

TP. Hồ Chí Minh, Ngày 25 tháng 07 năm 2017

**ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN  
MARKETING CHIẾN LƯỢC  
(Chương trình đại trà)**

**1. THÔNG TIN TỔNG QUÁT (GENERAL INFORMATION)**

**Bảng 1: Thông tin tổng quát về học phần**

❖ Tên học phần:	
Tiếng Việt:	Marketing chiến lược
Tiếng Anh:	Strategic Marketing
❖ Mã số học phần:	010733
❖ Thời điểm tiến hành:	
❖ Loại học phần:	
<input checked="" type="checkbox"/> Bắt buộc	
<input type="checkbox"/> Tự chọn	
❖ Thuộc khối kiến thức/kỹ năng:	
<input type="checkbox"/> Kiến thức đại cương	
<input type="checkbox"/> Kiến thức cơ bản	<input type="checkbox"/> Kiến thức cơ sở ngành
<input checked="" type="checkbox"/> Kiến thức chuyên ngành	<input type="checkbox"/> Kiến thức khác
<input type="checkbox"/> Học phần chuyên về kỹ năng chung	<input type="checkbox"/> Học phần khóa luận/luận văn tốt nghiệp
❖ Số tín chỉ:	
Số tiết lý thuyết/số buổi:	45/11
Số tiết thực hành/số buổi:	
Số tiết tự học:	90
❖ Điều kiện tham dự học phần:	
Học phần tiên quyết:	Quản trị marketing, Hành vi người tiêu dùng
Học phần song hành:	
Điều kiện khác:	
❖ Giảng viên phụ trách:	TS. Nguyễn Xuân Trường
Khoa/Bộ môn:	Marketing/Marketing chuyên ngành
Email:	ts.truong@gmail.com
Điện thoại:	0913 905 997

**2. MÔ TẢ HỌC PHẦN (COURSE DESCRIPTIONS)**

Học phần marketing chiến lược cung cấp cho sinh viên những kiến thức và kinh nghiệm nền tảng trong việc tạo ra các chiến lược định hướng thị trường và cho sự thành công trong tương lai của doanh nghiệp/tổ chức. Một trọng tâm là phân tích thị trường, phát hiện và phát triển một năng lực cạnh tranh độc đáo cho doanh nghiệp thông qua chiến lược marketing, tạo nên lợi thế cạnh tranh bền

vững. Sinh viên được cung cấp nhiều cơ hội để phát triển và thực hành sáng tạo giải quyết vấn đề và kỹ năng ra quyết định để mô phỏng các yêu cầu của môi trường thị trường phức tạp ngày nay.

### 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**

Ký hiệu mục tiêu	Mô tả mục tiêu	Chuẩn đầu ra của CTĐT	Trình độ năng lực
G1	Trang bị cho sinh viên các nguyên tắc cơ bản của marketing chiến lược, hoạch định và triển khai thực thi marketing chiến lược.	K5	II
G2	Giúp sinh viên nắm được Marketing chiến lược định hướng thị trường; Marketing mối quan hệ và quản trị mối quan hệ khách hàng.	K5, K6, K7	III
G3	Sinh viên có khả năng Thiết kế chiến lược định hướng thị trường; Thị trường, phân khúc, giá trị khách hàng và định vị.	K6, K7, K8, A3	III, IV
G4	Sinh viên phát triển được chương trình định hướng thị trường: Thương hiệu, sản phẩm, giá, chuỗi giá trị và truyền thông marketing tích hợp;	K7, K8, S1, S3, A1	IV, V
G5	Sinh viên có thể Thực thi và quản trị các chiến lược marketing định hướng thị trường.	K7, K8, S1, S3, A1	V, VI

*Ghi chú: Trình độ năng lực theo thang Bloom: có biết qua/có nghe qua – 0.0-2.0 (I); có hiểu biết/có thể tham gia – 2.0-3.0 (II); có khả năng ứng dụng – 3.0-3.5 (III); có khả năng phân tích – 3.5-4.0 (IV); có khả năng tổng hợp – 4.0-4.5 (V); có khả năng đánh giá và sáng tạo – 4.5-5.0 (VI).*

