuyến mại

2. Về kỹ năng:

- Thực hiện được quy trình thực hiện chương trình khuyến mại
- Đăng ký được chương trình khuyến mại
- Xây dựng kế hoạch khuyến mại cho doanh nghiệp

3. Về năng lực tự chủ và trách nhiệm:

- Ý thức được tầm quan trọng và ý nghĩa thực tiễn của việc nghiên cứu hoạt động khuyến mại
- Thái độ học tập nghiêm túc, tích cực trong thảo luận các nội dung giảng viên nêu ra.

PHƯƠNG PHÁP GIẢNG DẠY VÀ HỌC TẬP BÀI 2

- Đối với người dạy: sử dụng phương pháp giảng dạy tích cực (Thực hành mẫu, diễn giảng, vấn đáp, dạy học theo vấn đề); yêu cầu người học thực hiện câu hỏi thảo luận 1 (cá nhân hoặc nhóm).

- Đối với người học: chủ động đọc trước giáo trình (bài 2) trước buổi học; hoàn thành đầy đủ câu hỏi thảo luận bài 2 theo cá nhân hoặc nhóm và nộp lại cho người dạy đúng thời gian quy định.

ĐIỀU KIỆN THỰC HIỆN BÀI 2

- Phòng học chuyên môn hóa/nhà xưởng: Không
- Trang thiết bị máy móc: Máy chiếu và các thiết bị dạy học khác
- Học liệu, dụng cụ, nguyên vật liệu: Chương trình môn học, giáo trình, tài liệu tham khảo, giáo án, phim ảnh, và các tài liệu liên quan.
- Các điều kiện khác: Không có

KIỂM TRA VÀ ĐÁNH GIÁ BÀI 2

- Nội dung:

+ Kiến thức: Kiểm tra và đánh giá tất cả nội dung đã nêu trong mục tiêu kiến thức

+ Kỹ năng: Đánh giá tất cả nội dung đã nêu trong mục tiêu kỹ năng.

+ Năng lực tự chủ và trách nhiệm:

- Trong quá trình học tập, người học cần:
- Nghiên cứu bài trước khi đến lớp
- Chuẩn bị đầy đủ tài liệu học tập.
- Tham gia đầy đủ thời lượng môn học.
- Nghiêm túc trong quá trình học tập.

- Phương pháp:

+ Điểm kiểm tra thường xuyên: 1 điểm kiểm tra (hình thức: Thuyết trình)

+ Kiểm tra định kỳ lý thuyết: 1 điểm kiểm tra (hình thức: Thực hành)

NỘI DUNG

1. Các bước thực hiện một chương trình khuyến mại

Nội dung các bước	Công việc thực hiện	Yêu cầu
Bước 1: Xác định mục tiêu	<ul style="list-style-type: none"> - Đánh giá kết quả kinh doanh của cửa hàng, doanh nghiệp trong tháng, quý. - Kế hoạch kinh doanh của quý, năm. - Các sản phẩm bán chạy, bán chậm, sắp ra mắt. - Đánh giá chương trình khuyến mại sản phẩm trước... 	<ul style="list-style-type: none"> - Chọn mục tiêu chương trình khuyến mại: doanh thu của cửa hàng; một vài sản phẩm cần đẩy nhanh; giới thiệu sản phẩm mới.
Bước 2: Xác định khách hàng mục tiêu	<ul style="list-style-type: none"> - Rà soát dữ liệu khách hàng, sổ sách theo dõi bán đối với các sản phẩm định áp dụng chương trình khuyến mại. - Đánh giá xu hướng tiêu dùng hiện tại và tương lai của khách hàng 	<ul style="list-style-type: none"> - Xác định khách hàng mục tiêu
Bước 3: Chọn ý tưởng khuyến mại	<ul style="list-style-type: none"> - Đưa ra một số phương án khuyến mại: giảm giá, tặng quà khi mua hàng... - Lựa chọn ý tưởng dựa trên cơ sở so sánh các phương án 	<ul style="list-style-type: none"> - Chọn phương án khuyến mại có thể mang lại tỷ lệ thành công cao nhất.
Bước 4: Phân tích tài chính cho từng loại khuyến mại	<ul style="list-style-type: none"> - Tính toán chi phí cho từng loại hình khuyến mại giả định với một lượng khách hàng. - Chương trình khuyến mại giảm giá - Chương trình khuyến mại tặng quà kèm mua SP... 	<ul style="list-style-type: none"> - Bảng phân tích tài chính phải chi tiết để làm căn cứ lựa chọn loại hình khuyến mại.
Bước 5: Xác định thời gian	<ul style="list-style-type: none"> - Phân tích dựa trên cơ sở mặt hàng 	<ul style="list-style-type: none"> - Xác định thời gian hợp lý cho chương

	khuyến mại, mục tiêu khuyến mại, tính toán chi phí...	trình khuyến mại
Bước 6: Phát triển chiến dịch marketing	<ul style="list-style-type: none"> - Dự kiến có bao nhiêu người biết, bao nhiêu người tham gia, bao nhiêu người trở thành khách hàng. - Tìm kiếm các hình thức để nhiều người biết chương trình khuyến mại: nhắn tin điện thoại, email, tờ rơi... 	<ul style="list-style-type: none"> - Đưa ra phương án để thực hiện đưa thông tin khuyến mại tới các khách hàng.
Bước 7: Xác định thông điệp	<ul style="list-style-type: none"> - Viết thông điệp lồng vào những sản phẩm, những ấn phẩm thiết kế... để khách hàng nhớ đến sản phẩm 	<ul style="list-style-type: none"> - Thông điệp ngắn gọn, ấn tượng, dễ nhớ.
Bước 8: Thống nhất trong từng khâu và triển khai	<ul style="list-style-type: none"> - Hợp thống nhất chương trình khuyến mại, chuẩn bị hàng bán, quà tặng... - Giao nhiệm vụ cho các cá nhân, bộ phận có liên quan. 	<ul style="list-style-type: none"> - Làm cho mọi người thực hiện hiểu rõ, trách nhiệm và nội dung công việc của mình, có tinh thần hợp tác, hỗ trợ các cá nhân hoàn thành mục tiêu.
Bước 9: Tổng hợp, đánh giá kết quả và rút kinh nghiệm	<ul style="list-style-type: none"> - Tổng hợp kết quả kinh doanh, số lượng khách hàng, các thông tin phản hồi của khách hàng... - Đánh giá thành công hay thất bại và rút kinh nghiệm cho lần khuyến mại sau 	<ul style="list-style-type: none"> - Tổng hợp chi tiết kết quả của chương trình khuyến mại về doanh số, lượng khách hàng đến mua hàng, những phản hồi tích cực và tiêu cực...

