

*TP. Hồ Chí Minh, Ngày tháng năm 2019*

**ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN**  
**MARKETING QUỐC TẾ**

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

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

❖ Tên học phần:	
Tiếng Việt:	Marketing quốc tế
Tiếng Anh:	International Marketing
❖ Mã số học phần:	010739
❖ 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 type="checkbox"/> Kiến thức cơ sở ngành
<input type="checkbox"/> Kiến thức cơ bản	<input checked="" type="checkbox"/> Kiến thức ngành
<input type="checkbox"/> Kiến thức chuyên ngành	<input type="checkbox"/> Kiến thức khác
<input type="checkbox"/> Học phần chuyên về kỹ năng chung	<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, Hành vi người tiêu dùng
Học phần song hành:	
Điều kiện khác:	
❖ Giảng viên phụ trách:	TS. Nguyễn Xuân Trường
Khoa/Bộ môn:	Marketing/Marketing chuyên ngành
Email:	ts.truong@gmail.com
Điện thoại:	0913 905 997

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

Marketing quốc tế nhấn mạnh đến việc tìm hiểu các nguyên tắc, qui trình, mô hình, các lý thuyết, khái niệm và các khuôn khổ làm nền tảng cho các học phần chuyên ngành và cho thực hành quản trị hoạt động marketing quốc tế. Học phần marketing quốc tế sẽ cho phép sinh viên đạt được sự hiểu biết rộng rãi về người tiêu dùng và hoạt động marketing của các doanh nghiệp. Học phần marketing quốc

tế giúp sinh viên phát triển được kỹ năng thực hành và thái độ tích cực để áp dụng các lý thuyết đã học vào các tình huống thực tế.

### 3. MỤC TIÊU CỦA HỌC PHẦN

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**

Ký hiệu mục tiêu	Mô tả mục tiêu	Chuẩn đầu ra của CTĐT	Trình độ năng lực
G1	Trang bị cho sinh viên các khái niệm để nhận dạng các loại hình marketing khác nhau, làm rõ bản chất của loại hình marketing quốc tế.	Ks3, Ss1	II
G2	Sinh viên có thể xác định những nhân tố môi trường ảnh hưởng đến các chiến lược thâm nhập thị trường quốc tế.	Ks4, Ss3, As3	III
G3	Giúp sinh viên giải thích được những nguyên tắc cho hoạt động nghiên cứu thị trường quốc tế, phân khúc, lựa chọn thị trường mục tiêu và quyết định các phương thức thâm nhập thị trường quốc tế.	Ks4, Ks4, Ss3, Ss4, As3	III, IV
G4	Sinh viên có thể sử dụng các công cụ chiến lược marketing mix để thực hiện mục tiêu thâm nhập thị trường quốc tế.	Ks4, Ks5, Ss1, Ss3, Ss4, As3, As4	IV, V
G5	Sinh viên có khả năng xây dựng và tổ chức marketing quốc tế của một doanh nghiệp nhằm xây dựng và triển khai thực hiện có hiệu quả các chiến lược thâm nhập thị trường thế giới.	Ks4, Ks5, Ss3, Ss4, As3, As4	V, 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)

**Bảng 3: Chuẩn đầu ra của học phần**

Chuẩn đầu ra (LO)	Mô tả chuẩn đầu ra	Chỉ định I, T, U
LO1.1	Nắm bắt được những kiến thức về marketing quốc tế.	I
LO1.2	Hoạch định được chương trình hoạt động marketing quốc tế cho một doanh nghiệp	T
LO1.3	Phân tích được chiến lược marketing của các doanh nghiệp đang áp dụng để thâm nhập thị trường thế giới.	T
LO2.1	Phát triển được kỹ năng làm việc cá nhân và làm việc nhóm thông qua việc thực hiện các bài tập cá nhân và bài tập nhóm của môn học này.	T, U
LO2.2	Phân tích, đánh giá một cách nhanh chóng, đưa ra các giải pháp về các marketing quốc tế và các hoạt động marketing của doanh nghiệp/tổ chức.	T, U