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

**Bảng 3: Chuẩn đầu ra của học phần**

Chuẩn đầu ra (LO)	Mô tả chuẩn đầu ra	Chỉ định I, T, U
LO1.1	Mô tả, giải thích được chiến lược marketing, vai trò của nó đối với các doanh nghiệp và những thách thức trong việc hoạch định, thực thi chiến lược marketing đối với các doanh nghiệp trong giai đoạn hiện nay.	I
LO1.2	Phân tích, đánh giá được các yếu tố ảnh hưởng đến chiến lược marketing, nhấn mạnh đặc biệt đến các yếu tố kinh tế, văn hóa, xã hội, chính trị, pháp lý, cạnh tranh, định chế, khách hàng, đối thủ cũng như các rào cản đối với việc thâm nhập và mở rộng thị trường của doanh nghiệp.	T
LO1.3	Áp dụng được các nguyên tắc, mô hình, công cụ và qui trình để hoạch định và thực thi được chiến lược marketing cho doanh nghiệp.	T
LO1.4	Phân tích, đo lường, đánh giá được chiến lược marketing của một doanh nghiệp trong môi trường cạnh tranh toàn cầu hiện nay.	T, U
LO2.1	Phát triển các kỹ năng để có thể xây dựng một cách thành thạo được một chiến lược marketing từ nghiên cứu thị trường, phân khúc thị trường, lựa chọn thị trường mục tiêu, xác định phân khúc khách hàng mục tiêu, định vị đến sản phẩm, giá cả, bán hàng, phân phối, logistic và truyền thông.	T, U

LO2.2	Đạt được kỹ năng cần thiết cho một vị trí marketing có tầm chiến lược trong doanh nghiệp.	T, U
LO2.3	Phát triển được khả năng tự học hỏi để phát triển bản thân trong công việc hoặc tiếp tục học sau đại học.	T, U
LO3.1	Phát triển thái độ tích cực và học tập chủ động thông qua các hình thức tương tác trong quá trình học hỏi, thảo luận, thi đua trong các nhóm và các cá nhân của học phần này.	U
LO3.2	Nhận thức được tinh thần trách nhiệm, đạo đức nghề nghiệp thông qua tinh thần tích cực dần thân, trung thực, sáng tạo và phát triển bản thân.	U

**Ghi chú:** Chỉ định mức độ giảng dạy – I (Introduce): giới thiệu; T (Teach): Dạy; U (Utilize): Sử dụng.

## 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					Yêu cầu SV chuẩn bị trước	CDR học phần	Bài đánh giá
		Giờ lên lớp			Thực hành				
		Lý thuyết	Bài tập	Thảo luận					
Buổi 1	<b>Ch.1: Sự cấp thiết của chiến lược marketing định thị trường</b> 1.1. Chiến lược định hướng thị trường. 1.2. Doanh nghiệp, kinh doanh và chiến lược marketing. 1.3. Các hoạt động và quyết định marketing chính. 1.4. Thách thức của chiến lược marketing trong thời đại mới.	2	1	1			LO1.1	A1.2 A2.1	
Buổi 2	<b>Ch.2: Hoạch định chiến lược marketing</b> 2.1. Chiến lược doanh nghiệp. 2.2. Chiến lược kinh doanh và chiến lược marketing. 2.3. Chiến lược marketing và các chiến lược chức năng khác trong doanh nghiệp.	2	1	1			LO1.2 LO2.1	A1.2 A1.5 A2.1	
Buổi 3	<b>Ch.2: Hoạch định chiến lược marketing (tt)</b> 2.4. Qui trình hoạch định chiến lược marketing. 2.5. Hoạch định kế hoạch marketing.	2	1	1			LO1.2 LO2.1	A1.2 A1.5 A2.1	
Buổi 4	<b>Ch.3: Đạo đức marketing và trách nhiệm xã hội trong hoạch định chiến lược</b> 3.1. Vai trò của đạo đức và trách nhiệm xã hội trong chiến lược marketing. 3.2. Hành vi không phù hợp trong	2	1	1			LO1.3 LO2.2	A1.2 A1.3 A1.5 A2.1	

