

ĐỀ CƯƠNG HỌC PHẦN CHI TIẾT

(Ban hành kèm theo quyết định số QĐ/ĐHKTQD, ngày tháng năm 2019)

1. THÔNG TIN TỔNG QUÁT (GENERAL INFORMATION)

- Tên học phần (tiếng Việt): Kỹ năng bán hàng
- Tên học phần (tiếng Anh) Selling Skills
- Mã số học phần MKBH1110
- Thuộc khối kiến thức Ngành
- Số tín chỉ 3 (40 giờ, tương đương 48 tiết)
 - + Số giờ lý thuyết 29
 - + Số giờ thảo luận 11
- Các học phần tiên quyết Kinh tế học vi mô

2. THÔNG TIN GIẢNG VIÊN

Giảng viên: . Bộ môn Quản trị Bán hàng và Digital Marketing
Email: Phòng 1303, Nhà A1

3. MÔ TẢ HỌC PHẦN (COURSE DESCRIPTIONS)

Đây là học phần bắt buộc cho ngành quản trị bán, học phần này sẽ làm rõ vai trò của lực lượng bán của doanh nghiệp đối với các hoạt động marketing; đồng thời, cung cấp cho sinh viên các kỹ năng bán hàng cơ bản. Cụ thể, trong học phần này sẽ cung cấp giúp sinh viên nắm được vai trò bán hàng cá nhân trong doanh nghiệp, quy trình bán hàng dựa trên quy trình mua hàng của khách hàng; kiến thức về khách hàng phục vụ cho hoạt động bán hàng; những kỹ năng bán cơ bản như kỹ năng giao tiếp, lập kế hoạch tiếp xúc khách hàng và các kỹ năng cụ thể theo quy trình bán hàng.

Học phần này có mối liên quan chặt chẽ tới các học phần về hành vi người tiêu dùng và hành vi của khách hàng tổ chức và các học phần khác liên quan tới marketing và quản trị nguồn nhân lực. Học phần sử dụng phương pháp học tập như giảng viên giảng dạy lý thuyết, nghiên cứu phân tích các tình huống thực tế và thực hành các kỹ năng bán hàng trên lớp, ngoài ra có thể có thêm các hoạt động trải nghiệm thực tế bên ngoài lớp học (nếu có thể).

4. TÀI LIỆU THAM KHẢO

Giáo trình: [1]. Nguyen Viet Lam (2008). *The art of personal selling*. NEU press

Tài liệu khác: Barton A.Weitz, Stephen B.Castleberry (2004). *Selling: Building partnership*. Mc Graw Hill.5.

5. MỤC TIÊU HỌC PHẦN (COURSE GOALS)

Bảng 5.1. Mục tiêu học phần

Mục tiêu	Mô tả mục tiêu	CĐR - PLOs	Trình độ năng lực
[1]	[2]	[3]	[4]

G1	Mô tả được (1) sự nghiệp và các hoạt động bán hàng; (2) các đặc điểm/phẩm chất của nhân viên bán hàng; (3) quy trình mua và bán - Ứng xử của nhân viên bán hàng đối với từng bước trong quá trình mua và bán	PLO 2.1.1	II
G2	Mô tả về đặc điểm của các loại khách hàng	PLO 2.1.1	II
G3	Hiểu được nguyên lý về (1) kỹ năng giao tiếp cơ bản: kỹ năng nghe và nói; (2) cách thức giao tiếp qua thư và thư điện tử	PLO 2.5.1	II
G4	Ứng dụng kỹ năng nghe và nói để giới thiệu về một sản phẩm/dịch vụ	PLO 2.7.1	III
G5	Ứng dụng kiến thức marketing để xác định khách hàng tiềm năng	PLO 2.7.1	III
G6	Ứng dụng các kỹ năng bán trong từng bước của quá trình bán hàng để thực hành đóng vai bán hàng, thuyết phục khách hàng	PLO 2.7.1	III