Giáo viên đưa ra mẫu một chương trình khuyến mại và phân tích hướng dẫn thực hiện công việc trong từng bước của chương trình khuyến mại.

2. Xây dựng kế hoạch khuyến mại với từng nhóm mặt hàng

a. Nhóm mặt hàng gồm sứ, thủy tinh

b. Nhóm mặt hàng quần áo, giày dép thời trang

c. Nhóm mặt hàng thực phẩm

d. Nhóm mặt hàng điện máy

- Giáo viên chia lớp thành từng nhóm 5 đến 7 học sinh giao việc lập kế hoạch khuyến mại sản phẩm đối với từng nhóm mặt hàng trên.
- Học sinh lựa chọn sản phẩm, tìm hiểu thông tin về sản phẩm và lập kế hoạch khuyến mại.

Nội dung kế hoạch của từng nhóm học sinh:

- Lựa chọn loại hàng hóa cụ thể trong từng nhóm mặt hàng trên
 - Địa điểm khuyến mại
 - Dự đoán số khách hàng tiềm năng
 - Lựa chọn loại hình khuyến mại
 - Dự trù số ngày khuyến mại
 - Dự trù các kinh phí liên quan đến chương trình khuyến mại
 - Thiết kế thông điệp khuyến mại
 - Phân công nhiệm vụ những người tham gia thực hiện
- Yêu cầu: Học sinh lập kế hoạch và thuyết trình theo từng nhóm (chuẩn bị Powerpoin)

3. Thực hành đăng ký thực hiện chương trình khuyến mại theo quy định

Học sinh thực hành điền vào các mẫu thông báo, đăng ký, thay đổi... khuyến mại dưới sự hướng dẫn của giáo viên (có mẫu kèm theo)

Phương pháp, hình thức tổ chức

- Học sinh trong lớp được chia thành từng nhóm khoảng 5 – 7 học sinh, lập kế hoạch khuyến mại giả định theo từng nhóm mặt hàng (mỗi nhóm tự chọn sản phẩm khuyến mại)

- Các nhóm còn lại phản biện, đánh giá

- Giáo viên dẫn dắt, điều khiển và đánh giá kết luận .

BÀI 3: QUẢNG CÁO

GIỚI THIỆU BÀI

Bài 3 là bài giới thiệu về quảng cáo bao gồm các nội dung xây dựng chương trình kế hoạch quảng cáo và thực hiện các chương trình quảng cáo

MỤC TIÊU

1. Về kiến thức:

- Xây dựng chương trình quảng cáo
- Nắm được quy trình thực hiện chương trình quảng cáo;
- Trình bày được các nội dung của chương trình quảng cáo

2. Về kỹ năng:

- Xây dựng được các kế hoạch quảng cáo
- Thuyết trình được kế hoạch quảng cáo
- Kỹ năng làm việc nhóm

3. Về năng lực tự chủ và trách nhiệm:

- Ý thức được tầm quan trọng và ý nghĩa thực tiễn của việc nghiên cứu hoạt động quảng cáo
- Thái độ học tập nghiêm túc, tích cực trong thảo luận các nội dung giảng viên nêu ra.

PHƯƠNG PHÁP GIẢNG DẠY VÀ HỌC TẬP BÀI 3

- Đối với người dạy: sử dụng phương pháp giảng dạy tích cực (Thực hành mẫu, diễn giảng, vấn đáp, dạy học theo vấn đề); yêu cầu người học thực hiện câu hỏi làm việc nhóm

- Đối với người học: chủ động đọc trước giáo trình (bài 3) trước buổi học; hoàn thành đầy đủ câu hỏi thảo luận bài 3 theo cá nhân hoặc nhóm và nộp lại cho người dạy đúng thời gian quy định.

ĐIỀU KIỆN THỰC HIỆN BÀI 3

- Phòng học chuyên môn hóa/nhà xưởng: Không
- Trang thiết bị máy móc: Máy chiếu và các thiết bị dạy học khác
- Học liệu, dụng cụ, nguyên vật liệu: Chương trình môn học, giáo trình, tài liệu tham khảo, giáo án, phim ảnh, và các tài liệu liên quan.
- Các điều kiện khác: Không có

KIỂM TRA VÀ ĐÁNH GIÁ BÀI 3

- Nội dung:

+ Kiến thức: Kiểm tra và đánh giá tất cả nội dung đã nêu trong mục tiêu kiến thức

+ Kỹ năng: Đánh giá tất cả nội dung đã nêu trong mục tiêu kỹ năng.

+ Năng lực tự chủ và trách nhiệm:

- Trong quá trình học tập, người học cần:
- Nghiên cứu bài trước khi đến lớp
- Chuẩn bị đầy đủ tài liệu học tập.
- Tham gia đầy đủ thời lượng môn học.
- Nghiêm túc trong quá trình học tập.

- Phương pháp:

+ Điểm kiểm tra thường xuyên: 1 điểm kiểm tra (hình thức: Thuyết trình)

+ Kiểm tra định kỳ lý thuyết: 1 điểm kiểm tra (hình thức: Thực hành)

NỘI DUNG

1. Quy trình quảng cáo

Bước 1: Xác định mục tiêu quảng cáo

➤ ***Quảng cáo thông tin:***

- Thông báo cho thị trường biết về một sản phẩm mới.
- Mô tả những dịch vụ hiện có.
- Nêu ra những công dụng mới của sản phẩm.
- Uốn nắn lại những ấn tượng không đúng.
- Thông báo cho thị trường biết việc thay đổi giá.
- Giảm bớt nỗi lo sợ của người mua.
- Giải thích nguyên tắc hoạt động của sản phẩm.
- Tạo dựng hình ảnh của công ty.

➤ ***Quảng cáo thuyết phục:***

- Hình thành sự ưa thích nhãn hiệu
- Thuyết phục người mua mua ngay
- Khuyến khích chuyển sang nhãn hiệu của mình
- Thuyết phục người mua tiếp người chào hàng
- Thay đổi nhận thức của người mua về các tính chất của sản phẩm

➤ ***Quảng cáo nhắc nhở:***

- Nhắc nhở người mua là sắp tới họ sẽ cần đến sản phẩm
- Lưu giữ trong tim người mua sản phẩm trong thời kỳ trái mùa vụ
- Nhắc nhở người mua nơi có thể mua nó
- Duy trì mức độ biết đến nó ở mức cao

Bước 2: Quyết định ngân sách quảng cáo

- Giai đoạn trong chu kỳ sống sản phẩm
- Thị phần và cơ sở tiêu dung
- Cạnh tranh và quân tụ
- Tồn suất quảng cáo
- Khả năng thay thế của sản phẩm

