

ĐỀ CƯƠNG HỌC PHẦN B2B MARKETING

1. THÔNG TIN CHUNG VỀ HỌC PHẦN

1.1. Tên học phần: B2B MARKETING

Tên tiếng Anh: BUSINESS TO BUSINESS MARKETING

- Mã học phần:
- Áp dụng cho ngành/chuyên ngành đào tạo: Quản trị thương hiệu
- Cấp đào tạo: Đại học
- Hình thức đào tạo: Chính quy

1.2. Khoa/Bộ môn phụ trách học phần: Khoa marketing/Bộ môn chuyên ngành quản trị thương hiệu

1.3. Mô tả học phần:

- Vai trò, vị trí học phần, các kiến thức sẽ trang bị cho sinh viên: Học phần B2B Marketing (business to business marketing) có sự khác biệt rõ rệt với marketing sản phẩm và dịch vụ đến người tiêu dùng cuối cùng. Môn học nhấn mạnh môi trường kinh doanh và marketing doanh nghiệp, hành vi người mua, đánh giá các cơ hội marketing, và thiết lập các chiến lược sản phẩm, định giá, phân phối và truyền thông. Ngoài ra, môn học cũng lưu ý đến các chiến lược marketing dựa trên quan hệ (relationship marketing) và quản lý quan hệ khách hàng (CRM).

- Số tín chỉ: 03
- Yêu cầu của học phần: Tự chọn
- Các học phần tiên quyết: Nguyên lý marketing
- Các học phần học song hành:
- Phân bổ giờ tín chỉ đối với các hoạt động:
 - + Nghe giảng lý thuyết: 25
 - + Làm bài tập trên lớp: 5
 - + Thảo luận: 5
 - + Thực hành, thực tập: 10
 - + Hoạt động theo nhóm: ngoài giờ
 - + Tự học: ngoài giờ

2. MỤC TIÊU HỌC PHẦN

2.1 Mục tiêu chung

Học phần B2B marketing giúp sinh viên nắm bắt được hoạt động marketing giữa các doanh nghiệp đặc biệt là sự khác biệt giữa hoạt động marketing đối với người tiêu dùng so với hoạt động marketing giữa các doanh nghiệp. Tìm hiểu các Đồng thời, sinh viên cũng sẽ vận dụng được những lý thuyết để phân tích các tình huống cụ thể của doanh nghiệp.

2.2. Mục tiêu cụ thể/kết quả học tập mong đợi

Sau khi học xong học phần B2B Marketing, sinh viên có thể

- Về kiến thức:
 - Phân loại được khách hàng tổ chức và hành vi mua giữa khách hàng tổ chức và khách hàng tiêu dùng.
 - Phân tích, quản trị mối quan hệ khách hàng và mối quan hệ liên tổ chức (IORs)
 - Phác thảo được nội dung của một bản kế hoạch B2B marketing
 - Hoạch định và triển khai thực thi, đo lường đánh giá được các chiến lược marketing phối hợp tại các doanh nghiệp B2B.
- Về kỹ năng
 - Phân tích thành thạo các hoạt động marketing giữa các tổ chức.
 - Có thể xây dựng kế hoạch và triển khai được các chiến lược marketing giữa các doanh nghiệp.
 - Phát triển kỹ năng quản trị hoạt động marketing giữa các doanh nghiệp từ hoạch định, tổ chức, thực hiện đến rà soát và kiểm tra.
- Về thái độ
 - Có khả năng tự định hướng phát triển được năng lực cá nhân với thái độ tích cực học tập.
 - Có tinh thành trách nhiệm và thái độ tích cực trong hoạt động marketing giữa các tổ chức.

