

TP. Hồ Chí Minh, Ngày tháng năm 2019

ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN NGUYÊN LÝ MARKETING

1. THÔNG TIN TỔNG QUÁT (GENERAL INFORMATION)

Bảng 1: Thông tin tổng quát về học phần

❖ Tên học phần:	
Tiếng Việt:	Nguyên lý Marketing
Tiếng Anh:	Principles of Marketing
❖ Mã số học phần:	010630
❖ 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 checked="" type="checkbox"/> Kiến thức cơ sở ngành
<input type="checkbox"/> Kiến thức cơ bản	<input type="checkbox"/> Kiến thức khác
<input 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:	
Số tiết tự học:	90
❖ Điều kiện tham dự học phần:	
Học phần học trước:	Kinh tế vi mô, Kinh tế vĩ mô
Học phần song hành:	Quản trị học
Điều kiện khác:	
❖ Giảng viên phụ trách:	ThS. Trịnh Thị Hồng Minh
Khoa/Bộ môn:	Marketing/Marketing cơ sở
Email:	minhtrinh0209@gmail.com
Điện thoại:	0979 739 000

2. MÔ TẢ HỌC PHẦN (COURSE DESCRIPTIONS)

Học phần nguyên lý marketing bao gồm 10 chương, trước hết làm rõ các khái niệm cơ bản của marketing như khái niệm marketing, marketing mix, vấn đề đạo đức trong hoạt động marketing. Học phần đi sâu phân tích nội dung các hoạt động marketing (quá trình marketing) như phân tích môi trường marketing, phân tích hành vi khách hàng thông qua hoạt động nghiên cứu thị trường, chọn thị trường mục tiêu, xây dựng chiến lược marketing và các chiến lược bộ phận gồm chiến lược sản phẩm, chiến lược định giá, chiến lược phân phối và chiến lược chiêu thị.

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
G1	Cung cấp cho sinh viên cái nhìn khái quát về lý thuyết và thực tiễn marketing trong môi trường đầy biến động ở cấp độ ngành và công ty	Ks2	I, II
G2	Sinh viên được cung cấp nền tảng lý thuyết vững chắc về marketing để có thể đánh giá về môi trường marketing, thị trường, người tiêu dùng, đối thủ cạnh tranh và các nhóm công chúng	Ks2	II, III
G3	Sinh viên có thể phân tích và đưa ra nhận định về các hoạt động marketing của doanh nghiệp trên thị trường, sáng tạo trong lập kế hoạch và tổ chức các hoạt động marketing trong doanh nghiệp	Ks2	III, IV, V
G4	Phát triển được kỹ năng thuyết trình trong việc trình bày hoạt động marketing, kỹ năng tư duy sáng tạo và làm việc độc lập	Ss5	V, VI
G5	Nhận thức được trách nhiệm xã hội, thái độ tích cực, tinh thần trách nhiệm trong công việc và định hướng phát triển bản thân ở cấp độ cao hơn	Ss5	I, II

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	Trang bị cho sinh viên kiến thức vững chắc về marketing, tầm quan trọng của marketing trong bối cảnh hiện nay. Giúp sinh viên giải thích được các khái niệm và các lý thuyết quan trọng liên quan đến hoạt động marketing	I, T
LO1.2	Vững vàng và sâu sắc về kiến thức và thực tiễn, đánh giá được sự ảnh hưởng của từng yếu tố môi trường marketing, hệ thống thông tin marketing, hành vi người tiêu dùng và chiến lược thị trường mục tiêu trong doanh nghiệp	T, U
LO1.3	Có kiến thức cơ bản để nhận định được các chiến lược và chiến thuật trong marketing, phân tích các hoạt động marketing mix, giải thích được các tình huống thành công và không thành công và có thể đưa ra các đề xuất phù hợp cho hoạt động marketing của doanh nghiệp	T, U
LO2.1	Tổ chức công việc và làm việc nhóm để tiến hành phân tích hoạt động marketing trong doanh nghiệp.	U

