

TP. Hồ Chí Minh, Ngày tháng năm 2019

## ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN MARKETING MẠNG XÃ HỘI

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

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

❖ Tên học phần:	
Tiếng Việt:	Marketing mạng xã hội
Tiếng Anh:	Social Media Marketing
❖ Mã số học phần:	
❖ Thời điểm tiến hành:	
❖ Loại học phần:	
<input type="checkbox"/> Bắt buộc <input checked="" 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:	3
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 học trước:	Quản trị marketing
Học phần song hành:	
Điều kiện khác:	
❖ Giảng viên phụ trách:	ThS. Lâm Ngọc Thùy
Khoa/Bộ môn:	Marketing/Quản trị marketing
Email:	lamthuy@ufm.edu.vn
Điện thoại:	0793 914292

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

Học phần môn học Marketing mạng xã hội giới thiệu các khái niệm và công cụ mạng xã hội, vai trò và tầm quan trọng của mạng xã hội trong bối cảnh phát triển công nghệ số, dẫn đến sự thay đổi trong việc hoạch định các chiến lược marketing. Môn học chia mạng xã hội thành 4 loại hình: cộng đồng mạng xã hội (như Facebook, Twitter), ấn phẩm mạng xã hội (như blog), giải trí

trên mạng xã hội (các trò chơi) và thương mại trên mạng xã hội (như Groupon). Dựa trên các loại hình mạng xã hội này, sinh viên được học cách phân tích các cơ hội thị trường và thấu hiểu nhu cầu và mong muốn của khách hàng, cũng như hoạch định chiến lược, lập kế hoạch, quản trị, tổ chức thực hiện, đo lường hiệu quả các chương trình marketing qua mạng xã hội.

### 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	CDR của CTĐT	TĐNL [4]
G1	Phân tích được chiến lược và lập kế hoạch marketing qua mạng xã hội	Ks4	VI
G2	Hoạch định và triển khai thực thi, đo lường đánh giá được hoạt động quản trị marketing qua mạng xã hội cho doanh nghiệp	Ks4, As2	VI
G3	Phân tích một cách bài bản và nhanh chóng dữ liệu về khách hàng, đánh giá và nhận định nhu cầu khách hàng, xu hướng thị trường,... tổ chức thực hiện việc kiểm tra các hoạt động marketing qua mạng xã hội trong một doanh nghiệp.	Ks4, Ss5	III, VI
G4	Phát triển được kỹ năng làm việc theo nhóm, kỹ năng trình bày một báo cáo nghiên cứu	Ss2, Ss5, As4	III, VI
G5	Phát triển năng lực phát hiện và giải quyết các vấn đề Marketing ở cấp độ chiến thuật và chiến lược	Ss1, Ss2, As2	VI
G6	Phát triển kỹ năng tư duy sáng tạo, khám phá tìm tòi và phát triển được năng lực cá nhân với thái độ tích cực học tập suốt đời	As2, As4	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)

(Mô tả các chủ đề CDR 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	Hiểu được vai trò, chức năng của quản trị marketing mạng xã hội trong một doanh nghiệp và các hoạt động marketing mạng xã hội trong một doanh nghiệp	I, T
LO1.2	Phân tích, đánh giá được các loại hình và cơ cấu mạng xã hội, dữ liệu hoạt động khách hàng, đánh giá và nhận định nhu cầu khách hàng và các xu hướng mới của thị trường	T
LO1.3	Hoạch định và triển khai thực thi, đo lường đánh giá được hoạt động quản trị marketing qua mạng xã hội ở cấp độ chiến lược và chiến thuật cho doanh nghiệp, lập kế hoạch marketing qua mạng xã hội cho một doanh nghiệp	T, U
LO2.1	Phát triển được kỹ năng làm việc độc lập, làm việc nhóm, tư duy sáng tạo	T, U