	<p>marketing.</p> <p>3.3. Yếu tố quyết định của tổ chức về đạo đức Marketing và trách nhiệm Xã hội.</p> <p>3.4. Các bên liên quan, định hướng thị trường và thực thi marketing.</p> <p>3.5. Đạo đức và trách nhiệm xã hội kết hợp vào hoạch định chiến lược.</p>							
Buổi 5	<p><b>Ch.4: Thị trường và không gian cạnh tranh</b></p> <p>4.1. Hiểu được thị trường và Chiến lược.</p> <p>4.2. Nắm vững phạm vi và cơ cấu thị trường sản phẩm.</p> <p>4.3. Mô tả và phân tích được người dùng cuối cùng.</p> <p>4.4. Có khả năng phân tích sự cạnh tranh.</p> <p>4.5. Phát triển một tầm nhìn chiến lược về tương lai.</p> <p>4.6. Có khả năng ước lượng được qui mô thị trường.</p>	2	1	1			LO1.3 LO2.2	A1.2 A1.3 A1.5 A2.1
Buổi 6	<p><b>Ch.5: Chiến lược phân khúc thị trường, chọn thị trường mục tiêu, định vị</b></p> <p>5.1. Hành vi người tiêu dùng trong TT.</p> <p>5.2. Các cấp độ và dạng phân khúc thị T..</p> <p>5.3. Phân khúc &amp; C.lược định hướng TT.</p> <p>5.4. Các hoạt động và quyết định trong phân khúc thị trường.</p> <p>5.5. Xác định thị trường để phân khúc.</p> <p>5.6. Xác định phân khúc thị trường, Định dạng các phân khúc.</p> <p>5.7. Các chiến lược sàng lọc phân khúc, Lựa chọn phân khúc.</p> <p>5.8. Chiến lược lựa chọn thị trường mục T.</p> <p>5.9. Chiến lược định vị.</p> <p>5.10. Xác định hiệu quả định vị.</p>	2	1	1			LO1.3 LO2.3	A1.2 A1.5 A2.1
Buổi 7	<p><b>Ch.6: Chiến lược mối quan hệ khách hàng và quản trị mối quan hệ khách hàng</b></p> <p>6.1. Vai trò của quản trị mối quan hệ KH.</p> <p>6.2. Phát triển chiến lược CRM.</p> <p>6.3. Qui trình sáng tạo giá trị.</p> <p>6.4. CRM và chiến lược marketing.</p> <p>6.5. Các cơ sở lý luận cho mối quan hệ của các tổ chức đa quốc gia.</p> <p>6.6. Các dạng mối quan hệ của tổ chức.</p> <p>6.7. Quản trị mối quan hệ của các tổ chức đa quốc gia.</p> <p>6.8. Mối quan hệ toàn cầu của các tổ chức.</p>	2	1	1			LO1.3 LO2.2 LO3.1 LO3.2	A1.2 A1.5 A2.1
Buổi 8	<p><b>Ch.7: Chiến lược đổi mới, phát triển sản phẩm và chiến lược thương hiệu</b></p>	2	1	1			LO1.3 LO2.2	A1.2 A1.5

	7.1. Đổi mới như qui trình định hướng TT. 7.2. Kế hoạch phát triển sản phẩm mới. 7.3. Sản phẩm & qui trình phát triển sản phẩm mới. 7.4. Chiến lược quản trị thương hiệu. 7.5. Phân tích chiến lược thương hiệu. 7.6. Đo lường tài sản thương hiệu. 7.7. Chiến lược quản trị thương hiệu. 7.8. Chiến lược quản trị danh mục thương H						LO3.1 LO3.2	A2.1
Buổi 9	<b>Ch.8: Chiến lược giá, chuỗi giá trị và truyền thông marketing</b> 8.1. Chiến lược giá. 8.2. Chiến lược chuỗi giá trị. 8.3. Chiến lược truyền thông marketing	2	1	1			LO1.3 LO1.4 LO3.2	A1.2 A1.5 A2.1 A2.2
Buổi 10	<b>Ch.9: Thực thi và kiểm soát chiến lược marketing</b> 9.1. Vấn đề chiến lược và thực thi marketing. 9.2. Kế hoạch thực thi CL marketing. 9.3. Marketing nội bộ và thực thi marketing. 9.4. Đo lường và kiểm soát CL marketing. 9.5. Đo lường hiệu quả marketing. 9.6. Các vấn đề toàn cầu trong hoạch định thực thi và kiểm soát CL marketing.	2	1	1			LO1.3 LO2.3 LO3.2	A1.2 A1.5 A2.1 A2.2
Buổi 11	<b>Ch.10: Thực thi và kiểm soát chiến lược marketing</b> 10.1 Vấn đề chiến lược và thực thi marketing. 10.2 Kế hoạch thực thi CL marketing. 10.3 Marketing nội bộ và thực thi marketing. 10.4 Đo lường và kiểm soát CL marketing. 10.5 Đo lường hiệu quả marketing. 10.6 Các vấn đề toàn cầu trong hoạch định thực thi và kiểm soát CL marketing.	2.5	1.5	1			LO1.3 LO2.3 LO3.2	A1.2 A1.5 A2.1 A2.2
<b>Cộng</b>		<b>22.5 Giờ</b>	<b>11.5 Giờ</b>	<b>11 Giờ</b>				

## 5.2. Nội dung phần tự học:

- Bài tập nhóm: Mỗi nhóm sẽ phải áp dụng những kiến thức đã học, lập một chiến lược marketing mối quan hệ cho một doanh nghiệp đang có hoặc dự kiến thành lập mới một cách thành công.
- Bài tập cá nhân: Mỗi học viên sẽ được giao một case study, đó là một bài báo được trích trong các tạp chí chuyên ngành, in bằng tiếng Anh, có uy tín trên thế giới để làm bài tập. Yêu cầu: dịch ra tiếng Việt, liên hệ thực tiễn và rút ra bài học cho bản thân.