Bước 3: Quyết định thông điệp quảng cáo

- Hình thành thông điệp
- Đánh giá và lựa chọn thông điệp
- Thực hiện thông điệp
 - Cảnh sinh hoạt
 - Lối sống
 - Cảnh thơ mộng
 - Tâm trạng hay hình ảnh
 - Âm nhạc
 - Nhân vật biểu tượng
 - Trình độ kỹ thuật
 - Bằng chứng khoa học

- Bằng chứng thử nghiệm

Bước 4: Quyết định phương tiện quảng cáo

- ***Quyết định về phạm vi, tần suất và cường độ tác động:***
 - Phạm vi: số người hay hộ gia đình được tiếp xúc
 - Tần suất: số lần một người hay hộ gia đình tiếp xúc
 - Cường độ tác động: giá trị định lượng của một lần tiếp xúc qua một phương tiện nhất định
- ***Lựa chọn những loại hình cơ bản của phương tiện truyền thông***
 - Báo chí
 - Truyền hình
 - Gửi thư trực tiếp
 - Truyền thanh
 - Tạp chí
 - Quảng cáo ngoài trời
 - Internet
 - Các loại khác

Phương tiện quảng cáo	Ưu điểm	Nhược điểm
Báo	Dễ sử dụng, kịp thời, phổ biến, độ tin cậy cao.	Tuổi thọ ngắn, số lượng độc giả hạn chế.
Tạp chí	Có lựa chọn độc giả, uy tín, quan hệ với độc giả lâu dài	Thời gian chờ đợi lâu, một số lượng phát hành miễn phí.
Tivi	Lợi thế về âm thanh, ngôn ngữ, hình ảnh, màu sắc, khán giả rộng, truyền nhanh.	Thời lượng có hạn, chi phí cao, khán giả ít chọn lọc.
Radio	Nhiều người nghe, chi phí thấp, linh hoạt về địa lý.	Chú ý thấp, tuổi thọ ngắn.
Phát tờ rơi	Có lựa chọn người đọc, dễ sử dụng, chi phí thấp.	Thời gian ngắn, chú ý thấp, hình ảnh mờ nhạt.

- - ***Lựa chọn phương tiện truyền thông cụ thể***
Mỗi loại hình quảng cáo lại có rất nhiều phương tiện truyền thông để lựa chọn và phải lựa chọn sao cho phương tiện đó đem lại hiệu quả cao.
 - ***Quyết định lịch sử dụng các phương tiện truyền thông***
 - Vấn đề lịch quảng cáo chung: Người quảng cáo quyết định sắp xếp lịch quảng cáo theo thời vụ hay theo chu kỳ kinh doanh.

- Vấn đề quảng cáo chi tiết: vấn đề lịch quảng cáo chi tiết đòi hỏi phải phân bổ chi phí quảng cáo trong một thời kỳ ngắn để đạt cường độ tối đa
- **Quyết định về phân bổ địa lý của phương tiện truyền thông**

Bước 5: Đánh giá hiệu quả quảng cáo

- Nghiên cứu hiệu quả truyền thông
 - Phương pháp đánh giá trực tiếp: Đề nghị người tiêu dùng đánh giá các phương án quảng cáo khác nhau.
 - Phương pháp thử nghiệm tập quảng cáo: yêu cầu người tiêu dùng xem hay nghe một loạt các quảng cáo trong một thời gian dài.
 - Phương pháp thử nghiệm trong phòng thí nghiệm: sử dụng các thiết bị để đo các phản ứng tâm lý của người tiêu dùng.
- Nghiên cứu hiệu quả tiêu thụ: công thức tính hiệu quả quảng cáo
 - Phần tiếng nói: được tính bằng phần chi phí/tổng chi phí ngành.
 - Hiệu quả quảng cáo: được tính bằng thị phần/phần tiếng nói.

2. Thực hành lập kế hoạch quảng cáo

- Tùy theo sỹ số lớp học để chia tổng số học sinh trong lớp thành các nhóm nhỏ gồm từ 3 đến 5 thành viên.
- Mỗi nhóm giáo viên giao một đề tài: “**Lập kế hoạch quảng cáo cho một doanh nghiệp hoặc một sản phẩm cụ thể**” (giáo viên giao một doanh nghiệp, sản phẩm cụ thể hoặc có thể cho học sinh tự lựa chọn doanh nghiệp, sản phẩm mà bản thân biết rõ).
- Các nhóm phải nghiên cứu doanh nghiệp hoặc sản phẩm đã được giao theo các nội dung phần sau để lập kế hoạch quảng cáo.
- Sau khi học sinh lập kế hoạch quảng cáo thành một bản thảo (văn bản) hoặc một bản powerpoint lên bảng trình bày;
- Nhóm cử ra một thành viên lên bảng trình bày hoặc có thể chia ra các phần nhỏ để các thành viên lần lượt lên trình bày

CÂU HỎI ÔN TẬP

Câu 1: Nội dung kế hoạch quảng cáo của doanh nghiệp thương mại

Câu 2: Thuyết trình kế hoạch quảng cáo, bảo vệ nội dung của kế hoạch quảng cáo

BÀI 4: TRUNG BÀY GIỚI THIỆU SẢN PHẨM

GIỚI THIỆU BÀI

Bài 4 là bài giới thiệu về quảng cáo bao gồm các nội dung trung bày và giới thiệu sản phẩm

MỤC TIÊU

1. Về kiến thức:

- Nội dung và yêu cầu kỹ thuật của trung bày giới thiệu sản phẩm
- Nắm được quy trình thực hiện trung bày giới thiệu sản phẩm ;

2. Về kỹ năng:

- Viết bài giới thiệu sản phẩm
- Giới thiệu được sản phẩm đến với khách hàng
- Kỹ năng làm việc nhóm

3. Về năng lực tự chủ và trách nhiệm:

- Ý thức được tầm quan trọng và ý nghĩa thực tiễn của việc trung bày và giới thiệu sản phẩm

- Thái độ học tập nghiêm túc, tích cực trong thảo luận các nội dung giảng viên nêu ra.

PHƯƠNG PHÁP GIẢNG DẠY VÀ HỌC TẬP BÀI 4

- Đối với người dạy: sử dụng phương pháp giảng dạy tích cực (Thực hành mẫu, diễn giảng, vấn đáp, dạy học theo vấn đề); yêu cầu người học thực hiện câu hỏi làm việc nhóm

- Đối với người học: chủ động đọc trước giáo trình (bài 4) trước buổi học; hoàn thành đầy đủ câu hỏi thảo luận bài 4 theo cá nhân hoặc nhóm và nộp lại cho người dạy đúng thời gian quy định.