6. CHUẨN ĐẦU RA HỌC PHẦN (COURSE LEARNING OUTCOMES)

PLOs	NLNH (CLO)	Mô tả năng lực người học	Trình độ năng lực
[1]	[2]	[3]	[4]
PLO 2.1.1	CLO1.1.1	Mô tả được về nghề bán hàng và các hoạt động bán hàng	I
	CLO 1.1.2	Mô tả được các đặc điểm/phẩm chất của người bán hàng	I
	CLO 1.1.3	Mô tả quy trình mua và bán	I
	CLO 1.1.4	Mô tả cách ứng xử của nhân viên bán hàng đối với từng bước trong quá trình mua và bán	I
	CLO1.2.1	Lý giải về đặc điểm của các loại khách hàng	II
PLO 2.5.1	CLO 5.3.1	Hiểu nguyên lý về kỹ năng giao tiếp cơ bản	II
	CLO 5.3.2	Hiểu về kỹ năng lắng nghe	II
	CLO 5.3.3	Hiểu về kỹ năng nói – thuyết trình	II
	CLO 5.3.4	Hiểu về cách thức giao tiếp qua thư và thư điện tử	II
	CLO 5.5.1	Hiểu được cách thức tiếp xúc với khách hàng	II
	CLO 5.5.2	Hiểu được cách thức khai thác nhu cầu của khách hàng	II
	CLO 5.5.3	Hiểu được cách thức giới thiệu sản phẩm	II

	CLO 5.5.4	Hiểu được cách thức giải đáp từ chối bán khoản của khách hàng	II
	CLO 5.5.5	Mô tả được cách thức đàm phán và chốt bán	II
	CLO 5.5.6	Hiểu được công việc chăm sóc khách hàng và duy trì mối quan hệ khách hàng	II
PLO 2.7.1	CLO 7.5.1	Xác định được nhóm khách hàng tiềm năng	III
	CLO 7.3.1	Sử dụng kỹ năng nghe và nói để phát triển kịch bản bán hàng và thực hiện giới thiệu, bán hàng	III
	CLO 7.6.1	Ứng dụng các kỹ năng bán trong từng bước của quá trình bán hàng để xây dựng tài liệu hướng dẫn bán hàng và thực hành bán, thuyết phục khách hàng trong các tình huống cụ thể	III

7. ĐÁNH GIÁ HỌC PHẦN (COURSE ASSESSMENT)

Bảng 7.3. Đánh giá học phần

Hình thức đánh giá	Nội dung	Thời điểm	NLNH học phần	Tiêu chí đánh giá	Tỷ lệ (%)
[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[6]
Chuyên cần	-Thái độ học tập trên lớp -Năng lực	Tuần 1-13		-Đi học đúng giờ - Nghiêm túc học tập trên lớp -Tích cực tương tác	10%
Bài tập nhóm	Chọn nhóm, chọn chủ đề	Tuần 3	CLO1.1.1- CLO1.1.3	Sự tham gia	-
	Thảo luận về cách phân tích các nội dung	Tuần 3 - 9	CLO5.3.1- CLO5.3.4 CLO5.5.1–5.5.6	Sự tham gia	-
	Trình bày kết quả	Tuần 12-13	CLO7.5.1, 7.3.1, 7.6.1	Sự tham gia và khả năng phản biện	20%
	Báo cáo	Tuần 14	CLO5.3.1- CLO5.3.4	Bản báo cáo của nhóm	
Kiểm tra giữa kỳ	Chương 1 - 5	Tuần 6	CLO1.1.1- CLO1.1.4 CLO 1.2.1	Câu hỏi luận	20%
Đánh giá cuối kỳ	Chương 1 - 10	Lịch thi học phần	CLO1.1.1- CLO1.1.4 CLO 1.2.1	Câu hỏi lựa chọn Câu hỏi ngắn Tình huống	50%

			CLO5.3.1- CLO5.3.4 CLO5.5.1–CLO 5.5.6 CLO 7.6.1, 7.3.1, 7.5.1		
--	--	--	--	--	--

8. KẾ HOẠCH GIẢNG DẠY

8.1. Nội dung giảng dạy

CHƯƠNG 1 – BÁN HÀNG VÀ NHÂN VIÊN BÁN HÀNG TRONG DOANH NGHIỆP

Chương 1 giới thiệu nội dung tổng quan về hoạt động bán hàng cá nhân và vai trò của nhân viên bán hàng trong doanh nghiệp cũng như các yêu cầu đối với một nhân viên bán hàng chuyên nghiệp làm nền tảng cho nội dung của toàn học phần.

