

TP. Hồ Chí Minh, Ngày tháng năm 2019

## ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN MARKETING DỊCH VỤ

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

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

❖ Tên học phần:	
Tiếng Việt:	MARKETING DỊCH VỤ
Tiếng Anh:	Service Marketing
❖ Mã số học phần:	010735
❖ 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:	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:	Nguyên lý Marketing, Nghiên cứu Marketing
Học phần song hành:	Marketing quốc tế
Điều kiện khác:	
❖ Giảng viên phụ trách:	ThS. Nguyễn Thái Hà
Khoa/Bộ môn:	Marketing/Marketing cơ sở
Email:	hathaimar@gmail.com
Điện thoại:	0909.296.146

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

Học phần marketing dịch vụ giới thiệu và giúp sinh viên biết được những vấn đề liên quan đến marketing dịch vụ, so sánh sự khác nhau và giống nhau giữa marketing dịch vụ và marketing sản phẩm hữu hình. Học phần marketing dịch vụ cung cấp cho sinh viên những kiến thức căn bản về chất lượng dịch vụ, nhận biết các yếu tố tác động đến chất lượng dịch vụ, phương pháp đo lường chất

lượng dịch vụ của một doanh nghiệp, vì các doanh nghiệp ngày nay đòi hỏi phải chú trọng đến khả năng làm hài lòng khách hàng, chất lượng dịch vụ, dịch vụ khách hàng...

### 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	Mô tả mục tiêu	CĐR của CTĐT	TĐNL
G1	Phân biệt được dịch vụ với hàng hóa vật chất và nhận biết bản chất của Marketing dịch vụ	Ks4	III, IV
G2	Phân tích và đánh giá các chiến lược marketing trong kinh doanh dịch vụ	Ks5	IV, V
G3	Sinh viên có khả năng xây dựng chiến lược định vị dịch vụ dựa vào mối quan hệ giữa định vị – dịch vụ – cấu trúc	Ss1	IV, V
G4	Sinh viên có kỹ năng làm việc theo nhóm, kỹ năng trình bày một báo cáo nghiên cứu	Ss4	III
G5	Vận dụng kiến thức lý thuyết về giao tiếp cá nhân trong dịch vụ, đề giáo dục thái độ ứng xử trong giao tiếp của bản thân sinh viên. Tinh thần tích cực chủ động trong học tập	As1, As3, As4	IV, V

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

*(Mô tả các chủ đề CĐR 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	Mô tả chuẩn đầu ra	Chỉ định I, T, U
LO1.1	Phân biệt được dịch vụ (sản phẩm vô hình) với hàng hóa vật chất (sản phẩm hữu hình). Nhận biết bản chất của Marketing dịch vụ, đánh giá được hoạt động định vị dịch vụ dựa vào mối quan hệ giữa định vị – dịch vụ – cấu trúc và chất lượng dịch vụ cung cấp cho khách hàng	I, T
LO1.2	Phân tích về tổ chức việc quản lý chiến lược phát triển dịch vụ của một doanh nghiệp và đề xuất phương pháp nâng cao chất lượng dịch vụ của	T, U

	doanh nghiệp.	
LO1.3	Thiết lập một chương trình marketing hỗn hợp dịch vụ	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 trong doanh nghiệp	T, U
LO3.1	Tinh thần tích cực chủ động trong học tập (thể hiện trách nhiệm hoàn thành tốt nhiệm vụ trong việc thực hiện bài tập nhóm, đề tài nhóm)	U
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

## 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)**

Tuần/ buổi	Nội dung	Hình thức tổ chức dạy – học				Yêu cầu sinh viên chuẩn bị trước khi lên lớp	CĐR học phần	Bài đánh giá
		Giờ lên lớp			Thực hành			
		Lý thuyết	Bài tập	Thảo luận				
Buổi 1	Chương 1: Tổng quan về dịch vụ & marketing dịch vụ 1.1. Khái quát về dịch vụ: 1.1.1. Bản chất của dịch vụ 1.1.2. Hệ thống sản xuất cung ứng dịch vụ 1.1.3. Phân loại dịch vụ	2	1	1		LO1.1 LO2.1 LO3.1	A1.1 A1.3 A2.1	
Buổi 2	Chương 1: Tổng quan về dịch vụ & marketing dịch vụ (tt) 1.2. Bản chất của marketing dịch vụ: 1.2.1. Nhận thức về Marketing dịch vụ. 1.2.2. Bản chất hoạt động Marketing dịch vụ. 1.2.3. Thị trường hoạt động của Marketing dịch vụ	2	1	1		LO1.1 LO2.1 LO3.1	A1.1 A1.3 A2.1	
Buổi 3	Chương 2: Định vị dịch vụ của doanh nghiệp 2.1. Khái niệm và thực hiện sự khác biệt dịch vụ: 2.2. Mối quan hệ giữa định vị – dịch vụ – cấu trúc:	2	1	1		LO1.1 LO2.1 LO2.2 LO3.1	A1.1 A1.2 A1.3 A2.1	