LO2.2	Phát triển được kỹ năng làm việc độc lập, làm việc nhóm, tư duy sáng tạo, phát triển được kỹ năng thuyết trình, kỹ năng giải quyết các vấn đề marketing phát sinh	T, U
LO3.1	Nhận thức được trách nhiệm và đạo đức nghề nghiệp của các doanh nghiệp trên thị trường	I, T
LO3.2	Phát triển thái độ tích cực và trách nhiệm trong quá trình làm việc nhóm	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	<i>Chương 1: Tổng quan về marketing</i> 1.1 Các quan điểm về marketing 1.2 Khái quát chung về marketing 1.3 Quá trình marketing 1.4 Khái niệm marketing mix 1.5 Thách thức của Marketing trong thời đại mới	2	1	1			LO1.1 LO2.1	A1.1 A1.3 A2.1	
Buổi 2	<i>Chương 2: Môi trường marketing</i> 2.1 Khái quát chung về môi trường marketing 2.2 Phân tích môi trường vĩ mô 2.3 Phân tích môi trường vi mô 2.4 Phân tích môi trường nội vi 2.5 Ứng dụng mô hình SWOT trong phân tích môi trường và ra quyết định	2	1	1			LO1.2 LO1.3 LO2.1 LO2.2 LO3.2	A1.1 A1.2 A1.3 A2.1	
Buổi 3	<i>Chương 3: Nghiên cứu marketing</i> 3.1 Khái quát chung về công tác nghiên cứu marketing 3.2 Quá trình thực hiện nghiên cứu	2	1	1			LO1.2 LO1.3 LO2.1 LO2.2 LO3.1 LO3.2	A1.1 A1.2 A1.3 A2.1	
Buổi 4	<i>Chương 4: Hành vi khách hàng</i> 4.1. Khái quát chung về hành vi khách hàng 4.2 Phân tích hành vi khách hàng là người tiêu dùng 4.3 Phân tích hành vi khách hàng tổ chức	2	1	1			LO1.2 LO1.3 LO2.1 LO2.2 LO3.2	A1.1 A1.2 A1.3 A2.1	
Buổi	<i>Chương 5: Chiến lược S – T – P</i>	2	1	1			LO1.2	A1.1	

5	5.1. Khái quát chung về thị trường 5.2 Thị trường mục tiêu						LO1.3 LO2.1 LO2.2 LO3.1 LO3.2	A1.2 A1.3 A2.1
Buổi 6	Chương 5: Chiến lược S – T – P (TT) 5.3 Phân khúc thị trường 5.4 Chọn thị trường mục tiêu 5.5 Định vị sản phẩm trong thị trường mục tiêu	2	1	1			LO1.2 LO1.3 LO2.1 LO2.2 LO3.2	A1.1 A1.2 A1.3 A2.1
Buổi 7	Chương 6: Chiến lược sản phẩm 6.1 Khái quát chung về chiến lược sản phẩm 6.2 Nội dung chiến lược sản phẩm	2	1	1			LO1.3 LO2.1 LO2.2 LO3.1 LO3.2	A1.1 A1.2 A2.1
Buổi 8	Chương 7: Chiến lược định giá sản phẩm 7.1 Khái quát chung về chiến lược định giá sản phẩm 7.2 Nội dung chiến lược định giá sản phẩm	2	1	1			LO1.3 LO2.1 LO2.2 LO3.1 LO3.2	A1.1 A1.2 A2.1
Buổi 9	Chương 8: Chiến lược phân phối sản phẩm 8.1 Khái quát chung về hoạt động phân phối 8.2 Nội dung chiến lược phân phối	2	1	1			LO1.3 LO2.1 LO2.2 LO3.2	A1.1 A1.2 A2.1
Buổi 10	Chương 9: Chiến lược chiêu thị 9.1 Khái quát chung về hoạt động chiêu thị 9.2 Các phối thức chiêu thị	2	1	1			LO1.3 LO2.1 LO3.1 LO3.2	A1.1 A1.2 A2.1
Buổi 11	Chương 9: Chiến lược chiêu thị (TT) 9.2 Các phối thức chiêu thị 9.3 Các bước tiến hành các hoạt động chiêu thị	2	2	1			LO1.3 LO2.2 LO2.1 LO2.2 LO3.2	A1.1 A1.2 A2.1
Cộng		22	12	11				

5.2. Nội dung phần tự học:

- Bài tập nhóm: Mỗi nhóm sẽ phải áp dụng những kiến thức đã học, phân tích một chiến lược marketing của một doanh nghiệp đang có và thực hiện các thảo luận theo nhóm.
- Mỗi cá nhân sẽ chọn một sản phẩm bất kỳ trên thị trường, tiến hành nhận định các hoạt động marketing cho sản phẩm đang diễn ra trên thị trường và đề xuất các giải pháp để khắc phục/phát huy.

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

- Marketing căn bản của trường Đại học Tài Chính - marketing, Ngô Thị Thu chủ biên, NXB Thống Kê, 2011.
- File powerpoint của giảng viên đứng lớp.