LO2.3	Phát triển được khả năng tự học hỏi để phát triển bản thân trong công việc hoặc tiếp tục học sau đại học.	T, U
LO3.1	Phát triển thái độ tích cực và học tập chủ động phát triển bản thân.	U
LO3.2	Có thái độ phù hợp và nhận thức được trách nhiệm đạo đức nghề nghiệp và phát triển tinh thần tích cực dần thân thể hiện.	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. Nội dung giảng dạy

**Bảng 1: Nội dung và lịch trình giảng dạy**

Thời gian	NỘI DUNG	Hình thức tổ chức giảng dạy			Thực hành	Yêu cầu SV chuẩn bị trước	CDR học phần	Đánh giá
		Số tiết						
		Lý thuyết	Bài tập	Thảo luận				
Buổi 1	<b>Ch.1: Khái quát về marketing quốc tế</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Marketing và marketing mix</li> <li>Xu hướng toàn cầu hóa trong kinh doanh.</li> <li>Các giai đoạn tham gia marketing quốc tế.</li> <li>Bản chất của marketing quốc tế.</li> <li>Sự cần thiết hội nhập quốc tế và vai trò của marketing quốc tế.</li> </ul>	2,5	1	1,5			LO1.1	A1.2 A2.1
Buổi 2	<b>Ch.2: Môi trường marketing quốc tế</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Khái quát về môi trường marketing quốc tế.</li> <li>Môi trường vĩ mô marketing quốc tế.</li> </ul>	2,5	1,5	1			LO1.2 LO2.1	A1.2 A1.5 A2.1
Buổi 3	<b>Ch.2: Môi trường marketing quốc tế (tt)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Môi trường vi mô marketing quốc tế.</li> </ul>	2,5	1,5	1			LO1.2 LO2.1	A1.2 A1.5 A2.1
Buổi 4	<b>Ch.3: Nghiên cứu marketing quốc tế</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Khái niệm và nhiệm vụ của nghiên cứu marketing Q.tế.</li> <li>Nội dung nghiên cứu marketing Q.tế.</li> <li>Nguồn thông tin nghiên cứu marketing quốc tế.</li> <li>Quy trình nghiên cứu marketing Q.tế.</li> </ul>	2,5	1,5	1			LO1.3 LO2.2	A1.2 A1.3 A1.5 A2.1
Buổi 5	<b>Ch.4: Phân khúc thị trường, chọn thị trường mục tiêu và định vị trong marketing quốc tế</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Sự cần thiết phải phân khúc và lựa chọn thị trường mục tiêu.</li> <li>Phân khúc thị trường quốc tế.</li> <li>Chiến lược và phương pháp lựa chọn thị trường mục tiêu quốc tế.</li> <li>Lựa chọn thị trường quốc gia mục tiêu.</li> <li>Định vị trên thị trường quốc tế.</li> </ul>	2,5	1	1,5			LO1.3 LO2.2	A1.2 A1.3 A1.5 A2.1