## **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**

- Nguyễn Xuân Trường. (2017). Bài giảng marketing chiến lược, file Powerpoint.

### **Giám trình:**

- John Egan. (2012). *Relationship marketing: Exploring relational strategies in marketing*. 4<sup>th</sup> edition. Financial Times Prentice Hall (Pearson Education).

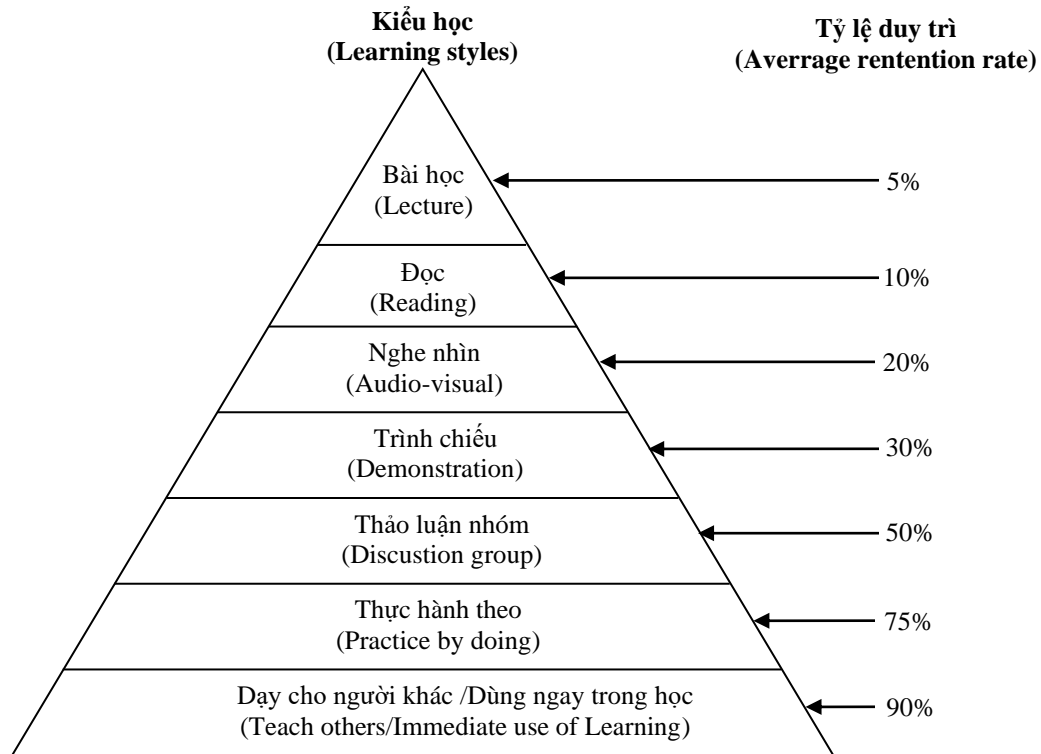
### **Tài liệu tham khảo**

- Helen Peck, Martin Christopher, Moira Clark, Adrian Payne. (2013). *Relationship Marketing: Strategy and Implementation*, 2<sup>nd</sup> edition, Routledge.
- Martin Christopher, Adrian Payne, David Ballantyne. (2013). *Relationship Marketing: Creating Stakeholder Value*, 5<sup>th</sup> edition, Routledge.
- Mari Smith. (2012). *The New Relationship Marketing*,.
- Atul Parvatiyar, Jagdish N Sheth, Sage. (2000). *Handbook of Relationship Marketing*, 1<sup>st</sup> edition.

## **7. TRÁCH NHIỆM DẠY VÀ HỌC (TEACHING AND LEARNING RESPONSIBILITIES)**

### **7.1. Chiến lược dạy và học (Teaching and learning strategies)**

Trọng tâm của việc học trong học phần này sẽ được điều tra và phân tích, sử dụng các nghiên cứu điển hình, thảo luận nhóm nhỏ và báo cáo thuyết trình. Các bài giảng sẽ được tổ chức mỗi tuần để cung cấp một khung kết cấu, tuy nhiên, sẽ nhấn mạnh vào việc học nhóm và sự tham gia của sinh viên. Kim tự tháp được xác định trong hình 1 dưới đây đại diện cho triết lý giảng dạy và học tập của học phần marketing chiến lược này.



