

Tp. Hồ Chí Minh, ngày tháng năm 2019

## ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN QUẢN TRỊ THƯƠNG HIỆU

### 1. THÔNG TIN CHUNG VỀ HỌC PHẦN

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

• Tên học phần:	
Tiếng Việt:	Quản trị thương hiệu
Tiếng Anh:	Brand Management
• Mã số học phần:	020067
• 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 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
Học phần song hành:	
Điều kiện khác:	
• Giảng viên phụ trách:	TS. Ngô Thị Thu
Khoa/Bộ môn:	Marketing/Quản trị thương hiệu & Truyền thông
Email:	ngothungo@yahoo.com.vn
Điện thoại:	028 3872 6789 (462)

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

Quản trị thương hiệu là học phần bắt buộc trong chương trình đào tạo chuyên ngành Quản trị thương hiệu, Học phần tập trung giới thiệu tầm quan trọng của công tác quản trị thương hiệu trong công ty, các khái niệm và thuật ngữ quan trọng có liên quan đến môn học, phân tích nội dung của công tác quản trị thương hiệu, quá trình xây dựng thương hiệu, bảo vệ thương hiệu, mở rộng 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. Cụ thể

**Bảng 2: Mục tiêu của học phần**

Mục tiêu (Gx)	Mô tả mục tiêu	CDR của CTĐT	TĐNL [4]
G1	Có những kiến thức về thương hiệu, quản trị thương hiệu	Ks4, Ks5	I, II
G2	Có những hiểu biết sâu sắc về quy trình quản trị thương hiệu, nội dung chiến lược xây dựng và phát triển thương hiệu.	Ks6, Ks7	II, III
G3	Có khả năng vận dụng lý thuyết để thiết kế một cách sáng tạo các kế hoạch tổng thể và kế hoạch chi tiết liên quan đến chiến lược thương hiệu cho những tình huống thực tiễn	Ks7, Ks8, Ss1, Ss2	IV, V, VI
G4	Có thể vận dụng phương pháp đánh giá hiệu quả để phân tích, tổng hợp và giải quyết các vấn đề trong công tác quản trị thương hiệu.	Ks8, Ks2, Ks4	IV, V
	Sinh viên có kỹ năng làm việc theo nhóm, kỹ năng trình bày một báo cáo nghiên cứu	As1, Ss3, Ss4	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	As2, As3	IV, V

**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 – 2.03.0 (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**

C	Mô tả chuẩn đầu ra	Chỉ định I, T, U
LO1.1	Giải thích được các thuật ngữ liên quan đến thương hiệu và quản trị thương hiệu.	I
LO1.2	Có những hiểu biết và phân tích một cách thấu đáo quy trình quản trị thương hiệu	T
LO1.3	phân tích một cách thấu đáo nội dung các quyết định trong chiến lược thương hiệu.	T, U
LO1.4	Biết cách tiếp cận các phương pháp 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.	
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	T, U

	thực	
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
LO3.2	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 CHI TIẾT HỌC PHẦN

### 5.1 Kế hoạch giảng dạy

**Bảng 4: 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	Giới thiệu chương trình môn học, yêu cầu môn học. <b>Chương 1: Khái quát về thương hiệu và quản trị thương hiệu:</b> 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	3		1			LO1.1	A1,1 A1.2

Buổi 2	<p><b>Chương 1: Khái quát về thương hiệu và quản trị thương hiệu (Tiếp):</b></p> <p>1.3 Quản trị thương hiệu</p> <p>1.3.1 Khái niệm quản trị thương hiệu</p> <p>1.3.2 Quá trình quản trị thương hiệu</p> <p>1.3.3 Những thách thức trong công tác quản trị thương hiệu</p>	2	2				LO1.2 LO2.1	A1.1 A1.3 A1.4
Buổi 3	<p><b>Chương 2: Giá trị thương hiệu</b></p> <p>2.1 Khái niệm giá trị thương hiệu</p> <p>2.2 Tầm quan trọng của giá trị thương hiệu</p> <p>2.3 Các yếu tố hình thành giá trị thương hiệu theo Quan điểm của David Aaker</p> <p>2.3.1 Nhận biết thương hiệu</p> <p>2.3.2 Chất lượng cảm nhận đối với thương hiệu</p> <p>2.3.3 Liên tưởng thương hiệu</p> <p>2.3.4 Trung thành đối với thương hiệu</p> <p>2.4 Đo lường giá trị thương hiệu</p> <p>2.4.1 Quan điểm về đo lường giá trị thương hiệu</p> <p>2.4.2 Các cách tiếp cận đo lường giá trị thương hiệu</p>	2	1	1			LO1.2 LO2.1	A1.1 A1.2 A1.4
Buổi 4	<p><b>Chương 3: Chiến lược thương hiệu</b></p> <p>3.1 Khái quát chung về chiến lược thương hiệu</p> <p>3.1.1 Khái niệm chiến lược</p>	2	1	1			LO1.3 LO2.2	A1.1 A1.3 A1.4

