

Tp. Hồ Chí Minh, ngày tháng năm 2017

## ĐỀ CƯƠNG HỌC PHẦN QUẢN TRỊ THƯƠNG HIỆU

### 1. THÔNG TIN CHUNG VỀ HỌC PHẦN (GENERAL INFORMATION)

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

❖ Tên học phần:	
Tiếng Việt:	Quản trị thương hiệu
Tiếng Anh:	<b>Brand management</b>
❖ Mã số học phần:	010540
❖ 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 sở ngành
<input type="checkbox"/> Kiến thức cơ bản	<input type="checkbox"/> Kiến thức khác
<input checked="" type="checkbox"/> Kiến thức chuyên ngành	<input type="checkbox"/> Học phần khóa luận/luận văn tốt nghiệp
<input type="checkbox"/> Học phần chuyên về kỹ năng chung	
❖ Số tín chỉ:	
Số tiết lý thuyết/số buổi:	45/11
Số tiết thực hành/số buổi:	0/0
Số tiết tự học:	60
❖ Điều kiện tham dự học phần:	
Học phần tiên quyết:	Quản trị marketing
Học phần song hành:	
Điều kiện khác:	
❖ Giảng viên phụ trách:	Ngô Thị Thu
Khoa/Bộ môn:	Marketing/Marketing Chuyên ngành
Email:	
Điện thoại:	

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

Học phần quản trị thương hiệu mới thuộc khối kiến thức chuyên ngành, cung cấp những nguyên tắc nền tảng về thương hiệu và quản trị thương hiệu. Học phần cho thấy tầm quan trọng của công tác quản trị thương hiệu trong doanh nghiệp, quá trình quản trị thương hiệu và nội dung của công tác quản trị thương hiệu.

### 3. MỤC TIÊU CỦA HỌC PHẦN(COURSE GOALS)

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

**Bảng 2: Mục tiêu của học phần**

Mục tiêu (Gx)	Mô tả mục tiêu	CDR của CTĐT	TĐNL [4]
G1	Giới thiệu những kiến thức về thương hiệu, quản trị thương hiệu	K4, k5	I, II
G2	Cung cấp kiến thức về quy trình quản trị thương hiệu, nội dung chiến lược xây dựng và phát triển thương hiệu.	k6, k7	II, III
G3	Hướng dẫn kỹ năng thiết kế các kế hoạch tổng thể và kế hoạch chi tiết liên quan đến chiến lược thương hiệu	K7, k8, S1,S2	IV,V,VI
G4	Trang bị kiến thức và phương pháp đánh giá hiệu quả của công tác quản trị thương hiệu.	k8, S2, S4	IV,V
	Sinh viên có kỹ năng làm việc theo nhóm, kỹ năng trình bày một báo cáo nghiên cứu	S3, S4	III
G5	Hình thành ý thức tự học tập và chủ động trong nghiên cứu, phát triển năng lực phát hiện và giải quyết những vấn đề trong công tác quản trị thương hiệu, hình thành khả năng tự định hướng phát triển năng lực cá nhân	A2, A3	IV, V

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

Sau khi học xong học phần Quản trị thương hiệu, sinh viên có thể:

#### Về kiến thức:

- Giải thích được các thuật ngữ liên quan đến thương hiệu và quản trị thương hiệu
- Nhận thức được vai trò của công tác quản trị thương hiệu và trách nhiệm của nhà quản trị thương hiệu trong giai đoạn hiện nay tại các doanh nghiệp.
- Phân tích quy trình quản trị thương hiệu, nội dung chiến lược xây dựng và phát triển thương hiệu.
- Đánh giá hiệu quả của công tác quản trị thương hiệu, và liên hệ với thực tế công tác quản trị thương hiệu của các doanh nghiệp trên thị trường.

#### Về kỹ năng:

- Khả năng thực hiện 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 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.

