

TP. Hồ Chí Minh, Ngày tháng năm 2017

ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN ĐO LƯỜNG MARKETING

1. THÔNG TIN TỔNG QUÁT (GENERAL INFORMATION)

Bảng 1: Thông tin tổng quát về học phần

❖ Tên học phần:	
Tiếng Việt:	Đo lường trong Marketing
Tiếng Anh:	Marketing Metrics
❖ Mã số học phần:	010680
❖ Thời điểm tiến hành:	
❖ Loại học phần:	
☒ Bắt buộc ☐ Tự chọn	
❖ Thuộc khối kiến thức/kỹ năng: ☐ Kiến thức đại cương ☐ Kiến thức cơ bản ☒ Kiến thức chuyên ngành ☐ Học phần chuyên về kỹ năng chung	☐ Kiến thức cơ sở ngành ☐ Kiến thức khác ☐ Học phần khóa luận/luận văn tốt nghiệp
❖ Số tín chỉ:	
Số tiết lý thuyết/số buổi:	15/3
Số tiết thực hành/số buổi:	30/8
Số tiết tự học:	90
❖ Điều kiện tham dự học phần:	
Học phần tiên quyết:	Quản trị marketing, Hành vi người tiêu dùng, Nghiên cứu Marketing
Học phần song hành:	
Điều kiện khác:	
❖ Giảng viên phụ trách:	
Khoa/Bộ môn:	Marketing/Marketing Chuyên ngành
Email:	
Điện thoại:	

2. MÔ TẢ HỌC PHẦN (COURSE DESCRIPTIONS)

Học phần Đo lường Marketing thuộc khối kiến thức marketing cơ sở, cung cấp kiến thức & nguyên tắc nền tảng để lượng hóa và đo lường các hoạt động marketing. Học phần này là cơ sở để người học tiếp cận kiến thức chuyên ngành theo định hướng lượng hóa hiệu quả hoạt động marketing.

3. MỤC TIÊU HỌC PHẦN (COURSE GOALS)

Sinh viên/học viên học xong học phần này có kiến thức, phẩm chất, kỹ năng, và năng lực:

Bảng 2: Mục tiêu của học phần

Mục tiêu (Gx)	Mô tả mục tiêu	CĐR của CTĐT	TĐNL [4]
G1	Giới thiệu tổng quan về đo lường marketing	K5	II
G2	Cung cấp sự hiểu biết về nguyên tắc, quy trình đo lường marketing	K6, K7	III
G3	Cung cấp công cụ để sinh viên có thể thực hiện đo lường marketing	K6	III, IV
G4	Trang bị cho sinh viên khả năng đánh giá, phân tích và tổng hợp kết quả đo lường	K7, K8	V, VI

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

(Mô tả các chủ đề CĐR cấp độ 2 của học phần và mức độ giảng dạy I, T, U)

Bảng 3: Chuẩn đầu ra của học phần

Chuẩn đầu ra (LO)	Mô tả chuẩn đầu ra	Chỉ định I, T, U
LO1.1	Biết được hoạt động, tầm quan trọng của hoạt động đo lường marketing	I
LO1.2	Giải thích được hoạt động đo lường & các cấp độ đo lường marketing	T
LO1.3	Giải thích được qui trình và các bước thực hiện cụ thể trong qui trình đo lường marketing.	T
LO1.4	Hoạch định hoạt động đo lường marketing	U
LO1.5	Phân tích, tổng hợp, đo lường, đánh giá được hoạt động đo lường để có thể đề xuất các giải pháp phù hợp	T, U
LO2.1	Thực hiện được kế hoạch đo lường marketing từ hoạch định, triển khai phân tích, đánh giá và đề xuất	T, U
LO2.2	Phát triển được năng lực tư duy, tính toán, đo lường hiệu quả	T, U
LO2.3	Phát triển được kỹ năng làm việc độc lập, làm việc nhóm, kỹ năng tính toán, phân tích và tổng hợp, đánh giá trong đo lường marketing	T, U
LO3.1	Vận dụng nhuần nhuyễn được các kỹ năng mềm như làm việc nhóm, thuyết trình, kỹ năng giải quyết vấn đề và khám phá, phát triển bản thân	U
LO3.2	Nhận thức được trách nhiệm cá nhân, đạo đức nghề nghiệp trong công việc	U
LO3.3	Phát triển được thái độ tích cực, phát triển bản thân thông qua quá trình học tập & thực hành	T, U