Bảng 1: Kết quả học tập mong đợi của học phần so với của chương trình đào tạo

Kết quả học tập mong đợi của học phần		Kết quả học tập mong đợi của chương trình
Chi tiết kết quả học tập mong đợi	Ký hiệu	
Về kiến thức		
- Phân loại được khách hàng tổ chức và hành vi mua giữa khách hàng tổ chức và khách hàng tiêu dùng.	k5.1	k5
- Phân tích, quản trị mối quan hệ khách hàng và mối quan hệ liên tổ chức (IORs)	k6.1	k6
- Phác thảo được nội dung của một bản kế hoạch B2B marketing	k7.1	k7
- Hoạch định và triển khai thực thi, đo lường đánh giá được các chiến lược marketing phối hợp tại các doanh nghiệp B2B.	k7.2, k8.2	k7, k8
Về kỹ năng		

- Phân tích thành thạo các hoạt động marketing giữa các tổ chức.	s1.1	s1
- Có thể xây dựng kế hoạch và triển khai được các chiến lược marketing giữa các doanh nghiệp.	s2.1	s1
- Phát triển kỹ năng quản trị hoạt động marketing giữa các doanh nghiệp từ hoạch định, tổ chức, thực hiện đến rà soát và kiểm tra và đồng thời thúc đẩy kỹ năng làm việc đội nhóm.	s3.1	s3
VỀ THÁI ĐỘ		
- Có tinh thần trách nhiệm và thái độ tích cực trong hoạt động marketing giữa các tổ chức.	a2.1	a2
- Có khả năng tự định hướng phát triển được năng lực cá nhân với thái độ tích cực học tập.	a3.1	a3

3. NỘI DUNG HỌC PHẦN

3.1 Tóm tắt nội dung

Học phần B2B Marketing giới thiệu về hoạt động B2B và khai thác điểm khác nhau giữa B2B marketing so với B2C. Đồng thời bài giảng cũng khai thác việc hoạch định kế hoạch marketing và nhấn mạnh về việc phân tích và xây dựng chiến lược B2B marketing. Qua đó, sinh viên hiểu được vai trò của hoạt động B2B marketing tại các doanh nghiệp và có thể thực hành các hoạt động B2B marketing trong doanh nghiệp.

3.2. Nội dung chi tiết

Thời gian	Nội dung	Hình thức tổ chức dạy-học				Yêu cầu sinh viên chuẩn bị trước khi đến lớp	Ghi chú
		GIỜ LÊN LỚP			Thực hành, thực tập,...		
		Lý thuyết	Bài tập	Thảo luận			
Tuần 1	<p>CHƯƠNG 1:</p> <p>TỔNG QUAN VỀ B2B MARKETING</p> <p>1.1 Khái niệm và quan trọng của B2B marketing</p> <p>1.2 Phân biệt B2B marketing và B2C marketing</p> <p>1.3 Tầm quan trọng của chuỗi cung</p>	3	0	1	- Nghe giảng	Đọc trước chương 2	- Chương 1: tập bài giảng

	<p>1.4 Một số đặc điểm của thị trường tổ chức</p> <p>1.5 Tầm quan trọng của mối quan hệ và mạng lưới</p>							
Tuần 2	<p>CHƯƠNG 2:</p> <p>HÀNH VI MUA CỦA TỔ CHỨC</p> <p>2.1 Phân loại khách hàng tổ chức</p> <p>2.2 Phân biệt hành vi mua giữa khách hàng cá nhân và khách hàng tổ chức</p> <p>2.3 Nhu cầu sản phẩm và dịch vụ của tổ chức</p> <p>2.4 Các yếu tố ảnh hưởng tới hành vi mua của khách hàng tổ chức</p> <p>2.5 Các tình huống mua hàng trong tổ chức</p> <p>2.4 Quá trình ra quyết định mua của khách hàng tổ chức</p>	3	0	1	<p>- Nghe giảng, thảo luận</p> <p>-</p>	Đọc trước chương 3	- <i>Chương 2: tập bài giảng</i>	
Tuần 3	<p>CHƯƠNG 3:</p> <p>ẢN TRỊ MỐI QUAN HỆ KHÁCH HÀNG (CRM)</p> <p>3.1 Tổng quan về mối quan hệ liên tổ chức (IORs)</p> <p>3.2 Tầm quan trọng marketing mối quan hệ khách hàng (CRM)</p> <p>3.2 Quản trị mối quan hệ khách hàng (CRM)</p> <p>3.3 Hợp tác và liên minh</p>	2	1	1	<p>- Nghe giảng, thảo luận</p>	Đọc trước chương 4	- <i>Chương 3: tập bài giảng</i>	