	2.3. Quá trình xác định vị trí dịch vụ:							
Buổi 4	<p>Chương 3: Giao tiếp cá nhân và dịch vụ - chất lượng dịch vụ</p> <p>3.1. Vai trò quan trọng nhiều mặt của giao tiếp cá nhân dịch vụ</p> <p>3.2. Kịch bản dịch vụ</p> <p>3.3. Khả năng dự đoán và cá nhân hóa dịch vụ</p> <p>3.4. Những vấn đề gắn với Marketing</p> <p>3.5. Những định hướng tương lai</p>	2	1	1			LO1.1 LO1.2 LO2.1 LO2.2 LO3.1	A1.1 A1.2 A1.3 A2.1
Buổi 5	<p>Chương 3: Giao tiếp cá nhân và dịch vụ - chất lượng dịch vụ (tt)</p> <p>3.6. Kiểm soát hoạt động giao tiếp cá nhân (chuyên giao) dịch vụ:</p> <p>3.7. Chất lượng dịch vụ:</p>	2	1	1			LO1.1 LO1.2 LO2.1 LO2.2 LO3.1	A1.1 A1.2 A1.3 A2.1
Buổi 6	<p>Chương 4: Định hướng mô hình phát triển dịch vụ - chiến lược phát triển dịch vụ trong doanh nghiệp</p> <p>4.1. Khách hàng với năng suất – chất lượng dịch vụ:</p> <p>4.2. Định hướng mô hình phát triển dịch vụ:</p> <p>4.3. Tình huống dịch vụ:</p> <p>4.4. Những yếu tố ảnh hưởng đến khả năng thu lợi nhuận:</p> <p>4.5. Trình tự các chiến lược tăng trưởng của công ty dịch vụ:</p>	2	1	1			LO1.1 LO1.2 LO2.1 LO2.2 LO3.2	A1.1 A1.2 A1.3 A2.1
Buổi 7	<p>Chương 5: Quản lý chiến lược phát triển – định hướng chiến lược kênh mới cho dịch vụ</p> <p>5.1. Những nguy cơ tiềm ẩn trong sự phát triển:</p> <p>5.2. Quản lý chiến lược phát triển:</p> <p>5.3. Đặc điểm dịch vụ chi phối chiến lược kênh</p>	2	1	1			LO1.2 LO1.3 LO2.1 LO2.2 LO3.2	A1.1 A1.2 A1.3 A2.1
Buổi 8	<p>Chương 5: Quản lý chiến lược phát triển – định hướng chiến lược kênh mới cho dịch vụ (tt)</p>	2	1	1			LO1.2 LO1.3 LO2.1	A1.1 A1.2 A1.3

	5.4. Khái quát về kênh phân phối dịch vụ 5.5. Định hướng chiến lược kênh trong marketing đa chiều 5.6. Quyền lực xung đột và sự liên kết 5.7. Quản trị xung đột 5.8. Thiết kế kênh phân phối						LO2.2 LO3.2	A2.1
Buổi 9	Chương 6: Marketing hỗn hợp dịch vụ 6.1. Sản phẩm dịch vụ: 6.2. Xác định giá dịch vụ: 6.3. Hệ thống phân phối: 6.4. Hoạt động giao tiếp dịch vụ:	2	1	1			LO1.2 LO1.3 LO2.1 LO2.2 LO3.1 LO3.2	A1.1 A1.2 A2.1
Buổi 10	Chương 6: Marketing hỗn hợp dịch vụ (tt) 6.5. Yếu tố con người trong dịch vụ: 6.6. Quá trình dịch vụ: Thiết kế quá trình dịch vụ 6.7. Dịch vụ khách hàng:	2	1	1			LO1.2 LO1.3 LO2.1 LO2.2 LO3.1 LO3.2	A1.1 A1.2 A2.1
Buổi 11	Chương 7: Đổi mới tổ chức thực hiện marketing trong doanh nghiệp dịch vụ 7.1. Những vấn đề về cấu trúc tổ chức: 7.2. Những căn cứ xây dựng tổ chức Marketing trong kinh doanh dịch vụ: 7.3. Những cấu trúc tổ chức Marketing định hướng khách hàng:	2	2	1			LO1.2 LO1.3 LO2.1 LO2.2 LO3.1 LO3.2	A1.1 A1.2 A2.1
<b>Cộng: 45</b>		<b>22</b>	<b>12</b>	<b>11</b>				

## 5.2. Nội dung phần tự học:

- Chuẩn bị và nghiên cứu các tài liệu liên quan đến nội dung học mà giáo viên đã cung cấp.
- Tham gia các hoạt động: Đảm bảo giờ tự học; làm bài tập ở nhà; bài tập lớn và các buổi thảo luận
- Đối với bài tập nhóm lớn (từ 5 đến 10SV/nhóm): phải có nhóm trưởng, có bảng phân công công việc cụ thể của từng thành viên nhóm.