5. NỘI DUNG CHI TIẾT HỌC PHẦN (COURSE OUTLINE):

5.1. Kế hoạch giảng dạy (Lesson plan)

Bảng 4: Kế hoạch giảng dạy (Lesson plan)

Thời gian	Nội dung	Hình thức tổ chức dạy – học			CĐR học	Bài đánh
		Giờ lên lớp	Thực	Yêu cầu		

					hành	SV chuẩn bị trước	phần	giá
		Lý thuyết	Bài tập	Thảo luận				
Buổi 1	Chương 1: Tổng quan về Đo lường Marketing (Overview of marketing metrics) 1.1 Khái quát về đo lường Marketing (<i>Introduction of marketing metrics</i>) 1.2 Vai trò, chức năng của hoạt động đo lường Marketing (<i>Roles & Functions of marketing metrics</i>) 1.3 Xu hướng phát triển của hoạt động đo lường (<i>Trends in Marketing measurements</i>) Chương 2: Xây dựng hệ thống đo lường marketing (Developing a marketing metrics system) 2.1 Thông tin mô tả khách hàng (<i>Customers' profile</i>) 2.2 Thông tin về hoạt động marketing (<i>Marketing performance</i>) 2.3 Thông tin về môi trường (<i>Macro and micro environment</i>) 2.4 Nguyên tắc và quy trình đo lường marketing (<i>Marketing metric process</i>) Chương 3: Dự báo thị trường và doanh thu (Market and Sales Forecast) 3.1 Đo lường quy mô thị trường (<i>Market Projection</i>) 3.2 Đo lường mức độ thâm nhập thị trường (<i>Market Penetration</i>)	3	0,5	0,5			LO1.1 LO1.2	A1.2
Buổi 2	Chương 4: Đo lường marketing thông qua các công cụ phi tài chính (Non-financial metrics) 4.1 Đo lường chiến lược sản phẩm (<i>Product & portfolio management</i>) - Đo lường một sản phẩm (<i>product management</i>) - Đo lường tập hợp sản phẩm (<i>product portfolio management</i>) 4.2 Đo lường chiến lược giá (<i>Pricing Strategy</i>) - Đánh giá khả năng sinh lợi của sản phẩm (<i>product profitability</i>) - Đánh giá mức độ cạnh tranh về giá (<i>price competitiveness</i>)	3	0,5	0,5			LO1.3 LO1.4 LO2.1 LO3.2	A1.2 A1.3 A2.1

