

TP. Hồ Chí Minh, Ngày tháng năm 2019

ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN QUẢN TRỊ MARKETING

1. THÔNG TIN TỔNG QUÁT (GENERAL INFORMATION)

Bảng 1: Thông tin tổng quát về học phần

❖ Tên học phần:	
Tiếng Việt:	Quản trị Marketing
Tiếng Anh:	Marketing Management
❖ Mã số học phần:	010099
❖ 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 bản	<input checked="" type="checkbox"/> Kiến thức cơ sở 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:	Nguyên lý marketing
Học phần song hành:	
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 môn học Quản trị marketing giới thiệu các khái niệm và quan điểm về quản trị marketing, phân tích các cơ hội thị trường và tiên đoán nhu cầu thị trường, hoạch định chiến lược marketing, lập kế hoạch marketing, quản trị chiến lược marketing mix, tổ chức thực hiện các chương trình marketing, kiểm tra 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	Mô tả mục tiêu	CĐR của CTĐT	TĐNL
G1	Đánh giá được chiến lược marketing, lập kế hoạch marketing cho một doanh nghiệp	Ks2	IV
G2	Sáng tạo đề hoạch định và triển khai thực thi được hoạt động quản trị marketing ở cấp độ chiến lược cho doanh nghiệp	Ks4	V
G3	Áp dụng phân tích một cách bài bản và nhanh chóng dữ liệu thị trường, đánh giá và nhận định nhu cầu thị trường, xu hướng thị trường, ... tổ chức thực hiện việc kiểm tra marketing trong một doanh nghiệp.	Ks5	III, IV
G4	Sáng tạo và phát triển được kỹ năng làm việc theo nhóm, kỹ năng trình bày một báo cáo nghiên cứu	Ss1	VI
G5	Áp dụng và đánh giá được các vấn đề Marketing ở cả cấp độ chiến lược và chiến thuật trong bối cảnh toàn cầu.	Ss3, Ss5	IV, V
G6	Sáng tạo và phát triển kỹ năng tư duy, khám phá tìm tòi và phát triển được năng lực cá nhân với thái độ tích cực học tập suốt đời	As1, As3, As4	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 – 2.0-3.0 (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 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 (LO)	Mô tả chuẩn đầu ra	Chỉ định I, T, U
LO1.1	Hiểu được vai trò, chức năng của quản trị marketing trong một doanh nghiệp và các hoạt động quản trị sản phẩm, giá, phân phối và chiêu thị trong một doanh nghiệp	I, T
LO1.2	Phân tích, đánh giá được các yếu tố môi trường marketing, chóng dữ liệu thị trường, đánh giá và nhận định nhu cầu thị trường, xu hướng thị trường, đối thủ cạnh tranh và nội lực của doanh nghiệp trong các tình huống.	T
LO1.3	Hoạch định và triển khai thực thi, đo lường đánh giá được hoạt động quản trị marketing ở cấp độ chiến lược cho doanh nghiệp, lập kế hoạch marketing cho một doanh nghiệp	T, 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	Nhận thức được trách nhiệm và đạo đức nghề nghiệp của các doanh nghiệp trên thị trường	T
LO3.2	Phát triển kỹ năng tư duy sáng tạo, khám phá tìm tòi và phát triển được năng	T, U

	lực cá nhân với thái độ tích cực học tập suốt đời	
--	---	--

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 Quản trị marketing</i> <i>1.1- Khái niệm, chức năng Quản trị marketing</i> <i>1.2- Các quan điểm quản trị marketing</i> <i>1.3- Các mục tiêu của hệ thống marketing</i>	2	1	1			LO1.1 LO2.1	A1.1 A1.3 A2.1	
Buổi 2	<i>Chương 2: Hoạch định chiến lược và lập kế hoạch marketing</i> <i>2.1- Khái niệm hoạch định chiến lược</i> <i>2.2- Hoạch định chiến lược toàn doanh nghiệp</i> <i>2.3- Lập kế hoạch marketing chiến lược</i>	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 2: Hoạch định chiến lược và lập kế hoạch marketing (TT)</i> <i>2.4- Lập kế hoạch marketing hàng năm</i> <i>2.5- Một số công cụ lập kế hoạch chiến lược</i>	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 3: Phân tích các cơ hội marketing, đo lường và dự báo nhu cầu thị trường</i> <i>3.1- Phân tích các cơ hội marketing</i> <i>3.2- Đo lường và tiên đoán nhu cầu</i>	2	1	1			LO1.2 LO1.3 LO2.1 LO2.2 LO3.2	A1.1 A1.2 A1.3 A2.1	
Buổi 5	<i>Chương 4: Phân tích cạnh tranh</i> <i>4.1- Các lực lượng cạnh tranh</i> <i>4.2- Nhận dạng đối thủ cạnh tranh</i> <i>4.3- Phân tích đối thủ cạnh tranh</i>	2	1	1			LO1.2 LO1.3 LO2.1 LO2.2 LO3.1 LO3.2	A1.1 A1.2 A1.3 A2.1	
Buổi 6	<i>Chương 4: Phân tích cạnh tranh (TT)</i> <i>4.4- Thiết kế hệ thống tình báo về đối thủ cạnh tranh</i> <i>4.5- Thiết kế các chiến lược marketing cạnh tranh</i>	2	1	1			LO1.2 LO1.3 LO2.1 LO2.2 LO3.2	A1.1 A1.2 A1.3 A2.1	