ĐIỀU KIỆN THỰC HIỆN BÀI 4

- Phòng học chuyên môn hóa/nhà xưởng: Không
- Trang thiết bị máy móc: Máy chiếu và các thiết bị dạy học khác
- Học liệu, dụng cụ, nguyên vật liệu: Chương trình môn học, giáo trình, tài liệu tham khảo, giáo án, phim ảnh, và các tài liệu liên quan.

- Các điều kiện khác: Không có

KIỂM TRA VÀ ĐÁNH GIÁ BÀI 4

- Nội dung:

+ Kiến thức: Kiểm tra và đánh giá tất cả nội dung đã nêu trong mục tiêu kiến thức

+ Kỹ năng: Đánh giá tất cả nội dung đã nêu trong mục tiêu kỹ năng.

+ Năng lực tự chủ và trách nhiệm:

- Trong quá trình học tập, người học cần:
- Nghiên cứu bài trước khi đến lớp
- Chuẩn bị đầy đủ tài liệu học tập.
- Tham gia đầy đủ thời lượng môn học.
- Nghiêm túc trong quá trình học tập.

- Phương pháp:

+ Điểm kiểm tra thường xuyên: 1 điểm kiểm tra (hình thức: Thuyết trình)

+ Kiểm tra định kỳ lý thuyết: không có

NỘI DUNG

1 Nội dung, yêu cầu kỹ thuật

1.1. Chuẩn bị giới thiệu hàng hóa

Công việc	Nội dung công việc	Yêu cầu kỹ thuật
1. Chuẩn bị hàng hóa	<ul style="list-style-type: none">- Chuẩn bị hàng giới thiệu và hàng quà tặng (nếu có)- Sắp xếp, trưng bày hàng hóa trước khi giới thiệu hàng hóa- Tài liệu đi kèm	<ul style="list-style-type: none">- Đủ về số lượng, đảm bảo chất lượng hàng mẫu- Đảm bảo yêu cầu về sắp xếp trưng bày hàng hóa
2. Chuẩn bị nhân lực	<ul style="list-style-type: none">- Số lượng nhân lực- Phân công nhiệm vụ	<ul style="list-style-type: none">- Đủ về số lượng nhân lực- Phân công nhiệm vụ rõ ràng, cụ thể
3. Chuẩn bị bài giới thiệu	<ul style="list-style-type: none">- Tìm hiểu thông tin về sản phẩm- Viết bài giới thiệu sản phẩm- Tự thực hành giới thiệu sản phẩm	<ul style="list-style-type: none">- Ngắn gọn, xúc tích- Làm nổi bật nội dung cần truyền tải tới khách hàng- Đảm bảo logic, khoa học

1.2. Giới thiệu hàng hóa cho khách hàng

Công việc	Nội dung công việc	Yêu cầu kỹ thuật
1. Giới thiệu về cá nhân, công ty	<ul style="list-style-type: none">- Giới thiệu về tên, chức danh- Giới thiệu sơ lược về công ty- Phát tài liệu đi kèm (nếu có)	<ul style="list-style-type: none">- Ngắn gọn, xúc tích- Giới thiệu được những điểm nổi bật về công ty
2. Thuyết trình giới thiệu hàng hóa	<ul style="list-style-type: none">- Thuyết trình- Giải đáp thắc mắc	<ul style="list-style-type: none">- Thu hút sự chú ý của khách hàng- Phong cách tự tin, điềm tĩnh- Lời nói dễ nghe, truyền cảm- Gợi mở nhu cầu khách hàng

		- Đối thoại tốt với khách hàng
--	--	--------------------------------

1.3. Kết thúc giới thiệu hàng hóa

Công việc	Nội dung công việc	Yêu cầu kỹ thuật
1. Kết thúc thuyết trình	- Cảm ơn khách hàng - Tặng quà cho khách hàng (nếu có) - Thông tin về các chương trình khuyến mại	- Ngắn gọn, lịch sự - Thông tin đầy đủ, giải đáp chính xác về sản phẩm, chính sách của công ty
2. Bán hàng	- Tiếp tục bán hàng - Giải đáp thắc mắc của khách hàng	- Thực hiện các yêu cầu của bán hàng - Giải đáp đầy đủ thắc mắc của khách hàng

2. Thực hành giới thiệu hàng hóa

2.1. Giới thiệu hàng hóa tại cửa hàng, trung tâm thương mại

- Hãy viết một bài giới thiệu một dòng sản phẩm của công ty để thuyết trình trước đông đảo người tiêu dùng tại cửa hàng giới thiệu sản phẩm của công ty

- Lớp chia nhóm 3-5 người. Mỗi nhóm chuẩn bị một bài giới thiệu sản phẩm của công ty về một sản phẩm để giới thiệu tại cửa hàng.

- Các nhóm lần lượt thuyết trình trước cả lớp, các nhóm còn lại có thể đặt các câu hỏi để nhóm thuyết trình giải đáp.

- Các nhóm tự nhận xét ưu nhược điểm của nhóm thuyết trình để cùng rút kinh nghiệm

- Giáo viên tổng hợp, nhận xét, đánh giá

2.2. Thực hành giới thiệu hàng hóa trên internet

- Ngày nay, với sự phát triển mạnh mẽ của internet và các công cụ hỗ trợ kinh doanh cho doanh nghiệp đã giúp cho hoạt động giới thiệu, quảng bá sản phẩm ngày càng phát triển. Với xu thế chung đó, anh (chị) hãy viết một bài giới thiệu về một sản phẩm mới nhất của một công ty mà anh chị biết trên internet để giới thiệu tới người tiêu dùng nhằm thu hút được nhiều người xem, chia sẻ và mua sắm.

- Lớp chia nhóm 3-5 người. Mỗi nhóm chuẩn bị một bài giới thiệu sản phẩm mới của công ty để đăng lên facebook, fanpage của công ty và các fanpage quảng cáo của công ty.

- Các nhóm lần lượt thuyết trình trước cả lớp, các nhóm còn lại có thể đặt các câu hỏi để nhóm thuyết trình giải đáp.

- Các nhóm tự nhận xét bài viết của nhóm thuyết trình để cùng rút kinh nghiệm

- Giáo viên tổng hợp, nhận xét, đánh giá

2.3. Thực hành giới thiệu hàng hóa tại hội chợ triển lãm.

- Hãy viết một bài giới thiệu một dòng sản phẩm của công ty để thuyết trình trước đông đảo người tiêu dùng tại hội chợ triển lãm

- Lớp chia nhóm 3-5 người. Mỗi nhóm chuẩn bị một bài giới thiệu sản phẩm của công ty về một sản phẩm để giới thiệu tại hội chợ triển lãm

- Các nhóm lần lượt thuyết trình trước cả lớp, các nhóm còn lại có thể đặt các câu hỏi để nhóm thuyết trình giải đáp. (với tư cách là phóng viên, đối tác, khách hàng)

- Các nhóm tự nhận xét ưu nhược điểm của nhóm thuyết trình để cùng rút kinh nghiệm

- Giáo viên tổng hợp, nhận xét, đánh giá

CÂU HỎI ÔN TẬP

Câu 1: Viết bài giới thiệu sản phẩm

Câu 2: Thuyết trình giới thiệu sản phẩm cho khách hàng

Câu 3: Viết bài giới thiệu sản phẩm để post lên internet.

