BỘ TÀI CHÍNH
TRƯỜNG ĐH TÀI CHÍNH - MARKETING
KHOA MARKETING

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

Tp. Hồ Chí Minh, ngày 10 tháng 06 năm 2019

ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN
PHÂN TÍCH MARKETING

1. THÔNG TIN TỔNG QUÁT (GENERAL INFORMATION)

Bảng 1: Thông tin tổng quát về học phần

❖ Tên học phần:	
Tiếng Việt:	Phân tích Marketing
Tiếng Anh:	Marketing Analysis
❖ Mã số học phần:	010990
❖ Thời điểm tiến hành:	
❖ Loại học phần:	
☒ Bắt buộc ☐ Tự chọn	
❖ Thuộc khối kiến thức/kỹ năng: ☐ Kiến thức đại cương ☐ Kiến thức cơ bản ☒ Kiến thức chuyên ngành ☐ Học phần chuyên về kỹ năng chung	 ☐ Kiến thức cơ sở ngành ☐ Kiến thức khác ☐ 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:	0/0
Số tiết tự học:	90
❖ Điều kiện tham dự học phần:	
Học phần học trước:	Quản trị marketing, Hành vi người tiêu dùng, Nghiên cứu Marketing
Học phần song hành:	
Điều kiện khác:	
❖ Giảng viên phụ trách:	ThS. Trần Nhật Minh
Khoa/Bộ môn:	Marketing
Email:	nhatminh@ufm.edu.vn
Điện thoại:	0903866811

2. MÔ TẢ HỌC PHẦN (COURSE DESCRIPTIONS)

Học phần Phân tích Marketing thuộc khối kiến thức chuyên ngành marketing, cung cấp những kiến thức & nguyên tắc để phân tích chi tiết kết quả và hiệu quả của các hoạt động marketing. Trong học phần này, sinh viên sẽ học cách kết nối, tổng hợp kiến thức marketing để phân tích các kết quả marketing trong mối tương quan với mục tiêu đã định, khách hàng mục tiêu và đối thủ cạnh tranh trên thị trường mục tiêu dựa vào các số liệu đã được lượng hóa về kết quả marketing. Qua đó sinh viên phát triển được khả năng phân tích, phát hiện các điểm mạnh, yếu, cơ hội và thách thức của các hoạt động marketing. Đây là cơ sở quan trọng để xác lập mục tiêu khả thi cho chiến lược và kế hoạch marketing trong tương lai.

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

Ký hiệu mục tiêu	Mô tả mục tiêu	Chuẩn đầu ra của CTĐT	Mức độ đáp ứng của người học
G1	Người học hiểu biết sâu sắc và áp dụng được kiến thức chuyên sâu về nghiên cứu, phân tích thị trường, môi trường, phát triển được sự thấu hiểu khách hàng, hoạch định được chiến lược và kế hoạch marketing.	Ks4, Ks5	3 - Áp dụng 5 - Đo lường, đánh giá 6 - Sáng tạo
G2	Thành thục về năng lực chuyên môn để triển khai thực hiện, phân tích chiến lược, kế hoạch, chương trình marketing và thương hiệu, danh tiếng cho tổ chức.	Ks4, Ss3, Ss4, As2	5 - Đo lường, đánh giá 6 - Sáng tạo
G3	Kết nối và đạt được khả năng nhận diện, đánh giá được các cơ hội để đổi mới, sáng tạo và cho doanh nghiệp/tổ chức và bản thân, phát triển được năng lực và phẩm chất cá nhân.	As2, As4	6 - Sáng tạo