**Hình 1: Mô hình duy trì học tập trong giáo dục**  
**(A Learning Retention Model for Education)**

## 7.2. Phương pháp giảng dạy (teaching techniques)

- Môn học này được giảng dạy với sự kết hợp các phương pháp: thuyết giảng, nêu vấn đề, mind map, case study, truy vấn, thảo luận nhóm, phân tích ngành. Có sự tương tác giữa giảng viên với học viên và giữa các học viên với nhau. Học viên sẽ làm việc độc lập và làm việc theo nhóm để giải quyết vấn đề, phân tích các sự kiện, sáng tạo để giải quyết các bài tập được giao.
- Sinh viên phải chủ động tham gia vào các hoạt động phân tích và đánh giá các vấn đề marketing chiến lược cũng như sáng tạo để giải quyết những vấn đề thực tiễn.

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

**Bảng 5: Chi tiết đánh giá kết quả học tập**

Thành phần đánh giá	Bài đánh giá/thời gian	Nội dung đánh giá [3]	CDR học phần	Số lần đánh giá/thời điểm	Tiêu chí đánh giá	Tỷ lệ (%)
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	11 lần/ trong suốt các buổi học	Thái độ tích cực, có trách nhiệm	5
	A 1.3	Bài kiểm tra cá nhân 15 phút	LO1.1 LO1.2 LO1.3	3 lần/vào các buổi thứ 3, 6 và 9	Hiểu bài, giải thích được	5
	A 1.4	Bài nghiên cứu case study tiếng Anh	LO1.2 LO1.3 LO2.2	1 lần/giao từ buổi học đầu, thu vào buổi học thứ 10	Dịch sang tiếng Việt, liên hệ thực tiễn và rút ra bài học	5
	A 1.5	Bài tập nhóm thuyết trình	LO1.4 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	Trắc nghiệm	LO1.1 LO1.2 LO1.3	1 lần/thi kết thúc học phần	Hiểu, giải thích được, đánh giá được	24
	A 2.2	Tự luận	LO1.4 LO2.1 LO2.2 LO3.2	1 lần/thi kết thúc học phần	Áp dụng, phân tích, đánh giá, sáng tạo	36

**Ghi chú:** 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.

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 chiến lược Marketing <i>Đánh giá tình hình và hoạch định</i> (20%)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Chiến lược và kế hoạch không đầy đủ, thiếu logic.</li> <li>Không mở rộng được kiến thức, chứng tỏ học vẹt / hoặc ít hoặc không có sự hiểu biết về nội dung kiến thức áp dụng trong thực tiễn cho bài tập như thế nào.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Thể hiện một số khó khăn trong phân tích, đánh giá thị trường và đối thủ.</li> <li>Hoạch định được chiến lược và kế hoạch thực thi tương đối đầy đủ, logic.</li> <li>Việc sử dụng kiến thức, kỹ năng là rõ ràng nhưng không sâu.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Áp dụng các kiến thức trong việc phân tích, đánh giá thị trường, đối thủ cạnh tranh tương đối tốt.</li> <li>Hoạch định được chiến lược và kế hoạch thực thi khá đầy đủ, logic.</li> <li>Sử dụng các kiến thức tổng quát là rõ ràng nhưng ít mở rộng.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Áp dụng kiến thức, kỹ năng để phân tích, đánh giá môi trường, thị trường, đối thủ và nội bộ khá tốt.</li> <li>Hoạch định được chiến lược và kế hoạch thực thi đầy đủ, logic.</li> <li>Chứng tỏ một sự mở rộng khá tốt kiến thức và kỹ năng.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Áp dụng kiến thức, kỹ năng để phân tích, đánh giá môi trường, thị trường, đối thủ và nội bộ tốt.</li> <li>Hoạch định được chiến lược và kế hoạch thực thi rất đầy đủ, logic.</li> <li>Chứng tỏ một sự mở rộng kiến thức và kỹ năng và sáng tạo cao.</li> </ul>	LO1.3 LO1.4
Hoạch định được chiến lược & kế hoạch marketing <i>Giải quyết vấn đề đặt ra</i> (20%)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sử dụng các giải pháp rất bình thường.</li> <li>Chưa giải quyết chưa được vấn đề đặt ra.</li> <li>Chưa trả lời được đầy đủ các câu hỏi phản biện và chất vấn của các nhóm khác.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sử dụng các giải pháp có mức độ đơn giản để giải quyết vấn đề đặt ra.</li> <li>Giải quyết vấn đề đặt ra ở mức trung bình.</li> <li>Trả lời các câu hỏi chất vấn ở mức bình thường.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sử dụng các giải pháp tương đối hiệu quả để giải quyết vấn đề đặt ra.</li> <li>Có kế hoạch hành động và đo lường đánh giá chi tiết.</li> <li>Trả lời tương đối tốt các câu hỏi phản biện và chất vấn.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sử dụng các giải pháp có hiệu quả khá tốt để giải quyết vấn đề đặt ra.</li> <li>Có kế hoạch chi tiết về con người, nguồn lực, thời gian và đo lường đánh giá chi tiết.</li> <li>Trả lời khá tốt các câu hỏi phản biện và chất vấn.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sử dụng các giải pháp có hiệu quả cao để giải quyết vấn đề đặt ra.</li> <li>Có kế hoạch chi tiết và khả thi về con người, nguồn lực, thời gian và đo lường đánh giá chi tiết.</li> <li>Trả lời tốt các câu hỏi phản biện và chất vấn.</li> </ul>	LO1.4 LO2.1 LO2.2 LO2.3
Phối hợp nhóm trong thực hiện bài và thuyết trình (20%)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sự phân công, phối hợp giữa các thành viên nhóm không tốt.</li> <li>Sự phối hợp giữa các thành viên nhóm không tốt.</li> <li>Sự tương tác khá giữa các thành viên nhóm với nhau và với lớp kém.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sự phân công, phối hợp giữa các thành viên nhóm chưa rõ ràng.</li> <li>Sự phối hợp giữa các thành viên nhóm bình thường.</li> <li>Sự tương tác khá giữa các thành viên nhóm với nhau và với lớp bình thường.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Có sự phân công, phối hợp tương đối rõ ràng giữa các thành viên nhóm.</li> <li>Có sự phối hợp khá giữa các thành viên nhóm.</li> <li>Có sự tương tác khá giữa các thành viên nhóm với nhau và với lớp.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Có sự phân công và phối hợp rõ ràng giữa các thành viên nhóm.</li> <li>Có sự phối hợp tốt giữa các thành viên nhóm.</li> <li>Có sự tương tác tốt giữa các thành viên nhóm với nhau và với lớp.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Có sự phân công và phối hợp rất rõ ràng giữa các thành viên nhóm.</li> <li>Có sự phối hợp rất tốt giữa các thành viên nhóm.</li> <li>Có sự tương tác rất tốt giữa các thành viên nhóm với nhau và với lớp.</li> </ul>	LO3.1 LO3.2