Buổi 6	<p><b>Ch.5: Chiến lược thâm nhập thị trường quốc tế</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Khái niệm, vai trò và mục tiêu của chiến lược thâm nhập TT quốc tế.</li> <li>• Những yếu tố ảnh hưởng đến chiến lược thâm nhập thị trường quốc tế.</li> <li>• Các yếu tố cần xem xét khi quyết định lựa chọn chiến lược thâm nhập thị trường quốc tế.</li> </ul>	2,5	1,5	1			LO1.3 LO2.3	A1.2 A1.5 A2.1
Buổi 7	<p><b>Ch.5: Chiến lược thâm nhập thị trường quốc tế (tt)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Các chiến lược thâm nhập thị trường quốc tế.</li> </ul>	2,5	1,5	1			LO1.3 LO2.2 LO3.1 LO3.2	A1.2 A1.5 A2.1
Buổi 8	<p><b>Ch.6: Chiến lược sản phẩm Q.tế.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Khái quát chiến lược sản phẩm trên thị trường quốc tế.</li> <li>• Các chiến lược sản phẩm trên thị trường quốc tế.</li> <li>• Chu kỳ sống sản phẩm quốc tế.</li> </ul>	2,5	1	1,5			LO1.3 LO2.2 LO3.1 LO3.2	A1.2 A1.5 A2.1
Buổi 9	<p><b>Ch.7: Chiến lược định giá trên thị trường quốc tế.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Giá quốc tế và các yếu tố ảnh hưởng đến chiến lược giá quốc tế.</li> <li>• Các chiến lược giá quốc tế.</li> <li>• Các yếu tố ảnh hưởng đến chiến lược giá quốc tế.</li> <li>• Giá quốc tế Incoterm.</li> <li>• Các phương pháp định giá quốc tế.</li> </ul>	2,5	1,5	1			LO1.3 LO3.2	A1.2 A1.5 A2.1 A2.2
Buổi 10	<p><b>Ch.8: Chiến lược phân phối sản phẩm quốc tế.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Khái quát chiến lược phân phối trên thị trường quốc tế.</li> <li>• Quy trình phân phối trên thị trường quốc tế.</li> <li>• Các chiến lược phân phối trên thị trường quốc tế.</li> <li>• Các phương thức thâm nhập kênh phân phối quốc tế.</li> <li>• Hệ thống hậu cần phân phối trên thị trường quốc tế.</li> </ul>	2,5	1	1,5			LO1.3 LO2.3 LO3.2	A1.2 A1.5 A2.1 A2.2
Buổi 11	<p><b>Ch. 9: Chiến lược truyền thông marketing tích hợp quốc tế</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Chiến lược kéo và đẩy.</li> <li>• Tổ chức sự kiện quốc tế.</li> <li>• Marketing trực tiếp quốc tế.</li> <li>• Quan hệ công chúng và vận động hành lang quốc tế.</li> <li>• Quảng cáo quốc tế.</li> <li>• Khuyến mãi, khuyến mại quốc tế.</li> <li>• e-Marketing quốc tế.</li> </ul>	2,5	1,5	1			LO1.3 LO2.3 LO3.2	A1.2 A1.5 A2.1 A2.2

<b>Cộng</b>	<b>22,5 giờ</b>	<b>22,5 giờ</b>	<b>11,5 giờ</b>	<b>11 giờ</b>			
-------------	---------------------	---------------------	---------------------	-------------------	--	--	--

- **Giờ tự học: 90 giờ**

## 5.2. Nội dung phần tự học

- Bài tập nhóm: Mỗi nhóm sẽ phải áp dụng những kiến thức đã học, lập một chiến lược marketing cho một doanh nghiệp đang có hoặc dự kiến thành lập mới để đưa sản phẩm ra thị trường quốc tế một cách thành công.
- Bài tập cá nhân: Mỗi học viên sẽ được giao một case study, đó là một bài báo được trích trong các tạp chí chuyên ngành, in bằng tiếng Anh, có uy tín trên thế giới để làm bài tập. Yêu cầu: dịch ra tiếng Việt, liên hệ thực tiễn và rút ra bài học cho bản thân.