1.1 Khái quát về hoạt động bán hàng

1.1.1 Quá trình phát triển của hoạt động bán hàng cá nhân

1.1.2 Khái niệm và bản chất của hoạt động bán hàng

1.1.3 Mối quan hệ của hoạt động bán hàng cá nhân và các hoạt động marketing khác trong doanh nghiệp

1.1.4 Nội dung hoạt động bán hàng trong doanh nghiệp và các xu hướng chính trong bán hàng hiện đại

1.2 Nhân viên bán hàng và lực lượng bán hàng trong doanh nghiệp

1.2.1 Khái niệm nhân viên bán hàng

1.2.2 Nhiệm vụ của nhân viên bán hàng

1.2.3 Phân loại nhân viên bán hàng

1.2.4 Vai trò của lực lượng bán hàng trong doanh nghiệp

1.3 Yêu cầu đối với nhân viên bán hàng

1.3.1 Kiến thức

1.3.2 Kỹ năng

1.3.3 Phẩm chất cơ bản

1.4 Cơ hội, thách thức và những vấn đề đạo đức trong nghề bán hàng

1.4.1 Cơ hội trong nghề bán hàng

1.4.2 Thách thức của nghề bán hàng

1.4.3 Những vấn đề đạo đức trong bán hàng

Tài liệu tham khảo của chương:

- Barton A. Weitz, Stephen B. Castleberry, Selling: Building partnership. Nhà xuất bản McGraw Hill, 2004, chương 1,3.
- Edexcel HNC & HND business. Sales Planning and operations. Chương trình cử nhân quản trị kinh doanh.

- Nguyễn Viết Lâm, Nghệ thuật bán hàng cá nhân, Nhà xuất bản Đại học Kinh tế Quốc dân, 2008, chương 1, 3.

CHƯƠNG 2

QUY TRÌNH BÁN HÀNG VÀ HOẠT ĐỘNG BÁN HÀNG CHO CÁC ĐỐI TƯỢNG KHÁCH HÀNG KHÁC NHAU

Chương này giới thiệu một cách khái quát quy trình bán hàng mà nhân viên cần thực hiện trên cơ sở đó giới thiệu các kỹ năng bán hàng theo quy trình này ở các chương sau. Chương cũng nghiên cứu các đặc điểm của hoạt động bán hàng tới từng loại khách hàng bao gồm người tiêu dùng, nhà sản xuất, khách hàng thương mại, khách hàng tổ chức

2.1 Quy trình bán hàng

- 2.1.1 Tìm kiếm và đánh giá khách hàng triển vọng
- 2.1.2 Chuẩn bị trước khi tiếp cận khách hàng
- 2.1.3 Tiếp cận khách hàng
- 2.1.4 Trình bày chào bán sản phẩm
- 2.1.5 Ứng xử với những phản đối
- 2.1.6 Kết thúc bán hàng
- 2.1.7 Những hoạt động sau bán

2.2 Hoạt động bán hàng cho các đối tượng khách hàng khác nhau

- 2.2.1 Phân loại khách hàng
- 2.2.2 Đặc điểm bán hàng cho khách hàng tiêu dùng
- 2.2.3 Đặc điểm bán hàng cho khách hàng tổ chức
- 2.2.4 Đặc điểm bán hàng cho trung gian phân phối

Tài liệu tham khảo của chương:

- Barton A. Weitz, Stephen B. Castleberry, Selling: Building partnership, Mc Graw Hill, 2004, chương 4, 15.
- Phạm Thị Thu Phương, Nghiệp vụ và quản trị bán hàng, NXB Thống kê, 1995.

CHƯƠNG 3 – KỸ NĂNG GIAO TIẾP TRONG BÁN HÀNG

Chương 3 giới thiệu những kỹ năng giao tiếp cơ bản trong quá trình bán hàng tập trung vào những kỹ năng sau đây: (1) Kỹ năng giao tiếp bằng lời nói, (2) Kỹ năng giao tiếp bằng ngôn ngữ không lời, (3) Kỹ năng lắng nghe, (4) Kỹ năng giao tiếp qua điện thoại.

