

TP. Hồ Chí Minh, Ngày tháng năm 2019

ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN
PHÂN TÍCH MARKETING TRÊN PHƯƠNG TIỆN TRUYỀN THÔNG
KỸ THUẬT SỐ

1. THÔNG TIN TỔNG QUÁT (GENERAL INFORMATION)

BẢNG 1: THÔNG TIN TỔNG QUÁT VỀ HỌC PHẦN

❖ Tên học phần:	
Tiếng Việt:	Phân tích Marketing trên phương tiện truyền thông kỹ thuật số
Tiếng Anh:	Digital Marketing Analytics
❖ 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 bản <input checked="" type="checkbox"/> Kiến thức chuyên ngành <input type="checkbox"/> Học phần chuyên về kỹ năng chung	<input type="checkbox"/> Kiến thức cơ sở ngành <input type="checkbox"/> Kiến thức khác <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 học trước:	Quản trị marketing, Digital 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 Digital Marketing Analytics giới thiệu tầm quan trọng của việc phân tích Marketing trong thời đại kỹ thuật số. Học phần tập trung vào phân tích hoạt động truyền thông Marketing với các công cụ truyền thông mới như: marketing qua công cụ tìm kiếm, marketing qua mạng xã hội, email marketing, mobile marketing.... Qua đó, sinh viên có khả năng nhận biết được các công cụ Digital marketing để vận dụng vào quá trình lập kế hoạch truyền thông marketing. Đồng thời có thể đọc và phân tích các số liệu tương ứng với từng công cụ trong việc đo lường hiệu quả của hoạt động Digital 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	CDR của CTĐT	TĐNL [4]
G1	Vận dụng các công cụ truyền thông trên Digital để hỗ trợ quá trình tìm kiếm và phân tích các thông tin trên Internet	Ks2, Ks4	V, VI
G2	Phân tích được hiệu quả hoạt động marketing trên các công cụ truyền thông digital	Ks5, Ss3, As2	III, V
G3	Đánh giá được hiệu quả hoạt động của các công cụ truyền thông digital	Ks2, Ss4, As3	V, VI
G4	Đánh giá được hiệu quả của các công cụ digital.	Ks4, Ks5, Ss4	III, V, VI
G5	Nhận thức được trách nhiệm xã hội, thái độ tích cực và tinh thần trách nhiệm trong công việc	As2, As4	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	- Sử dụng được các công cụ truyền thông trên Digital để hỗ trợ quá trình tìm kiếm các thông tin trên Internet	I
LO1.2	- Vận dụng các công cụ truyền thông trên Digital để phân tích và đánh giá hiệu quả các công cụ truyền thông	T
LO1.3	- Phân tích được quy trình vận hành hoạt động bán hàng trực tuyến của doanh nghiệp và chăm sóc khách hàng của doanh nghiệp	T

Buổi 1	<p>1.1 Khái niệm</p> <p>1.2 Đặc điểm</p> <p>1.3 Tầm quan trọng</p> <p>1.4 Phân tích các công cụ kỹ thuật số</p> <p>1.5 Ứng dụng</p>	3	0	1			LO1.1 LO1.2	A1.2 A2.1
Buổi 2	<p>Chương 2: Môi trường Digital marketing</p> <p>2.1 Khái niệm</p> <p>2.2 Môi trường vĩ mô</p> <p>2.3 Môi trường vi mô</p> <p>2.4 Môi trường nội vi</p>	3	0	1			LO1.4	A1.1 A1.2 A1.3 A2.1
Buổi 3	<p>Chương 3: Phân tích Marketing qua công cụ Tiếp thị di động</p> <p>3.1 Nghiên cứu thị trường di động</p> <p>3.2 Xu hướng quảng cáo trên thiết bị di động</p> <p>3.3 Hệ điều hành trên thiết bị di động</p> <p>3.4 Các phần mềm tiện ích</p> <p>3.5 Xu hướng phát triển tích hợp</p>	3	0	1			LO1.3	A1.2 A1.3 A1.1 A2.1
Buổi 4	<p>Chương 4: Phân tích Marketing qua Website</p>	3	1	0			LO1.5 LO1.6	A1.2 A1.3