BÀI 5: HỘI CHỢ TRIỂN LÃM

GIỚI THIỆU BÀI

Bài 5 là bài giới thiệu về hội chợ triển lãm với các nội dung: Quy trình các bước để tham gia hội chợ triển lãm, Đăng ký tham gia hội chợ triển lãm

MỤC TIÊU

1. Về kiến thức:

- Nội dung và yêu cầu kỹ thuật của các bước tham gia hội chợ triển lãm
- Nắm được quy trình tham gia hội chợ triển lãm

2. Về kỹ năng:

- Thực hiện được đúng trình tự các bước tham gia hội chợ triển lãm
- Giới thiệu được sản phẩm đến với khách hàng trong hội chợ
- Kỹ năng làm việc nhóm

3. Về năng lực tự chủ và trách nhiệm:

- Ý thức được tầm quan trọng và ý nghĩa thực tiễn của việc tham gia hội chợ triển lãm
- Thái độ học tập nghiêm túc, tích cực trong thảo luận các nội dung giảng viên nêu ra.

PHƯƠNG PHÁP GIẢNG DẠY VÀ HỌC TẬP BÀI 5

- Đối với người dạy: sử dụng phương pháp giảng dạy tích cực (Thực hành mẫu, diễn giảng, vấn đáp, dạy học theo vấn đề); yêu cầu người học thực hiện câu hỏi làm việc nhóm

- Đối với người học: chủ động đọc trước giáo trình (bài 5) trước buổi học; hoàn thành đầy đủ câu hỏi thảo luận bài 5 theo cá nhân hoặc nhóm và nộp lại cho người dạy đúng thời gian quy định.

ĐIỀU KIỆN THỰC HIỆN BÀI 5

- Phòng học chuyên môn hóa/nhà xưởng: Không
- Trang thiết bị máy móc: Máy chiếu và các thiết bị dạy học khác
- Học liệu, dụng cụ, nguyên vật liệu: Chương trình môn học, giáo trình, tài liệu tham khảo, giáo án, phim ảnh, và các tài liệu liên quan.
- Các điều kiện khác: Không có

KIỂM TRA VÀ ĐÁNH GIÁ BÀI 5

- Nội dung:

+ Kiến thức: Kiểm tra và đánh giá tất cả nội dung đã nêu trong mục tiêu kiến thức

+ Kỹ năng: Đánh giá tất cả nội dung đã nêu trong mục tiêu kỹ năng.

+ Năng lực tự chủ và trách nhiệm:

- Trong quá trình học tập, người học cần:
- Nghiên cứu bài trước khi đến lớp
- Chuẩn bị đầy đủ tài liệu học tập.
- Tham gia đầy đủ thời lượng môn học.
- Nghiêm túc trong quá trình học tập.

- Phương pháp:

+ Điểm kiểm tra thường xuyên: 1 điểm kiểm tra (hình thức: Thuyết trình)

+ Kiểm tra định kỳ lý thuyết: 1 điểm kiểm tra (hình thức: Thuyết trình/thực hành/vấn đáp)

NỘI DUNG

1. Giao đề tài và chia nhóm

- Đề tài cho một lớp hoặc kết hợp các lớp cùng tham gia “tổ chức hội chợ thương mại”.

- Tùy theo số lớp học để chia tổng số học sinh trong lớp thành các nhóm nhỏ gồm từ 5 đến 7 thành viên. Chia lớp thành 5 đến 10 gian hàng trong hội chợ, mỗi nhóm phụ trách một gian hàng.

2. Thực hành

2.1. Chuẩn bị cho hội chợ

- Mỗi nhóm chuẩn bị một mặt hàng, trong đó, mỗi thành viên trong nhóm chuẩn bị các mặt hàng giống nhau để tạo thành một gian hàng.

- Mỗi nhóm viết một bài giới thiệu và chào hàng (về sản phẩm, doanh nghiệp, xuất xứ nguồn gốc,...).

- Các bảng, biển quảng cáo về tên sản phẩm, giá thành,....

2.2. Thực hiện

- Mỗi nhóm sẽ bày hàng của mình vào vị trí mà giáo viên đã chia ô;

- Dựng biển quảng cáo gian hàng và biển giá cho sản phẩm.

- Nhóm lựa chọn ra 3 người bán hàng, các thành viên còn lại của nhóm di chuyển sang các gian hàng để đóng người mua hàng.

- Đọc bài giới thiệu đã được chuẩn bị từ trước khi có khách hàng đến mua.

- Bán hàng

- Thu dọn gian hàng sau khi kết thúc hội chợ.

2.3. Đánh giá sau khi tham gia hội chợ

- Học sinh tự đánh giá ưu điểm, nhược điểm và giải pháp cho những nhược điểm trong quá trình thực hiện tổ chức hội chợ.

• Tính tổng doanh thu và lợi nhuận trong quá trình tham gia hội chợ.

3. Đăng ký tham gia hội chợ triển lãm

Bước 1: Đăng ký tham gia hội chợ triển lãm

- Đăng ký với ban tổ chức về việc tham gia hội chợ triển lãm của doanh nghiệp
Hồ sơ đăng ký tổ chức hội chợ, triển lãm thương mại bao gồm:

01 Đăng ký tổ chức hội chợ, triển lãm thương mại theo Mẫu số 10 Phụ lục ban hành kèm theo Nghị định này;

01 Bản sao không cần chứng thực Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp, Giấy chứng nhận đăng ký đầu tư, Quyết định thành lập hoặc các quyết định khác có giá trị pháp lý tương đương theo quy định của pháp luật;

- Xác nhận được tham gia hội chợ triển lãm của ban tổ chức.

Bước 2: Đăng ký địa điểm đặt gian hàng

Vị trí gian hàng đóng vai trò rất quan trọng trong việc thu hút khách đến với gian hàng. Việc đăng ký mặt bằng sớm với Ban tổ chức là ưu tiên số 1 trong quá trình chuẩn bị, thông thường là trước 1 năm để đảm bảo có được vị trí tốt

Bước 3: Thiết kế gian hàng

Gian hàng phải toát lên được hình ảnh của công ty (và cả quốc gia). Do đó, cần đầu tư, nghiên cứu trong việc đưa ra thông tin và bố cục. Đôi khi sự đầu tư quá tốn kém không phải luôn luôn mang lại hiệu quả.