- 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

#### 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
- Hình thành ý thức tự học tập và chủ động trong nghiên cứu, phát triển năng lực phát hiện và giải quyết những vấn đề trong công tác quản trị thương hiệu, hình thành khả năng tự định hướng phát triển năng lực cá nhân

**Bảng 3: Chuẩn đầu ra của học phần**

<b>Chuẩn đầu ra (LO)</b>	<b>Mô tả chuẩn đầu ra</b>	<b>Chỉ định I, T, U</b>
LO1.1	Giải thích được các thuật ngữ liên quan đến thương hiệu và quản trị thương hiệu.	I
LO1.2	Giải thích quy trình quản trị thương hiệu, nội dung chiến lược xây dựng và phát triển thương hiệu.	T
LO1.3	Đánh giá hiệu quả của công tác quản trị thương hiệu, và liên hệ với thực tế công tác quản trị thương hiệu của các doanh nghiệp trên thị trường.	T,U
LO2.1	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.	T, U
LO2.2	Có kỹ năng xây dựng kế hoạch marketing cho thương hiệu một cách thuận thực	T, U
LO2.3	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..	U
LO2.4	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
LO3.1	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	T
LO3.3	Hình thành ý thức tự học tập và chủ động trong nghiên cứu, phát triển năng lực phát hiện và giải quyết những vấn đề trong công tác quản trị thương hiệu, hình thành khả năng tự định hướng phát triển năng lực cá nhân	T, U

## 5. NỘI DUNG HỌC PHẦN

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

#### Mục tiêu chương

Người học có thể:

- Giải thích được khái niệm thương hiệu, nhận thức được vai trò và tầm quan trọng của công tác quản trị thương hiệu trong doanh nghiệp.
- Xác định được các bước trong quá trình quản trị thương hiệu.
- Mô tả và nhận định được những cơ hội và thách thức trong công tác quản trị thương hiệu

## **Nội dung**

- 1.1 Khái quát 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 Quá trình 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**

Sau khi học xong chương này, người học có thể:

- Giải thích rõ thuật ngữ giá trị thương hiệu,.
- Phân biệt được các cách tiếp cận và xác định các yếu tố hình thành giá trị thương hiệu
- Hiểu được phương pháp đo lường giá trị thương hiệu.

### **Nội dung**

- 2.1 Khái niệm giá trị thương hiệu
- 2.2 Tầm quan trọng của 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 theo Quan điểm của David Aaker
  - 2.3.1 Nhận biết thương hiệu
  - 2.3.2 Chất lượng cảm nhận đối với thương hiệu
  - 2.3.3 Liên tưởng thương hiệu
  - 2.3.4 Trung thành đối với thương hiệu
- 2.4 Đo lường giá trị thương hiệu
  - 2.4.1 Quan điểm về đo lường giá trị thương hiệu
  - 2.4.2 Các phương pháp đo lường giá trị thương hiệu

## **Chương 3: CHIẾN LƯỢC THƯƠNG HIỆU**

### **Mục tiêu chương**

Người học có thể:

- Hiểu rõ khái niệm chiến lược thương hiệu
- Giải thích được tầm quan trọng của thiết kế chiến lược thương hiệu

- Xác định quy trình và nội dung các quyết định trong chiến lược thương hiệu

## **Nội dung**

### 3.1 Khái quát chung về chiến lược thương hiệu

#### 3.1.1 Khái niệm chiến lược thương hiệu

#### 3.1.2 Tầm quan trọng của thiết kế chiến lược thương hiệu

### 3.2 Chiến lược thương hiệu

#### 3.2.1 Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến chiến lược thương hiệu

#### 3.2.2 Định hướng chiến lược thương hiệu

#### 3.2.3 Các quyết định trong chiến lược thương hiệu

- Xây dựng tầm nhìn, sứ mạng thương hiệu
- Định vị thương hiệu
- Thiết kế hệ thống nhận diện thương hiệu
- Marketing tạo giá trị thương hiệu
- Phát triển và mở rộng thương hiệu
- Xác định kiến trúc thương hiệu và Quản trị danh mục thương hiệu
- Bảo vệ thương hiệu

## **Chương 4: ĐỊNH VỊ THƯƠNG HIỆU**

### **Mục tiêu chương**

Trong chương này, người học có thể:

- Giải thích được tầm quan trọng của định vị thương hiệu để kiến tạo giá trị thương hiệu, các thuật ngữ then chốt liên quan đến chiến lược định vị thương hiệu.
- Mô tả được quy trình định vị thương hiệu.
- Xác lập mô hình và nội dung định vị thương hiệu.