3.1 Bản chất của giao tiếp trong bán hàng

- 3.1.1 Khái niệm giao tiếp trong bán hàng
- 3.1.2 Quá trình giao tiếp trong bán hàng
- 3.1.3 Phân loại giao tiếp trong bán hàng

3.2 Kỹ năng giao tiếp bằng lời nói

- 3.2.1 Câu nói lợi ích

3.2.2 Sử dụng từ ngữ một cách hiệu quả

3.2.3 Sử dụng ngữ điệu

3.3 Kỹ năng giao tiếp bằng ngôn ngữ không lời

3.3.1 Sử dụng ngôn ngữ cơ thể

3.3.2 Vai trò của không gian và những điều kiện vật chất

3.4 Kỹ năng lắng nghe

3.4.1 Khái quát chung về kỹ năng lắng nghe

3.4.2 Kỹ năng lắng nghe hiệu quả

3.5 Kỹ năng giao tiếp qua điện thoại

3.5.1 Đặc điểm của giao tiếp qua điện thoại

3.5.2 Kỹ năng gọi điện thoại

3.5.2 Kỹ năng nghe điện thoại

3.6 Các kỹ năng giao tiếp cơ bản khác

3.6.1 Giao tiếp bằng thư tín

3.6.2 Giao tiếp bằng danh thiếp

Tài liệu tham khảo của chương:

- Barton A. Weitz, Stephen B.Castleberry, Selling: Building partnership. Nhà xuất bản Mc Graw Hill, 2004, chương 5.
- Nguyễn Viết Lâm, Nghệ thuật bán hàng cá nhân, Nhà xuất bản Đại học Kinh tế Quốc dân, 2008, chương 2.

CHƯƠNG 4 – CÁC KỸ NĂNG TRONG GIAI ĐOẠN TRƯỚC CHÀO BÁN SẢN PHẨM

Chương này giới thiệu về nội dung nghiệp vụ và những kỹ năng cần thiết trong giai đoạn trước khi chào bán sản phẩm bao gồm những nội dung sau đây: (1) Tìm kiếm và đánh giá khách hàng (2) Quản trị khu vực bán hàng.(3) Các hoạt động chuẩn bị trước khi tiếp cận khách hàng.

4.1 Tìm kiếm khách hàng

4.1.1 Nguồn tìm kiếm khách hàng

4.1.2 Kỹ năng tìm kiếm khách hàng

4.2 Đánh giá khách hàng

4.2.1 Lập hồ sơ khách hàng

4.2.2 Cách thức đánh giá khách hàng

4.3 Xây dựng kế hoạch bán hàng

4.3.1 Lên kế hoạch quản lý khu vực bán hàng

4.3.2 Xây dựng kế hoạch chào hàng

4.4 Chuẩn bị trước khi tiếp cận khách hàng

4.3.1 Thu thập thông tin chi tiết

4.3.2 Lập kế hoạch tiếp xúc

Tài liệu tham khảo của chương:

- Edexcel HNC & HND business. Sales Planning and operations. Chương trình cử nhân quản trị kinh doanh.
- Nguyễn Viết Lâm, Nghệ thuật bán hàng cá nhân, Nhà xuất bản Đại học Kinh tế Quốc dân, 2008.
- Phạm Thị Thu Phương, Nghiệp vụ và quản trị bán hàng, NXB Thống kê, 1995.

CHƯƠNG 5 – CÁC KỸ NĂNG TRONG CHÀO BÁN SẢN PHẨM

Chương này giới thiệu về những nội dung nghiệp vụ và các kỹ năng cần thiết trong giai đoạn chào bán sản phẩm bao gồm những nội dung sau đây: (1) Tiếp cận khách hàng. (2) Khám phá nhu cầu khách hàng. (3) Thuyết trình giới thiệu sản phẩm. (3) Xử lý phản đối của khách hàng (4) Đàm phán, thương thuyết và kết thúc bán hàng.

5.1 Tiếp cận khách hàng

- 5.1.1 Thiết lập cuộc hẹn gặp
- 5.1.2 Các phương pháp tiếp cận với khách hàng
- 5.1.3 Kỹ thuật tiếp cận với khách hàng

5.2 Khám phá nhu cầu của khách hàng

- 5.2.1 Các bước khám phá nhu cầu khách hàng
- 5.2.2 Kỹ năng đặt câu hỏi và tìm hiểu nhu cầu khách hàng
- 5.2.3 Kỹ năng quan sát

5.2 Trình bày chào bán sản phẩm

- 5.2.1 Khái niệm trình bày chào bán sản phẩm
- 5.2.2 Phương pháp trình bày chào bán sản phẩm
- 5.2.3 Đặc điểm của một cuộc thuyết trình hiệu quả
- 5.2.4 Sử dụng các công cụ hỗ trợ cho thuyết trình chào bán sản phẩm