Kết cấu và bố cục của bài word & Powerpoint (10%)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kết cấu thiếu chặt chẽ.</li> <li>• Bố cục chưa hợp lý.</li> <li>• Thiếu sự liên kết.</li> <li>• Thiếu tính logic.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kết cấu không chặt.</li> <li>• Bố cục bình thường.</li> <li>• Sự liên kết không chặt chẽ.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kết cấu tương đối chặt.</li> <li>• Bố cục hợp lý.</li> <li>• Sự liên kết chưa tốt.</li> <li>• Tính logic chưa cao.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kết cấu khá chặt chẽ.</li> <li>• Bố cục hợp lý.</li> <li>• Có sự liên kết tốt.</li> <li>• Tính logic tương đối cao.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kết cấu rõ ràng, chặt chẽ.</li> <li>• Bố cục hợp lý.</li> <li>• Có sự liên kết tốt.</li> <li>• Có tính logic cao.</li> </ul>	LO2.1 LO2.2
Tính sáng tạo (10%)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Đi theo lối mòn.</li> <li>• Không có phong cách riêng.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Không có sự sáng tạo.</li> <li>• Có phong cách bình thường.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Có sự sáng tạo tương đối cao.</li> <li>• Có phong cách riêng.</li> <li>• Sự khác biệt không rõ.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Có sự sáng tạo cao trong việc đề xuất chiến lược và các giải pháp.</li> <li>• Có phong cách sáng tạo riêng.</li> <li>• Có sự khác biệt khá rõ.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Có sự sáng tạo cao trong việc đề xuất chiến lược và các giải pháp.</li> <li>• Có phong cách độc đáo, sáng tạo riêng.</li> <li>• Có sự khác biệt rõ ràng.</li> </ul>	LO3.1
Hình Thức – (10%)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Chưa theo đúng qui định và sai lỗi nhiều.</li> <li>• Thiếu sáng tạo.</li> <li>• Không có tính thẩm mỹ.</li> <li>• Trình bày kém thuyết phục.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Theo đúng qui định và sai lỗi khá nhiều.</li> <li>• Không có sự kết hợp giữa phần chữ, hình ảnh và video.</li> <li>• Không có tính thẩm mỹ.</li> <li>• Trình bày một cách bình thường.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Theo đúng qui định và sai lỗi tương đối ít.</li> <li>• Sự kết hợp không tốt giữa phần chữ, hình ảnh cũng như video.</li> <li>• Tính thẩm mỹ không cao.</li> <li>• Trình bày một cách tương đối thuyết phục.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Theo đúng qui định và ít sai lỗi.</li> <li>• Kết hợp chữ, hình ảnh, đồ thị trong trình bày.</li> <li>• Không kết hợp đủ phần chữ, hình ảnh, video trong trình bày powerpoint.</li> <li>• Tính thẩm mỹ không cao.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Theo đúng qui định và sai lỗi không đáng kể.</li> <li>• Kết hợp chữ, hình ảnh, đồ thị trong trình bày.</li> <li>• Có sự kết hợp chữ, hình ảnh, video trong trình bày powerpoint.</li> <li>• Có tính thẩm mỹ cao.</li> </ul>	LO3.1
Chứng cứ tài liệu, mức độ tin cậy (5%)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dữ liệu không đầy đủ, các đề xuất thiếu tính thuyết phục.</li> <li>• Các dữ liệu có nguồn không đầy đủ và thời gian chính xác, độ tin cậy không cao.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dữ liệu còn hạn chế làm cơ sở cho các đề xuất.</li> <li>• Các dữ liệu có nguồn không đầy đủ và thời gian chính xác, độ tin cậy không cao.</li> <li>• Phụ lục và tài liệu tham khảo không đủ.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dữ liệu tương đối đầy đủ làm cơ sở cho các đề xuất.</li> <li>• Các dữ liệu có nguồn và thời gian chính xác.</li> <li>• Phụ lục và tài liệu tham khảo chưa đầy đủ để tra cứu, kiểm tra.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Có đầy đủ dữ liệu làm cơ sở cho phân tích, đánh giá và các đề xuất</li> <li>• Các dữ liệu có nguồn và thời gian chính xác, độ tin cậy cao.</li> <li>• Phụ lục và tài liệu tham khảo tương đối đầy đủ.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Có đầy đủ dữ liệu làm cơ sở cho phân tích, đánh giá và các đề xuất.</li> <li>• Các dữ liệu có nguồn và thời gian chính xác, mức độ tin cậy cao.</li> <li>• Có phụ lục và tài liệu tham khảo đầy đủ, đúng.</li> </ul>	LO2.1
Thời gian nộp bài (5%)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Chậm hơn 36h so với qui định.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Chậm hơn 24h so với qui định.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Chậm hơn 12h so với qui định.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Chậm hơn 6h so với qui định.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Đúng qui định.</li> </ul>	LO3.2