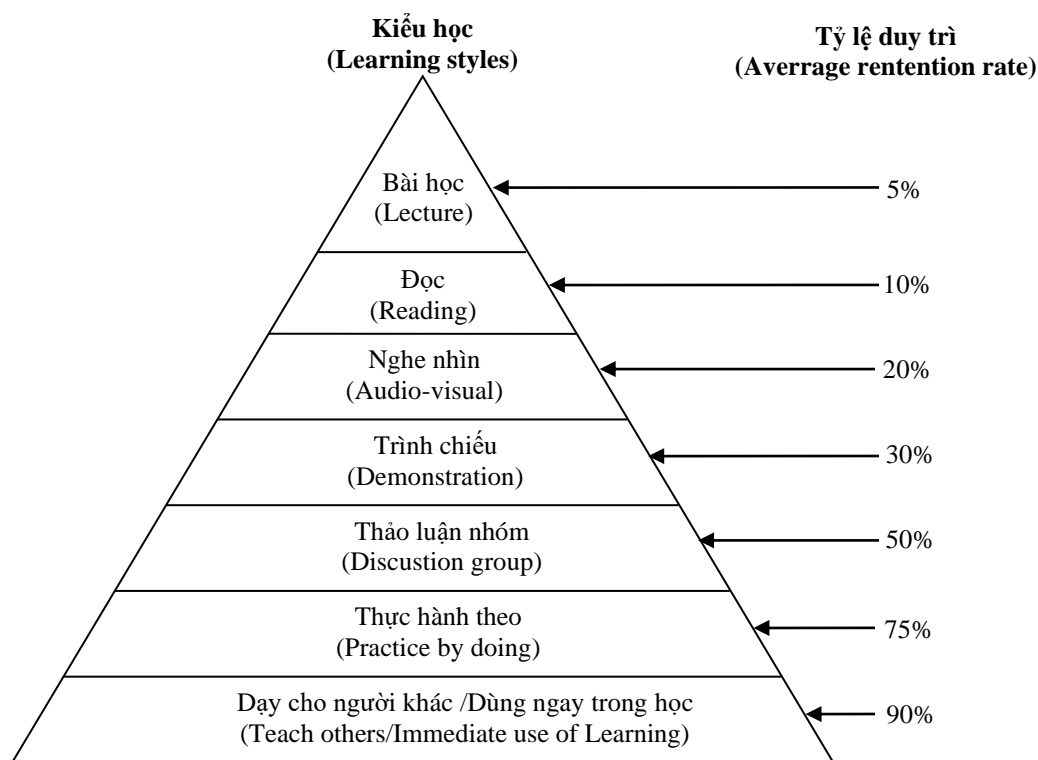
## 6. GIÁO TRÌNH VÀ TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Bài giảng Marketing quốc tế, file Powerpoint.
- **Giáo trình**
  - Giáo trình *Marketing quốc tế*. Đại học Tài chính – Marketing, Trần Thị Ngọc Trang, Nhà xuất bản Tài chính, 2002.
- **Tài liệu tham khảo**
  - Philip Cateora and John Graham and Mary Gilly. (2011). *International Marketing*. 15<sup>th</sup> Edition. McGraw-Hill Irwin.
  - Michael Czinkota Ilkka Ronkainen; Catherine Sutton & Brady Tim Beal. (2014). *International marketing, Asia Pacific Edition 3<sup>rd</sup>*, Cengage Learning Australia.
  - Sak Onkvisit and John J. Shaw. (2008). *International marketing Analysis and strategy*, 5<sup>th</sup>.
  - Sak Onkvisit and John Shaw. (2004). *International Marketing Strategy*, 4th Edition. Routledge.

## 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)

- Môn học này được giảng dạy với sự kết hợp các phương pháp: thuyết giảng, nêu vấn đề, mind map, case study, truy vấn, thảo luận nhóm, phân tích ngành. Có sự tương tác giữa giảng viên với học viên và giữa các học viên với nhau. Học viên sẽ làm việc độc lập và làm việc theo nhóm để giải quyết vấn đề, phân tích các sự kiện, sáng tạo để giải quyết các bài tập được giao.
- Sinh viên phải chủ động tham gia vào các hoạt động phân tích và đánh giá các vấn đề marketing chiến lược cũng như sáng tạo để giải quyết những vấn đề thực tiễn.

## 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 [3]	CĐR học phần	Số lần đánh giá/thời điểm	Tiêu chí đánh giá	Tỷ lệ (%)
A1. Đánh giá quá trình	A 1.1	Kỹ năng mềm, năng lực tự chủ	LO3.1 LO3.2	11 lần/ trong suốt các buổi học	Sự tham dự lớp/chuyên cần	5
	A 1.2	Thái độ học tập/chuyên cần	LO3.2 LO3.3	11 lần/ trong suốt các buổi học	Thái độ tích cực, có trách nhiệm	5
	A 1.3	Bài kiểm tra cá	LO1.1	3 lần/vào	Hiểu bài, giải	5

