

ỦY BAN NHÂN DÂN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH
TRƯỜNG CAO ĐẲNG KỸ THUẬT LÝ TỰ TRỌNG TP. HCM



SỔ GIÁO ÁN

Lý thuyết

Môn học: TÂM LÝ KINH DOANH

Lớp: 15TCN-QTD

Khoá: 15

Họ và tên giáo viên: Lê Xuân Thủy

Năm học: **2015 – 2016**

Môn học: Tâm lý kinh doanh

Tên bài học: Tâm lý khách hàng

Số tiết: 01 tiết

Thời gian: 45 phút

Ngày giảng: 08/04/2016

I. PHẦN GIỚI THIỆU:

Bài học Tâm lý khách hàng nằm trong phần 3 chương II- Nhu cầu, động cơ, khí chất của con người. Trong nền kinh tế thị trường hiện nay, các doanh nghiệp ngoài việc nghiên cứu, đổi mới mẫu mã, chất lượng sản phẩm để đáp ứng đúng nhu cầu khách hàng, điều quan trọng là các doanh nghiệp phải hiểu và tác động tích cực tới quá trình mua hàng của khách hàng thông qua việc nắm bắt được những nhu cầu, tâm lý khách hàng.

Ngày nay, đời sống ngày càng được nâng cao cho nên một số bộ phận khách hàng đang vươn đến bậc nhu cầu cao hơn. Họ muốn được giao lưu, thừa nhận, được tôn trọng và được khẳng định mình. Doanh nghiệp hiểu biết về khách hàng của mình, biến họ thành những khách hàng trung thành, chính là hiểu động cơ nhu cầu, thói quen, sở thích, khả năng thanh toán của khách hàng.

II. MỤC TIÊU BÀI HỌC:

1. Về kiến thức:

Sau khi học xong bài này người học có khả năng:

- ❖ Hiểu được đặc điểm tâm lý chung của khách hàng.
- ❖ Biết được những kỹ năng cần thiết để nắm bắt tâm lý khách hàng.
- ❖ Vận dụng được các thủ thuật bán hàng để kích thích khách hàng hoàn tất thương vụ.

2. Về kỹ năng:

- Nhận biết, nắm bắt được đặc điểm tâm lý của khách hàng nhằm phục vụ cho doanh nghiệp trong việc quản lý con người.

3. Về thái độ:

- Trung thực và biết giữ chữ Tín trong kinh doanh và cuộc sống. Khắc phục và tự hoàn thiện kỹ năng giao tiếp với khách hàng để mang lại cho khách hàng sự thỏa mãn tâm lý cao nhất.

III. CHUẨN BỊ:

1. Giáo viên:

- Chương trình giảng dạy: hệ tuyển học sinh tốt nghiệp THPT (12+2)
- Đề cương bài giảng, giáo trình môn học: Tâm lý kinh doanh
- Chuẩn bị phương tiện, đồ dùng dạy học: laptop, projector, micro, loa, phấn viết bảng
- Dự kiến hình thức, phương pháp đánh giá kiến thức, kỹ năng của sinh viên: đặt câu hỏi trả lời trực tiếp, thảo luận và xử lý tình huống.

2. Sinh viên:

- Những kiến thức và kinh nghiệm liên quan đến bài học: Nắm bắt những nội dung trong chương I và phần 1,2 của chương II.
- Tài liệu học tập: giáo trình và bài giảng.

IV. TIẾN TRÌNH LÊN LỚP:

1. Ổn định lớp (01 phút):

- Kiểm tra sĩ số lớp học.
- Nhắc nhở SV nộp lại bài thảo luận vào tuần trước.

2. Kiểm tra bài cũ (03 phút)

TT	Tên học sinh	Nội dung (câu hỏi kiểm tra)	Điểm
01		Thang đo nhu cầu của Maslow gồm có mấy bậc? Kể tên cụ thể từng bậc.	
02		Có mấy loại khí chất (tính khí) cơ bản của con người? Nêu đặc điểm từng loại.	