5.3 Xử lý phản đối của khách hàng

- 5.3.1 Quan điểm đối với hành vi phản đối của khách hàng
- 5.3.2 Các loại phản đối chủ yếu
- 5.3.3 Chuẩn bị cho việc xử lý phản đối hiệu quả
- 5.3.4 Quy trình xử lý phản đối của khách hàng
- 5.3.5 Các phương pháp xử lý phản đối

5.4 Đàm phán, thương thuyết và kết thúc bán hàng

- 5.4.1 Nhận diện các dấu hiệu kết thúc
- 5.4.2 Đàm phán thương thuyết và thỏa thuận các điều kiện hợp đồng
- 5.4.3 Phương pháp kết thúc bán hàng

Tài liệu tham khảo của chương:

- Barton A. Weitz, Stephen B.Castleberry, Selling: Building partnership, Mc Graw Hill, 2004, chương 10, 11, 12, 14.

- Nguyễn Viết Lâm, Nghệ thuật bán hàng cá nhân, Nhà xuất bản Đại học Kinh tế Quốc dân, 2008, chương 6,7, 10 đến 12.

CHƯƠNG 6: CÁC KỸ NĂNG SAU BÁN HÀNG

Chương này giới thiệu những nội dung và những kỹ năng nghiệp vụ mà một nhân viên bán hàng cần phải có trong giai đoạn sau bán hàng bao gồm: (1) Nội dung của hoạt động sau bán hàng, (2) Các hoạt động quản trị quan hệ khách hàng sau bán.

6.1 Hoạt động sau bán hàng

6.1.1 Tâm quan trọng của hoạt động sau bán hàng

6.1.2 Nội dung các hoạt động sau bán hàng

6.2 Quản trị quan hệ khách hàng

6.2.1 Quá trình phát triển mối quan hệ với các khách hàng

6.2.2 Chu kỳ đời sống khách hàng

6.2.3 Quản lý quan hệ khách hàng và lập kế hoạch chăm sóc khách hàng

Tài liệu tham khảo của chương:

- Barton A. Weitz, Stephen B. Castleberry, Selling: Building partnership, Mc Graw Hill, 2004, chương 2, 16,18

CHƯƠNG 7 - HOẠT ĐỘNG TỰ QUẢN CỦA NHÂN VIÊN BÁN HÀNG

Chương này giới thiệu những hoạt động tự quản mà một nhân viên bán hàng nên thực hiện bao gồm: (1) Giới thiệu về quá trình tự lãnh đạo của nhân viên bán hàng. (2) Các hoạt động tự quản mà nhân viên bán hàng cần thực hiện bao gồm tự quản về mặt thời gian, khu vực bán, sổ sách, thể chất và tinh thần cũng như con đường sự nghiệp bán hàng.

7.1 Quá trình tự lãnh đạo.

7.1.1 Xác định mục đích và mục tiêu cụ thể

7.1.2 Phân tích lãnh thổ bán hàng và phân loại khách hàng

7.1.3 Phát triển và thực hiện các chiến lược và kế hoạch

7.1.4 Vận dụng công nghệ và tự động hóa

7.1.5 Kiểm tra và đánh giá

7.2 Chế độ tự quản của nhân viên bán hàng

7.2.1 Quản trị thời gian

7.2.2 Quản trị khu vực bán hàng

7.2.3 Tự quản về sổ sách

7.2.4. Tự quản về thể chất và tinh thần

7.2.5 Quản lý con đường sự nghiệp bán hàng

Tài liệu tham khảo của chương:

- Barton A. Weitz, Stephen B. Castleberry, Selling: Building partnership, Mc Graw Hill, 2004.

- Phạm Thị Thu Phương, Nghiệp vụ và quản trị bán hàng, NXB Thống kê, 1995.