Buổi 3	Chương 4: Đo lường marketing thông qua các công cụ phi tài chính (Non-financial metrics) 4.3 Đo lường chiến lược phân phối (<i>Chanel & Retail management</i>) - Đánh giá hiệu quả của hệ thống phân phối (<i>Channel management</i>) - Đánh giá hiệu quả của cửa hàng bán lẻ (<i>Retail management</i>) 4.4 Đo lường chiến lược truyền thông marketing (<i>Marketing Communcation metrics</i>) - Đánh giá hiệu quả các công cụ và phương tiện truyền thông (<i>Marketing media metrics</i>) - Đánh giá hiệu quả truyền thông điện tử (<i>Digital marketing metrics</i>)	3	0,5	0,5			LO1.5 LO2.2 LO2.3	A1.2 A1.3 A1.4 A1.5 A2.1 A2.2
Buổi 4	Chương 5: Đo lường marketing thông qua các công cụ tài chính (Financial metrics) 5.1 Chi phí, giá cả, doanh thu và lợi nhuận (<i>Cost, Price, Revenue and Profit</i>) 5.2 Các hệ số hoàn vốn (<i>Key financial indexes</i>)	2	0,5	0,5			LO1.5 LO2.2 LO2.3 LO3.1	A1.2 A1.3 A1.4 A1.5 A2.1 A2.2
Buổi 5-12	- Thực hành tại phòng máy				4		LO1.4 LO1.5 LO2.1 LO2.2 LO2.3 LO3.1	A1.2 A1.3 A1.4 A1.5 A2.1 A2.2
Buổi 12	- Thực hành tại phòng máy - Báo cáo kết quả				2		LO1.4 LO1.5 LO2.2 LO3.3	A1.2 A1.5 A2.1 A2.2
Cộng		11 Giờ	2,0 Giờ	2,0 Giờ	30 Giờ			

5.2. Nội dung phần tự học:

- Hoạt động nhóm: Mỗi nhóm sẽ phải áp dụng những kiến thức đã học, lập kế hoạch và triển khai hoạt động đo lường hiệu quả marketing của một thương hiệu, sản phẩm trên thị trường.
- Hoạt động cá nhân: Mỗi học viên sẽ tham gia hoạt động chung của nhóm và hoàn thành công việc được phân công.

6. NGUỒN HỌC LIỆU (LEARNING RESOURCES: COURSE BOOKS, REFERENCE BOOKS, AND SOFTWARES)

(các giáo trình, tài liệu tham khảo, các phần mềm, liệt kê 5 loại tài liệu)

Bài giảng

- Paul W. Farris & Neil T. Bendle & Phillip E. Pfeifer & David J. Reibstein, Marketing Metrics: The Definitive Guide to Measuring Marketing Performance (2nd edition), The Pearson Education Inc, 2010

Tài liệu tham khảo

- Trần Nhật Minh, Bài giảng Đo lường Marketing lưu hành nội bộ (word).
- John Davis, Đo lường Tiếp thị, NXB Tổng hợp Tp. HCM, 2007.

7. PHƯƠNG PHÁP GIẢNG DẠY (TEACHING TECHNIQUES)

- Học phần phát triển sản phẩm mới được giảng dạy với sự kết hợp các phương pháp thuyết giảng, nêu vấn đề, mind map, thuyết trình, bài tập, 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 theo nhóm để cùng giải quyết vấn đề và hoàn thành các bài tập được giao.
- Học phần này được thiết kế để sinh viên có thể phát triển kiến thức về thị trường và đo lường hiệu quả hoạt động marketing. Sinh viên phải đạt được khả năng hiểu biết về nguyên tắc, áp dụng công cụ, phân tích và đánh giá kết quả đo lường một cách căn bản. Sinh viên cần phải tiếp thu được các nguyên tắc để xác định yêu cầu cơ bản cho hoạt động đo lường cũng như việc áp dụng những kiến thức để xây dựng quy trình đo lường hiệu quả marketing cho doanh nghiệp.
- Học phần này áp dụng hình thức bài tập lớn theo nhóm để sinh viên cùng thực hiện và trình bày trước lớp.

8. ĐÁNH GIÁ KẾT QUẢ HỌC TẬP (COURSE ASSESSMENT)

(các thành phần, các bài đánh giá, nội dung đánh giá thể hiện sự tương quan với các chuẩn đầu ra của học phần, số lần đánh giá, tiêu chí đánh giá, tỷ lệ % trọng số điểm)