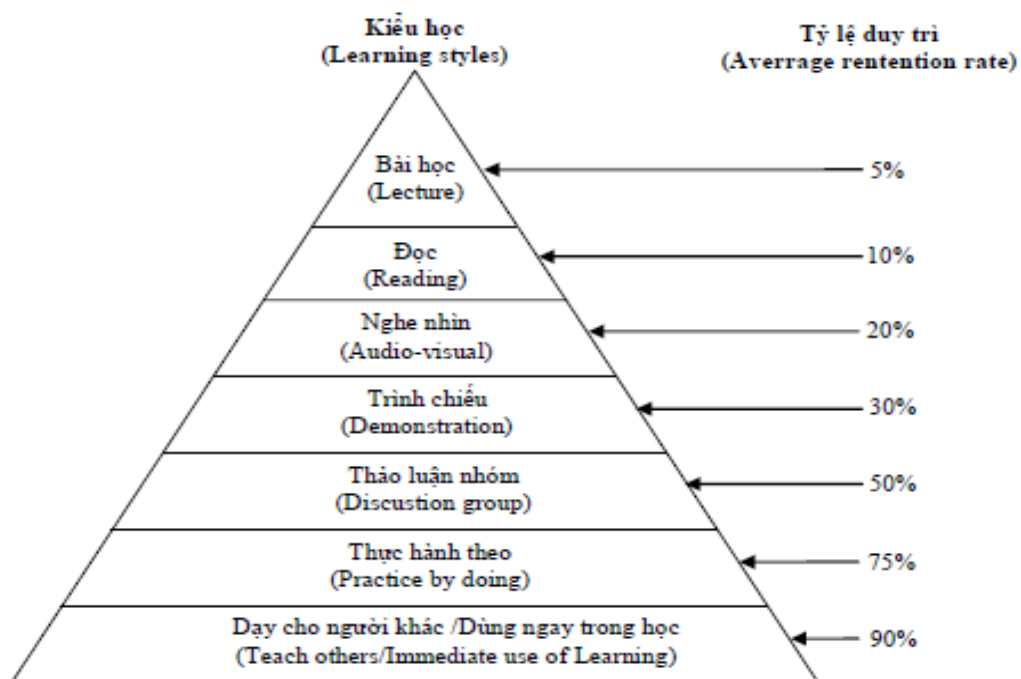
## 6. NGUỒN HỌC LIỆU (LEARNING RESOURCES: COURSE BOOKS, REFERENCE BOOKS, AND SOFTWARES)

- Giáo trình chính: Marketing trong kinh doanh dịch vụ - TS Lưu Văn Nghiêm – NXB ĐH Kinh Tế Quốc Dân 2001
- File powerpoint của giảng viên.
- Tài liệu tham khảo:
  - o Quản trị marketing dịch vụ - TS Lưu Văn Nghiêm – NXB Lao động
  - o Marketing định hướng vào khách hàng – TS Vũ Trọng Hùng & TS Phan Đình Quyên dịch và biên soạn – NXB Đồng Nai
  - o Marketing ngân hàng – TS Trịnh Quốc Trung (chủ biên) – trường ĐH ngân hàng TP. HCM – NXB Thống kê 2008
  - o Marketing du lịch – PGS TS Nguyễn Văn Mạnh & TS Nguyễn Đình Hòa – trường ĐH Kinh Tế QĐ – NXB ĐHKQTĐ 2008
  - o Hoàn Thiện dịch vụ khách hàng – Ngọc Hoa - NXB Lao động XH 2006

## 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)

- 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.
- Sinh viên phải đạt được khả năng hiểu biết, áp dụng, phân tích và đánh giá về các hoạt động marketing dịch vụ một cách căn bản. Sinh viên cần phải tiếp thu được các khái niệm cơ bản và áp dụng những kiến thức để xây dựng các hoạt động marketing dịch vụ 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	Bài đánh giá/thời gian	Nội dung đánh giá	CĐR 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	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	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	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</b> <b>(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</b> <b>(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*

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"> <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> <li>• Không đẹp mắt.</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> <li>Không đẹp mắt.</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