Để thu hút được sự chú ý của khách tham quan, một gian hàng cần:

- Thiết kế hài hoà với hình ảnh nổi bật
- Chuyên tài tốt thông tin đồng thời nêu bật được đặc tính riêng biệt của ngành hàng với văn hoá đặc trưng của quốc gia kết hợp với thị hiếu thẩm mỹ của thị trường tiêu thụ
- Tránh rườm rà, nhiều màu sắc với quá nhiều hình ảnh
- Nên chọn đơn vị thiết kế địa phương có kinh nghiệm với thị trường vì họ có thể đưa ra lời khuyên rất bổ ích, và quan trọng hơn, họ hiểu rõ tính thẩm mỹ của khách hàng địa phương.
- Nên dành ít nhất 4 -6 tháng (tùy thuộc vào qui mô gian hàng) để xây dựng ý tưởng thiết kế, tìm đối tác và đi đến thống nhất về thiết kế.

Bước 4: Lựa chọn sản phẩm trưng bày

Phải nghiên cứu đặc tính từng thị trường, tính chất của từng hội chợ để chọn sản phẩm phù hợp về mẫu mã bao bì, kích cỡ, v.v....

Cần lưu ý một số yếu tố sau khi chọn sản phẩm trưng bày:

- Sản phẩm nào là sản phẩm cạnh tranh của công ty ?
- Những sản phẩm của công ty có phù hợp với khuynh hướng tiêu thụ và chất lượng của thị trường không?
- Thiết kế, đóng gói bao bì có phù hợp thị trường không?
- Diện tích trưng bày sản phẩm hợp lý chưa?
- Cần nhắc xem cần những phương tiện hỗ trợ nào để làm nổi bật sản phẩm trưng bày như kệ đặc biệt, thiết bị nấu thử sản phẩm, v.v...

Bước 5: Đăng ký khách sạn và xin visa

Trong thời gian diễn ra hội chợ, số lượng khách tập trung rất lớn nên đăng ký trước khách sạn sẽ giúp chúng ta tiết kiệm được chi phí đáng kể

Có thể liên lạc với Ban tổ chức để đăng ký những dịch vụ này vì mỗi hội chợ, Ban tổ chức đều kết hợp với các công ty du lịch để tạo điều kiện cho khách dễ dàng đặt khách sạn, phương tiện đi lại...

CÂU HỎI ÔN TẬP

Câu 1: Quy trình các bước tham gia hội chợ triển lãm

Câu 2: Quy trình đăng ký tham gia hội chợ triển lãm

PHỤ LỤC

Thủ tục Đăng ký tổ chức hội chợ, triển lãm thương mại tại Việt Nam

Cập nhật ngày: Th 6, 14/10/2016

Cơ quan thống kê	Sở Công Thương
Lĩnh vực	Xúc tiến thương mại
Trình tự	<p>- Bước 1:</p> <p>+ Trước ngày 01 tháng 10 của năm trước năm tổ chức hội chợ, triển lãm; Thương nhân, tổ chức hoạt động có liên quan đến thương mại phải đăng ký với Sở Công Thương việc tổ chức hội chợ, triển lãm thương mại tại Việt Nam.</p> <p>+ Trường hợp đăng ký sau ngày 01 tháng 10; thương nhân, tổ chức hoạt động có liên quan đến thương mại phải đăng ký trước ngày khai mạc hội chợ, triển lãm thương mại chậm nhất 30 (ba mươi) ngày đối với hội chợ, triển lãm thương mại tại Việt Nam hoặc 45 (bốn mươi lăm) ngày đối với hội chợ, triển lãm thương mại ở nước ngoài.</p> <p>- Bước 2: Thương nhân, tổ chức hoạt động liên quan đến thương mại chuẩn bị đầy đủ hồ sơ theo quy định của pháp luật và nộp hồ sơ tại Bộ phận tiếp nhận và trả kết quả - Sở Công Thương (Số 163 Hai Bà Trưng, Phường 6, Quận 3), từ thứ Hai đến thứ Sáu (buổi sáng từ 7 giờ 30 đến 11 giờ 30, buổi chiều từ 13 giờ 00 đến 17 giờ 00).</p> <p>- Bước 3: Bộ phận tiếp nhận và trả kết quả - Sở Công Thương tiếp nhận hồ sơ, kiểm tra tính đầy đủ của các giấy tờ có trong hồ sơ:</p> <p>+ Trường hợp hồ sơ đầy đủ theo quy định cấp Biên nhận hồ sơ.</p> <p>+ Trường hợp hồ sơ chưa đầy đủ thì hướng dẫn cho người nộp hoàn thiện hồ sơ theo quy định.</p> <p>- Bước 4: Trong thời hạn 03 ngày làm việc kể từ ngày tiếp nhận hồ sơ, nếu hồ sơ chưa hợp lệ, Sở Công Thương có văn bản yêu cầu thương nhân bổ sung hồ sơ.</p> <p>+ Trường hợp thương nhân, tổ chức hoạt động liên quan đến thương mại nộp hồ sơ trước ngày 01 tháng 10 của năm trước năm tổ chức hội chợ, triển lãm. Sở Công Thương xem xét, xác nhận hoặc không xác nhận bằng văn bản trước ngày 01 tháng 11 của năm trước năm tổ chức, trường hợp không xác nhận phải nêu rõ lý do;</p>