		nhân 15 phút	LO1.2 LO1.3	các buổi thứ 3, 6 và 9	thích được	
	A 1.4	Bài nghiên cứu case study tiếng Anh	LO1.2 LO1.3 LO2.2	1 lần/giao từ buổi học đầu, thu vào buổi học thứ 10	Dịch sang tiếng Việt, liên hệ thực tiễn và rút ra bài học	5
	A 1.5	Bài tập nhóm thuyết trình	LO1.4 LO2.1 LO2.2 LO2.3 LO3.1	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
A2. Đánh giá kết thúc học phần	A 2.1	Trắc nghiệm	LO1.1 LO1.2 LO1.3	1 lần/thi kết thúc học phần	Hiểu, giải thích được, đánh giá được	24
	A 2.2	Tự luận	LO1.4 LO2.1 LO2.2 LO3.2	1 lần/thi kết thúc học phần	Áp dụng, phân tích, đánh giá, sáng tạo	36

**Ghi chú:** 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.

**BAN GIÁM HIỆU**

**TRƯỞNG KHOA**

**TRƯỞNG BỘ MÔN**

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

Tiêu chí Trọng số	CHI TIẾT ĐÁNH GIÁ (ĐIỂM)				
	Kém (0 - < 5)	Trung bình (5 - < 7)	Khá (7 - < 8)	Giỏi (8 - < 9)	Xuất sắc (9 – 10)
Mở rộng kiến thức và kỹ năng (20%)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Không mở rộng được kiến thức, chứng tỏ học vẹt / hoặc ít hoặc không có sự hiểu biết về nội dung kiến thức áp dụng cho bài tập như thế nào.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Việc sử dụng kiến thức bề mặt là rõ ràng nhưng không có sâu.</li> <li>Thể hiện một số khó khăn trong việc áp dụng kiến thức và đánh giá.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Đề tài quen thuộc.</li> <li>Sử dụng các kiến thức tổng quát là rõ ràng nhưng không mở rộng.</li> <li>Áp dụng các kiến thức trong việc tạo ra và đánh giá tiểu luận của mình.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Đề tài không mới.</li> <li>Chứng tỏ một sự mở rộng kiến thức và kỹ năng.</li> <li>Áp dụng kiến thức thông qua việc tạo ra chiến lược, giải pháp và đánh giá.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Khám phá một chủ đề mới rất rõ ràng.</li> <li>Chứng tỏ một sự mở rộng kiến thức và kỹ năng.</li> <li>Áp dụng kiến thức thông qua việc tạo ra chiến lược, giải pháp và đánh giá.</li> </ul>
Giải quyết vấn đề đặt ra (20%)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vấn đề đặt ra rất bình thường, dễ dàng.</li> <li>Sử dụng các giải pháp rất bình thường.</li> <li>Chưa giải quyết chưa được vấn đề đặt ra.</li> <li>Chưa trả lời được các câu hỏi chất vấn.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vấn đề đặt ra có mức độ phức tạp trung bình</li> <li>Sử dụng các giải pháp có mức độ đơn giản để giải quyết vấn đề đặt ra.