	<p>4.1 Khái niệm</p> <p>4.2 Phân loại</p> <p>4.3 Thiết kế website</p> <p>4.4 Phân tích website</p>						<p>LO2.1</p> <p>LO2.2</p> <p>LO2.3</p>	<p>A1.1</p> <p>A2.1</p>
Buổi 5	<p><i>Chương 5: Phân tích Marketing qua công cụ tìm kiếm</i></p> <p>5.1 Tổng quan về công cụ tìm kiếm</p> <p>5.2 SEO - Tối ưu website</p> <p>5.3 Xu hướng Google</p>	3	1	0			<p>LO1.5</p> <p>LO1.6</p> <p>LO2.1</p> <p>LO2.2</p> <p>LO2.3</p>	<p>A1.1</p> <p>A1.2</p> <p>A1.3</p> <p>A2.1</p>
Buổi 6	<p><i>Chương 5: Phân tích Marketing qua công cụ tìm kiếm (tiếp)</i></p> <p>5.4 Công cụ từ khóa Google AdWords</p> <p>5.5 Xu hướng YouTube</p>	2	2				<p>LO1.5</p> <p>LO1.6</p> <p>LO2.1</p> <p>LO2.3</p>	<p>A1.1</p> <p>A1.2</p> <p>A1.3</p> <p>A2.1</p> <p>A2.2</p>
Buổi 7	<p><i>Chương 6: Phân tích Marketing trên môi trường truyền thông xã hội</i></p> <p>6.1 Khái niệm</p> <p>6.2 Ảnh hưởng các công cụ truyền thông xã hội</p> <p>Sự khác nhau giữa trực tuyến và ngoại tuyến</p> <p>6.3</p> <p>6.4 Phân tích marketing qua các công cụ truyền thông xã hội phổ biến</p>	2	2	0			<p>LO1.5</p> <p>LO1.6</p> <p>LO2.1</p> <p>LO2.2</p> <p>LO2.3</p>	<p>A1.1</p> <p>A1.2</p> <p>A1.3</p> <p>A2.1</p> <p>A2.2</p>

Buổi 8	<p><i>Chương 7: Phân tích Marketing mối quan hệ trực tuyến</i></p> <p><i>7.1 Khái niệm</i></p> <p><i>7.1 Phân tích đối tượng khách hàng</i></p> <p><i>7.2 Quản lý quan hệ khách hàng bằng phần mềm CRM</i></p> <p><i>7.3 Ứng dụng quản lý quan hệ khách hàng</i></p>	2	1	1			LO1.5 LO1.6 LO2.1 LO2.2 LO2.3	A1.1 A1.2 A2.1 A2.2
Buổi 9	<p><i>Chương 8: Phân tích marketing qua nội dung</i></p> <p><i>8.1 Khái niệm</i></p> <p><i>8.2 Vai trò của nội dung</i></p> <p><i>8.3 Các hình thức hiển thị nội dung</i></p>	3	1	0			LO1.5 LO1.6 LO2.1 LO2.2 LO2.3	A1.1 A1.2 A2.1 A2.2
Buổi 10	<p><i>Chương 8: Phân tích marketing qua nội dung</i></p> <p><i>8.4 Tối ưu hóa nội dung</i></p> <p><i>8.5 Phân tích hiệu quả nội dung</i></p>	3	2				LO1.5 LO1.6 LO2.1 LO2.2	A1.1 A1.2 A2.1 A2.2
Buổi 11	<p><i>Chương 9: Ứng dụng của phân tích Marketing kỹ thuật số</i></p> <p><i>9.1 Cải thiện dịch vụ khách hàng</i></p> <p><i>9.2 Dự báo</i></p> <p><i>9.3 Phát triển sản phẩm mới</i></p>	3	1	1			LO1.5 LO1.6 LO2.2 LO2.3 LO2.4	A1.1 A2.1 A2.2

	9.4 Lập kế hoạch Marketing						LO3.1
	9.5 Hoạch định chiến lược Marketing						LO3.2 LO3.3
Cộng		30t	10t	5t			

5.2. Nội dung phần tự học:

- Mỗi cá nhân sẽ phải áp dụng những kiến thức đã học vào việc phát triển một website cá nhân hoặc đưa ra dự định thành lập một website để hỗ trợ cho cá nhân/ doanh nghiệp. Đồng thời phát triển kế hoạch để giới thiệu và phát triển website ra cộng đồng.