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
Ks4	Vững vàng và sâu sắc về kiến thức và thực tiễn, sáng tạo hỗ trợ cho hoạt động lập chiến lược, kế hoạch, tổ chức và giám sát các quá trình, thực thi hoạt động marketing.
Ks5	Tổng hợp được các kiến thức cơ bản về quản lý, điều hành hoạt động marketing cho doanh nghiệp/tổ chức.
Ss3	Nhuần nhuyễn về kỹ năng phản biện, phê phán và sử dụng các giải pháp marketing thay thế trong điều kiện môi trường không xác định hoặc thay đổi.
Ss4	Thành thạo về kỹ năng đánh giá, phân tích chất lượng công việc marketing sau khi hoàn thành.
As2	Thành thục trong hướng dẫn, giám sát những người khác thực hiện nhiệm vụ marketing, quản trị marketing trên tinh thần trách nhiệm xã hội và đạo đức nghề nghiệp.
As4	Sáng tạo trong lập kế hoạch, điều phối, quản lý các nguồn lực, đánh giá và cải thiện hiệu quả các hoạt động quản trị marketing.

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					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	**Chương 1: Tổng quan về Phân tích Marketing *(Overview of marketing analysis)*** 1.1 Khái quát về Phân tích Marketing 1.2 Vai trò, chức năng của hoạt động phân tích marketing 1.3 Xu hướng phát triển của hoạt động phân tích	2	0,5	1,5			Ks4, Ks5	A1.2
Buổi 2	**Chương 2: Hệ thống phân tích marketing** 2.1 Dữ liệu về khách hàng 2.2 Dữ liệu về hoạt động marketing 2.3 Dữ liệu về môi trường, đối thủ 2.4 Nguyên tắc và quy trình phân tích	2	1	1			Ks4, Ss3, Ss4	A1.2 A1.3 A2.1
Buổi 3	**Chương 3: Phân tích đối thủ, thị trường** 3.1 Phân tích tình hình thị trường 3.2 Phân tích hiệu quả marketing của các đối thủ	1,5	1,5	1			Ss4	A1.2 A1.3 A1.4 A1.5 A2.1 A2.2
Buổi 4	**Chương 4: Phân tích khách hàng** 4.1 Phân tích hoạt động STP 4.2 Phân tích hành trình khách hàng	1,5	1,5	1			Ks4, Ss4	A1.2 A1.3 A1.4 A1.5 A2.1 A2.2
Buổi 5	**Chương 5: Phân tích marketing-mix** 5.1 Phân tích hiệu quả chiến lược sản phẩm - Phân tích hiệu quả sản phẩm - Phân tích hiệu quả tập hợp sản phẩm	1,5	1,5	1			Ks4, Ss4	A1.2 A1.3 A1.4 A1.5 A2.1 A2.2
Buổi 6	**Chương 5: Phân tích marketing-mix** 5.2 Phân tích chiến lược giá - Phân tích khả năng sinh lợi của sản phẩm - Phân tích mức độ cạnh tranh về giá	1,5	1,5	1			Ks4, Ss4	A1.2 A1.3 A1.4 A1.5 A2.1 A2.2
Buổi 7	**Chương 5: Phân tích marketing-mix** 5.3 Phân tích chiến lược phân phối - Phân tích hiệu quả hệ thống phân phối - Phân tích hiệu quả các điểm bán lẻ	1,5	1,5	1			Ks4, Ss4	A1.2 A1.3 A1.4 A1.5 A2.1 A2.2
Buổi 8	**Chương 5: Phân tích marketing-mix**	1,5	1,5	1			Ks4, Ss4	A1.2 A1.3

	5.4 Phân tích chiến lược truyền thông marketing - Phân tích đối tượng truyền thông - Phân tích thông điệp truyền thông - Phân tích công cụ và phương tiện truyền thông 5.5 Phân tích chiến lược truyền thông marketing kỹ thuật số - Phân tích hiệu quả truyền thông điện tử - Marketing kỹ thuật số trong tương quan với truyền thông marketing							A1.4 A1.5 A2.1 A2.2
Buổi 9	**Chương 6: Phân tích tài chính trong marketing** 5.1 Phân tích chi phí, giá cả, doanh thu và lợi nhuận	1,5	1,5	1			Ks4, Ss4	A1.2 A1.3 A1.4 A1.5 A2.1 A2.2
Buổi 10	**Chương 6: Phân tích tài chính trong marketing** 5.2 Các hệ số hoàn vốn	1,5	1,5	1			Ks4, Ss4	A1.2 A1.3 A1.4 A1.5 A2.1 A2.2
Buổi 11	- Báo cáo bài tiểu luận nhóm, thảo luận - Ôn tập & Tổng kết	0,5	0	4,5			Ks4, Ss4, As2, As4	A1.2 A1.5 A2.1 A2.2
Cộng		**16,5 Giờ**	**13,5 Giờ**	**15,0 Giờ**				