### **Nội dung**

#### 4.1 Khái quát chung về định vị thương hiệu

##### 4.1.1 Khái niệm định vị

##### 4.1.2 Vai trò và tầm quan trọng của định vị trong kiến tạo giá trị thương hiệu

#### 4.2 Quá trình định vị thương hiệu

#### 4.3 Các chiến lược định vị

#### 4.4 Tái định vị và đổi mới hình ảnh thương hiệu

## **Chương 5 THIẾT KẾ HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU**

### **Mục tiêu chương**

Người học có thể:

Giải thích các thuật ngữ có liên quan đến thiết kế hệ thống nhận diện thương hiệu.

Mô tả được tầm quan trọng của thiết kế hệ thống nhận diện thương hiệu,  
Biết cách triển khai thiết kế hệ thống nhận diện thương hiệu.

### **Nội dung**

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

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

5.1.2 Khái niệm hệ thống nhận diện thương hiệu

5.1.3 Các lưu ý khi thiết kế hệ thống nhận diện thương hiệu

5.2 Thiết kế hệ thống nhận diện thương hiệu

5.2.1 Xác định các yếu tố nhận diện thương hiệu

5.2.2 Triển khai ứng dụng thiết kế

5.3 Thiết kế các yếu tố nhận diện thương hiệu

5.3.1 Thiết kế tên thương hiệu

5.3.2 Thiết kế logo

5.3.3 Slogan cho thương hiệu

5.3.4 Hình tượng

## **Chương 6: MARKETING TẠO GIÁ TRỊ THƯƠNG HIỆU**

### **Mục tiêu chương**

Người học có thể:

- Giải thích được vai trò của marketing trong xây dựng và tạo giá trị thương hiệu.
- Mô tả và ứng dụng triển khai các hoạt động marketing để tạo giá trị thương hiệu

### **Nội dung**

6.1 Vai trò của marketing để tạo giá trị thương hiệu

6.2 Các xu hướng marketing

6.3 Hoạt động marketing tạo giá trị thương hiệu

1.3.1 Chiến lược sản phẩm

1.3.2 Chiến lược định giá

1.3.3 Chiến lược phân phối

1.3.4 Chiến lược truyền thông

1.3.5 Tận dụng liên tưởng thương hiệu thứ cấp để xây dựng giá trị thương hiệu.

## **Chương 7: PHÁT TRIỂN VÀ MỞ RỘNG THƯƠNG HIỆU**

### **Mục tiêu chương**

Giải thích được sự cần thiết của hoạt động phát triển và mở rộng thương hiệu

Biết cách triển khai nội dung các hoạt động phát triển và mở rộng thương hiệu

### **Nội dung**

7.1 Tầm quan trọng và sự cần thiết của hoạt động phát triển và mở rộng thương hiệu

7.2 Mở rộng thương hiệu

1.2.1 Sự cần thiết mở rộng thương hiệu

1.2.2 Các biện pháp mở rộng thương hiệu

7.3 Phát triển thương hiệu

7.4 Loại trừ thương hiệu

7.5 Cải thiện hình ảnh thương hiệu

7.6 Quản trị danh mục thương hiệu:

7.6.1 Kiến trúc thương hiệu

7.6.2 Quản trị danh mục thương hiệu

7.7 Thương hiệu toàn cầu

7.7.1 Sự cần thiết khi xây dựng thương hiệu toàn cầu

7.7.2 Thuận lợi và khó khăn xây dựng thương hiệu toàn cầu

7.7.3 Chiến lược thương hiệu toàn cầu

## **Chương 8: ĐÁNH GIÁ HIỆU QUẢ CHIẾN LƯỢC THƯƠNG HIỆU**

Mục tiêu chương:

Sau khi học xong chương này, người học có khả năng:

- Hiểu biết về sự cần thiết của hoạt động đánh giá, đo lường thương hiệu trong quá trình xây dựng và phát triển thương hiệu
- Nhận biết được các yếu tố cốt yếu của thương hiệu cần thiết phải đo lường
- Phác thảo được các bước tiến hành hoạt động đánh giá, đo lường thương hiệu
- Hiểu biết cách sử dụng các phương pháp, công cụ để đánh giá, đo lường thương hiệu.