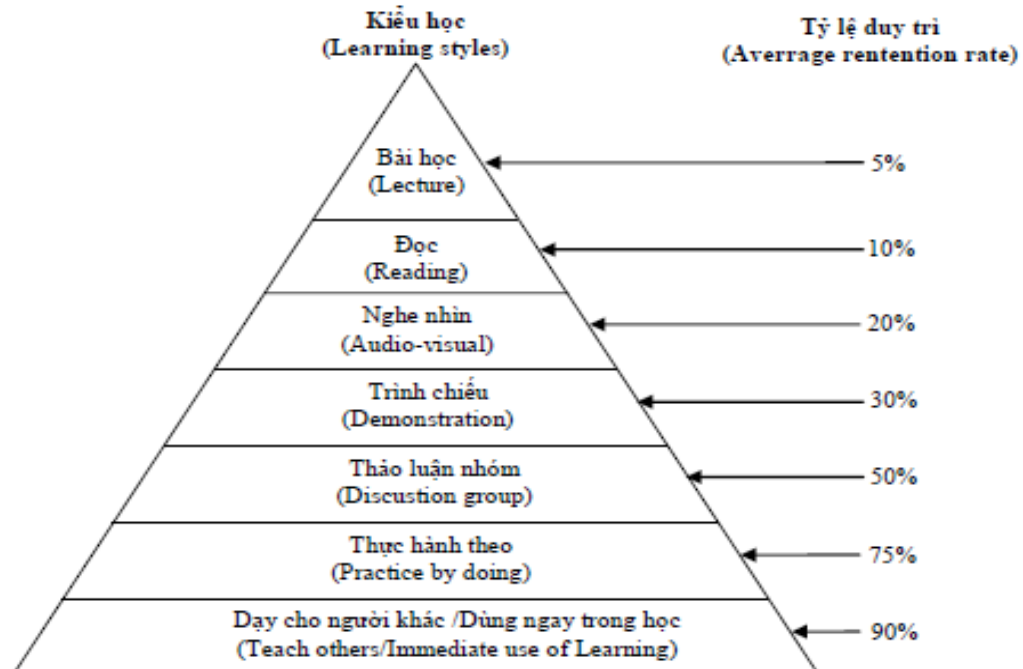
Tài liệu tham khảo

- Giáo trình Marketing căn bản của trường Đại học Kinh tế, PGS.TS. Trần Minh Đạo chủ biên, NXB Thống Kê, 2014
- Thấu hiểu tiếp thị từ A đến Z, Philip Kotler, NXB Trẻ 2014
- Những nguyên lý tiếp thị, Trần Văn Chánh chủ biên, NXB Thống Kê, 2014
- Principles of Marketing, Kotler & Amstrong, Pintice Hall, 2014
- The 22 Immutable Laws of Marketing, Al Ries & Jack Trout, NXB Tổng hợp TPHCM 2013

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 nguyên lý marketing 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 cơ bản về marketing, thị trường, sản phẩm, giá cả, hoạt động phân phối và truyền thông trên thị trường. Sinh viên phải đạt được khả năng hiểu biết, phân tích các vấn đề cơ bản trong marketing.
- 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	LO1.1 LO1.2 LO2.1 LO2.2 LO3.1 LO3.2	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	Bài kiểm tra cá nhân	LO1.1 LO1.2 LO2.1 LO2.2 LO3.1 LO3.2	1 lần/ thời gian 60 phút	Hiểu bài	10
A2. Đánh giá kết thúc học phần	A 2.1	Tự luận/Trắc nghiệm	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/chọn đáp án đúng	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	5-<7	7- <9	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 thông tin thể hiện qua bảng – biểu đồ	- 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 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 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
Nội dung bài thuyết trình (40%)	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 - Chưa 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 cập nhật - Có nhận định riêng của nhóm - Đề xuất kế hoạch	LO2.1 LO2.2 LO3.2
Hỗ trợ kỹ thuật (10%)	Không có bất kỳ các thiết bị hỗ trợ nào	Chỉ trình chiếu Power point	- Power point, phim, ảnh, - Phối hợp chưa tốt 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, mô hình, nhạc... - Phối hợp tốt và ấn tượng các công cụ hỗ trợ	LO2.1 LO2.2 LO3.2
Kỹ năng	Không đạt tất cả yêu cầu	- Trình bày không rõ ràng,	- Trình bày khá thuyết phục	- Trình bày thuyết phục (đi	- Trình bày rất	LO2.1

thuyết trình và làm việc nhóm (25%)		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 lấp liếm - Phối hợp nhóm tốt - Quá thời gian gần 10 phút	(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 chưa tốt - Quá thời gian từ 3-5 phút	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 chưa hỏi thấu đáo - Phối hợp nhóm khá tốt - Quá thời gian gần 3 phút	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 - Đúng thời gian	LO2.2 LO3.2
Điểm cộng (10%)	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	LO2.1 LO2.2 LO3.2

BẢNG 7: CHI TIẾT ĐÁNH GIÁ CÁ NHÂN

✓ *Chuyên cần: Giảng viên sẽ linh động cách thức 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

✓ *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"> • 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. 	LO1.1 LO1.2 LO2.1 LO2.2 LO3.1 LO3.2
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

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"> 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. 	LO1.1 LO1.2 LO1.3 LO2.1 LO3.1 LO3.2
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