5.2. Nội dung phần tự học:

- Hoạt động nhóm: Mỗi nhóm sẽ phải áp dụng những kiến thức đã học, lập kế hoạch và triển khai hoạt động đo lường hiệu quả marketing của một thương hiệu, sản phẩm trên thị trường.
- Hoạt động cá nhân: Mỗi học viên sẽ tham gia hoạt động chung của nhóm và hoàn thành công việc được phân công.

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)

Tài liệu học tập

- Paul W. Farris & Neil T. Bendle & Phillip E. Pfeifer & David J. Reibstein (2010), *Marketing Metrics: The Definitive Guide to Measuring Marketing Performance (2nd edition)*, The Pearson Education Inc
- Bài giảng điện tử của giảng viên

Tài liệu tham khảo

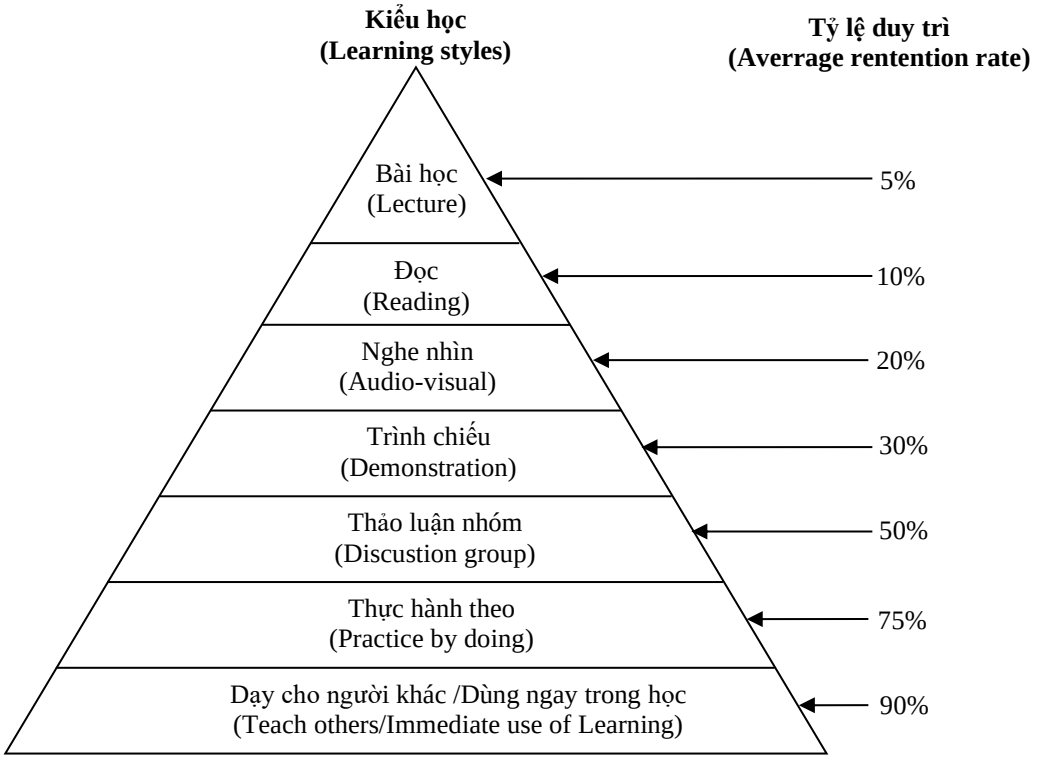
- Ömer Artun, Dominique Levin (2015), *Predictive Marketing: Easy Ways Every Marketer Can Use Customer Analytics and Big Data*, John Wiley & Sons, Inc.