Kết cấu chương:

8.1 Khái quát về đánh giá, đo lường thương hiệu

8.1.1 Khái niệm

8.1.2 Vai trò của hoạt động đánh giá và đo lường hiệu quả của chiến lược thương hiệu

8.2 Các phương pháp đánh giá thương hiệu

8.2.1 Các phương pháp đánh giá thương hiệu

8.2.2 Các chỉ tiêu đánh giá và đo lường hiệu quả của chiến lược thương hiệu

8.3 Hệ thống đánh giá chiến lược thương hiệu

8.3.2 Xây dựng hệ thống đánh giá thương hiệu

8.3.3 Giám sát các hoạt động xây dựng và phát triển thương hiệu

## **6. KẾ HOẠCH GIẢNG DẠY:**

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	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Động não</li> <li>- Thuyết giảng</li> <li>- Truy vấn</li> <li>- Hướng dẫn và giao đề tài thuyết trình</li> </ul>	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)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Đặt vấn đề</li> <li>- Thuyết giảng,</li> <li>- Sơ đồ tư duy</li> </ul>	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 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 tình huống	Nghe giảng, thảo luận và phân tích tình huống	Đọc tài liệu chương 3, Chuẩn bị bài tập do giảng viên yêu cầu	Cá nhân, Nhóm
Tuần 4	Chương 3: Chiến lược thương hiệu	Thuyết giảng, trò chơi, bài tập cá nhân	Nghe giảng, tham gia trò chơi và nhận định, làm bài tập cá nhân	Đọc tài liệu chương 4, tìm kiếm thông tin về hệ thống nhận dạng thương hiệu, cho nhận định	Cá nhân, Nhóm
Tuần 5	Chương 3: Chiến lược thương hiệu	Thuyết giảng, thuyết trình – thảo luận	Nghe giảng, thuyết trình chương		



	(tiếp)				
Tuần 6	Chương 4: Định vị thương hiệu	Thuyết giảng, bài tập tình huống	Nghe giảng, Thảo luận tình huống	Đọc tài liệu chương 5. xây dựng kế hoạch chuẩn bị cho thuyết trình kết thúc môn.	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) Thảo luận nhóm,	Nghe giảng, tham gia trò chơi và nhận định, thuyết trình chương	Đọc tài liệu chương 6, thu thập thông tin thị trường chuẩn bị cho thuyết trình cuối môn.	Cá nhân, Nhóm
Tuần 8	Chương 6: Marketing tạo giá trị thương hiệu	Thuyết giảng, bài tập tình huống	Nghe giảng, thảo luận và trình bày vấn đề	Đọc tài liệu, thu thập thông tin thị trường, thảo luận nhóm,	Cá nhân, Nhóm
Tuần 9	Chương 7: Phát triển và mở rộng thương hiệu	Thuyết giảng, Bài tập tình huống trên lớp	Nghe giảng, thảo luận	Đọc tài liệu	Cá nhân, Nhóm
Tuần 10	Chương 8: Đánh giá hiệu quả chiến lược 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, bài tập cá nhân	Đọc tài liệu	

Tuần 11	Thuyết trình cuối môn Hướng dẫn ôn tập	Nhận định vấn đề, hệ thống môn học	thuyết trình, đặt câu hỏi		Cá nhân, Nhóm
<b>Cộng</b>	<b>45</b>				

#### 4. TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Bài giảng của giáo viên (tài liệu nội bộ)

- Sách tham khảo:

a. Sách trong nước:

- John Gerzama Edlemar, 2009, Bong bóng thương hiệu, NXB Tổng hợp TP. HCM
- Lê Đăng Lăng, 2013, *Quản trị thương hiệu*, NXB Thống kê
- Nguyễn Quốc Thịnh, Nguyễn Thành Trung, 2012, Thương hiệu với nhà quản lý, NXB Lao động - Xã hội
- Nguyễn Xuân Tùng, 2005, Xây dựng và phát triển thương hiệu, NXB Lao động xã hội

b. Sách nước ngoài:

- Kevin Lane Keller, 2013, *Strategic Brand management*, Pearson.
- Sylvie Laforet, 2010, *Managing brands*, Mc. Grawhill high education.

#### 3. PHƯƠNG PHÁP GIẢNG DẠY (TEACHING TECHNIQUES)

- Học phần Quản trị thương hiệu được thiết kế để sinh viên có thể phát triển kiến thức về thương hiệu và công tác quản trị thương hiệu. Sinh viên phải đạt được khả năng hiểu biết, phân tích vận dụng và đánh giá liên quan đến công tác quản trị thương hiệu một cách hệ thống. Học phần được giảng dạy với sự kết hợp các phương pháp thuyết giảng, nêu vấn đề, 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 tình huống chuyên ngành để nghiên cứu và thực hiện.