Bảng 5: Chi tiết đánh giá kết quả học tập

Thành phần đánh giá [1]	Bài đánh giá/thời gian (Ax.x) [2]	Nội dung đánh giá [3]	CĐR học phần (LO.x.x) [4]	Số lần đánh giá/thời điểm [5]	Tiêu chí đánh giá[6]	Tỷ lệ (%) [7]
A1. Đánh giá quá trình	A 1.1	Kỹ năng mềm, năng lực tự chủ	LO3.1 LO3.2	11 lần/ trong suốt các buổi học	Sự tham dự lớp/chuyên cần	5
	A 1.2	Thái độ học tập/chuyên cần	LO3.2 LO3.3	11 lần/ trong suốt các buổi học	Thái độ tích cực, có trách nhiệm	5
	A 1.3	Bài tập trên lớp	LO1.1 LO1.2 LO1.3 LO2.2	10 lần/ trong suốt các buổi học	Hiểu bài, giải thích được	5

	A 1.4	Tiến độ thực hiện bài tập nhóm	LO1.2 LO1.3 LO1.4 LO2.1 LO2.3 LO3.2 LO3.3	7 lần/giao từ buổi học đầu, đánh giá trong các buổi học	Hoàn thành tiến độ thực hiện bài tập hàng tuần	5
	A 1.5	Bài tập nhóm thuyết trình	LO1.4 LO1.5 LO2.1 LO2.2 LO2.3 LO3.1	1 lần/giao từ buổi học đầu, thuyết trình từ buổi học thứ 4 trở đi	Nội dung, hình thức, kỹ năng thuyết trình, phối hợp nhóm	20
A2. Đánh giá kết thúc học phần	A 2.1	Tự luận (Tính toán)	LO1.2 LO1.3 LO2.2	1 lần/thi kết thúc học phần	Hiểu, giải thích được, đánh giá được	20
	A 2.2	Tự luận (Phân tích, đánh giá)	LO1.4 LO1.5 LO2.1	1 lần/thi kết thúc học phần	Áp dụng, phân tích, đánh giá, sáng tạo	40