	<p>+ Trường hợp thương nhân, tổ chức hoạt động liên quan đến thương mại nộp hồ sơ đăng ký sau ngày 01 tháng 10; Trong thời hạn 10 ngày làm việc kể từ ngày nhận đủ hồ sơ và hợp lệ Sở Công Thương xem xét, xác nhận hoặc không xác nhận bằng văn bản; trường hợp không xác nhận phải nêu rõ lý do;</p> <p>- Bước 5: Thương nhân căn cứ vào ngày hẹn trên biên nhận đến nhận kết quả giải quyết thủ tục hành chính tại Bộ phận tiếp nhận và trả kết quả - Sở Công Thương hoặc có thể đăng ký dịch vụ nhận kết quả qua bưu điện.</p>
Cách thức	trực tiếp tại Sở Công Thương
Hồ sơ	<p>- Thành phần hồ sơ, gồm:</p> <p>+ Văn bản đăng ký tổ chức hội chợ, triển lãm thương mại (theo mẫu);</p> <p>+ Bản sao giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh (hoặc tương đương) có chức năng kinh doanh hội chợ, triển lãm thương mại;</p> <p>+ Bản sao bằng chứng chứng minh chất lượng, danh hiệu của hàng hóa, dịch vụ tham gia hội chợ, triển lãm thương mại phù hợp với tên, chủ đề của hội chợ, triển lãm thương mại đã đăng ký (nếu có);</p> <p>+ Bản sao bằng chứng chứng minh uy tín, danh hiệu của thương nhân, tổ chức hoặc cá nhân tham gia hội chợ, triển lãm thương mại phù hợp với tên, chủ đề của hội chợ, triển lãm thương mại đã đăng ký (nếu có);</p> <p>Lưu ý: Trong thời hạn 30 (ba mươi) ngày kể từ ngày kết thúc hội chợ, triển lãm thương mại, thương nhân, tổ chức hoạt động có liên quan đến thương mại phải có văn bản báo cáo kết quả tổ chức đến cơ quan quản lý nhà nước (theo mẫu HCTL-6 - Thông tư liên tịch 07/2007/TTLT-BTM-BTC).</p> <p>- Số lượng hồ sơ: 01 bộ</p>
Thời hạn	<p>- Trường hợp nộp hồ sơ trước ngày 01 tháng 10 của năm trước năm tổ chức hội chợ, triển lãm: Chậm nhất trước ngày 01 tháng 11 của năm trước năm tổ chức hội chợ, triển lãm - Trường hợp nộp hồ sơ sau ngày 01 tháng 10 của năm trước năm tổ chức hội chợ, triển lãm: Trong thời hạn 10 ngày làm việc kể từ ngày nhận đủ hồ sơ hợp lệ.</p>
Cơ quan thực hiện	Sở Công Thương
Đối	Thương nhân, tổ chức hoạt động liên quan đến thương mại

tượng	
Hoàn thành mẫu đơn	Văn bản đăng ký tổ chức hội chợ, triển lãm thương mại (Mẫu HCTL-1)
Phí, lệ phí	Không
Kết quả	văn bản xác nhận đăng ký tổ chức hội chợ, triển lãm thương mại hoặc văn bản từ chối nêu rõ lý do
yêu cầu	Không
Cơ sở pháp lý	<ul style="list-style-type: none"> - Luật Thương mại năm 2005, có hiệu lực từ ngày 01 tháng 01 năm 2006; - Nghị định số 37/2006/NĐ-CP ngày 04 tháng 4 năm 2007 của Chính phủ quy định chi tiết Luật Thương mại về hoạt động xúc tiến thương mại, có hiệu lực từ ngày 30 tháng 4 năm 2006; - Thông tư liên tịch số 07/2007/TTLT-BTM-BTC ngày 06 tháng 7 năm 2007 của Bộ Thương mại - Bộ Tài chính hướng dẫn thực hiện một số điều về khuyến mại, và hội chợ, triển lãm thương mại quy định tại Nghị định số 37/2006/NĐ-CP ngày 04 tháng 4 năm 2007 của Chính phủ quy định chi tiết Luật Thương mại về hoạt động xúc tiến thương mại, có hiệu lực từ ngày 30 tháng 8 năm 2007.
Thông tin liên hệ	163 Hai Bà Trưng, quận 3, TP. HCM
Đính kèm	VĂN BẢN ĐĂNG KÝ TỔ CHỨC HỘI CHỢ, TRIỂN LÃM THƯƠNG MẠI (MẪU HCTL-1)

Mẫu KM-1

Tên thương nhân CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM

Số:

Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

....., ngày tháng năm 200...

THÔNG BÁO THỰC HIỆN KHUYẾN MẠI

Kính gửi:

Tên thương nhân:

Địa chỉ trụ sở chính:

Điện thoại:..... Fax: Email:

Mã số thuế:

Số Tài khoản: tại Ngân hàng:

Người liên hệ:..... Điện thoại:

Căn cứ Luật Thương mại, Nghị định số 37/2006/NĐ-CP ngày 4 tháng 4 năm 2006 của Chính phủ quy định chi tiết Luật Thương mại về hoạt động xúc tiến thương mại, Thông tư liên tịch số 07/2007/TTLT-BTM-BTC ngày 06 tháng 7 năm 2007 hướng dẫn thực hiện một số điều về khuyến mại và hội chợ, triển lãm thương mại, (*tên thương nhân*) thông báo chương trình khuyến mại như sau:

1. Tên chương trình khuyến mại:
2. Địa bàn (phạm vi) khuyến mại:
3. Hình thức khuyến mại:
4. Thời gian khuyến mại:
5. Hàng hoá, dịch vụ dùng để khuyến mại:
6. Hàng hoá, dịch vụ khuyến mại:
7. Khách hàng của chương trình khuyến mại (đối tượng được hưởng khuyến mại):
8. Cơ cấu giải thưởng:
9. Tổng giá trị hàng hoá, dịch vụ dùng để khuyến mại:
10. Nội dung chi tiết của chương trình khuyến mại:

(*Tên thương nhân*) thông báo đến Quý Sở và cam kết thực hiện đúng và hoàn toàn chịu trách nhiệm về chương trình khuyến mại trên theo các qui định của pháp luật hiện hành.

(Bản sao văn bản của Cục Xúc tiến thương mại xác nhận đăng ký thực hiện khuyến mại gửi kèm - nếu có).

Đại diện theo pháp luật của thương nhân

(Ký tên & đóng dấu)

Mẫu

KM-2

Tên thương nhân CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM

Số:

Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

....., ngày tháng năm 200...

ĐĂNG KÝ THỰC HIỆN KHUYẾN MẠI

Kính gửi:

Tên thương nhân:

Địa chỉ trụ sở chính:

Điện thoại:..... Fax: Email:

Mã số thuế:

Số tài khoản: tại Ngân hàng:

Người liên hệ:..... Điện thoại:.....

Căn cứ Luật Thương mại, Nghị định số 37/2006/NĐ-CP ngày 04/04/2006 của Chính phủ quy định chi tiết Luật Thương mại về hoạt động xúc tiến thương mại và Thông tư liên tịch số 07/2007/TTLT-BTM-BTC ngày 06 tháng 7 năm 2007 hướng dẫn thực hiện một số điều về khuyến mại và hội chợ, triển lãm thương mại, (*tên thương nhân*) đăng ký thực hiện chương trình khuyến mại như sau:

1. Tên chương trình khuyến mại:
2. Thời gian khuyến mại:
3. Hàng hoá, dịch vụ khuyến mại:
4. Hàng hoá, dịch vụ dùng để khuyến mại:
5. Địa bàn (phạm vi) khuyến mại:
6. Hình thức khuyến mại:
7. Khách hàng của chương trình khuyến mại (đối tượng được hưởng khuyến mại):
8. Tổng giá trị giải thưởng:

Thẻ lệ chương trình khuyến mại đính kèm.