3. Bài mới: (37 phút)

Đặt vấn đề vào bài mới: (02 phút)

Trong nền kinh tế thị trường hiện nay, các doanh nghiệp ngoài việc nghiên cứu, đổi mới mẫu mã, chất lượng sản phẩm để đáp ứng đúng nhu cầu khách hàng, điều quan trọng là các doanh nghiệp phải hiểu và tác động tích cực tới quá trình mua hàng của khách hàng thông qua việc nắm bắt được những nhu cầu, tâm lý khách hàng.

Ngày nay, đời sống ngày càng được nâng cao cho nên một số bộ phận khách hàng đang vươn đến bậc nhu cầu cao hơn. Họ muốn được giao lưu, thừa nhận, được tôn trọng và được khẳng định mình. Doanh nghiệp hiểu biết về khách hàng của mình, biến họ thành những khách hàng trung thành, chính là hiểu động cơ nhu cầu, thói quen, sở thích, khả năng thanh toán của khách hàng.

Nội dung và phương pháp:

Nội dung (đề cương chi tiết bài học)	Thời gian (phút)	Phương pháp	Các hoạt động của giáo viên và học sinh		Phương tiện đồ dùng dạy học
			Giáo viên	Học sinh	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
1. Đặc điểm tâm lý chung của khách hàng 1.1. Khách hàng là ai? 1.2. Đặc điểm tâm lý chung của khách hàng 1.3. Các giai đoạn tâm lý của quá trình mua hàng 2. Những kỹ năng cần thiết để nắm bắt tâm lý khách hàng 2.1. Kỹ năng giao tiếp 2.2. Kỹ năng nghe hiểu có hiệu quả 2.3. Thu thập thông tin 3. Đặc tính của một số nhóm khách hàng chủ yếu	 6,5 14,5 02 2,5 03 1,5 05	- Thuyết trình - Trình diễn - Đàm thoại - Dạy học tình huống	- Thuyết trình. - Đặt câu hỏi, nhận xét và đánh giá. - Giải thích những thắc mắc của SV.	- Nghe, ghi chép những nội dung không có trong tài liệu học. - Tham gia phát biểu. - Hỏi những vấn đề chưa hiểu. - Thảo luận nhóm để trả lời các câu hỏi.	Laptop Projector Micro Loa Phấn viết bảng

4. Củng cố bài học: (03 phút)

- Những điểm cần lưu ý trong bài giảng. Kết luận.

5. Giao nhiệm vụ về nhà cho học sinh: (01 phút)

- Các nhóm thảo luận câu hỏi theo nội dung yêu cầu trong bài giảng, nộp báo cáo vào tuần sau.
- Đọc tài liệu chuẩn bị cho bài học tiếp theo (nghiên cứu kỹ các thủ thuật trong bán hàng, qua đó tự sáng tạo các tình huống trong bán hàng và đóng kịch theo nhóm).

6. Rút kinh nghiệm sau tiết giảng:

- Về nội dung:
- Về phương pháp:
- Về phương tiện:
- Về thời gian:
- Về học sinh:

7. Tài liệu tham khảo:

1. Tâm lý học quản trị kinh doanh-TS.Thái Trí Dũng- NXB Lao động-Xã hội- 2012.
2. Tâm lý học quản trị kinh doanh-Nguyễn Đình Xuân- NXB chính trị quốc gia Hà Nội- 1998.
3. Tâm lý học xã hội trong công tác lãnh đạo quản lý - Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh 1998.
4. Đắc nhân tâm-NXB Văn hoá thông tin-1997.
5. Thông tin trên truyền hình, báo, tạp chí.

Hiệu trưởng
(ký tên và đóng dấu)

Tổ bộ môn thông qua
(ký và ghi rõ họ tên)

TP.Hồ Chí Minh, ngày 05 tháng 04 năm 2016

Người soạn bài
(ký và ghi rõ họ tên)