8.2. KẾ HOẠCH GIẢNG DẠY

Tuần	Nội dung	NLNH học phần	Hoạt động dạy và học	Bài đánh giá
[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
1	Chương 1	CLO1.1.1 CLO1.1.2	Sinh viên đọc bài ở nhà (Chương 1 trong giáo trình và slides) Giảng viên giảng và trao đổi với sinh viên những tình huống thực tế	Câu hỏi ngắn Câu hỏi lựa chọn
2	Chương 2	CLO1.1.3 CLO1.1.4 CLO1.2.1	Sinh viên đọc bài ở nhà (Chương 2 trong giáo trình và slides) Giảng viên giảng và trao đổi với sinh viên những tình huống thực tế	Câu hỏi ngắn Câu hỏi lựa chọn
3	Chương 3	CLO5.3.1 CLO5.3.2 CLO5.3.3 CLO5.3.4	Sinh viên đọc bài ở nhà (Chương 3 trong giáo trình và slides) Giảng viên giảng và trao đổi với sinh viên những tình huống thực tế	Câu hỏi ngắn Câu hỏi lựa chọn Tình huống
4	Chương 3	CLO5.3.1 CLO5.3.2 CLO5.3.3 CLO5.3.4		
5	Chương 4	CLO1.1.4 CLO5.5.1 CLO7.5.1	Sinh viên đọc bài ở nhà (Chương 4 trong giáo trình và slides) Giảng viên giảng và trao đổi với sinh viên những tình huống thực tế	Câu hỏi ngắn Câu hỏi lựa chọn Tình huống
6	Chương 5	CLO7.5.1	Sinh viên đọc bài ở nhà (Chương 5,6 trong giáo trình và slides) Giảng viên giảng và trao đổi với sinh viên những tình huống thực tế	Câu hỏi ngắn Thực hành kỹ năng theo tình huống Phản biện
7		CLO5.5.1		
8		CLO5.5.2 CLO5.5.3 CLO5.5.4 CLO5.5.5		
9	Chương 6	CLO5.5.6		Câu hỏi ngắn
10	Chương 7	CLO1.1.1 CLO1.1.2 CLO1.1.3 CLO1.1.4	Sinh viên đọc bài ở nhà (Chương 7 trong giáo trình và slides) Giảng viên giảng và trao đổi với sinh viên những tình huống thực tế	Câu hỏi ngắn Câu hỏi lựa chọn
11		CLO1.1.1-	Thảo luận và trình bày bài tập nhóm	Câu hỏi ngắn và

	Tổng	CLO1.1.4		thảo luận
12	hợp, các	CLO 1.2.1	Thảo luận và trình bày bài tập nhóm	Câu hỏi ngắn và thảo luận
13	trình bày bài tập nhóm	CLO5.3.1- CLO5.3.4 CLO5.5.1– CLO 5.5.6 CLO 7.6.1, 7.3.1, 7.5.1	Thảo luận và trình bày bài tập nhóm	Câu hỏi ngắn và thảo luận

9. QUY ĐỊNH CỦA HỌC PHẦN (COURSE REQUIREMENTS AND EXPECTATION)

9.1. Quy định về tham dự lớp học

- Sinh viên/học viên có trách nhiệm tham dự đầy đủ các buổi học. Trong trường hợp nghỉ học do lý do bất khả kháng thì phải có giấy tờ chứng minh đầy đủ và hợp lý. Mỗi buổi vắng mặt sẽ bị trừ 1 điểm đánh giá quá trình. Sinh viên vắng quá 3 buổi học dù có lý do hay không có lý do đều bị coi như không hoàn thành khóa học và phải đăng ký học lại.
- Sinh viên sẽ được cộng điểm cho mỗi lần phát biểu xây dựng bài, có thể bù đắp cho điểm quá trình, điểm kiểm tra và điểm bài tập nhóm.
- Sinh viên không nộp bài tập nhóm sẽ nhận điểm 0 (không) cho bài tập sau cùng. Nhóm sinh viên nộp bài trễ sẽ bị trừ 1 điểm cho mỗi ngày nộp muộn.

9.2. Quy định về hành vi lớp học

- Học phần được thực hiện trên nguyên tắc tôn trọng người học và người dạy. Mọi hành vi làm ảnh hưởng đến quá trình dạy và học đều bị nghiêm cấm.
- Sinh viên phải đi học đúng giờ quy định. Sinh viên đi trễ quá 10 phút sau khi giờ học bắt đầu sẽ không được tham dự buổi học.
- Tuyệt đối không làm ồn, gây ảnh hưởng đến người khác trong quá trình học.
- Tuyệt đối không được ăn uống, nhai kẹo cao su, sử dụng các thiết bị như điện thoại, máy nghe nhạc trong giờ học.
- Máy tính xách tay, máy tính bảng chỉ được thực hiện vào mục đích ghi chép bài giảng, tính toán phục vụ bài giảng, bài tập, tuyệt đối không dùng vào việc khác.

Trường ĐH Kinh tế Quốc dân

Trưởng Bộ môn

TS. Nguyễn Hoài Long