

ĐỀ CƯƠNG HỌC PHẦN

Tên học phần: Quản trị thương hiệu

Tên tiếng Anh: Brand management

Mã học phần:

1. Thông tin chung về giảng viên:

- Tên giảng viên: Ngô Thị Thu
- Học vị: tiến sĩ
- Địa chỉ liên lạc: Khoa Marketing, 2C Phổ Quang, Q. Tân Bình
- Email: ngothungo@yahoo.com.vn

2. Thông tin chung về học phần:

- Tên học phần: Quản trị thương hiệu Tên tiếng Anh: Brand management
- Mã học phần: Số tín chỉ: 03
- Áp dụng cho ngành: Marketing Bachelor: Đại học
- Đối tượng: Sinh viên thuộc chuyên ngành Quản trị thương hiệu, chuyên ngành truyền thông.
- Hình thức đào tạo: Chính Quy
- Khoa quản lý học phần: Khoa Marketing
- Dạng học phần: Bắt buộc
- Điều kiện tiên quyết:

Học phần tiên quyết: Quản trị marketing.

Học phần song hành: Không

Kỹ năng cần thiết: Kỹ năng nghiên cứu thị trường

- Phân bổ thời gian: 45 tiết
 - Nghe giảng lý thuyết: 25 tiết
 - Làm bài tập trên lớp: 5 tiết
 - Thảo luận: 15 tiết

- Tự nghiên cứu: 60 tiết

3. Mục tiêu của học phần:

Giúp sv nắm vững những kiến thức về thương hiệu và quản trị thương hiệu, có kỹ năng thiết kế các hoạt động kế hoạch quảng bá thương hiệu.

4. Chuẩn đầu ra:

a. Về kiến thức:

- Xác định các khái niệm chính và giải thích được vai trò của công tác quản trị thương hiệu.
- Mô tả quy trình và phương pháp quản lý thương hiệu, bao gồm cách thiết lập nhận dạng thương hiệu và xây dựng giá trị thương hiệu.
- Xác định nội dung xây dựng chiến lược thương hiệu cho cả sản phẩm / dịch vụ hay doanh nghiệp.
- Đánh giá hiệu quả của công tác quản trị thương hiệu.

b. Về kỹ năng:

- Khả năng nghiên cứu, phân tích các dữ liệu thị trường phục vụ cho việc ra quyết định liên quan đến công tác quản trị thương hiệu.
- Có kỹ năng thiết kế xây dựng kế hoạch marketing cho thương hiệu một cách thuận thực (yêu cầu: phối hợp các kiến thức của các học phần khác).
- Có khả năng giải quyết những bài tập tình huống liên quan đến công tác quản trị thương hiệu như xử lý khủng hoảng, vấn đề cạnh tranh..

c. Về thái độ:

- Ý thức được tầm quan trọng của công tác quản trị thương hiệu và nhà quản trị thương hiệu trong công ty và trên thị trường

5. Mô tả vắn tắt nội dung của học phần:

Môn học Quản trị thương hiệu giới thiệu tầm quan trọng của công tác quản trị thương hiệu trong công ty, Phân tích nội dung của công tác quản trị thương hiệu, quá trình xây dựng thương hiệu (chiến lược xây dựng và phát triển thương hiệu, thiết kế thương hiệu, xây dựng tính cách thương hiệu, thương hiệu với quá trình hội nhập quốc tế), quản trị tài sản thương hiệu

6. Nội dung chi tiết học phần:

Chương 1: KHÁI QUÁT CHUNG VỀ THƯƠNG HIỆU VÀ QUẢN TRỊ THƯƠNG HIỆU

Mục tiêu chương

Làm rõ khái niệm thương hiệu, phân tích quy trình quản trị thương hiệu, nhận thức được vai trò và tầm quan trọng của công tác quản trị thương hiệu trong doanh nghiệp.