Buổi 7	<p><i>Chương 5: Quản trị chiến lược sản phẩm</i></p> <p>5.1- Khái niệm sản phẩm</p> <p>5.2- Phân loại sản phẩm</p> <p>5.3- Các quyết định về tập hợp sản phẩm</p> <p>5.4- Các quyết định về dòng sản phẩm</p> <p>5.5- Quyết định về thương hiệu</p> <p>5.6- Quyết định về bao bì và nhãn hiệu</p> <p>5.7- Quyết định về các dịch vụ hỗ trợ</p> <p>5.8- Phát triển sản phẩm mới</p> <p>5.9- Quá trình chấp nhận và truyền bá sản phẩm mới</p> <p>5.10- Cơ cấu tổ chức trong phát triển sản phẩm mới</p> <p>5.11- Quản trị chiến lược chu kỳ sống sản phẩm</p>	2	1	1			LO1.3 LO2.1 LO2.2 LO3.1 LO3.2	A1.1 A1.2 A2.1
Buổi 8	<p><i>Chương 6: Quản trị chiến lược giá</i></p> <p>6.1- Khái niệm và vai trò của chiến lược giá trong hoạt động kinh doanh</p> <p>6.2- Tầm quan trọng của giá</p> <p>6.3- Các yếu tố ảnh hưởng đến chiến lược và các quyết định về giá của doanh nghiệp</p> <p>6.4- Các phương pháp định giá sản phẩm</p> <p>6.5- Các chiến lược giá thường được các doanh nghiệp áp dụng</p> <p>6.6- Quy trình định giá sản phẩm</p> <p>6.7- Chủ động tạo ra và phản ứng với những thay đổi về giá</p>	2	1	1			LO1.3 LO2.1 LO2.2 LO3.1 LO3.2	A1.1 A1.2 A2.1
Buổi 9	<p><i>Chương 7: Quản trị chiến lược phân phối</i></p> <p>7.1- Bản chất của kênh phân phối</p> <p>7.2- Thiết kế kênh phân phối</p> <p>7.3- Các loại kênh phân phối</p> <p>7.4- Xác định mật độ trong kênh phân phối</p> <p>7.5- Kiểm soát xung đột trong kênh phân phối</p> <p>7.6- Tổ chức hệ thống bán lẻ</p> <p>7.7- Tổ chức hệ thống bán sỉ</p> <p>7.8- Phân phối vật chất</p>	2	1	1			LO1.3 LO2.1 LO2.2 LO3.2	A1.1 A1.2 A2.1
Buổi 10	<p><i>Chương 8: Quản trị chiến lược xúc tiến hỗn hợp</i></p> <p>8.1- Khái niệm và bản chất của xúc tiến hỗn hợp</p> <p>8.2- Xác định nội dung xúc tiến hỗn hợp</p> <p>8.3- Xác định ngân sách xúc tiến hỗn hợp</p> <p>8.4- Thiết kế chương trình quảng cáo hiệu quả</p> <p>8.5- Bán hàng trực tiếp</p> <p>8.6- Khuyến mãi</p> <p>8.7- Quan hệ công chúng</p>	2	1	1			LO1.3 LO2.1 LO3.1 LO3.2	A1.1 A1.2 A2.1

Buổi 11	Chương 9: Kiểm tra marketing							
	Nội dung							
	I- Đánh giá kết quả hoạt động marketing						LO1.3	A1.1
	II- Phân tích doanh số	2	2	1			LO2.2	A1.2
	III- Phân tích chi phí marketing						LO2.1	A2.1
IV- Sử dụng các kết quả tìm được từ phân tích doanh số và chi phí marketing						LO2.2	A2.1	
	LO3.2							
Cộng		22	12	11				

5.2. Nội dung phân tự học:

- Bài tập nhóm: Mỗi nhóm sẽ phải áp dụng những kiến thức đã học, phân tích hoạt động 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 yếu tố về thị trường, cạnh tranh, hoạt động marketing của doanh nghiệp 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

- Giáo trình quản trị Marketing của trường Đại học Tài Chính - marketing.
- File powerpoint của giảng viên.