**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)	
Kết cấu và tính logic của bài viết (15%)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kết cấu không chặt chẽ.</li> <li>• Thiếu sự liên kết.</li> <li>• Thiếu tính logic.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kết cấu rõ ràng.</li> <li>• Sự liên kết không chặt chẽ.</li> <li>• Tính logic không cao</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kết cấu rõ ràng.</li> <li>• Sự liên kết không tốt.</li> <li>• Tính logic chưa cao.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kết cấu chặt chẽ.</li> <li>• Có sự liên kết tốt.</li> <li>• Tính logic tương đối cao.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kết cấu chặt chẽ.</li> <li>• Có sự liên kết tốt.</li> <li>• Có tính logic cao.</li> </ul>	LO2.1 LO2.2
Phần dịch ra tiếng Việt (20%)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dịch kém, sai lỗi nhiều.</li> <li>• Dịch chưa hết bài viết.</li> <li>• Chưa thể hiện được tinh thần của bài viết.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dịch tương chưa tốt.</li> <li>• Dịch chưa hết bài viết.</li> <li>• Thể hiện mức độ bình thường.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dịch tương đối tốt.</li> <li>• Dịch tương đối đầy đủ.</li> <li>• Thể hiện được tinh thần của bài viết tương đối tốt.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dịch khá tốt.</li> <li>• Dịch đầy đủ bài viết.</li> <li>• Thể hiện được tinh thần của bài viết khá tốt.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dịch tốt.</li> <li>• Dịch đầy đủ bài viết.</li> <li>• Thể hiện được tinh thần của bài viết.</li> </ul>	LO2.1 LO2.2
Phân liên hệ thực tế (25%)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Liên hệ chưa đủ 3 công ty hoặc ngành hàng.</li> <li>• Không có sự đa dạng của các công ty liên hệ.</li> <li>• Chưa sát thực, thông tin không mới mẻ.</li> <li>• Yếu, không cập nhật.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Liên hệ được ít nhất 3 công ty hoặc ngành hàng.</li> <li>• Mức độ đa dạng của các công ty không cao.</li> <li>• Chưa sát thực, thông tin ít mới mẻ.</li> <li>• Không cập nhật.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Liên hệ được ít nhất 3 công ty hoặc ngành hàng.</li> <li>• Mức độ đa dạng của các công ty cao.</li> <li>• Chưa sát thực, thông tin ít mới mẻ.</li> <li>• Tương đối tốt.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Liên hệ được ít nhất 3 công ty hoặc ngành hàng.</li> <li>• Mức độ đa dạng của các công ty cao.</li> <li>• Sát thực, thông tin còn mới mẻ.</li> <li>• Tính thời sự khá tốt.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Liên hệ được ít nhất 3 công ty hoặc ngành hàng.</li> <li>• Mức độ đa dạng của các công ty cao.</li> <li>• Sát thực, thông tin còn mới mẻ.</li> <li>• Tính thời sự cao.</li> </ul>	LO2.1 LO2.2 LO3.2
Phân rút ra bài học (25%)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bài học không sát với chủ đề và nội dung của case study.</li> <li>• Ít phù hợp với thực tế.</li> <li>• Có tính khả thi không cao để áp dụng được vào thực tế.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bài học tương đối sát với chủ đề và nội dung của case study.</li> <li>• Tương đối phù hợp với thực tế.</li> <li>• Tương đối để áp dụng được vào thực tế.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bài học sát với chủ đề và nội dung của case study.</li> <li>• Tương đối phù hợp với thực tế.</li> <li>• Có tính khả thi tương đối cao để áp dụng được vào thực tế.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bài học sát với chủ đề và nội dung của case study.</li> <li>• Phù hợp với thực tế.</li> <li>• Có tính khả thi tương đối cao để áp dụng được vào thực tế.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bài học sát với chủ đề và nội dung của case study.</li> <li>• Phù hợp với thực tế.</li> <li>• Có tính khả thi để áp dụng được vào các công ty.</li> </ul>	LO3.2
Hình Thức (10%)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Chưa đúng qui định.</li> <li>• Kém thẩm mỹ.</li> <li>• Sai lỗi chính tả &gt; 20 lỗi.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Theo đúng qui định.</li> <li>• Tính thẩm mỹ bình thường.</li> <li>• Sai lỗi chính tả 15 - 20 lỗi.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Theo đúng qui định.</li> <li>• Tính thẩm mỹ tương đối cao.</li> <li>• Sai lỗi chính tả 10-15 lỗi.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Theo đúng qui định.</li> <li>• Có tính thẩm mỹ cao.</li> <li>• Sai lỗi chính tả từ 5-10 lỗi.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Theo đúng qui định.</li> <li>• Có tính thẩm mỹ cao.</li> <li>• Sai lỗi chính tả dưới 5 lỗi.</li> </ul>	LO3.2
Thời gian nộp (5%)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Chậm hơn 36h so với qui định.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Chậm hơn 24h so với qui định.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Chậm hơn 12h so với qui định.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Chậm hơn 6h so với qui định.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Đúng qui định.</li> </ul>	LO3.2