LO2.2	Thuyết trình được một báo cáo nghiên cứu về quản trị hoạt động marketing qua mạng xã hội trong doanh nghiệp	T, U
LO3.1	Nhận thức được trách nhiệm và đạo đức nghề nghiệp của các doanh nghiệp trên không gian mạng xã hội	T
LO3.2	Phát triển kỹ năng tư duy sáng tạo, khám phá tìm tòi và phát triển được năng lực cá nhân với thái độ tích cực học tập suốt đời	T, 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				CĐR học phần	Bài đánh giá	
		Giờ lên lớp			Thực hành			Yêu cầu SV chuẩn bị trước
		Lý thuyết	Bài tập	Thảo luận				
Buổi 1	<p><i>Chương 1: Tổng quan về Marketing qua mạng xã hội</i></p> <p><i>1.1- Khái niệm, chức năng, tầm quan trọng, xu hướng và cuộc cách mạng trên không gian mạng xã hội.</i></p> <p><i>1.2- Khái quát về hành vi, triết lý và văn hóa xã hội của các “cư dân” trên không gian mạng</i></p> <p><i>1.3- Các tính chất của mạng xã hội</i></p> <p><i>1.4- Hạ tầng mạng xã hội</i></p> <p><i>1.5- Mô hình kinh doanh và lợi nhuận trên mạng xã hội</i></p> <p><i>1.6- P thứ 5 trong chiến lược marketing mix</i></p>	3		1			LO1.1 LO2.1	A1.1 A2.1
Buổi 2	<p><i>Chương 2: Hoạch định chiến lược và lập kế hoạch marketing mạng xã hội</i></p> <p><i>2.1- Hoạch định chiến lược và lập kế hoạch marketing mạng xã hội</i></p> <p><i>2.2- Các chiến dịch marketing trên mạng xã hội</i></p> <p><i>2.3- Chính sách và cơ cấu tổ chức hỗ trợ các hoạt động marketing xã hội</i></p>	2	1	1			LO1.2 LO1.3 LO2.1 LO2.2 LO3.2	A1.1 A1.2 A1.3 A2.1
Buổi 3	<p><i>Chương 3: Khách hàng trên không gian mạng xã hội</i></p> <p><i>3.1- Chân dung khách hàng trên mạng xã hội</i></p> <p><i>3.2- Điểm tiếp xúc xã hội trong cuộc sống trên không gian ảo</i></p> <p><i>3.3- Cuộc sống của các khách hàng số</i></p>	2	1	1			LO1.2 LO1.3 LO2.1 LO2.2 LO3.1 LO3.2	A1.1 A1.2 A1.3 A2.1

	<i>3.4- Phân khúc khách hàng trên không gian mạng xã hội</i>							
Buổi 4	<i>Chương 4: Cộng đồng số 4.1- Cộng đồng trên không gian mạng 4.2- Sự ảnh hưởng của nhóm tham khảo và vốn xã hội trên mạng xã hội</i>	2	1	1			LO1.2 LO1.3 LO2.1 LO2.2 LO3.2	A1.1 A1.2 A1.3 A2.1
Buổi 5	<i>Chương 5: Cộng đồng mạng xã hội 5.1- Cộng đồng mạng xã hội 5.2- Hoạt động của cộng đồng mạng xã hội 5.3- Ứng dụng các hoạt động marketing trên các cộng đồng mạng xã hội</i>	2	1	1			LO1.2 LO1.3 LO2.1 LO2.2 LO3.1 LO3.2	A1.1 A1.2 A1.3 A2.1
Buổi 6	<i>Chương 6: Ấn phẩm mạng xã hội 6.1- Ấn phẩm mạng xã hội 6.2- Nội dung các ấn phẩm 6.3- Phát triển và tổ chức các nội dung ấn phẩm</i>	2	1	1			LO1.2 LO1.3 LO2.1 LO2.2 LO3.2	A1.1 A1.2 A1.3 A2.1
Buổi 7	<i>Chương 7: Giải trí trên mạng xã hội 7.1- Phân loại các loại trò chơi và phân khúc người chơi trên mạng xã hội 7.2- Hoạt động marketing theo các trò chơi và ảnh hưởng của hoạt động xây dựng thương hiệu 7.3- Đặc điểm trò chơi thực tế ảo trên mạng xã hội 7.4- Giá trị marketing trên các trò chơi thực tế ảo 7.5- Đánh giá hiệu quả các hoạt động tài trợ nhãn hàng trên các trò chơi thực tế ảo</i>	2	1	1			LO1.3 LO2.1 LO2.2 LO3.1 LO3.2	A1.1 A1.2 A2.1
Buổi 8	<i>Chương 8: Thương mại trên mạng xã hội 8.1- Khái niệm và đặc điểm các hoạt động thương mại trên mạng xã hội 8.2- Trải nghiệm mua sắm trên không gian mạng xã hội 8.3- Tâm lý khách hàng khi mua sắm trên không gian mạng 8.4- Lợi ích của các hoạt động thương mại trên mạng xã hội</i>	2	1	1			LO1.3 LO2.1 LO2.2 LO3.1 LO3.2	A1.1 A1.2 A2.1