- Wayne L. Winston (2014), *Marketing Analytics: Data-Driven Techniques with Microsoft Excel*, John Wiley & Sons, Inc.
- Mike Grigsby (2015), *Marketing Analysis: A practical guide to real marketing science*, Kogan Page Limited
- Jerry Rackley (2015), *Marketing Analytics Roadmap: Methods, Metrics, and Tools*, APress
- Malcolm McDonald, Peter Mouncey & Stan Maklan (2014), *Marketing Value Metrics: A new metrics model to measure marketing effectiveness*, Kogan Page Limited.
- John A. Davis (2013), *Measuring Marketing: 110+ Key metrics every marketer needs, second edition*, John Wiley & Sons Singapore Pte. Ltd.

7. TRÁCH NHIỆM DẠY VÀ HỌC (TEACHING AND LEARNING RESPONSIBILITIES)

a. 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)

b. 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.
- Học phần này áp dụng hình thức bài tập lớn theo nhóm để sinh viên cùng thực hiện và trình bày trước lớp.

- 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)

(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 gia	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	Kỹ năng mềm, năng lực tự chủ	As2	11 lần/ trong suốt các buổi học	Sự tham dự lớp/chuyên cần	5
	A 1.2	Thái độ học tập/chuyên cần	As2, As4	11 lần/ trong suốt các buổi học	Thái độ tích cực, có trách nhiệm	5
	A 1.3	Bài tập trên lớp	Ks5, Ss4	10 lần/ trong suốt các buổi học	Hiểu bài, giải thích được	5
	A 1.4	Tiến độ thực hiện bài tập nhóm	Ks4, Ss4	2 lần, đánh giá trong các buổi học 4 và 8	Hoàn thành tiến độ thực hiện bài tập nhôm	5
	A 1.5	Bài tập nhóm thuyết trình	Ks4, Ks5, Ss4, As2, As4	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	Tự luận (Tính toán)	Ss4	1 lần/thi kết thúc học phần	Hiểu, giải thích được, đánh giá được	20
	A 2.2	Tự luận (Mô tả, đánh giá)	Ks4, Ss3	1 lần/thi kết thúc học phần	Áp dụng, phân tích, đánh giá, sáng tạo	40