	<p>thương hiệu</p> <p>3.1.2 Tầm quan trọng của thiết kế chiến lược thương hiệu</p> <p>3.2 Chiến lược thương hiệu</p> <p>3.2.1 Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến chiến lược thương hiệu</p> <p>3.2.2 Định hướng chiến lược thương hiệu</p>							
Buổi 5	<p><b>Chương 3: Chiến lược thương hiệu (Tiếp)</b></p> <p>3.2.3 Các quyết định trong chiến lược thương hiệu</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Xây dựng tầm nhìn, sứ mạng thương hiệu</li> <li>- Định vị thương hiệu</li> <li>- Thiết kế hệ thống nhận diện thương hiệu</li> <li>- Marketing tạo giá trị thương hiệu</li> <li>- Phát triển và mở rộng thương hiệu</li> <li>- Xác định kiến trúc thương hiệu và Quản trị danh mục thương hiệu</li> <li>- Bảo vệ thương hiệu</li> </ul>	2	1	1			LO1.3 LO2.2	A1.1 A1.3 A1.4
Buổi 6	<p><b>Chương 4: Định vị thương hiệu</b></p> <p>4.1 Khái quát chung về định vị thương hiệu</p> <p>4.1.1 Khái niệm định vị</p> <p>4.1.2 Vai trò và tầm quan trọng của định vị trong kiến tạo giá trị thương hiệu</p> <p>4.2 Quá trình định vị thương hiệu</p>	2	1	1			LO1.3 LO2.3	A1.1 A1.2 A1.4

	<p>4.3 Các chiến lược định vị</p> <p>4.4 Tái định vị và đổi mới hình ảnh thương hiệu</p>							
Buổi 7	<p><b>Chương 5 Thiết kế hệ thống nhận diện thương hiệu</b></p> <p>5.1 Khái quát chung về hệ thống hệ thống nhận diện thương hiệu:</p> <p>5.1.1 Tầm quan trọng của thiết kế hệ thống nhận diện thương hiệu</p> <p>5.1.2 Khái niệm hệ thống nhận diện thương hiệu</p> <p>5.1.3 Các lưu ý khi thiết kế hệ thống nhận diện thương hiệu</p> <p>5.2 Thiết kế hệ thống nhận diện thương hiệu</p> <p>5.2.1 Xác định các yếu tố nhận diện thương hiệu</p> <p>5.2.2 Triển khai ứng dụng thiết kế</p> <p>5.3 Thiết kế các yếu tố nhận diện thương hiệu</p>	2	1	1			<p>LO1.3</p> <p>LO2.2</p> <p>LO3.1</p> <p>LO3.2</p>	<p>A1.1</p> <p>A1.3</p> <p>A1.4</p>
Buổi 8	<p><b>Chương 6: Marketing tạo giá trị thương hiệu</b></p> <p>6.1 Vai trò của marketing để tạo giá trị thương hiệu</p> <p>6.2 Các xu hướng marketing</p> <p>6.3 Hoạt động marketing tạo giá trị thương hiệu</p> <p>1.3.1 Chiến lược sản phẩm</p> <p>1.3.2 Chiến lược định giá</p> <p>1.3.3 Chiến lược phân phối</p>	2	1	1			<p>LO1.3</p> <p>LO1.4</p> <p>LO3.2</p>	<p>A1.1</p> <p>A1.3</p> <p>A1.4</p>