Buổi 9	<p>Chương 9: Nghiên cứu khách hàng trên không gian mạng xã hội</p> <p>9.1- Vai trò của việc nghiên cứu khách hàng trên không gian mạng xã hội</p> <p>9.2- Nghiên cứu định tính trên mạng xã hội</p> <p>9.3- Nghiên cứu định lượng trên mạng xã hội</p> <p>9.4- Vấn đề thường gặp trong việc nghiên cứu trên mạng xã hội</p> <p>9.5- Nghiên cứu sơ cấp trên mạng xã hội</p>	2	1	1			LO1.3 LO2.1 LO2.2 LO3.2	A1.1 A1.2 A2.1
Buổi 10	<p>Chương 10: Đo lường hiệu quả các hoạt động marketing trên mạng xã hội</p> <p>10.1- Các số liệu cần đo lường</p> <p>10.2- Đo lường hiệu quả trên từng mốc thời gian của các chiến dịch marketing mạng xã hội</p> <p>10.3- Quy trình đánh giá và đo lường</p>	2	1	1			LO1.3 LO2.1 LO3.1 LO3.2	A1.1 A1.2 A2.1
Buổi 11	Ôn tập	2	2	1			LO1.3 LO2.2 LO2.1 LO2.2 LO3.2	A1.1 A1.2 A2.1
<b>Cộng</b>		23	11	11				

## 5.2. Nội dung phần tự học:

- Bài tập nhóm: Mỗi nhóm sẽ phải áp dụng những kiến thức đã học, phân tích hoạt động marketing trên mạng xã hội của một doanh nghiệp đang có và thực hiện các thảo luận đề xuất các giải pháp để khắc phục/ phát huy chiến dịch đó theo nhóm.

## 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

- Tuten, T & Solomon. M, (2018). *Social Media Marketing*. 3rd edition, Pearson, USA
- File powerpoint của giảng viên.

### Tài liệu tham khảo

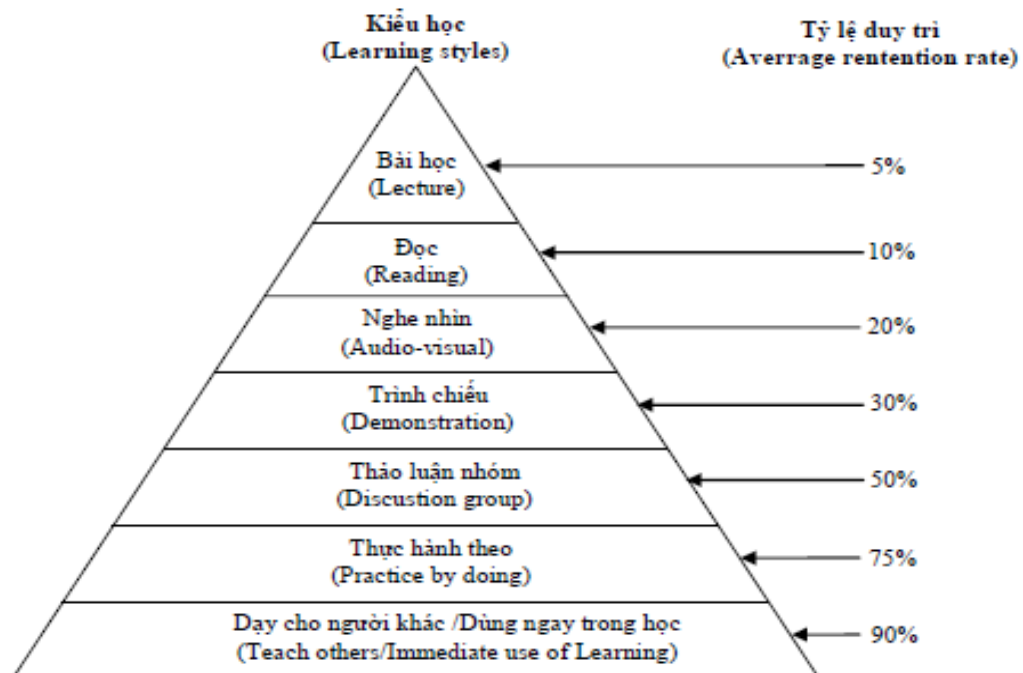
- Kent Wertime & Ian Fenwick, (2009). *Tiếp thị số*. Nhà xuất bản tri thức
- Brian Halligan & Dharmesh Shah, (2011). *Tiếp thị trực tuyến trong kỷ nguyên mới*. Nhà xuất bản tổng hợp Tp.HCM
- Wertime, K & Fenwick. I, (2008). *DigiMarketing- The essence guide to new media & digital marketing*. Wiley, Singapore