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

- Lâm Ngọc Thùy, Bài giảng Digital Marketing Analytics lưu hành nội bộ (powerpoint).

Tài liệu tham khảo

- Dr. David, M.Muir, *Digital Marketing Analytics*, University of Delaware, 2019
- Sponder, Marshall and Gohar F. Khan, *Digital Analytics for Marketing*, New York, Routledge, 2018
- Dave Chaffey & Fiona Ellis-Chadwick, *Digital marketing strategy implementation and practice*, Pearson, 2016
- Andreas Meire & Henrik Stormer, *eBusiness & eCommerce quản trị theo chuỗi giá trị số*, NXB alphabook, 2011
- Simms Jenkins, *Email marketing*, NXB LDXH, 2012
- Vũ Hoàng Tâm, *Tiếp thị di động*, NXB Trẻ, 2015
- Lisa Arthur, *Marketing theo dữ liệu lớn*, NXB Trẻ, 2016

7. PHƯƠNG PHÁP GIẢNG DẠY (TEACHING TECHNIQUES)

- Học phần Digital Marketing Analytics 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 được thiết kế để sinh viên có thể phát triển kiến thức về marketing cho sản phẩm digital: sản phẩm, giá cả, phân phối và truyền. Sinh viên phải đạt được khả năng hiểu biết, áp dụng, phân tích và đánh giá các vấn đề một cách căn bản. Sinh viên cần phải tiếp thu được các khái niệm cơ bản và những ý tưởng marketing cho sản phẩm digital trên thị trường cũng như việc áp dụng những kiến thức để xây dựng các chương trình phát triển hoạt động digital marketing cho doanh nghiệp.
- 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 cá nhân thông qua các bài báo chuyên ngành để nghiên cứu và thực hiện.

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]	CDR 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	LO4.1 LO4.2 LO4.3 LO5.1 LO5.2 LO5.3	11 buổi học	Hiểu bài (kiểm tra 10 phút)	5
	A 1.2	Bài tập nhóm thuyết trình	LO2.3 LO2.4 LO3.1 LO3.2	1 lần/giao từ buổi học đầu, thuyết trình từ buổi	Nội dung, hình thức, kỹ năng thuyết trình, phối	15

			LO3.3	học thứ 4 trở đi	hợp nhóm	
	A 1.3	Bài tiểu luận được chỉnh sửa sau khi thuyết trình	LO2.3 LO2.4 LO3.1 LO3.2 LO3.3	1 lần sau thuyết trình	Hiểu bài, giải thích được	20
A2. Đánh giá kết thúc học phần	A 2.1	Trắc nghiệm	LO2.3 LO2.4	1 lần/thi kết thúc học phần	Hiểu, giải thích được, đánh giá được	20
	A 2.2	Tự luận	LO3.1 LO3.2 LO3.3	1 lần/thi kết thúc học phần	Áp dụng, phân tích, đánh giá, sáng tạo	40

BAN GIÁM HIỆU

TRƯỞNG KHOA

TRƯỞNG BỘ MÔN

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

Tiêu chí Trong số	CHI TIẾT ĐÁNH GIÁ (ĐIỂM)					Chuẩn đầu ra
	0 <3	3 <5	7-<9	5- <7	9-10	
Hình thức trình bày bài thuyết trình (15%)	Không đạt tất cả yêu cầu	- 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	- 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	LO2.1 LO2.2 LO3.2 LO3.3
Nội dung bài thuyết trình (35%)	Không đạt tất cả yêu cầu	- 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	LO1.2 LO2.1 LO2.2 LO2.3 LO2.4
Hỗ trợ kỹ thuật (15%)	Không có bất kỳ các thiết bị hỗ trợ nào	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	LO3.2 LO3.3
Kỹ năng thuyết trình (25%)	Không đạt tất cả yêu cầu	- 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	- 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	- Trình bày thuyết phục (đi vào trọng tâm nhưng chưa rõ) - Phân bố thời gian và nội dung thuyết trình chưa hợp lý	- Trình bày rất thuyết phục (Rõ ràng, rành mạch, đi vào trọng tâm) - Phân bố thời gian và nội dung thuyết trình hợp lý	LO2.1 LO2.2 LO3.2