Tuần 4	<p>CHƯƠNG 4: LẬP HOẠCH B2B MARKETING</p> <p>4.1 Quy trình lập kế hoạch & quản trị chuỗi cung/cầu</p> <p>4.2 Quy trình lập kế hoạch marketing</p> <p>4.3 Phân tích tình hình</p> <p>4.4 Nguồn thông tin đánh giá tiềm năng thị trường</p> <p>4.5 Phân khúc thị trường B2B</p>	2	1	1	Nghe giảng, thảo luận	Đọc trước chương 5	- Chương 4: tập bài giảng
Tuần 5	<p>CHƯƠNG 5: HOẠCH ĐỊNH CHIẾN LƯỢC B2B MARKETING</p> <p>5.1 Định vị và tái định vị</p> <p>5.2 Chiến lược xây dựng thương hiệu</p> <p>5.3 Quản trị mạng lưới kinh doanh</p>	2	1	1	Nghe giảng, làm bài tập và thảo luận	Nghiên cứu những phần đã học và đọc trước các nội dung tiếp theo của chương 5	- Chương 5: tập bài giảng
Tuần 6	<p>CHƯƠNG 5: HOẠCH ĐỊNH CHIẾN LƯỢC</p> <p>5.4 Quản lý rủi ro</p> <p>5.5 Các chiến lược dành cho doanh nghiệp vừa và nhỏ (SMEs)</p>	3	0	1	Nghe giảng, thảo luận	Đọc trước chương 6	- Chương 5: tập bài giảng
Tuần 7	<p>CHƯƠNG 6: CHIẾN LƯỢC SẢN PHẨM VÀ DỊCH VỤ</p> <p>6.1 Phân loại sản phẩm doanh nghiệp</p> <p>6.2 Quản trị sản phẩm doanh nghiệp</p> <p>6.3 Phát triển sản phẩm mới</p>	2	1	1	Nghe giảng, thuyết trình nhóm	Nghiên cứu những phần đã học và đọc trước các nội dung tiếp theo của chương 6	- Chương 6: tập bài giảng

Tuần 8	CHƯƠNG 6: CHIẾN LƯỢC SẢN PHẨM 6.4 Phân loại dịch doanh nghiệp 6.5 Đặc điểm của dịch vụ doanh nghiệp 6.6 Quản trị marketing dịch vụ B2B	2	1	1	Nghe giảng, thuyết trình nhóm	Đọc trước chương 7	- <i>Chương 6: tập bài giảng</i>
Tuần 9	CHƯƠNG 7: GIÁ TRỊ VÀ GIÁ CẢ TRONG THỊ TRƯỜNG B2B 7.1 Các khái niệm giá trị trong thị trường tổ chức 7.2 Các quyết định về giá 7.3 Các chiến lược giá B2B 7.4 Đàm phán về giá trong thị trường B2B và giá trị của mối quan hệ liên tổ chức	2	1	1	Nghe giảng, thuyết trình nhóm	Đọc trước chương 8	- <i>Chương 7: tập bài giảng</i>
Tuần 10	CHƯƠNG 8: KÊNH PHÂN PHỐI, CHUỖI CUNG ỨNG VÀ MẠNG LƯỚI NGÀNH 8.1 Cấu trúc và vai của các kênh 8.2 Các loại hình phân phối B2B 8.3 Quy trình thiết và quản lý kênh phân 8.4 Quản lý chuỗi g ứn g 8.5 Marketing Logistics 8.6 Mạng lưới ngành	3	0	1	Nghe giảng, thuyết trình nhóm	Đọc trước chương 9	- <i>Chương 8: tập bài giảng</i>
Tuần 11	CHƯƠNG 9:	3	1	0	Nghe giảng, thuyết trình nhóm		- <i>Chương 9: tập bài</i>

	TRUYỀN THÔNG MARKETING B2B 9.1 Chiến lược truyền thông 9.2 Các thành tố truyền thông hỗn hợp 9.3 Truyền thông qua Internet 9.3 Chào hàng cá n					Nghiên cứu những phần đã học và đọc trước các nội dung tiếp theo của chương 9	giảng	
	CHƯƠNG 9: TRUYỀN THÔNG MARKETING B2B 9.4 Tổ chức lực ng bán hàng 9.4 Quản trị khách hàng cốt lõi	1	0	0			- Chương 9: tập bài giảng	
	CỘNG	28 giờ	7 giờ	10 giờ				