	<p>1.3.4 Chiến lược truyền thông</p> <p>1.3.5 Tận dụng liên tưởng thương hiệu thứ cấp để xây dựng giá trị thương hiệu.</p>							
Buổi 9	<p><b>Chương 7: Phát triển và mở rộng thương hiệu</b></p> <p>7.1 Tầm quan trọng và sự cần thiết của hoạt động phát triển và mở rộng thương hiệu</p> <p>7.2 Mở rộng thương hiệu</p> <p>1.2.1 Sự cần thiết mở rộng thương hiệu</p> <p>1.2.2 Các biện pháp mở rộng thương hiệu</p> <p>7.3 Phát triển thương hiệu</p> <p>7.4 Loại trừ thương hiệu</p> <p>7.5 Cải thiện hình ảnh thương hiệu</p> <p>7.6 Quản trị danh mục thương hiệu:</p> <p>7.6.1 Kiến trúc thương hiệu</p> <p>7.6.2 Quản trị danh mục thương hiệu</p> <p>7.7 Thương hiệu toàn cầu</p> <p>7.7.1 Sự cần thiết khi xây dựng thương hiệu toàn cầu</p> <p>7.7.2 Thuận lợi và khó khăn xây dựng thương hiệu toàn cầu</p> <p>7.7.3 Chiến lược thương hiệu toàn cầu</p>	2	1	1			LO1.3 LO1.4 LO3.2	A1.1 A1.3 A1.4
Buổi 10	<p><b>Chương 8: Đánh giá hiệu quả chiến lược thương hiệu</b></p> <p>8.1 Khái quát về đánh giá, đo lường thương hiệu</p> <p>8.1.1 Khái niệm</p>	2	1	1			LO1.3 LO2.3 LO3.2	A1.1 A1.3 A1.4

	<p>8.1.2 Vai trò của hoạt động đánh giá và đo lường hiệu quả của chiến lược thương hiệu</p> <p>8.2 Các phương pháp đánh giá thương hiệu</p> <p>8.2.1 Các phương pháp đánh giá thương hiệu</p> <p>8.2.2 Các chỉ tiêu đánh giá và đo lường hiệu quả của chiến lược thương hiệu</p>						
Buổi 11	<p><b>Chương 8: Đánh giá hiệu quả chiến lược thương hiệu (Tiếp)</b></p> <p>8.3 Hệ thống đánh giá chiến lược thương hiệu</p> <p>8.3.2 Xây dựng hệ thống đánh giá thương hiệu</p> <p>8.3.3 Giám sát các hoạt động xây dựng và phát triển thương hiệu</p> <p><b>Ôn tập, trả lời thắc mắc</b></p>	2	1	2		<p>LO1.3</p> <p>LO2.3</p> <p>LO3.2</p>	<p>A1.1</p> <p>A1.2</p> <p>A1.4</p>
<b>Cộng</b>		<b>23</b> <b>Giờ</b>	<b>9</b> <b>Giờ</b>	<b>13</b> <b>Giờ</b>			

### 5.3 Nội dung phân tự học:

- Bài tập nhóm: Mỗi nhóm đọc tài liệu, khảo sát và tìm thông tin, chuẩn bị các đề tài thuyết trình theo yêu cầu của giảng viên (Chuẩn bị tài liệu trình chiếu và bài viết theo nhóm).
- Bài tập cá nhân: Mỗi sinh viên được yêu cầu tìm các tình huống liên quan đến thương hiệu, có thể trình bày trên lớp hoặc nộp bài viết.

## 6. NGUỒN HỌC LIỆU (LEARNING RESOURCES)

6.1 Giáo trình: Quản trị thương hiệu

6.2 Bài giảng của giảng viên: Bài giảng Power Point

6.3 Sách tham khảo:

a. Sách trong nước:

-



- 
- Bùi Văn Quang, 2016, Quản trị thương hiệu, NXB Lao động – Xã hội
- Nguyễn Quốc Thịnh, Nguyễn Thành Trung, 2012, Thương hiệu với nhà quản lý, NXB Lao động - Xã hội
- John Davis, 2010, (tái bản 2017), Đo lường tiếp thị, Nhà Xuất Bản Tổng hợp TP.HCM

b. Sách nước ngoài:

- Kevin Lane Keller, 2013, Strategic Brand management, Pearson.
- Sylvie Laforet, 2012, Managing brands, Mc. Grawhill high education.

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

### 7.1 Phương pháp giảng dạy

- 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 kết hợp các phương pháp: thuyết giảng, nêu vấn đề, truy vấn, thảo luận nhóm và nghiên cứu tình huống để sinh viên nghiên cứu và trình bày trước lớp. Sinh viên được giao các đề tài chuyên ngành để nghiên cứu và thực hiện.