		- Không lắng nghe và trả lời câu hỏi sai và lấp liếm - Phối hợp nhóm tốt	- Lắng nghe và trả lời câu hỏi nhưng chưa thấu đáo - Phối hợp nhóm khá tốt	- Có sự giao lưu và tương tác với lớp - Trả lời câu chưa hỏi thấu đáo - Phối hợp nhóm chưa tốt	- Có sự giao lưu và tương tác với lớp - Lắng nghe và trả lời câu hỏi thấu đáo - Phối hợp nhóm tốt	
Thời gian (10%)	Quá 10 phút	Quá thời gian gần 10 phút	Quá thời gian gần 3 phút	Quá thời gian từ 3-5 phút	Đúng thời gian	LO3.3

BẢNG 7: CHI TIẾT ĐÁNH GIÁ CÁ NHÂN – CHUYÊN CẦN

✓ *Chuyên cần: Giảng viên sẽ cho các bài tập điểm danh trong các buổi học*

Tiêu chí / Điểm	0 < 3	3 - < 5	5 - < 7	7 - < 9	9 - 10
Có mặt trên lớp (Buổi)	Dưới 3	3	4	5-9	10-11

BẢNG 8: CHI TIẾT ĐÁNH GIÁ BÀI TẬP NHÓM – TIỂU LUẬN

Tiêu chí Trọng số	CHI TIẾT ĐÁNH GIÁ (ĐIỂM)					Learn ing out come
	Kém (0 - < 5)	Trung bình (5 - < 7)	Khá (7 - < 8)	Giỏi (8 - < 9)	Xuất sắc (9 – 10)	
Xây dựng kế hoạch Digital Marketing - Đánh giá tình hình (20%)	<ul style="list-style-type: none"> Phân tích tình hình thị trường, doanh nghiệp và đối thủ không đầy đủ, thiếu logic. Không có sự hiểu biết về nội dung kiến thức áp dụng trong thực tiễn cho tình huống thực tế của doanh nghiệp 	<ul style="list-style-type: none"> Phân tích tình hình thị trường, doanh nghiệp và đối thủ không đầy đủ, thiếu logic. Việc sử dụng kiến thức, kỹ năng là rõ ràng nhưng không sâu. 	<ul style="list-style-type: none"> Áp dụng các kiến thức trong việc phân tích, đánh giá thị trường, đối thủ cạnh tranh trong đối tốt. Sử dụng các kiến thức tổng quát là rõ ràng nhưng ít mở rộng. 	<ul style="list-style-type: none"> Áp dụng kiến thức, kỹ năng để phân tích, đánh giá môi trường, thị trường, đối thủ và nội bộ khá tốt. Chúng tỏ một sự mở rộng khá tốt kiến thức và kỹ năng. 	<ul style="list-style-type: none"> Áp dụng kiến thức, kỹ năng để phân tích, đánh giá môi trường, thị trường, đối thủ và nội bộ tốt. Chúng tỏ một sự mở rộng kiến thức và kỹ năng và sáng tạo cao. 	LO1.2 LO2.1 LO2.2 LO2.3 LO2.4