Nội dung

1.1 Khái quát chung về thương hiệu

1.1.1 Khái niệm thương hiệu

1.1.2 Thương hiệu và sản phẩm

1.1.3 Thành phần của thương hiệu

1.2 Vai trò và chức năng của thương hiệu

1.2.1 Vai trò của thương hiệu

1.2.2 Chức năng của thương hiệu

1.3 Quản trị thương hiệu

1.3.1 Khái niệm quản trị thương hiệu

1.3.2 Quy trình quản trị thương hiệu

1.3.3 Cơ cấu tổ chức trong công ty và công tác quản trị thương hiệu

1.3.4 Nhà quản trị thương hiệu

1.4 Những thách thức trong công tác quản trị thương hiệu

Chương 2: GIÁ TRỊ THƯƠNG HIỆU

Mục tiêu chương

Làm rõ Khái niệm giá trị thương hiệu, phương pháp đánh giá giá trị thương hiệu.

Nội dung

2.1 Khái niệm giá trị thương hiệu

2.2 Tầm quan trọng giá trị thương hiệu đối với hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty

2.3 Các yếu tố hình thành giá trị thương hiệu

2.4 Đánh giá giá trị thương hiệu

Chương 3: CHIẾN LƯỢC THƯƠNG HIỆU

Mục tiêu chương

Quy trình và nội dung các quyết định trong chiến lược thương hiệu

Nội dung

3.1 Chiến lược thương hiệu

3.1.1. Khái niệm chiến lược thương hiệu

3.1.2 Mối quan hệ giữa chiến lược thương hiệu- chiến lược kinh doanh và marketing

3.1.3 Các loại chiến lược thương hiệu

3.2 Quá trình xây dựng thương hiệu

3.3 Phát triển và mở rộng thương hiệu

3.4 Bảo vệ thương hiệu

Chương 4: ĐỊNH VỊ THƯƠNG HIỆU

Mục tiêu chương

Phân tích tầm quan trọng của việc xây dựng tính cách và định vị thương hiệu trong chiến lược thương hiệu, quy trình định vị thương hiệu.

Nội dung

4.1 Khái quát chung về định vị thương hiệu

4.1.1. Khái niệm định vị thương hiệu

4.1.2. Tầm quan trọng của định vị thương hiệu

4.1.3. Các nguyên tắc định vị thương hiệu

4.2 Phương án định vị

4.3 Quá trình định vị thương hiệu

4.4 Tái định vị thương hiệu (Brand repositioning)

Chương 5 THIẾT KẾ HỆ THỐNG NHẬN DẠNG THƯƠNG HIỆU

Mục tiêu chương

Tầm quan trọng, khái niệm của thiết kế hệ thống nhận dạng thương hiệu. Nội dung thiết kế hệ thống nhận dạng thương hiệu

Nội dung

5.1 Khái quát chung về hệ thống nhận dạng thương hiệu:

5.1.1 Tầm quan trọng của thiết kế hệ thống nhận dạng thương hiệu

5.1.2 Khái niệm hệ thống nhận dạng thương hiệu

5.1.3 Các lưu ý khi thiết kế thương hiệu

5.1.4 Ai có thể tham gia thiết kế thương hiệu

5.2 Thiết kế hệ thống nhận dạng thương hiệu

5.2.1 Các yếu tố nhận dạng thương hiệu

5.2.2 Triển khai ứng dụng thiết kế

Chương 6: MARKETING TẠO GIÁ TRỊ THƯƠNG HIỆU

Mục tiêu chương

Làm rõ vai trò của marketing trong xây dựng và tạo giá trị thương hiệu. Hoạt động marketing trong xây dựng và tạo giá trị thương hiệu

Nội dung

6.1 Vai trò của marketing trong cho thương hiệu

6.2 Các xu hướng marketing

6.3 Hoạt động marketing trong xây dựng và tạo giá trị thương hiệu

6.3.1 Chiến lược sản phẩm

6.3.2 Chiến lược định giá

6.3.3 Chiến lược phân phối

6.3.4 Chiến lược truyền thông

6.3.5 Quản trị quan hệ khách hàng

Chương 7: QUẢN TRỊ THƯƠNG HIỆU THEO THỜI GIAN

Mục tiêu chương

Phân tích nội dung các quyết định trong công tác quản trị thương hiệu theo thời gian.