TRƯỞNG KHOA

GIẢNG VIÊN

BẢNG 6: CHI TIẾT ĐÁNH GIÁ BÀI TẬP NHÓM – THUYẾT TRÌNH

Tiêu chí Trọng số	CHI TIẾT ĐÁNH GIÁ (ĐIỂM)					Learning outcome
	Kém (0 - < 5)	Trung bình (5 - < 7)	Khá (7 - < 8)	Giỏi (8 - < 9)	Xuất sắc (9 – 10)	
Hoạch định được kế hoạch đo lường marketing <i>Hoạch định</i> (20%)	- Kế hoạch thực hiện sơ sài, đặt vấn đề rời rạc. - Không áp dụng được hoặc rất ít kiến thức - Không có sự hiểu biết về kiến thức liên quan cho bài tập.	- Kế hoạch thực hiện, đặt vấn đề tương đối đầy đủ. - Việc sử dụng kiến thức, kỹ năng là rõ ràng nhưng có giới hạn. - Có sự hiểu biết kiến thức liên quan nhưng còn đơn giản	- Kế hoạch thực thi khá đầy đủ, đặt vấn đề tương đối tốt. - Áp dụng các kiến thức đánh giá môi trường, thị trường tương đối tốt. - Sử dụng các kiến thức liên quan, hiểu biết tổng quát là rõ ràng nhưng ít mở rộng.	- Kế hoạch thực thi đầy đủ, đặt vấn đề khá tốt - Áp dụng các kiến thức đánh giá môi trường, thị trường, và nội bộ khá tốt. - Chứng tỏ một sự mở rộng khá tốt kiến thức và kỹ năng.	- Kế hoạch thực thi, đặt vấn đề rất tốt. - Áp dụng kiến thức, kỹ năng đánh giá môi trường, thị trường, đối thủ và nội bộ tốt. - Chứng tỏ một sự mở rộng kiến thức và kỹ năng cao.	LO1.4 LO1.5
Kết quả tính toán, phân tích - <i>Giải quyết vấn đề đặt ra</i> (30%)	- Kết quả tính toán sai - Không hoặc chỉ phân tích kết quả được rất ít - Chưa trả lời được đầy đủ các câu hỏi phản biện và chất vấn của các nhóm khác.	- Kết quả tính toán đúng - Phân tích kết quả ở mức trung bình. - Trả lời các câu hỏi chất vấn ở mức bình thường.	- Kết quả tính toán đúng - Có sự phân tích, đánh giá tổng hợp tương đối tốt - Trả lời tương đối tốt các câu hỏi phản biện và chất vấn.	- Kết quả tính toán đúng - Có sự phân tích, đánh giá tổng hợp khá tốt - Trả lời khá tốt các câu hỏi phản biện và chất vấn.	- Kết quả tính toán đúng - Có sự phân tích, đánh giá tổng hợp rất tốt - Trả lời tốt các câu hỏi phản biện và chất vấn.	LO1.4 LO1.5 LO2.1 LO2.2 LO2.3
Phối hợp nhóm trong thực hiện bài và thuyết trình (20%)	- Sự phân công, phối hợp giữa các thành viên nhóm không tốt. - Sự phối hợp giữa các thành viên nhóm không tốt. - Sự tương tác khá giữa các thành viên nhóm với nhau và với lớp kém.	- Sự phân công, phối hợp giữa các thành viên nhóm chưa rõ ràng. - Sự phối hợp giữa các thành viên nhóm bình thường. - Sự tương tác khá giữa các thành viên nhóm với nhau và với lớp bình thường.	- Có sự phân công, phối hợp tương đối rõ ràng giữa các thành viên nhóm. - Có sự phối hợp khá giữa các thành viên nhóm. - Có sự tương tác khá giữa các thành viên nhóm với nhau và với lớp.	- Có sự phân công và phối hợp rõ ràng giữa các thành viên nhóm. - Có sự phối hợp tốt giữa các thành viên nhóm. - Có sự tương tác tốt giữa các thành viên nhóm với nhau và với lớp.	- Có sự phân công và phối hợp rất rõ ràng giữa các thành viên nhóm. - Có sự phối hợp rất tốt giữa các thành viên nhóm. - Có sự tương tác rất tốt giữa các thành viên nhóm với nhau và với lớp.	LO3.1 LO3.2
Kết cấu và	Kết cấu thiếu chặt chẽ.	Kết cấu không chặt.	Kết cấu tương đối chặt.	Kết cấu khá chặt chẽ.	Kết cấu rõ ràng, chặt	LO2.1