**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%)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Chưa hoàn thành hết các câu hỏi đặt ra.</li> <li>Trả lời còn nhiều sai sót.</li> <li>Mức độ đáp ứng yêu cầu đặt ra chưa tốt.</li> <li>Không có tính sáng tạo, không mở rộng được vấn đề.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Hoàn thành được trên 50% yêu cầu đặt ra.</li> <li>Trả lời đúng kết quả, sai sót không nhiều.</li> <li>Có tính sáng tạo, tìm tòi, khám phá và mở rộng vấn đề bình thường.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Hoàn thành gần hết các câu hỏi đặt ra.</li> <li>Trả lời khá tốt yêu cầu đặt ra.</li> <li>Có tính sáng tạo, tìm tòi, khám phá cao và mở rộng vấn đề tương đối cao.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Hoàn thành hết các câu hỏi đặt ra.</li> <li>Có tính sáng tạo, tìm tòi, khám phá cao và mở rộng vấn đề khá cao.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Hoàn thành rất tốt yêu cầu đặt ra.</li> <li>Có tính sáng tạo, tìm tòi, khám phá và mở rộng vấn đề cao.</li> </ul>	LO1.1 LO1.2 LO1.3 LO1.4 LO2.1
Hình thức trình bày (10%)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Chưa logic, hợp lý.</li> <li>Khó đọc.</li> <li>Không đẹp mắt.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mức độ logic, hợp lý bình thường.</li> <li>Không dễ đọc.</li> <li>Không đẹp mắt.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Logic, hợp lý.</li> <li>Khá dễ đọc.</li> <li>Bình thường.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Logic, hợp lý.</li> <li>Dễ đọc.</li> <li>Khá đẹp mắt.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Logic, hợp lý.</li> <li>Dễ đọc.</li> <li>Đẹp mắt.</li> </ul>	LO3.2