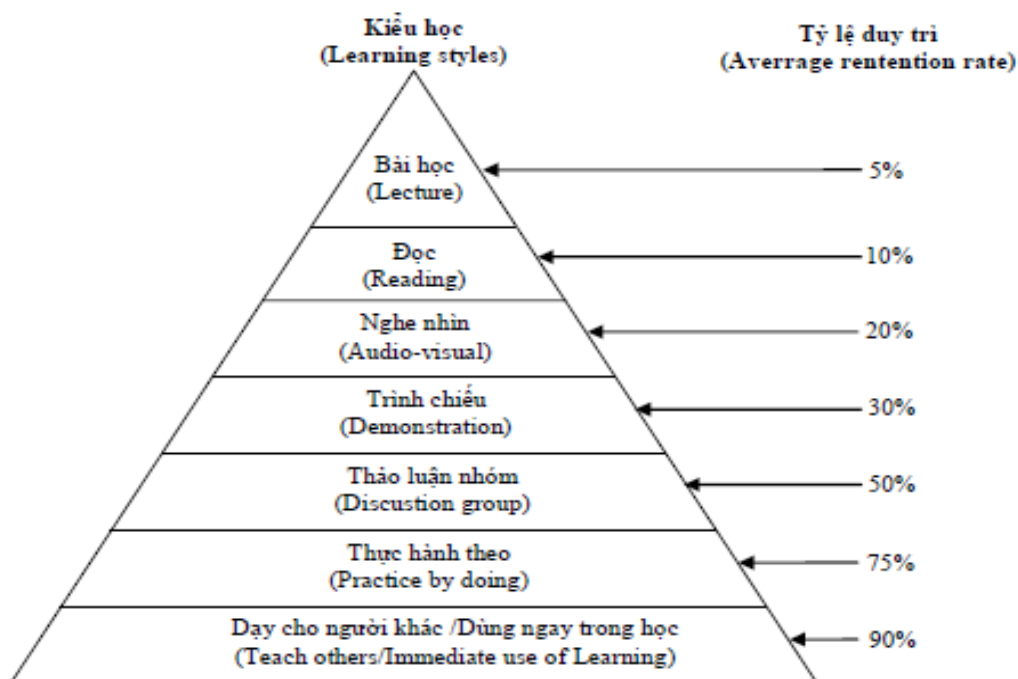
Tài liệu tham khảo

- Philip Kotler, Marketing căn bản, Nhà xuất bản Thống kê, năm 2000
- Philip Kotler, Quản trị Marketing, Nhà xuất bản Lao động – Xã hội, năm 2013
- Hội Marketing Việt Nam, tình huống Marketing Việt Nam, Nhà xuất bản lao động 2004, thư viện Trường Đại học Tài chính - Marketing
- Marketing management, Millenium Edition – Philip Kotler
- Masaaki Kotabe, Kristiaan Helsen - Global marketing management (2010), Wiley

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)

- 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 về quản trị marketing, thị trường, hoạt động cạnh tranh, các chiến lược sản phẩm, giá cả, hoạt động phân phối và truyền thông trên thị trường. Sinh viên phải đạt được khả năng phân tích các vấn đề về hoạt động quản trị marketing của doanh nghiệp.
- 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	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	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	
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 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
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 - 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	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, 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	LO2.1 LO2.2 LO3.2
Kỹ năng thuyết trình	Không đạt tất cả yêu cầu	- 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	LO2.1 LO2.2

<p>và làm việc nhóm (25%)</p>		<p>tâm</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 	<ul style="list-style-type: none"> - 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 	<p>rõ)</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 	<p>ràng, rành mạch, đi vào trọng tâm)</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 	<p>LO3.2</p>
<p>Điểm cộng (10%)</p>	<p>Hình thức thuyết trình thuyết giảng đơn thuần</p>	<p>Có sáng tạo trong hình thức thuyết trình nhưng hiệu quả chưa cao</p>	<p>Có sáng tạo trong hình thức thuyết trình nhưng hiệu quả trung bình</p>	<p>Có sáng tạo trong hình thức thuyết trình đạt hiệu quả cao</p>	<p>Có sáng tạo trong hình thức thuyết trình và cách tiếp cận vấn đề mới lạ, đạt hiệu quả cao</p>	<p>LO2.1 LO2.2 LO3.2</p>

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