### 7.2 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.

## 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	CDR học phần	Số lần đánh giá/thời điểm	Tiêu chí đánh giá	Tỷ lệ (%)
A1. Đánh giá quá trình	A 1.1	Thái độ học tập/chuyên cần	LO3.1 LO3.2	11 lần/ trong suốt các buổi học	Sự tham dự lớp/chuyên cần	10
	A 1.2	Bài kiểm tra cá nhân 15	LO1.1 LO1.2	3 lần/vào các buổi thứ 3, 6	Hiểu bài, giải thích	5

		phút	LO1.3 LO3.2	và 9	được	
	A 1.3	Bài tập tình huống làm theo nhóm	LO1.2 LO1.3 LO1.4 LO2.1 LO2.3 LO2.4 LO3.1 LO3.2	1 lần/giao từ buổi học đầu, thu vào buổi học thứ 10	Kỹ năng phối hợp nhóm, phân tích, đề xuất giải pháp cho tình huống	5
	A 1.4	Bài thuyết trình nhóm	LO1.2 LO1.3 LO1.4 LO2.1 LO2.2 LO2.3 LO2.4 LO3.1 LO3.2	1 -2 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	Tự luận	Kiến thức, kỹ năng LO1.2, LO1.3, LO1.4, LO2.1, LO2.2, LO2.3	1 lần/thi kết thúc học phần	Hiểu, giải thích được, đánh giá được Áp dụng, phân tích, đánh giá, sáng tạo	60

**BAN GIÁM HIỆU**

**TRƯỞNG KHOA**

**TRƯỞNG BỘ MÔN**

## 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	10- 11 buổi	7-9 buổi	5- 6 buổi	4 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, hình ảnh minh họa và thông tin thể hiện qua bảng – biểu đồ hợp lý	-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 không rõ -Kết cấu nội dung trình bày chưa logic Chưa có nhiều thông tin thông tin thể hiện qua bảng – biểu đồ	Không đạt yêu cầu
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,	-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

		chưa đúng trọng tâm			
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 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 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 -Lắng nghe và trả lời câu hỏi nhưng chưa thấu đáo -Phối hợp nhóm khá tốt	-Trình bày thuyết phục (đi vào trọng tâm nhưng chưa 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 hỏi chưa thấu đáo -Phối hợp nhóm chưa tốt	-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 -Không lắng nghe và trả lời câu hỏi sai và lặp liếm -Phối hợp nhóm tốt	Không đạt tất cả yêu cầu
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	- Có phân công nhiệm vụ	- Có phân công nhiệm vụ cụ thể	- Phân công nhiệm vụ cho các thành	Không đạt được các

	cụ thể cho các thành viên trong nhóm - Luân phiên đổi vai trong các buổi thảo luận nhóm	cụ thể cho các thành viên trong nhóm - Có luân phiên đổi vai trong các buổi thảo luận nhóm nhưng không thường xuyên	cho các thành viên trong nhóm - Quá phụ thuộc vào một vài thành viên trong nhóm	viên trong nhóm chưa rõ ràng, - Vẫn còn SV trong nhóm không tham gia thảo luận	yêu cầu
Phối hợp thảo luận (20%)	- Phân bố thời gian cho quá trình thảo luận rất hợp lý - Các thành viên làm tốt vai trò được phân công  - Thảo luận, thống nhất vấn đề và nội dung thảo luận	- Phân bố thời gian cho quá trình thảo luận hợp lý - Các thành viên làm tốt vai trò được phân công nhưng chưa ổn định  - Thảo luận, thống nhất vấn đề và nội dung thảo luận	- Phân bố thời gian cho quá trình thảo luận hợp lý - Chỉ một số thành viên làm tốt vai trò được phân công  - Thảo luận chưa nhiều, thống nhất vấn đề và nội dung thảo luận	- Phân bố thời gian cho quá trình thảo luận chưa hợp lý - Các thành viên chưa làm tốt vai trò được phân công  - Thảo luận chưa nhiều, chưa thống nhất vấn đề và nội dung thảo luận	Không đạt được các yêu cầu
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	- 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	- 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

	của giảng viên	giảng viên			
--	----------------	------------	--	--	--

**d. Thi cuối kỳ: 60 - 75 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.