bố cục của bài word & Powerpoint (10%)	- Bố cục chưa hợp lý. - Thiếu sự liên kết. - Thiếu tính logic.	- Bố cục bình thường. - Sự liên kết không chặt chẽ.	- Bố cục hợp lý. - Sự liên kết chưa tốt. - Tính logic chưa cao.	- Bố cục hợp lý. - Có sự liên kết tốt. - Tính logic tương đối cao.	- chẽ. - Bố cục hợp lý. - Có sự liên kết tốt. - Có tính logic cao.	LO2.2
Hình Thức – (10%)	- Chưa theo đúng qui định và sai lỗi nhiều. - Thiếu sáng tạo. - Không có tính thẩm mỹ. - Trình bày kém thuyết phục.	- Theo đúng qui định và sai lỗi khá nhiều. - Không có sự kết hợp giữa phần chữ, hình ảnh và video. - Không có tính thẩm mỹ. - Trình bày một cách bình thường.	- Theo đúng qui định và sai lỗi tương đối ít. - Sự kết hợp không tốt giữa phần chữ, hình ảnh cũng như video. - Tính thẩm mỹ không cao. - Trình bày một cách tương đối thuyết phục.	- Theo đúng qui định và ít sai lỗi. - Kết hợp chữ, hình ảnh, đồ thị trong trình bày. - Không kết hợp đủ phần chữ, hình ảnh, video trong trình bày powerpoint. - Tính thẩm mỹ không cao. - Trình bày khá thuyết phục.	- Theo đúng qui định và sai lỗi không đáng kể. - Kết hợp chữ, hình ảnh, đồ thị trong trình bày. - Có sự kết hợp chữ, hình ảnh, video trong trình bày powerpoint. - Có tính thẩm mỹ cao. - Trình bày rất thuyết phục.	LO3.1
Chứng cứ tài liệu, mức độ tin cậy (5%)	- Dữ liệu không đầy đủ, các đề xuất thiếu tính thuyết phục. - Các dữ liệu có nguồn không đầy đủ và thời gian chính xác, độ tin cậy không cao.	- Dữ liệu còn hạn chế làm cơ sở cho các đề xuất. - Các dữ liệu có nguồn không đầy đủ và thời gian chính xác, độ tin cậy không cao.	- Dữ liệu tương đối đầy đủ làm cơ sở cho các đề xuất. - Các dữ liệu có nguồn và thời gian chính xác.	- Có đầy đủ dữ liệu làm cơ sở cho phân tích, đánh giá và các đề xuất. - Các dữ liệu có nguồn và thời gian chính xác, độ tin cậy cao.	- Có đầy đủ dữ liệu làm cơ sở cho phân tích, đánh giá và các đề xuất. - Các dữ liệu có nguồn và thời gian chính xác, mức độ tin cậy cao.	LO2.1
Thời gian nộp bài (5%)	Chậm hơn 36h so với qui định.	Chậm hơn 24h so với qui định.	Chậm hơn 12h so với qui định.	Chậm hơn 6h so với qui định.	Đúng qui định.	LO3.2 LO3.3

BẢNG 7: CHI TIẾT ĐÁNH GIÁ BÀI TẬP CÁ NHÂN

Tiêu chí Trọng số	CHI TIẾT ĐÁNH GIÁ (ĐIỂM)					Learning out come
	Kém (0 - < 5)	Trung bình (5 - < 7)	Khá (7 - < 8)	Giỏi (8 - < 9)	Xuất sắc (9 – 10)	
Bài tập trên lớp	- Không tính toán được - Không phân tích, đánh	- Tính toán đúng - Phân tích, đánh giá	- Tính toán đúng - Phân tích, đánh giá	- Tính toán đúng - Phân tích, đánh giá	- Tính toán đúng - Phân tích, đánh giá	LO2.1 LO2.2