4. TÀI LIỆU THAM KHẢO

❖ Tài liệu chính

Bài giảng môn B2B Marketing

❖ Tài liệu tham khảo

- (1) Lưu Đan Thọ và cộng sự (2016), Marketing B2B – Marketing khách hàng tổ chức, TP.HCM: NXB Tài chính.
- (2) Fill C., Fill K.E (2005), *Business to business marketing: Relationships, systems and communications*, London: Pearson Education Limited.
- (3) Dwyer F.R, Tanner, Jr.J.F. (2002), *Business marketing: connecting strategy, relationships, and learning*, 2nd ed., New York: McGrawHill.
- (4) Ellis N. (2011), *Business to business marketing: Relationships, Networks & Strategies*, Oxford University Press.
- (5) Kotler P., Keller K.L (2012), *Marketing Management*, NJ: Prentice Hall.
- (6) Vũ Thế Dũng (2008), Bài giảng B2B marketing - Tiếp thị giữa các tổ chức Trường Đại học Bách Khoa TP.HCM.
- (7) Hà Nam Khánh Giao (2004), *Marketing công nghiệp-phục vụ khách hàng là các tổ chức*, TpHCM: NXB Thống kê.

(8) Hass R.W. (2009) Marketing công nghiệp (Hồ Thanh Lan lược dịch), TP.HCM: NXB Giao thông vận tải.

5. PHƯƠNG PHÁP GIẢNG DẠY (TEACHING TECHNIQUES)

- Học phần B2B Marketing được giảng dạy với sự kết hợp các phương pháp thuyết giảng, nêu vấn đề, mind map, concept map, thuyết trình, thảo luận tình huống, truy vấn, tự nghiên cứu... Có sự tương tác cao giữa giảng viên với sinh viên và giữa các sinh viên với nhau. Sinh viên sẽ làm việc độc lập và làm việc theo nhóm để giải quyết vấn đề, phân tích các sự kiện và hoàn thành các bài tập được giao.
- Học phần này có áp dụng hình thức nghiên cứu tình huống để sinh viên nghiên cứu và trình bày trước lớp. Sinh viên được giao các bài tập cá nhân và nhóm thông qua các bài báo chuyên ngành để nghiên cứu và thực hiện.

6. ĐÁNH GIÁ KẾT QUẢ HỌC TẬP (ASSESSMENT)

Điểm đánh giá quá trình: 40% Trọng số: 10

- a. Điểm bài báo cáo đề tài thực hành nhóm (20%)
 - Số lượng thành viên của mỗi nhóm: tối đa 10 sinh viên
 - Vận dụng lý thuyết môn học B2B marketing để phân tích những hoạt động thực tế liên quan đến hoạt động marketing của một tổ chức thực tế tại VN như:
 - Phân tích chiến lược giá của một doanh nghiệp B2B marketing
 - Phân tích chiến lược phân phối của một doanh nghiệp B2B marketing
 - Phân tích chiến lược truyền thông của một doanh nghiệp B2B marketing
 - Phân tích định vị/tái định vị của một doanh nghiệp B2B marketing
 - Thời gian nộp đề tài: deadline tuần thứ 5 trở đi (tuỳ theo đề tài của nhóm)
 - Nhóm đề tài phải nộp cho giảng viên: bản in đề tài, bản phân công nhiệm vụ từng thành viên trong thực hành đề tài
 - Đối với đề tài sao chép từ nội dung của những đề tài của tác giả khác làm đề tài của mình (không biên tập, không ghi nguồn thông tin,...) sẽ bị trừ điểm theo mức độ:
 - Sao chép từ 90 - 100%: nhận điểm 0 (điểm không)
 - Sao chép từ 80 - <90%: trừ 80% số điểm
 - Sao chép từ 60 - <80%: trừ 60% số điểm
 - Sao chép từ 50 - <60%: trừ 50% số điểm
 - Sao chép từ 40 - <50%: trừ 40% số điểm
 - Sao chép từ 30 - <40%: trừ 30% số điểm
- b. Điểm cá nhân và xây dựng bài trên lớp (20%): mỗi nhóm từ 5 – 6 sinh viên
- c. Điểm thưởng (tối đa 10%) đối với sinh viên chuyên cần trên lớp: đi học đều, học nghiêm túc, chăm phát biểu trên lớp