Nội dung

6.1 Phát triển, mở rộng thương hiệu

6.2 Loại trừ thương hiệu

6.3 Cải thiện thương hiệu

6.4 Bảo hộ thương hiệu

6.5 Đánh giá hiệu quả chiến lược thương hiệu

7. Học liệu:

- a. Bài giảng của giáo viên
- b. Sách tham khảo:..
 - John Gerzama Edlemer, 2009, Bong bóng thương hiệu, NXB Tổng hợp TP. HCM
 - Lê Đăng Lãng, 2010, Quản trị thương hiệu, NXB Thống kê
 - Kevin Lane Keller, 2013, Strategic Brand management, Pearson.
 - Sylvie Laforet, 2010, Managing brands, Mc Graw- hill higher education
 - Nguyễn Xuân Tùng, 2005, Xây dựng và phát triển thương hiệu, NXB Lao động xã hội

- Nguyễn Quốc Thịnh , Nguyễn Thành Trung, 2012, Thương hiệu với nhà quản lý, NXB Lao động - Xã hội

8. Phương pháp giảng dạy:

- Kết hợp các phương pháp: thuyết giảng, nêu vấn đề, mind map, truy vấn, thảo luận nhóm. Có sự tương tác 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 và hoàn thành các bài tập được giao.
- Một điểm quan trọng của môn học này là nghiên cứu tình huống. Các tình huống sẽ được được chỉ định trước cho từng nhóm và sẽ được nhóm trình bày trước lớp để kích thích thảo luận chuyên sâu trên lớp.
- Bên cạnh đó, phương pháp trò chơi cũng được triển khai, thông qua trò chơi, sinh viên sẽ tự đưa ra những nhận xét, giảng viên là người tóm tắt và kết luận các vấn đề quan trọng

9. Đánh giá kết quả học tập:

STT	Nhiệm vụ và các hoạt động	Trọng số	Yêu cầu
1.	Điểm quá trình	40%	
	Chuyên cần	10%	Sinh viên có mặt trong các buổi học (GV sẽ điểm danh qua bài kiểm tra ngắn vào bất kỳ thời điểm nào)
	Bài tập nhóm	5%	Phân nhóm (5-7SV/nhóm), chọn chủ đề, thu thập số liệu, nghiên cứu thị trường, viết bài và thuyết trình trên lớp (số lượng:1), thời gian trình bày không quá 20 phút
	Bài tập thảo luận tình huống trên lớp	5%	Theo nhóm (5-7SV/nhóm), thảo luận và trình bày trên lớp, viết giấy nộp cho GV
	Bài tập cá nhân	10%	Thi viết tự luận, thời gian: 20 phút
	Điểm thưởng	10%	Sinh viên phát biểu trên lớp thường xuyên và có ý tưởng hay (5 lần trở lên trong tất cả các buổi học)
2.	Thi cuối kỳ	60%	Thi viết tự luận, thời gian: 60 phút
3.	Tổng	100 %	