BAN GIÁM HIỆU **TRƯỞNG KHOA** **TRƯỞNG BỘ MÔN**

Duyệt

BẢNG 6: CHI TIẾT ĐÁNH GIÁ HOẠT ĐỘNG NHÓM

Tiêu chí Trọng số	CHI TIẾT ĐÁNH GIÁ (ĐIỂM)					CĐR
	Kém (0 - < 5)	**Trung bình (5 - < 7)**	**Khá (7 - < 8)**	**Giỏi (8 - < 9)**	**Xuất sắc (9 – 10)**	
Hoạch định được kế hoạch đo lường marketing *Hoạch định* (20%)	• Kế hoạch thực hiện sơ sài, đặt vấn đề rời rạc. • Không áp dụng được hoặc rất ít kiến thức • Không có sự hiểu biết về kiến thức liên quan cho bài tập.	• Kế hoạch thực hiện, đặt vấn đề tương đối đầy đủ. • Việc sử dụng kiến thức, kỹ năng là rõ ràng nhưng có giới hạn. • Có sự hiểu biết kiến thức liên quan nhưng còn đơn giản	• Kế hoạch thực thi khá đầy đủ, đặt vấn đề tương đối tốt. • Áp dụng các kiến thức đánh giá môi trường, thị trường tương đối tốt. • Sử dụng các kiến thức liên quan, hiểu biết tổng quát là rõ ràng nhưng ít mở rộng.	• Kế hoạch thực thi đầy đủ, đặt vấn đề khá tốt • Áp dụng các kiến thức đánh giá môi trường, thị trường, và nội bộ khá tốt. • Chứng tỏ một sự mở rộng khá tốt kiến thức và kỹ năng.	• Kế hoạch thực thi, đặt vấn đề rất tốt. • Áp dụng kiến thức, kỹ năng đánh giá môi trường, thị trường, đối thủ và nội bộ tốt. • Chứng tỏ một sự mở rộng kiến thức và kỹ năng cao.	LO1.4 LO1.5
Kết quả tính toán, phân tích - *Giải quyết vấn đề đặt ra* (30%)	• Kết quả tính toán sai • Không hoặc chỉ phân tích kết quả được rất ít • Chưa trả lời được đầy đủ các câu hỏi phản biện và chất vấn của các nhóm khác.	• Kết quả tính toán đúng • Phân tích kết quả ở mức trung bình. • Trả lời các câu hỏi chất vấn ở mức bình thường.	• Kết quả tính toán đúng • Có sự phân tích, đánh giá tổng hợp tương đối tốt • Trả lời tương đối tốt các câu hỏi phản biện và chất vấn.	• Kết quả tính toán đúng • Có sự phân tích, đánh giá tổng hợp khá tốt • Trả lời khá tốt các câu hỏi phản biện và chất vấn.	• Kết quả tính toán đúng • Có sự phân tích, đánh giá tổng hợp rất tốt • Trả lời tốt các câu hỏi phản biện và chất vấn.	LO1.4 LO1.5 LO2.1 LO2.2 LO2.3
Phối hợp nhóm trong thực hiện bài và thuyết trình (20%)	• Sự phân công, phối hợp giữa các thành viên nhóm không tốt. • Sự phối hợp giữa các thành viên nhóm không tốt. • Sự tương tác khá giữa các thành viên nhóm với nhau và với lớp kém.	• Sự phân công, phối hợp giữa các thành viên nhóm chưa rõ ràng. • Sự phối hợp giữa các thành viên nhóm bình thường. • Sự tương tác khá giữa các thành viên nhóm với nhau và với lớp bình thường.	• Có sự phân công, phối hợp tương đối rõ ràng giữa các thành viên nhóm. • Có sự phối hợp khá giữa các thành viên nhóm. • Có sự tương tác khá giữa các thành viên nhóm với nhau và với lớp.	• Có sự phân công và phối hợp rõ ràng giữa các thành viên nhóm. • Có sự phối hợp tốt giữa các thành viên nhóm. • Có sự tương tác tốt giữa các thành viên nhóm với nhau và với lớp.	• Có sự phân công và phối hợp rất rõ ràng giữa các thành viên nhóm. • Có sự phối hợp rất tốt giữa các thành viên nhóm. • Có sự tương tác rất tốt giữa các thành viên nhóm với nhau và với lớp.	LO3.1 LO3.2
Kết cấu và bố cục của bài word & Powerpoint (10%)	• Kết cấu thiếu chặt chẽ. • Bố cục chưa hợp lý. • Thiếu sự liên kết. • Thiếu tính logic.	• Kết cấu không chặt. • Bố cục bình thường. • Sự liên kết không chặt chẽ. •	• Kết cấu tương đối chặt. • Bố cục hợp lý. • Sự liên kết chưa tốt. • Tính logic chưa cao.	• Kết cấu khá chặt chẽ. • Bố cục hợp lý. • Có sự liên kết tốt. • Tính logic tương đối cao.	• Kết cấu rõ ràng, chặt chẽ. • Bố cục hợp lý. • Có sự liên kết tốt. • Có tính logic cao.	LO2.1 LO2.2