Điểm đánh giá cuối kỳ : 60% Trọng số: 10

Điểm kiểm tra cuối kỳ (60%): hình thức thi viết: đề thi bao gồm 2 câu hỏi tự luận, sinh viên được sử dụng tài liệu để làm bài, thời lượng làm bài tối đa 60 phút.

HIỆU TRƯỞNG

TRƯỞNG KHOA

TRƯỞNG BỘ MÔN

PHỤ LỤC

BẢNG 2. BẢNG ĐÁNH GIÁ CHI TIẾT BÀI TẬP NHÓM

	0 - <4đ	4 - <5đ	5 - <7đ	7 - <9đ	Từ 9 - 10đ
Nội dung đề tài (50%)	- Không đưa ra mục tiêu đề tài - Không logic	- Mục tiêu đề tài không rõ ràng - Logic mức	- Mục tiêu đề tài còn chung chung - Logic mức trung bình	- Mục tiêu đề tài khá rõ ràng, cụ thể - Khá Logic - Ứng dụng	- Mục tiêu đề tài rất rõ ràng, cụ thể - Rất Logic - Ứng dụng

	<ul style="list-style-type: none"> - Không ứng dụng lý thuyết môn học để phân tích - Không có liên kết giữa các phần của đề tài - Không sử dụng minh chứng là các số liệu, bảng biểu,.. thực tế để phân tích 	<ul style="list-style-type: none"> thấp - Ứng dụng rất ít lý thuyết môn học để phân tích - Việc liên kết giữa các phần của đề tài rất ít - Sử dụng minh chứng là các số liệu, bảng biểu,... thực tế quá cũ, lạc hậu để phân tích - Không trích dẫn nguồn thông tin rõ ràng 	<ul style="list-style-type: none"> - Ứng dụng mức trung bình lý thuyết môn học để phân tích - Có sự kết hợp giữa các phần của đề tài nhưng phân tích còn nhiều phần chưa thuyết phục - Sử dụng chưa đủ minh chứng là các số liệu, bảng biểu,... thực tế để phân tích - Trích dẫn nguồn thông tin chưa rõ ràng 	<ul style="list-style-type: none"> khá tốt lý thuyết môn học để phân tích - Kết hợp khá tốt giữa các phần của đề tài - Phân tích khá thuyết phục - Sử dụng khá tốt minh chứng là các số liệu, bảng biểu,.. thực tế để phân tích - Trích dẫn nguồn thông tin rõ ràng nhưng tính tin cậy chưa cao 	<ul style="list-style-type: none"> rất tốt lý thuyết môn học để phân tích - Kết hợp rất tốt giữa các phần của đề tài - Phân tích rất thuyết phục - Sử dụng rất tốt minh chứng là các số liệu, bảng biểu thực tế,... để phân tích - Nguồn thông tin rõ ràng, đáng tin cậy
Kết cấu đề tài (25%)	<ul style="list-style-type: none"> - Lý thuyết quá dài dòng, hoặc quá vắn tắt - Phân tích thực trạng rất ít - Không nhận xét và không đưa ra hướng giải pháp đề 	<ul style="list-style-type: none"> - Lý thuyết khá dài dòng, hoặc còn vắn tắt chưa đủ - Phân tích thực trạng ít - Nhận xét qua loa, đưa ra hướng giải pháp đề 	<ul style="list-style-type: none"> - Lý thuyết hơi dài dòng, hoặc hơi vắn tắt - Phân tích thực trạng chưa đầy đủ - Nêu nhận xét được, đưa ra hướng giải pháp đề nghị còn chung chung - Giới thiệu đề tài tương đối rõ 	<ul style="list-style-type: none"> - Lý thuyết khá tốt, - Phân tích thực trạng khá đầy đủ - Nhận xét đưa ra hướng giải pháp đề nghị khá tốt - Giới thiệu đề tài khá tốt, kết 	<ul style="list-style-type: none"> - Lý thuyết rất tốt, - Phân tích thực trạng rất đầy đủ, hợp lý - Nhận xét đưa ra hướng giải pháp đề nghị rất tốt - Giới thiệu đề tài rất