</li> <li>Giải quyết vấn đề đặt ra ở mức dưới trung bình.</li> <li>Trả lời các câu hỏi chất vấn bình thường.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vấn đề đặt ra tương đối phức tạp.</li> <li>Sử dụng các giải pháp có mức độ ít phức tạp để giải quyết vấn đề đặt ra.</li> <li>Vượt qua được sự khó khăn, phức tạp như số liệu không đầy đủ.</li> <li>Giải quyết vấn đề đặt ra ở mức trung bình.</li> <li>Trả lời khá tốt các câu hỏi.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vấn đề đặt ra tương đối phức tạp, khó khăn.</li> <li>Sử dụng các giải pháp có mức độ phức tạp vừa phải để giải quyết vấn đề đặt ra.</li> <li>Vượt qua được sự khó khăn, phức tạp như số liệu không đầy đủ và nguồn lực, thời gian.</li> <li>Giải quyết khá tốt vấn đề đặt ra.</li> <li>Trả lời tốt các câu hỏi.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vấn đề đặt ra có tính phức tạp, khó khăn.</li> <li>Sử dụng các giải pháp có mức độ phức tạp và khó thích hợp để giải quyết vấn đề đặt ra.</li> <li>Vượt qua được sự khó khăn, phức tạp như số liệu không đầy đủ và nguồn lực, để hoàn thành tốt bài tập.</li> <li>Giải quyết tốt vấn đề đặt ra.</li> <li>Trả lời rất tốt các câu hỏi.</li> </ul>
Phối hợp nhóm, kỹ năng mềm (20%)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sự phân công, phối hợp giữa các thành viên nhóm không tốt.</li> <li>Sự phối hợp giữa các thành viên nhóm không tốt.</li> <li>Sự tương tác khá giữa các thành viên nhóm với nhau và với lớp kém.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sự phân công, phối hợp giữa các thành viên nhóm chưa rõ ràng.</li> <li>Sự phối hợp giữa các thành viên nhóm bình thường.</li> <li>Sự tương tác khá giữa các thành viên nhóm với nhau và với lớp bình thường.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Có sự phân công, phối hợp tương đối rõ ràng giữa các thành viên nhóm.</li> <li>Có sự phối hợp khá giữa các thành viên nhóm.</li> <li>Có sự tương tác khá giữa các thành viên nhóm với nhau và với lớp.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Có sự phân công và phối hợp rõ ràng giữa các thành viên nhóm.</li> <li>Có sự phối hợp tốt giữa các thành viên nhóm.</li> <li>Có sự tương tác tốt giữa các thành viên nhóm với nhau và với lớp.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Có sự phân công và phối hợp rất rõ ràng giữa các thành viên nhóm.</li> <li>Có sự phối hợp rất tốt giữa các thành viên nhóm.</li> <li>Có sự tương tác rất tốt giữa các thành viên nhóm với nhau và với lớp.</li> </ul>