10. Hình thức tổ chức dạy và học

Thời gian	Nội dung	Hình thức tổ chức dạy – học			Đánh giá
		Hoạt động của giảng viên	Hoạt động của sinh viên		
			Trong lớp	Ngoài lớp	
Tuần 1	Giới thiệu chương trình môn học, yêu cầu môn học. Chương 1: Khái quát chung về quản trị thương hiệu	– Động não – Thuyết giảng – Truy vấn – Hướng dẫn và giao đề tài thuyết trình	Làm việc cá nhân Nghe giảng, đăng ký nhóm	Chia nhóm, tìm tài liệu tham khảo theo yêu cầu của học phần, đọc tài liệu chương 1	Cá nhân
Tuần 2	Chương 1: Khái quát chung về quản trị thương hiệu (tiếp theo)	– Đặt vấn đề – Thuyết giảng, – Sơ đồ tư duy	Trình bày vấn đề, nghe giảng, thuyết trình chương 1: Mối quan hệ giữa cơ cấu tổ chức và công tác quản trị thương hiệu	đọc tài liệu chương 1, 2, tìm các thông tin về thị trường chuẩn bị cho bài tập tình huống chương 2	Cá nhân, Nhóm
Tuần 3	Chương 2: Giá trị thương hiệu	Thuyết giảng, Thảo luận vấn đề	Nghe giảng, thuyết trình chương và thảo luận 2: các yếu tố giá trị thương hiệu	Đọc tài liệu chương 2, 3, Chuẩn bị bài tập do giảng viên yêu cầu	
Tuần 4	Chương 3: Chiến lược	Thuyết giảng, Trò chơi	Nghe giảng, tham gia trò	Đọc tài liệu chương 3,	Cá nhân, Nhóm

	thương hiệu	Cho thảo luận tình huống	chơi và nhận định, thảo luận và phân tích tình huống	Chuẩn bị bài tập do giảng viên yêu cầu	
Tuần 5	Chương 3: Chiến lược thương hiệu (tiếp tục)	Thuyết giảng, Thảo luận tình huống	Nghe giảng, Thảo luận vấn đề	Đọc tài liệu chương 3,4 Chuẩn bị bài tập do giảng viên yêu cầu	
Tuần 6	Chương 4: Định vị thương hiệu	Thuyết giảng, Sơ đồ tư duy	Nghe giảng, thuyết trình chương, thảo luận nội dung thuyết trình	Đọc tài liệu chương 4,5 tìm kiếm thông tin về hệ thống nhận dạng thương hiệu, cho nhận định	Cá nhân, Nhóm
Tuần 7	Chương 5 Thiết kế hệ thống nhận diện thương hiệu	Thuyết giảng, trò chơi (nghe nhạc – hình ảnh đoán thương hiệu)	Nghe giảng, trả lời, thảo luận về hệ thống nhận diện thương hiệu	Đọc tài liệu chương 5, 6	Cá nhân, Nhóm
Tuần 8	Chương 6: Marketing tạo giá trị thương hiệu	Thuyết giảng, Thảo luận nhóm, (chuẩn bị cho tuần 8),	Nghe giảng, thuyết trình chương, thảo luận	Đọc tài liệu chương, thu thập thông tin thị trường, chuẩn bị cho đề tài thuyết trình kết thúc môn	Cá nhân, Nhóm

Tuần 9	Chương 7: Quản trị thương hiệu	Thuyết giảng, Nêu kết quả nghiên cứu của một công ty đề nghị thảo luận và phân tích số liệu	Nghe giảng, thảo luận và trình bày vấn đề	Đọc tài liệu chương, thu thập thông tin, thảo luận nhóm, xây dựng kế hoạch chuẩn bị cho đề tài thuyết trình kết thúc môn	Cá nhân, Nhóm
Tuần 10	Chương 6: Quản trị thương hiệu	Thuyết giảng, Semina Sơ đồ tư duy	Nghe giảng, báo cáo – phản biện trên lớp, Rút kinh nghiệm	Đọc tài liệu, Ôn tập	Cá nhân, Nhóm
Tuần 11	Hướng dẫn ôn tập		Đặt câu hỏi	Đọc tài liệu, Ôn tập	Cá nhân
Cộng	45				

11. Yêu cầu đối với sinh viên:

- Sinh viên dự lớp học trên lớp.
- Tham gia đầy đủ bài tập và báo cáo thuyết trình trên lớp.
- Tình huống thảo luận: thảo luận về các vấn đề do giảng viên và sinh viên khác đặt ra, thực hiện tại nhà và trên lớp
- Nghiên cứu: đọc thêm các tài liệu tham khảo.
- Không sử dụng điện thoại di động trong lớp. Sinh viên chỉ được sử dụng máy tính trong lớp học cho thuyết trình, thảo luận và các bài tập nhóm hoặc được giảng viên cho phép.