	<ul style="list-style-type: none"> nghị - Không giới thiệu đề tài và không đưa ra kết luận đề tài 	<ul style="list-style-type: none"> nghị còn quá ít - Giới thiệu đề tài qua loa, kết luận đề tài không rõ ràng 	<ul style="list-style-type: none"> ràng, kết luận đề tài chưa thể hiện đúng mục tiêu đề tài 	<ul style="list-style-type: none"> luận đề tài thể hiện đúng mục tiêu đề tài 	<ul style="list-style-type: none"> tốt, kết luận đề tài thể hiện rất tốt mục tiêu đề tài
Ý tưởng sáng tạo (10%)	<ul style="list-style-type: none"> - Hoàn toàn không có sáng tạo gì trong đề tài 	<ul style="list-style-type: none"> - Có sáng tạo nhưng không khả thi 	<ul style="list-style-type: none"> - Có ý tưởng sáng tạo nhưng tính khả thi không cao 	<ul style="list-style-type: none"> - Có ý tưởng sáng tạo và tính khả thi khá 	<ul style="list-style-type: none"> - Có ý tưởng sáng tạo và có tính khả thi rất cao
Kỹ năng làm việc nhóm (10%)	<ul style="list-style-type: none"> - Hoàn toàn không tốt 	<ul style="list-style-type: none"> - Không được tốt lắm 	<ul style="list-style-type: none"> - Trung bình 	<ul style="list-style-type: none"> - Khá tốt 	<ul style="list-style-type: none"> - Rất tốt
Hình thức trình bày đề tài (5%)	<ul style="list-style-type: none"> - Rất cầu thả - Không đúng qui định - Sai rất nhiều lỗi chính tả 	<ul style="list-style-type: none"> - Không đẹp, khó nhìn - Chưa đúng qui định - Sai nhiều lỗi chính tả 	<ul style="list-style-type: none"> - Đẹp, nhưng trình bày chưa được rõ ràng - Đúng qui định - Còn sai lỗi chính tả 	<ul style="list-style-type: none"> - Khá đẹp, trình bày khá rõ ràng - Khá đúng qui định - Không sai lỗi chính tả 	<ul style="list-style-type: none"> - Rất đẹp, trình bày rất rõ ràng - Hoàn toàn đúng qui định, - Không sai lỗi chính tả

BẢNG 3 BẢNG ĐÁNH GIÁ CHI TIẾT ĐỐI VỚI BÀI TẬP CÁ NHÂN

	0 - <4đ	4 - <5đ	5 - <7đ	7 - <9đ	Từ 9 - 10đ
Kết cấu và tính logic của bài (30%)	<ul style="list-style-type: none"> - Kết cấu không chặt chẽ. - Thiếu liên kết. - Thiếu tính logic 	<ul style="list-style-type: none"> - Kết cấu rõ ràng. - Liên kết không chặt chẽ - Tính logic không cao 	<ul style="list-style-type: none"> - Kết cấu rõ ràng. - Liên kết chưa tốt. - Tính liên kết chưa cao. 	<ul style="list-style-type: none"> - Kết cấu chặt chẽ. - Có liên kết tốt. - Tính logic tương đối. 	<ul style="list-style-type: none"> - Kết cấu chặt chẽ - Liên kết rất tốt - Tính logic cao.
Nội dung (50%)	<ul style="list-style-type: none"> - Nội dung không sát với chủ đề 	<ul style="list-style-type: none"> - Nội dung tương đối sát với chủ 	<ul style="list-style-type: none"> - Nội dung sát với chủ đề và câu hỏi. 	<ul style="list-style-type: none"> - Nội dung sát với chủ đề và câu 	<ul style="list-style-type: none"> - Nội dung sát với chủ đề và câu