Kết cấu và bố cục của bài viết Powerpoint (10%)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kết cấu thiếu chặt chẽ.</li> <li>• Bố cục chưa hợp lý.</li> <li>• Thiếu sự liên kết.</li> <li>• Thiếu tính logic.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kết cấu không chặt.</li> <li>• Bố cục bình thường.</li> <li>• Sự liên kết không chặt chẽ.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kết cấu tương đối chặt.</li> <li>• Bố cục hợp lý.</li> <li>• Sự liên kết chưa tốt.</li> <li>• Tính logic chưa cao.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kết cấu khá chặt chẽ.</li> <li>• Bố cục hợp lý.</li> <li>• Có sự liên kết tốt.</li> <li>• Tính logic tương đối cao.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kết cấu rõ ràng, chặt chẽ.</li> <li>• Bố cục hợp lý.</li> <li>• Có sự liên kết tốt.</li> <li>• Có tính logic cao.</li> </ul>
Tính sáng tạo (10%)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Đi theo lối mòn.</li> <li>• Không có phong cách riêng.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Không có sự sáng tạo.</li> <li>• Có phong cách bình thường.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Có sự sáng tạo tương đối cao.</li> <li>• Có phong cách riêng.</li> <li>• Sự khác biệt không rõ.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Có sự sáng tạo cao trong việc đề xuất chiến lược và các giải pháp.</li> <li>• Có phong cách sáng tạo riêng.</li> <li>• Có sự khác biệt khá rõ.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Thể hiện được sự sáng tạo cao trong việc đề xuất giải pháp.</li> <li>• Có phong cách độc đáo, sáng tạo riêng.</li> <li>• Có sự khác biệt rõ ràng.</li> </ul>
Hình Thức (10%)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Chưa theo đúng qui định và sai lỗi nhiều.</li> <li>• Thiếu sáng tạo.</li> <li>• Không có tính thẩm mỹ.</li> <li>• Trình bày kém thuyết phục.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Theo đúng qui định và sai lỗi khá nhiều.</li> <li>• Không có sự kết hợp giữa phần chữ, hình ảnh và video.</li> <li>• Không có tính thẩm mỹ.</li> <li>• Trình bày một cách bình thường.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Theo đúng qui định và sai lỗi tương đối ít.</li> <li>• Sự kết hợp không tốt giữa phần chữ, hình ảnh cũng như video.</li> <li>• Tính thẩm mỹ không cao.</li> <li>• Trình bày một cách tương đối thuyết phục.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Theo đúng qui định và ít sai lỗi.</li> <li>• Kết hợp chữ, hình ảnh, đồ thị trong trình bày.</li> <li>• Không kết hợp đủ phần chữ, hình ảnh, video trong trình bày powerpoint.</li> <li>• Tính thẩm mỹ không cao.</li> <li>• Trình bày khá thuyết phục.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Theo đúng qui định và sai lỗi không đáng kể.</li> <li>• Kết hợp chữ, hình ảnh, đồ thị trong trình bày.</li> <li>• Có sự kết hợp chữ, hình ảnh, video và video co powerpoint.</li> <li>• Có tính thẩm mỹ cao.</li> <li>• Trình bày rất thuyết phục.</li> </ul>
Chứng cứ tài liệu, mức độ tin cậy (5%)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dữ liệu không đầy đủ, các đề xuất thiếu tính thuyết phục.</li> <li>• Các dữ liệu có nguồn không đầy đủ và thời gian chính xác, độ tin cậy không cao.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dữ liệu còn hạn chế làm cơ sở cho các đề xuất.</li> <li>• Các dữ liệu có nguồn không đầy đủ và thời gian chính xác, độ tin cậy không cao.</li> <li>• Phụ lục và tài liệu tham khảo không đủ để tra cứu, kiểm tra.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dữ liệu tương đối đầy đủ làm cơ sở cho các đề xuất.</li> <li>• Các dữ liệu có nguồn và thời gian chính xác.</li> <li>• Phụ lục và tài liệu tham khảo chưa đầy đủ để tra cứu, kiểm tra.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Có đầy đủ dữ liệu làm cơ sở cho phân tích, đánh giá và các đề xuất</li> <li>• Các dữ liệu có nguồn và thời gian chính xác, độ tin cậy cao.</li> <li>• Phụ lục và tài liệu tham khảo tương đối đầy đủ để tra cứu, kiểm tra.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Có đầy đủ dữ liệu làm cơ sở cho phân tích, đánh giá và các đề xuất.</li> <li>• Các dữ liệu có nguồn và thời gian chính xác, mức độ tin cậy.</li> <li>• Có phụ lục và tài liệu tham khảo đầy đủ để tra cứu, kiểm tra.</li> </ul>
Thời gian nộp bài (5%)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Chậm hơn 36h so với qui định.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Chậm hơn 24h so với qui định.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Chậm hơn 12h so với qui định.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Chậm hơn 6h so với qui định.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Đúng qui định.</li> </ul>