12. Các chỉ tiêu đánh giá kết quả học tập:

a. Chuyên cần: Giảng viên sẽ cho các bài tập điểm danh trong các buổi học

Điểm Tiêu chí	9-10	7-<9	5- <7	3 -<5	0<3
Có mặt trên lớp	Trên 7 buổi	5-6 buổi	4 buổi	3 buổi	Dưới 3 buổi

b. Thuyết trình theo nhóm

Điểm Tiêu chí	9-10	7-<9	5- <7	3 -<5	0<3
Hình thức trình bày bài thuyết trình (15%)	-Font chữ, màu sắc sáng rõ -Kết cấu nội dung trình bày logic -Kết hợp chữ, hình ảnh minh họa và thông tin thể hiện qua bảng – biểu đồ hợp lý	-Font chữ, màu sắc sáng rõ -Kết cấu nội dung trình bày logic -Kết hợp chữ, hình ảnh minh họa và thông tin thể hiện qua bảng – biểu đồ chưa hợp lý	Font chữ, màu sắc sáng rõ -Kết cấu nội dung trình bày chưa logic Kết hợp chữ, hình ảnh minh họa và thông tin thể hiện qua bảng – biểu đồ chưa nhiều	Font chữ, màu sắc không rõ -Kết cấu nội dung trình bày chưa logic Chưa có nhiều thông tin thể hiện qua bảng – biểu đồ	Không đạt yêu cầu
Nội dung bài thuyết trình (35%)	-Nêu rõ mục tiêu, giới hạn đề tài -Có thông tin, số liệu minh họa cập nhật -Có nhận định riêng của nhóm - Đề xuất kế hoạch	-Nêu rõ mục tiêu, giới hạn đề tài -Có thông tin, số liệu minh họa nhưng chưa cập nhật -Có nhận định riêng của nhóm nhưng chưa rõ, chưa đúng trọng tâm	-Nêu rõ mục tiêu, giới hạn đề tài -Có thông tin, số liệu minh họa nhưng chưa cập nhật -Chưa có nhận định riêng của nhóm	-Chưa rõ mục tiêu, giới hạn đề tài -Có thông tin, số liệu minh họa nhưng chưa cập nhật -Không có nhận định riêng của nhóm	-Không đạt tất cả yêu cầu
Hỗ trợ kỹ thuật (15%)	- Power point, phim, ảnh, mô hình,nhạc.. - Phối hợp tốt và ấn tượng các công cụ hỗ trợ	Power point, phim, ảnh, mô hình,nhạc.. - Phối hợp khá tốt các công cụ hỗ trợ	Power point, phim, ảnh - Phối hợp chưa tốt các công cụ hỗ trợ	Chỉ trình chiếu Power point	Không có bất kỳ các thiết bị hỗ trợ nào
Kỹ năng thuyết trình (25%)	-Trình bày rất thuyết phục (Rõ ràng, rành mạch, đi vào trọng tâm) -Phân bố thời gian và nội dung thuyết trình hợp lý -Có sự giao lưu và tương tác với lớp -Lắng nghe và trả lời câu hỏi	-Trình bày khá thuyết phục (Rõ ràng, rành mạch) - Phân bố thời gian và nội dung thuyết trình hợp lý -Có sự giao lưu và tương tác với lớp -Lắng nghe và trả lời câu hỏi	-Trình bày thuyết phục (đi vào trọng tâm nhưng chưa rõ) -Phân bố thời gian và nội dung thuyết trình chưa hợp lý -Có sự giao lưu và tương tác với lớp -Trả lời câu	-Trình bày không rõ ràng, rành mạch, chưa đi vào trọng tâm - Không phân bố thời gian và nội dung thuyết trình -Có sự giao lưu và tương tác với lớp -Không lắng nghe và trả lời	Không đạt tất cả yêu cầu