(Tên thương nhân) gửi kèm Báo cáo kết quả thực hiện khuyến mại của (tên chương trình khuyến mại liền kề trước đó nếu có)

(Tên thương nhân) cam kết thực hiện đúng và hoàn toàn chịu trách nhiệm về chương trình khuyến mại trên theo quy định của pháp luật hiện hành.

Đại diện theo pháp luật của thương nhân

(Ký tên & đóng dấu)

Mẫu KM-3

THẺ LỆ CHƯƠNG TRÌNH KHUYẾN MẠI

(Kèm theo công văn số ngày...../... /200...của)

- 1. Tên chương trình khuyến mại:**
- 2. Hàng hoá, dịch vụ khuyến mại:**
- 3. Thời gian khuyến mại:**
- 4. Địa bàn (phạm vi) khuyến mại:**
- 5. Hình thức khuyến mại:**
- 6. Khách hàng của chương trình khuyến mại (đối tượng hưởng khuyến mại):**
- 7. Cơ cấu giải thưởng:**

Cơ cấu giải thưởng	Nội dung giải thưởng	Trị giá giải thưởng (VNĐ)	Số giải	Thành tiền (VNĐ)
Giải nhất				
Giải nhì				
Giải khuyến khích				
Tổng cộng:				

Chú ý:

- Đề nghị miêu tả chi tiết nội dung và ký mã hiệu từng giải thưởng;
- Quy định rõ giải thưởng có được quy đổi thành tiền mặt hay không;
- Tổng giá trị giải thưởng so với tổng giá trị hàng hoá khuyến mại;

8. Nội dung chi tiết thể lệ chương trình khuyến mại:

- Cách thức tiến hành chương trình khuyến mại và tham gia để trúng thưởng; quyền lợi của khách hàng khi tham gia chương trình khuyến mại.
- Tổng số bằng chứng xác định trúng thưởng (phiếu cào, phiếu rút thăm, nắp chai, khoen lon...) sẽ phát hành.
- Quy định về cách thức xác định trúng thưởng:
- Cách thức đưa bằng chứng xác định trúng thưởng vào sản phẩm khuyến mại:
- Quy định về tính hợp lệ của bằng chứng xác định trúng thưởng:
- Thời gian, địa điểm và cách thức xác định trúng thưởng:
- Thời hạn tiếp nhận thông báo trúng thưởng từ khách hàng trúng thưởng:
- Địa điểm, cách thức và thủ tục trao thưởng:
- Thời hạn kết thúc trao thưởng:
- Quy định về đầu mối giải đáp thắc mắc cho khách hàng về các vấn đề liên quan đến chương trình khuyến mại (người liên hệ, điện thoại...).

9. Trách nhiệm thông báo:

- Quy định về trách nhiệm của thương nhân trong việc thông báo công khai chi tiết nội dung của thể lệ chương trình khuyến mại (trên phương tiện thông tin đại chúng; tại địa điểm bán sản phẩm khuyến mại; trên hoặc đính kèm sản phẩm khuyến mại).
- Quy định về trách nhiệm của thương nhân trong việc thông báo kết quả trúng thưởng trên ít nhất một phương tiện thông tin đại chúng và thông báo trực tiếp cho người trúng thưởng.

10. Các qui định khác

- Quy định cụ thể các đối tượng được tham gia hoặc không được tham gia chương trình khuyến mại (áp dụng hoặc không áp dụng cho nhân viên của doanh nghiệp, các đại lý, nhà phân phối, nhà quảng cáo, in ấn phục vụ chương trình khuyến mại, vị thành niên, trẻ em...)
- Trách nhiệm của người tham gia chương trình đối với chi phí phát sinh khi nhận thưởng, kể cả thuế thu nhập không thường xuyên.
- Ý định sử dụng thông tin và hình ảnh của người trúng thưởng vào các hoạt động quảng cáo.
- Qui định về trách nhiệm của thương nhân trong khâu in ấn và đưa bằng chứng xác định trúng thưởng vào sản phẩm khuyến mại.
- Qui định về trách nhiệm của thương nhân trong việc lưu trữ bằng chứng trúng thưởng của thương nhân phục vụ cho công tác kiểm tra giám sát.
- Trách nhiệm của thương nhân trong trường hợp có khiếu nại, tranh chấp....

Đại diện theo pháp luật của thương nhân

(Ký tên & đóng dấu)

Mẫu KM-8

**Tên thương
nhân**

số:

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM

Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

..., ngày... tháng... năm

200...

**THÔNG BÁO/ĐĂNG KÝ SỬA ĐỔI, BỔ SUNG
NỘI DUNG CHƯƠNG TRÌNH KHUYẾN MẠI**

Kính gửi:

- Tên thương nhân:.....
- Địa chỉ trụ sở chính:.....
- Điện thoại:Fax:.....Email:.....
- Người liên hệ: Điện thoại:

Căn cứ Luật Thương mại, Nghị định số 37/2006/NĐ-CP ngày 4 tháng 4 năm 2006 của Chính phủ quy định chi tiết Luật Thương mại về hoạt động xúc tiến thương mại và Thông tư liên tịch số 07/2007/TTLT-BTM-BTC ngày 06 tháng 7 năm 2007 hướng dẫn thực hiện một số điều về khuyến mại và hội chợ, triển lãm thương mại;

Căn cứ vào công văn số..... ngày... tháng... năm... của Cục Xúc tiến thương mại (Sở Thương mại) xác nhận việc thực hiện chương trình khuyến mại (*tên chương trình khuyến mại, thời gian, địa bàn khuyến mại*);

(*Tên thương nhân*) đăng ký điều chỉnh một số nội dung của chương trình khuyến mại trên như sau:

- Thời gian khuyến mại:.....
- Địa bàn (phạm vi) thực hiện khuyến mại:
- Cơ cấu giải thưởng:.....
- Các nội dung điều chỉnh khác:.....

Lý do điều chỉnh:

Mọi nội dung khác của chương trình khuyến mại này giữ nguyên.

(Tên thương nhân) cam kết:

- Thông báo công khai việc điều chỉnh thể lệ chương trình khuyến mại này tại nơi bán hàng và trên ít nhất một phương tiện thông tin đại chúng để khách hàng được biết.
- Thông báo việc điều chỉnh thể lệ chương trình khuyến mại đến các Sở Thương mại thuộc các tỉnh, thành phố nơi thực hiện khuyến mại (*trường hợp Bộ Thương mại xác nhận việc điều chỉnh thể lệ chương trình khuyến mại*).
- Đảm bảo đầy đủ quyền lợi của khách hàng đã tham gia chương trình khuyến mại.
- Thực hiện chương trình khuyến mại đúng theo quy định của pháp luật hiện hành.
- *(Các cam kết khác)*

Đại diện theo pháp luật của thương nhân

(Ký tên & đóng dấu)