Hình Thức – (10%)	• Chưa theo đúng qui định và sai lỗi nhiều. • Thiếu sáng tạo. • Không có tính thẩm mỹ. • Trình bày kém thuyết phục.	• Theo đúng qui định và sai lỗi khá nhiều. • Không có sự kết hợp giữa phần chữ, hình ảnh và video. • Không có tính thẩm mỹ. • Trình bày một cách bình thường.	• Theo đúng qui định và sai lỗi tương đối ít. • Sự kết hợp không tốt giữa phần chữ, hình ảnh cũng như video. • Tính thẩm mỹ không cao. • Trình bày một cách tương đối thuyết phục.	• Theo đúng qui định và ít sai lỗi. • Kết hợp chữ, hình ảnh, đồ thị trong trình bày. • Không kết hợp đủ phần chữ, hình ảnh, video trong trình bày powerpoint. • Tính thẩm mỹ không cao. • Trình bày khá thuyết phục.	• Theo đúng qui định và sai lỗi không đáng kể. • Kết hợp chữ, hình ảnh, đồ thị trong trình bày. • Có sự kết hợp chữ, hình ảnh, video trong trình bày powerpoint. • Có tính thẩm mỹ cao. • Trình bày rất thuyết phục.	LO3.1
Chứng cứ tài liệu, mức độ tin cậy (5%)	• Dữ liệu không đầy đủ, các đề xuất thiếu tính thuyết phục. • Các dữ liệu có nguồn không đầy đủ và thời gian chính xác, độ tin cậy không cao.	• Dữ liệu còn hạn chế làm cơ sở cho các đề xuất. • Các dữ liệu có nguồn không đầy đủ và thời gian chính xác, độ tin cậy không cao.	• Dữ liệu tương đối đầy đủ làm cơ sở cho các đề xuất. • Các dữ liệu có nguồn và thời gian chính xác.	• Có đầy đủ dữ liệu làm cơ sở cho phân tích, đánh giá và các đề xuất • Các dữ liệu có nguồn và thời gian chính xác, độ tin cậy cao.	• Có đầy đủ dữ liệu làm cơ sở cho phân tích, đánh giá và các đề xuất. • Các dữ liệu có nguồn và thời gian chính xác, mức độ tin cậy cao.	LO2.1
Thời gian nộp bài (5%)	• Chậm hơn 36h so với qui định.	• Chậm hơn 24h so với qui định.	• Chậm hơn 12h so với qui định.	• Chậm hơn 6h so với qui định.	• Đúng qui định.	LO3.2 LO3.3