- Levy, J, (2010). *Facebook Marketing*. 2nd edition, Pearson, USA

## 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)

- Học phần được giảng dạy với sự kết hợp các phương pháp thuyết giảng, nêu vấn đề, thuyết trình, thảo luận tình huống, 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 được thiết kế để sinh viên có thể phát triển kiến thức về quản trị marketing, thị trường, hoạt động cạnh tranh, các chiến lược sản phẩm, giá cả, hoạt động phân phối và truyền thông trên thị trường. Sinh viên phải đạt được khả năng phân tích các vấn đề về hoạt động quản trị marketing của doanh nghiệp.
- Học phần này có áp dụng hình thức nghiên cứu tình huống để sinh viên nghiên cứu 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	Thái độ học tập/chuyên cần	LO2.1 LO3.2	11 buổi học	Phát biểu Điểm danh	10
	A 1.2	Bài tập nhóm thuyết trình và thảo luận	LO3.1 LO3.2 LO3.3	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
	A 1.3	A 1.3	Bài kiểm tra cá nhân	LO1.1 LO1.2 LO2.1 LO2.2 LO3.1 LO3.2	1 lần/ thời gian 60 phút	10
A2. Đánh giá kết thúc học phần	A 2.1	Tự luận	LO1.1 LO1.2 LO2.1 LO2.2 LO3.1 LO3.2	1 lần/thời gian 60 phút	Áp dụng, phân tích, đánh giá, sáng tạo	60

**BAN GIÁM HIỆU**

**TRƯỞNG KHOA**

**TRƯỞNG BỘ MÔN**

**BẢNG 6: CHI TIẾT ĐÁNH GIÁ BÀI TẬP NHÓM**

Tiêu chí Trong số	CHI TIẾT ĐÁNH GIÁ (ĐIỂM)					Chuẩn đầu ra
	0 <3	3 <5	7 <9	5 <7	9-10	
<b>Hình thức trình bày bài thuyết trình (15%)</b>	<b>Không đạt tất cả yêu cầu</b>	- Font chữ, màu sắc không rõ - Kết cấu nội dung trình bày chưa logic - Chưa có nhiều thông tin thông tin thể hiện qua bảng – biểu đồ	- 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 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	<b>LO2.1 LO2.2 LO3.2</b>
<b>Nội dung bài thuyết trình (40%)</b>	<b>Không đạt tất cả yêu cầu</b>	- 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	- 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	- 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	<b>LO2.1 LO2.2 LO3.2</b>
<b>Hỗ trợ kỹ thuật (10%)</b>	<b>Không có bất kỳ các thiết bị hỗ trợ nào</b>	Chỉ trình chiếu Power point	- 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	- Power point, phim, ảnh, mô hình, nhạc.. - Phối hợp tốt và ấn tượng các công cụ hỗ trợ	<b>LO2.1 LO2.2 LO3.2</b>
<b>Kỹ năng thuyết trình</b>	<b>Không đạt tất cả yêu cầu</b>	- Trình bày không rõ ràng, rành mạch, chưa đi vào trọng	- Trình bày khá thuyết phục (Rõ ràng, rành mạch)	- Trình bày thuyết phục (đi vào trọng tâm nhưng chưa	- Trình bày rất thuyết phục (Rõ	<b>LO2.1 LO2.2</b>



<b>và làm việc nhóm (25%)</b>		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 câu hỏi sai và lấp liếm - Phối hợp nhóm tốt - Quá thời gian gần 10 phút	- 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 nhưng chưa thấu đáo - Phối hợp nhóm khá tốt - Quá thời gian gần 3 phút	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 chưa hỏi thấu đáo - Phối hợp nhóm chưa tốt - Quá thời gian từ 3-5 phút	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 thấu đáo - Phối hợp nhóm tốt - Đúng thời gian	<b>LO3.2</b>
<b>Điểm cộng (10%)</b>	Hình thức thuyết trình thuyết giảng đơn thuần	Có sáng tạo trong hình thức thuyết trình nhưng hiệu quả chưa cao	Có sáng tạo trong hình thức thuyết trình nhưng hiệu quả trung bình	Có sáng tạo trong hình thức thuyết trình đạt hiệu quả cao	Có sáng tạo trong hình thức thuyết trình và cách tiếp cận vấn đề mới lạ, đạt hiệu quả cao	<b>LO2.1</b> <b>LO2.2</b> <b>LO3.2</b>

### BẢNG 7: CHI TIẾT ĐÁNH GIÁ CÁ NHÂN

✓ *Chuyên cần: Giảng viên sẽ linh động cách thức điểm danh trong các buổi học*

<b>Tiêu chí</b>	<b>Điểm</b>	<i>0&lt;3</i>	<i>3 -&lt;5</i>	<i>5- &lt;7</i>	<i>7-&lt;9</i>	<i>9-10</i>
Có mặt trên lớp (Buổi)		Dưới 3	3	4	5-9	10-11

✓ Bài kiểm tra 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)	
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 LO2.1 LO2.2 LO3.1 LO3.2
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> </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>	LO2.1 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 LO2.1 LO3.1 LO3.2
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> </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>	LO2.1 LO3.2