	<ul style="list-style-type: none"> câu hỏi. Ví dụ phân tích không phù hợp với thực tế Đề xuất có tính khả thi không cao để áp dụng vào thực tế. 	<ul style="list-style-type: none"> đề và câu hỏi. Ví dụ tương đối phù hợp với thực tế. Đề xuất có tính khả thi tương đối để áp dụng được vào thực tế. 	<ul style="list-style-type: none"> Ví dụ tương đối phù hợp với thực tế. Đề xuất có tính khả thi có tính tương đối cao để áp dụng được vào thực tế. 	<ul style="list-style-type: none"> hỏi. Ví dụ phù hợp với thực tế. Đề xuất có tính khả thi tương đối cao để áp dụng được vào thực tế. 	<ul style="list-style-type: none"> hỏi. Ví dụ rất sát với thực tế. Đề xuất có tính khả thi cao để áp dụng vào thực tế.
Hình thức (10%)	<ul style="list-style-type: none"> Chưa đúng quy định. Kém thẩm mỹ. Sai lỗi chính tả >20 lỗi 	<ul style="list-style-type: none"> Theo đúng quy định. Tính thẩm mỹ bình thường. Sai lỗi chính tả 15 – 20 lỗi. 	<ul style="list-style-type: none"> Theo đúng quy định. Tính thẩm mỹ tương đối cao. Sai lỗi chính tả 10-15 lỗi. 	<ul style="list-style-type: none"> Theo đúng quy định. Tính thẩm mỹ cao. Sai lỗi chính tả 10-15 lỗi. 	<ul style="list-style-type: none"> Theo đúng quy định. Tính thẩm mỹ cao. Số lỗi sai chính tả không đáng kể.
Thời gian (10%)	<ul style="list-style-type: none"> Chậm hơn 36h so với qui định. 	<ul style="list-style-type: none"> Chậm hơn 24h so với qui định. 	<ul style="list-style-type: none"> Chậm hơn 12h so với qui định. 	<ul style="list-style-type: none"> Chậm hơn 6h so với qui định. 	<ul style="list-style-type: none"> Đúng thời gian quy định

BẢNG 4: CHI TIẾT ĐÁNH GIÁ BÀI THI KẾT THÚC HỌC PHẦN

Tiêu chí Trọng số	0 - <4đ	4 - <5đ	5 - <7đ	7 - <9đ	Từ 9 - 10đ
Đáp ứng yêu cầu nội dung về kiến thức, kỹ năng và thái độ (90%)	<ul style="list-style-type: none"> Chưa hoàn thành hết các câu hỏi đặt ra. Trả lời còn nhiều sai sót. Mức độ đáp ứng yêu cầu đặt ra chưa tốt. Không có tính sáng tạo, 	<ul style="list-style-type: none"> Hoàn thành được trên 50% yêu cầu đặt ra. Trả lời đúng kết quả, sai sót không nhiều. Có tính sáng tạo, tìm tòi, khám phá và mở 	<ul style="list-style-type: none"> Hoàn thành gần hết các câu hỏi đặt ra. Trả lời khá tốt yêu cầu đặt ra. Có tính sáng tạo, tìm tòi, khám phá cao và mở rộng vấn đề tương đối cao. 	<ul style="list-style-type: none"> Hoàn thành hết các câu hỏi đặt ra. Có tính sáng tạo, tìm tòi, khám phá cao và mở rộng vấn đề khá cao. 	<ul style="list-style-type: none"> Hoàn thành hết các câu hỏi được đặt ra. Có tính sáng tạo và mở rộng vấn đề rất cao.

	không mở rộng được vấn đề.	rộng vấn đề bình thường.			
Hình thức trình bày (10%)	<ul style="list-style-type: none"> - Chưa logic, hợp lý. - Khó đọc. - Không đẹp mắt. 	<ul style="list-style-type: none"> - Mức độ logic, hợp lý bình thường. - Không dễ đọc. - Không đẹp mắt. 	<ul style="list-style-type: none"> - Logic, hợp lý. - Khá dễ đọc. - Bình thường. 	<ul style="list-style-type: none"> - Logic, hợp lý. - Dễ đọc. - Khá đẹp mắt. 	<ul style="list-style-type: none"> - Logic, hợp lý. - Rất đẹp mắt.