Xây dựng kế hoạch Digital Marketing – <i>Xây dựng mục tiêu</i> (10%)	<ul style="list-style-type: none"> Mục tiêu không đúng không logic với tình hình thực tế Không nắm được kiến thức về thiết lập mục tiêu digital 	<ul style="list-style-type: none"> Mục tiêu dễ đạt được, không có điểm nhấn Vận dụng kiến thức về thiết lập mục tiêu digital chưa tốt 	<ul style="list-style-type: none"> Mục tiêu phù hợp với tình hình thực tế, nhưng chưa thách thức Vận dụng được kiến thức về thiết lập mục tiêu digital 	<ul style="list-style-type: none"> Mục tiêu phù hợp với tình hình thực tế, rõ ràng Vận dụng khá tốt kiến thức về thiết lập mục tiêu digital 	<ul style="list-style-type: none"> Mục tiêu logic, phù hợp và thách thức với tình hình thực tế Vận dụng tốt kiến thức về thiết lập mục tiêu digital 	LO2.1 LO2.2 LO2.3 LO2.4
Xây dựng kế hoạch Digital Marketing – <i>Giải pháp đạt được mục tiêu</i> (30%)	<ul style="list-style-type: none"> Sử dụng các giải pháp rất bình thường. Chưa giải quyết chưa được vấn đề đặt ra. Chưa trả lời được đầy đủ các câu hỏi phản biện và chất vấn của các nhóm khác. 	<ul style="list-style-type: none"> Mục tiêu trung bình, dễ dàng đạt được Sử dụng các giải pháp có mức độ đơn giản để giải quyết vấn đề đặt ra. Giải quyết vấn đề đặt ra ở mức trung bình. Trả lời các câu hỏi chất vấn ở mức bình thường. 	<ul style="list-style-type: none"> Sử dụng các giải pháp tương đối hiệu quả để giải quyết vấn đề đặt ra. Có kế hoạch hành động và đo lường đánh giá chi tiết. Trả lời tương đối tốt các câu hỏi phản biện và chất vấn. 	<ul style="list-style-type: none"> Sử dụng các giải pháp có hiệu quả khá tốt để giải quyết vấn đề đặt ra. Có kế hoạch chi tiết về con người, nguồn lực, thời gian và đo lường đánh giá chi tiết. Trả lời khá tốt các câu hỏi phản biện và chất vấn. 	<ul style="list-style-type: none"> Sử dụng các giải pháp có hiệu quả cao để giải quyết vấn đề đặt ra. Có kế hoạch chi tiết và khả thi về con người, nguồn lực, thời gian và đo lường đánh giá Trả lời tốt các câu hỏi phản biện và chất vấn. 	LO2.2 LO2.3 LO2.4
Xây dựng kế hoạch Digital Marketing – <i>Phương pháp đo lường, KPI</i> (10%)	<ul style="list-style-type: none"> Chưa xây dựng được giải pháp đo lường và kiểm soát mục tiêu đưa ra Số liệu KPI không logic 	<ul style="list-style-type: none"> Có xây dựng giải pháp đo lường và kiểm soát mục tiêu đưa ra nhưng chưa sát thực tế Số liệu KPI phù hợp 	<ul style="list-style-type: none"> Có xây dựng giải pháp đo lường và kiểm soát mục tiêu đưa ra tương đối đầy đủ và phù hợp Số liệu KPI logic với mục tiêu 	<ul style="list-style-type: none"> Giải pháp đo lường và kiểm soát mục tiêu đưa ra phù hợp thực tế Số liệu KPI logic và phù hợp thực tế 	<ul style="list-style-type: none"> Giải pháp đo lường và kiểm soát mục tiêu đưa ra phù hợp, logic và chính xác Số liệu KPI phù hợp thực tế, logic và khả thi 	LO2.2 LO2.3 LO2.4
Kết cấu và hình thức của bài Powerpoint (10%)	<ul style="list-style-type: none"> Kết cấu thiếu chặt chẽ. Bố cục chưa hợp lý. Thiếu sự liên kết. Thiếu tính logic. Chưa theo đúng qui định và sai lỗi nhiều. Không có tính thẩm mỹ. Trình bày kém thuyết phục. 	<ul style="list-style-type: none"> Kết cấu không chặt. Bố cục bình thường. Sự liên kết không chặt chẽ. 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. 	<ul style="list-style-type: none"> Kết cấu tương đối chặt. Bố cục hợp lý. Sự liên kết chưa tốt. Tính logic chưa cao. 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. 	<ul style="list-style-type: none"> Kết cấu khá chặt chẽ. Bố cục hợp lý. Có sự liên kết tốt. Tính logic tương đối cao. 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 	<ul style="list-style-type: none"> Kết cấu rõ ràng, chặt chẽ. Bố cục hợp lý. Có sự liên kết tốt. Có tính logic cao. Theo đúng qui định và sai lỗi không đáng kể. Kết hợp chữ, hình ảnh, đồ thị trong trình bày. 	LO2.1 LO2.2 LO2.3 LO3.1 LO3.2 LO3.3