(30%)	giá được kết quả	được ở mức độ đơn lẻ Không phân tích, đánh giá tổng hợp được	được ở mức độ đơn lẻ khá tốt Có phân tích, đánh giá tổng hợp nhưng rời rạc, đơn giản	được ở mức độ đơn lẻ tốt Có phân tích, đánh giá tổng hợp tương đối tốt	được ở mức độ đơn lẻ tốt Có phân tích, đánh giá tổng hợp rất tốt	
Tham gia bài tập nhóm – Kiến thức cá nhân (20%)	- Không hoạch định được công việc cá nhân trong nhóm - Không tính toán đúng - Không phân tích, đánh giá được	- Hoạch định được công việc cá nhân trong nhóm - Tính toán đúng - Phân tích, đánh giá được trong phần việc của mình nhưng ở mức rời rạc	- Hoạch định được công việc cá nhân trong nhóm - Tính toán đúng - Phân tích, đánh giá được trong phần việc của mình ở mức khá tốt	- Hoạch định được công việc cá nhân trong nhóm - Tính toán đúng - Phân tích, đánh giá được trong phần việc của mình ở mức khá tốt	- Hoạch định được công việc cá nhân trong nhóm - Tính toán đúng - Phân tích, đánh giá được trong phần việc của mình rất tốt	LO2.1 LO2.2
Tham gia bài tập nhóm – Kiến thức tổng hợp (30%)	- Không hoạch định được công việc cá nhân theo tiến độ công việc của cả nhóm - Không liên hệ được với các nội dung phân tích khác của nhóm	- Hoạch định được công việc cá nhân theo tiến độ công việc của cả nhóm - Không liên hệ được với các nội dung phân tích khác của nhóm.	- Hoạch định được công việc cá nhân theo tiến độ công việc của cả nhóm - Có liên hệ được với các nội dung phân tích khác của nhóm.	- Hoạch định được công việc cá nhân theo tiến độ công việc của cả nhóm - Có liên hệ được tốt với các nội dung phân tích khác của nhóm.	- Hoạch định được công việc cá nhân theo tiến độ công việc của cả nhóm - Có liên hệ được rất tốt với các nội dung phân tích khác của nhóm.	LO2.1 LO2.2 LO3.2 LO3.3
Tham gia bài tập nhóm – Thái độ (20%)	- Không tham gia hoạt động nhóm - Không cùng nhóm giải quyết vấn đề - Không hoàn thành công việc được giao	- Tham gia hoạt động nhóm nhưng không đầy đủ - Tham gia giải quyết vấn đề của nhóm ở mức bình thường - Hoàn thành công việc được giao đôi khi không đúng hạn	- Tham gia hoạt động nhóm đầy đủ - Tương đối tích cực tham gia giải quyết vấn đề của nhóm - Hoàn thành công việc được giao đúng hạn	- Tham gia hoạt động nhóm đầy đủ - Tích cực tham gia giải quyết vấn đề của nhóm - Hoàn thành công việc được giao đúng hạn	- Tham gia hoạt động nhóm đầy đủ - Rất tích cực tham gia giải quyết vấn đề của nhóm - Hoàn thành công việc được giao đúng hạn	LO3.2 LO3.3

BẢNG 8: CHI TIẾT ĐÁNH GIÁ BÀI THI KẾT THÚC HỌC PHẦN

Tiêu chí Trọng số	CHI TIẾT ĐÁNH GIÁ (ĐIỂM)					Learning out come
	Kém (0 - < 5)	Trung bình (5 - < 7)	Khá (7 - < 8)	Giỏi (8 - < 9)	Xuất sắc (9 – 10)	

Đáp ứng yêu cầu nội dung về kiến thức, kỹ năng và thái độ (90%)	- Chưa hoàn thành hết các câu hỏi đặt ra. - Mức độ đáp ứng yêu cầu đặt ra chưa tốt. - Không phân tích, đánh giá được hoặc đơn giản	- Hoàn thành được trên 50% yêu cầu đặt ra. - Trả lời đúng kết quả, sai sót không nhiều. - Phân tích, đánh giá được nhưng rời rạc - Không hoặc phân tích tổng hợp được ít	- Hoàn thành gần hết các câu hỏi đặt ra. - Trả lời khá tốt yêu cầu đặt ra. - Phân tích, đánh giá được tương đối tốt - Phân tích tổng hợp được nhưng đơn giản	- Hoàn thành hết các câu hỏi đặt ra. - Phân tích, đánh giá tốt - Phân tích tổng hợp khá tốt	- Hoàn thành hết các câu hỏi đặt ra. - Phân tích, đánh giá tốt - Phân tích tổng hợp tốt	LO1.1 LO1.2 LO1.3 LO1.4 LO1.5 LO2.1
Hình thức trình bày (10%)	- Không trình bày theo yêu cầu. - Rất khó đọc. - Không đẹp mắt.	- Trình bày theo yêu cầu nhưng không logic - Không dễ đọc. - Không đẹp mắt.	- Trình bày logic. - Khá dễ đọc. - Bình thường.	- Trình bày logic. - Dễ đọc. - Khá đẹp mắt.	- Trình bày logic. - Dễ đọc. - Đẹp mắt.	LO3.2 LO3.3