BẢNG 7: CHI TIẾT ĐÁNH GIÁ CÁ NHÂN

Tiêu chí Trọng số	CHI TIẾT ĐÁNH GIÁ (ĐIỂM)					CĐR
	Kém (0 - < 5)	**Trung bình (5 - < 7)**	**Khá (7 - < 8)**	**Giỏi (8 - < 9)**	**Xuất sắc (9 – 10)**	
Bài tập trên lớp (30%)	• Không tính toán được • Không phân tích, đánh giá được kết quả	• Tính toán đúng • Phân tích, đánh giá được ở mức độ đơn lẻ • Không phân tích, đánh giá tổng hợp được	• Tính toán đúng • Phân tích, đánh giá được ở mức độ đơn lẻ khá tốt • Có phân tích, đánh giá tổng hợp nhưng rời rạc, đơn giản	• Tính toán đúng • Phân tích, đánh giá được ở mức độ đơn lẻ tốt • Có phân tích, đánh giá tổng hợp tương đối tốt	• Tính toán đúng • Phân tích, đánh giá được ở mức độ đơn lẻ tốt • Có phân tích, đánh giá tổng hợp rất tốt	LO2.1 LO2.2
Tham gia bài tập nhóm – Kiến thức cá nhân (20%)	• Không hoạch định được công việc cá nhân trong nhóm • Không tính toán đúng • Không phân tích, đánh giá được	• Hoạch định được công việc cá nhân trong nhóm • Tính toán đúng • Phân tích, đánh giá được trong phần việc của mình nhưng ở mức rời rạc	• Hoạch định được công việc cá nhân trong nhóm • Tính toán đúng • Phân tích, đánh giá được trong phần việc của mình ở mức khá tốt	• Hoạch định được công việc cá nhân trong nhóm • Tính toán đúng • Phân tích, đánh giá được trong phần việc của mình ở mức khá tốt	• Hoạch định được công việc cá nhân trong nhóm • Tính toán đúng • Phân tích, đánh giá được trong phần việc của mình rất tốt	LO2.1 LO2.2
Tham gia bài tập nhóm – Kiến thức tổng hợp (30%)	• Không hoạch định được công việc cá nhân theo tiến độ công việc của cả nhóm • Không liên hệ được với các nội dung phân tích khác của nhóm	• Hoạch định được công việc cá nhân theo tiến độ công việc của cả nhóm • Không liên hệ được với các nội dung phân tích khác của nhóm.	• Hoạch định được công việc cá nhân theo tiến độ công việc của cả nhóm • Có liên hệ được với các nội dung phân tích khác của nhóm.	• Hoạch định được công việc cá nhân theo tiến độ công việc của cả nhóm • Có liên hệ được tốt với các nội dung phân tích khác của nhóm.	• Hoạch định được công việc cá nhân theo tiến độ công việc của cả nhóm • Có liên hệ được rất tốt với các nội dung phân tích khác của nhóm.	LO2.1 LO2.2 LO3.2 LO3.3
Tham gia bài tập nhóm – Thái độ (20%)	• Không tham gia hoạt động nhóm • Không cùng nhóm giải quyết vấn đề • Không hoàn thành công việc được giao	• Tham gia hoạt động nhóm nhưng không đầy đủ • Tham gia giải quyết vấn đề của nhóm ở mức bình thường • Hoàn thành công việc được giao đôi khi không đúng hạn	• Tham gia hoạt động nhóm đầy đủ • Tương đối tích cực tham gia giải quyết vấn đề của nhóm • Hoàn thành công việc được giao đúng hạn	• Tham gia hoạt động nhóm đầy đủ • Tích cực tham gia giải quyết vấn đề của nhóm • Hoàn thành công việc được giao đúng hạn	• Tham gia hoạt động nhóm đầy đủ • Rất tích cực tham gia giải quyết vấn đề của nhóm • Hoàn thành công việc được giao đúng hạn	LO3.2 LO3.3

BẢNG 8: CHI TIẾT ĐÁNH GIÁ BÀI THI KẾT THÚC HỌC PHẦN

Tiêu chí Trọng số	CHI TIẾT ĐÁNH GIÁ (ĐIỂM)					CĐR
	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%)	• Chưa hoàn thành hết các câu hỏi đặt ra. • Mức độ đáp ứng yêu cầu đặt ra chưa tốt. • Không phân tích, đánh giá được hoặc đơn giản	• Hoàn thành được trên 50% yêu cầu đặt ra. • Trả lời đúng kết quả, sai sót không nhiều. • Phân tích, đánh giá được nhưng rời rạc • Không hoặc phân tích tổng hợp được ít	• Hoàn thành gần hết các câu hỏi đặt ra. • Trả lời khá tốt yêu cầu đặt ra. • Phân tích, đánh giá được tương đối tốt • Phân tích tổng hợp được nhưng đơn giản	• Hoàn thành hết các câu hỏi đặt ra. • Phân tích, đánh giá tốt • Phân tích tổng hợp khá tốt	• Hoàn thành hết các câu hỏi đặt ra. • Phân tích, đánh giá tốt • Phân tích tổng hợp tốt	LO1.1 LO1.2 LO1.3 LO1.4 LO1.5 LO2.1
Hình thức trình bày (10%)	• Không trình bày theo yêu cầu. • Rất khó đọc. • Không đẹp mắt.	• Trình bày theo yêu cầu nhưng không logic • Không dễ đọc. • Không đẹp mắt.	• Trình bày logic. • Khá dễ đọc. • Bình thường.	• Trình bày logic. • Dễ đọc. • Khá đẹp mắt.	• Trình bày logic. • Dễ đọc. • Đẹp mắt.	LO3.2 LO3.3