		<ul style="list-style-type: none"> Trình bày một cách bình thường. 	<ul style="list-style-type: none"> Trình bày một cách tương đối thuyết phục. 	<ul style="list-style-type: none"> trong trình bày powerpoint. Tính thẩm mỹ không cao. Trình bày khá thuyết phục 	<ul style="list-style-type: none"> Có sự kết hợp chữ, hình ảnh, video trong trình bày powerpoint. Có tính thẩm mỹ cao. Trình bày rất thuyết phục. 	
Tính sáng tạo (10%)	<ul style="list-style-type: none"> Đi theo lối mòn. Không có phong cách riêng. 	<ul style="list-style-type: none"> Không có sự sáng tạo. Có phong cách bình thường. 	<ul style="list-style-type: none"> Có sự sáng tạo tương đối cao. Có phong cách riêng. Sự khác biệt không rõ. 	<ul style="list-style-type: none"> Có sự sáng tạo cao trong việc đề xuất chiến lược và các giải pháp. Có phong cách sáng tạo riêng. Có sự khác biệt khá rõ. 	<ul style="list-style-type: none"> Có sự sáng tạo cao trong việc đề xuất chiến lược và các giải pháp. Có phong cách độc đáo, sáng tạo riêng. Có sự khác biệt rõ ràng. 	LO2.4 LO3.1
Thời gian nộp (10%)	<ul style="list-style-type: none"> Chậm hơn 36h so với qui định. 	<ul style="list-style-type: none"> Chậm hơn 24h so với qui định. 	<ul style="list-style-type: none"> Chậm hơn 12h so với qui định. 	<ul style="list-style-type: none"> Chậm hơn 6h so với qui định. 	<ul style="list-style-type: none"> Đúng qui định. 	LO3.1 LO3.2

BẢNG 9: 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"> Chưa hoàn thành hết các câu hỏi đặt ra. Trả lời còn nhiều sai sót. Mức độ đáp ứng yêu cầu đặt ra chưa tốt. Không có tính sáng tạo, không mở rộng được vấn đề. 	<ul style="list-style-type: none"> Hoàn thành được trên 50% yêu cầu đặt ra. Trả lời đúng kết quả, sai sót không nhiều. Có tính sáng tạo, tìm tòi, khám phá và mở rộng vấn đề bình thường. 	<ul style="list-style-type: none"> Hoàn thành gần hết các câu hỏi đặt ra. Trả lời khá tốt yêu cầu đặt ra. Có tính sáng tạo, tìm tòi, khám phá cao và mở rộng vấn đề tương đối cao. 	<ul style="list-style-type: none"> Hoàn thành hết các câu hỏi đặt ra. Có tính sáng tạo, tìm tòi, khám phá cao và mở rộng vấn đề khá cao. 	<ul style="list-style-type: none"> Hoàn thành rất tốt yêu cầu đặt ra. Có tính sáng tạo, tìm tòi, khám phá và mở rộng vấn đề cao. 	LO2.1 LO2.2 LO2.3 LO2.4 LO3.1 LO3.2 LO3.3
Hình thức trình bày (10%)	<ul style="list-style-type: none"> Chưa logic, hợp lý. Khó đọc. Không đẹp mắt. 	<ul style="list-style-type: none"> Mức độ logic, hợp lý bình thường. Không dễ đọc. Không đẹp mắt. 	<ul style="list-style-type: none"> Logic, hợp lý. Khá dễ đọc. Bình thường. 	<ul style="list-style-type: none"> Logic, hợp lý. Dễ đọc. Khá đẹp mắt. 	<ul style="list-style-type: none"> Logic, hợp lý. Dễ đọc. Đẹp mắt. 	LO2.1 LO3.2 LO3.3