**BẢNG 7: CHI TIẾT ĐÁNH GIÁ BÀI TẬP CÁ NHÂN**

Tiêu chí Trọng số	CHI TIẾT ĐÁNH GIÁ (ĐIỂM)				
	Kém (0 - < 5)	Trung bình (5 - < 7)	Khá (7 - < 8)	Giỏi (8 - < 9)	Xuất sắc (9 – 10)
Kết cấu và tính logic của bài viết (15%)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kết cấu không chặt chẽ.</li> <li>• Thiếu sự liên kết.</li> <li>• Thiếu tính logic.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kết cấu rõ ràng.</li> <li>• Sự liên kết không chặt chẽ.</li> <li>• Tính logic không cao</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kết cấu rõ ràng.</li> <li>• Sự liên kết không tốt.</li> <li>• Tính logic chưa cao.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kết cấu chặt chẽ.</li> <li>• Có sự liên kết tốt.</li> <li>• Tính logic tương đối cao.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kết cấu chặt chẽ.</li> <li>• Có sự liên kết tốt.</li> <li>• Có tính logic cao.</li> </ul>
Phân dịch ra tiếng Việt (20%)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dịch kém, sai lỗi nhiều.</li> <li>• Dịch chưa hết bài viết.</li> <li>• Chưa thể hiện được tinh thần của bài viết.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dịch tương chưa tốt.</li> <li>• Dịch chưa hết bài viết.</li> <li>• Thể hiện mức độ bình thường.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dịch tương đối tốt.</li> <li>• Dịch tương đối đầy đủ.</li> <li>• Thể hiện được tinh thần của bài viết tương đối tốt.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dịch khá tốt.</li> <li>• Dịch đầy đủ bài viết.</li> <li>• Thể hiện được tinh thần của bài viết tương đối tốt.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dịch tốt.</li> <li>• Dịch đầy đủ bài viết.</li> <li>• Thể hiện được tinh thần của bài viết.</li> </ul>
Phân liên hệ thực tế (25%)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Liên hệ chưa đủ 3 công ty hoặc ngành hàng.</li> <li>• Không có sự đa dạng của các công ty liên hệ.</li> <li>• Chưa sát thực, mới mẻ.</li> <li>• Không có tính thời sự đối với các Cty này.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Liên hệ được ít nhất 3 công ty hoặc ngành hàng.</li> <li>• Mức độ đa dạng của các công ty không cao.</li> <li>• Chưa sát thực, ít mới mẻ.</li> <li>• Không có tính thời sự đối với các Cty này.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Liên hệ được ít nhất 3 công ty hoặc ngành hàng.</li> <li>• Mức độ đa dạng của các công ty cao.</li> <li>• Chưa sát thực, ít mới mẻ.</li> <li>• Không có tính thời sự đối với các công ty này.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Liên hệ được ít nhất 3 công ty hoặc ngành hàng.</li> <li>• Mức độ đa dạng của các công ty cao.</li> <li>• Sát thực, thông tin còn mới</li> <li>• Tính thời sự cao đối với các công ty này.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Liên hệ được ít nhất 3 công ty hoặc ngành hàng.</li> <li>• Mức độ đa dạng của các công ty cao.</li> <li>• Sát thực, thông tin còn mới mẻ.</li> <li>• Tính thời sự cao đối với các công ty này.</li> </ul>
Phân rút ra bài học (25%)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bài học không sát với chủ đề và nội dung của case study.</li> <li>• Ít phù hợp với thực tế.</li> <li>• Có tính khả thi không cao để trong thực tế.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bài học tương đối sát với chủ đề và nội dung của case study.</li> <li>• Tương đối phù hợp với thực tế.</li> <li>• Tương đối để áp dụng được</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bài học sát với chủ đề và nội dung của case study.</li> <li>• Tương đối phù hợp với thực tế.</li> <li>• Có tính khả thi tương đối cao được vào thực tế.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bài học sát với chủ đề và nội dung của case study.</li> <li>• Phù hợp với thực tế.</li> <li>• Có tính khả thi tương đối cao vào thực tế.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bài học sát với chủ đề và nội dung của case study.</li> <li>• Phù hợp với thực tế.</li> <li>• Có tính khả thi để áp dụng được vào các công ty.</li> </ul>
Hình Thức (10%)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Chưa đúng qui định.</li> <li>• Kém thẩm mỹ.</li> <li>• Sai lỗi chính tả &gt; 20 lỗi.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Theo đúng qui định.</li> <li>• Tính thẩm mỹ bình thường.</li> <li>• Sai lỗi chính tả 15 - 20 lỗi.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Theo đúng qui định.</li> <li>• Tính thẩm mỹ tương đối cao.</li> <li>• Sai lỗi chính tả 10 - 15 lỗi.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Theo đúng qui định.</li> <li>• Có tính thẩm mỹ cao.</li> <li>• Sai lỗi chính tả từ 5-10 lỗi.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Theo đúng qui định.</li> <li>• Có tính thẩm mỹ cao.</li> <li>• Sai lỗi chính tả dưới 5 lỗi.</li> </ul>
Thời gian nộp (5%)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Chậm hơn 36h so với qui định.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Chậm hơn 24h so với qui định.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Chậm hơn 12h so với qui định.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Chậm hơn 6h so với qui định.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Đúng qui định.</li> </ul>

**BẢNG 8: CHI TIẾT ĐÁNH GIÁ BÀI THI HẾT MÔN**

Tiêu chí Trọng số	CHI TIẾT ĐÁNH GIÁ (ĐIỂM)				
	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>Tính sáng tạo, tìm tòi, khám phá cao 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>
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>