#### 5. PHƯƠNG PHÁP ĐÁNH GIÁ KẾT QUẢ HỌC TẬP HỌC PHẦN

STT	Nhiệm vụ và các hoạt động	Trọng số	Yêu cầu
1.	<b>Điểm quá trình</b>	<b>40%</b>	
	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	10%	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	5%	Thi viết tự luận, thời gian: 20 phút
	Điểm thưởng	1 điểm (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.	<b>Thi cuối kỳ</b>	<b>60%</b>	Thi viết tự luận, thời gian: 60 phút
3.	<b>Tổng</b>	<b>100 %</b>	

### **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.

### **2. 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	9-10	7-<9	5- <7	3 -<5	0<3
Tiêu chí					
Có mặt trên lớp	Trên 7 buổi	5-6 buổi	4 buổi	3 buổi	Dưới 3 buổi

### **b. Thuyết trình theo nhóm**

Điểm	9-10	7-<9	5- <7	3 -<5	0<3
Tiêu chí					
Hình thức trình bày bài thuyết trình (15%)	-Font chữ, màu sắc sáng rõ -Kết cấu nội dung trình bày logic -Kết hợp chữ,	-Font chữ, màu sắc sáng rõ -Kết cấu nội dung trình bày logic -Kết hợp chữ,	Font chữ, màu sắc sáng rõ -Kết cấu nội dung trình bày chưa logic Kết hợp chữ,	Font chữ, màu sắc không rõ -Kết cấu nội dung trình bày chưa logic Chưa có nhiều thông tin	Không đạt yêu cầu

	hình ảnh minh họa và thông tin thể hiện qua bảng – biểu đồ hợp lý	hình ảnh minh họa và thông tin thể hiện qua bảng – biểu đồ chưa hợp lý	hình ảnh minh họa và thông tin thể hiện qua bảng – biểu đồ chưa nhiều	thông tin thể hiện qua bảng – biểu đồ	
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 bày khá thuyết phục (Rõ ràng, rành mạch) - Phân bố thời gian và nội dung thuyết	-Trình bày thuyết phục (đi vào trọng tâm nhưng chưa rõ) -Phân bố thời gian và nội dung thuyết	-Trình bày không rõ ràng, rành mạch, chưa đi vào trọng tâm - Không phân bố thời gian và nội dung	Không đạt tất cả yêu cầu

	trình hợp lý -Có sự giao lưu và tương tác với lớp -Lắng nghe và trả lời câu hỏi thấu đáo -Phối hợp nhóm tốt	trình hợp lý -Có sự giao lưu và tương tác với lớp -Lắng nghe và trả lời câu hỏi nhưng chưa thấu đáo -Phối hợp nhóm khá tốt	trình chưa hợp lý -Có sự giao lưu và tương tác với lớp -Trả lời câu chưa hỏi thấu đáo -Phối hợp nhóm chưa tốt	thuyết trình -Có sự giao lưu và tương tác với lớp -Không ăng nghe và trả lời câu hỏi sai và lấp liếm -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	9-10	7-<9	5- <7	3 -<5	0<3
Tiêu chí					
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	- Phân bố thời gian cho quá trình thảo luận hợp lý - Các thành viên làm tốt	- Phân bố thời gian cho quá trình thảo luận hợp lý - Chỉ một số thành viên làm	- Phân bố thời gian cho quá trình thảo luận chưa hợp lý - Các thành viên chưa làm tốt vai	Không đạt được các yêu cầu

	vai trò được phân công  - Thảo luận, thống nhất vấn đề và nội dung thảo luận	vai trò được phân công nhưng chưa ổn định  - Thảo luận, thống nhất vấn đề và nội dung thảo luận	tốt vai trò được phân công  - Thảo luận chưa nhiều, thống nhất vấn đề và nội dung thảo luận	trò được phân công  - Thảo luận chưa nhiều, chưa thống nhất vấn đề và nội dung thảo luận	
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	9-10	7-<9	5- <7	3 -<5	0<3
Tiêu chí					
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**  
**Trưởng khoa**  
*(Ký tên)*

**Giảng viên**  
*(Ký tên)*