	thấu đáo -Phối hợp nhóm tốt	nhưng chưa thấu đáo -Phối hợp nhóm khá tốt	chưa hỏi thấu đáo -Phối hợp nhóm chưa tốt	câu hỏi sai và lắp lể -Phối hợp nhóm tốt	
Thời gian (10%)	Đúng thời gian	Quá thời gian gần 3 phút	Quá thời gian từ 3-5 phút	Quá thời gian gần 10 phút	Quá 10 phút

c. Thảo luận bài nhóm trên lớp

Điểm Tiêu chí	9-10	7-<9	5- <7	3 -<5	0<3
Phân vai (30%)	- Có phân công nhiệm vụ cụ thể cho các thành viên trong nhóm - Luân phiên đổi vai trong các buổi thảo luận nhóm	- Có phân công nhiệm vụ cụ thể cho các thành viên trong nhóm - Có luân phiên đổi vai trong các buổi thảo luận nhóm nhưng không thường xuyên	- Có phân công nhiệm vụ cụ thể cho các thành viên trong nhóm - Quá phụ thuộc vào một vài thành viên trong nhóm	- Phân công nhiệm vụ cho các thành viên trong nhóm chưa rõ ràng, - Vẫn còn SV trong nhóm không tham gia thảo luận	Không đạt được các yêu cầu
Phối hợp thảo luận (20%)	- Phân bố thời gian cho quá trình thảo luận rất hợp lý - Các thành viên làm tốt vai trò được phân công - Thảo luận, thống nhất vấn đề và nội dung thảo luận	- Phân bố thời gian cho quá trình thảo luận hợp lý - Các thành viên làm tốt vai trò được phân công nhưng chưa ổn định - Thảo luận, thống nhất vấn đề và nội dung thảo luận	- Phân bố thời gian cho quá trình thảo luận hợp lý - Chỉ một số thành viên làm tốt vai trò được phân công - Thảo luận chưa nhiều, thống nhất vấn đề và nội dung thảo luận	- Phân bố thời gian cho quá trình thảo luận chưa hợp lý - Các thành viên chưa làm tốt vai trò được phân công - Thảo luận chưa nhiều, chưa thống nhất vấn đề và nội dung thảo luận	Không đạt được các yêu cầu
Kết quả đạt được (50%)	- Trình bày rõ ràng, súc tích - Phân tích được vấn đề - Nhận định được vấn đề - Trả lời và trình bày xuất sắc vấn đề theo yêu cầu của giảng viên	- Trình bày rõ ràng - Phân tích được vấn đề - Nhận định được vấn đề - Trả lời và trình bày đủ vấn đề theo yêu cầu của giảng viên	- Trình bày chưa rõ ràng - Phân tích được vấn đề - Nhận định được vấn đề - Trả lời và trình bày sơ sài vấn đề theo yêu cầu của giảng viên	- Trình bày chưa logic - Phân tích được vấn đề - Nhận định được vấn đề - Chưa trả lời câu hỏi theo yêu cầu của giảng viên	Không đạt được các yêu cầu

d. Thi cuối kỳ: 60 phút

Dạng câu hỏi: tự luận

Điểm Tiêu chí		9-10	7-<9	5- <7	3 -<5	0<3
Nội dung bài làm		Trả lời đúng yêu cầu của câu hỏi, trình bày chi tiết vấn đề, cho ví dụ cụ thể, sáng tạo	Trả lời đúng yêu cầu của câu hỏi, trình bày chi tiết vấn đề, cho ví dụ cụ thể.	Trả lời đúng yêu cầu của câu hỏi, trình bày vấn đề chưa chi tiết.	Trả lời chưa đúng yêu cầu của câu hỏi	Không làm bài và hoặc trả lời sai hoàn toàn
Hình thức bài làm		Bài làm logic Viết rõ ràng.	Bài làm tương đối logic Viết rõ ràng.	Bài làm chưa logic lắm	Bài làm lộn xộn, viết không rõ ràng.	Bài làm lộn xộn, viết không rõ ràng.

Duyệt:

BAN GIÁM HIỆU

TRƯỞNG KHOA

TRƯỞNG BỘ MÔN