

TP. Hồ Chí Minh, Ngày tháng năm 2019

ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM MỚI

1. THÔNG TIN TỔNG QUÁT (GENERAL INFORMATION)

Bảng 1: Thông tin tổng quát về học phần

❖ Tên học phần:	
Tiếng Việt:	Phát triển sản phẩm mới
Tiếng Anh:	New Product Development
❖ Mã số học phần:	010245
❖ 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 type="checkbox"/> Kiến thức khác
<input checked="" 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 giờ lý thuyết/số buổi:	22/11
Số giờ thảo luận thực hành/số buổi:	23/11 (giờ chuẩn chưa tính qui đổi)
Số giờ 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/Quản trị thương hiệu và truyền thông marketing
Email:	ts.truong@gmail.com
Điện thoại:	0913 905 997

2. MÔ TẢ HỌC PHẦN (COURSE DESCRIPTIONS)

Học phần phát triển sản phẩm mới thuộc khối kiến thức chuyên ngành quản trị thương hiệu, cung cấp những nguyên tắc nền tảng để tiếp cận để quản trị hoạt động phát triển sản phẩm mới. Học phần này được xây dựng trên quan điểm phát triển sản phẩm mới đòi hỏi một sự hiểu biết chiến lược. Các giai đoạn của quá trình phát triển sản phẩm mới cần thực hiện đồng bộ nhất quán, cho phép các nhà quản lý thực thi phát triển sản phẩm mới một cách hiệu quả.

3. MỤC TIÊU HỌC PHẦN (COURSE GOALS)

Bảng 2: Mục tiêu của học phần

Mục tiêu (Gx)	Mô tả mục tiêu	CDR của CTĐT	Trình độ năng lực
G1	Giới thiệu tổng quan về sản phẩm mới và phát triển sản phẩm mới	Ks4	II
G2	Cung cấp sự hiểu biết về chiến lược phát triển sản phẩm mới	Ks4, Ks5, Ss1	III
G3	Cung cấp quy trình và công cụ để sinh viên có thể thực hiện phát triển sản phẩm mới	Ks4, Ks5, Ss3, Ss5	III, IV
G4	Trang bị cho sinh viên khả năng đo lường, đánh giá, sáng tạo phát triển sản phẩm mới.	Ks4, Ss4, Ss5, As3	V, VI
G5	Giới thiệu các mô hình quản trị phát triển sản phẩm mới	Ks5, Ss5, As4	III, IV, V

Trình độ năng lực: 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	Mô tả được sản phẩm mới, phát triển sản phẩm mới và tầm quan trọng của phát triển sản phẩm mới.	I
LO1.2	Giải thích được phát triển sản phẩm mới, các định hướng chiến lược phát triển sản phẩm mới.	T
LO1.3	Giải thích được qui trình phát triển sản phẩm mới và các bước thực hiện cụ thể trong qui trình phát triển sản phẩm mới.	T
LO1.4	Hoạch định phát triển được sản phẩm mới cho một doanh nghiệp, tổ chức	U
LO2.1	Thực hiện được chiến lược và kế hoạch hành động phát triển một sản phẩm mới một cách thành thạo cho doanh nghiệp từ phân tích, hoạch định, triển khai và đo lường đánh giá	T, U
LO2.2	Phát triển được năng lực giao tiếp, truyền thông chiến lược và kế hoạch hành động PTSPM một cách hiệu quả đến đối tượng mục tiêu	T, U
LO2.3	Phát triển được kỹ năng làm việc độc lập, làm việc nhóm, tư duy sáng tạo trong phát triển sản phẩm mới	U
LO3.1	Vận dụng nhuần nhuyễn được các kỹ năng mềm như làm việc nhóm, thuyết trình, kỹ năng giải quyết vấn đề và khám phá, phát triển bản thân	U
LO3.2	Nhận thức được trách nhiệm cá nhân, đạo đức nghề nghiệp và trách nhiệm xã hội trong việc phát triển sản phẩm mới	U
LO3.3	Phát triển được thái độ tích cực, phát triển bản thân thông qua quá trình sáng tạo phát triển sản phẩm mới	T, U

Mức độ I (Introduce): giới thiệu, T (Teach): dạy, U (Utilize).

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	Tổng quan về sản phẩm mới, phát triển sản phẩm mới 1.1. Khái niệm sản phẩm và sản phẩm mới. 1.2. Khái quát về phát triển sản phẩm mới. 1.3. Những yếu tố thành công/thất bại trong phát triển sản phẩm mới. 1.4. Các quyết định liên quan đến phát triển sản phẩm mới. 1.5. Quy trình phát triển sản phẩm mới.	2,0	1,0	1,0			LO1.1 LO2.1	A1.2 A2.1	
Buổi 2	Xác định và lựa chọn cơ hội: Hoạch định chiến lược cho sản phẩm mới 2.1. Tại sao cần hoạch định chiến lược. 2.2. Chiến lược cho “công ty không công ty”. 2.3. Đầu vào của chiến lược sản phẩm mới. 2.4. Điều lệ phát triển sản phẩm mới. 2.5. Soạn thảo điều lệ phát triển sản phẩm mới. 2.6. Chiến lược phát triển sản phẩm mới.	2,0	1,0		1,0		LO1.3 LO2.2	A1.2 A1.3 A2.1	
Buổi 3	Sáng tạo khái niệm sản phẩm mới 3.1. Chuẩn bị và các lựa chọn thay thế. 3.2. Ý tưởng dựa trên vấn đề: Tìm và giải quyết vấn đề. 3.3. Các phương pháp phân tích thuộc tính: Giới thiệu và bản đồ thuộc tính. 3.4. Các phương pháp phân tích thuộc tính: Phân tích thay thế và các kỹ thuật định tính.	2,0	1,0		1,0		LO1.3 LO2.3	A1.2 A1.4 A2.1	
Buổi 4	Đánh giá khái niệm sản phẩm mới 4.1. Khái quát đánh giá khái niệm sản phẩm mới. 4.2. Hệ thống đánh giá khái niệm sản phẩm mới. 4.3. Phương pháp và kỹ thuật đánh giá khái niệm sản phẩm mới. 4.4. Phương pháp sàng lọc đầy đủ	2,0		1,0	1,0		LO1.3 LO2.2 LO3.1 LO3.2	A1.2 A1.4 A2.1	

Buổi 5	Dự báo bán hàng, phân tích tài chính và giao diện phát triển sản phẩm mới 5.1. Dự báo bán hàng cho sản phẩm mới. 5.2. Các vấn đề trong dự báo bán hàng. 5.3. Xử lý các vấn đề phát sinh. 5.4. Đối sánh điều lệ phát triển sản phẩm mới 5.5. Giao thức sản phẩm mới	2,0	1,0	1,0			LO1.3 LO1.4 LO3.2	A1.2 A1.4 A2.1 A2.2
Buổi 6	Thiết kế sản phẩm mới 6.1. Khái niệm thiết kế sản phẩm mới. 6.2. Vai trò của thiết kế trong qui trình phát triển sản phẩm mới. 6.3. Kiến trúc sản phẩm mới. 6.4. Phân tích nguyên mẫu 6.5. Quản lý giao diện trong thiết kế sản phẩm mới. 6.6. Cải thiện giao diện trong thiết kế sản phẩm mới. 6.7. Cải thiện trong thiết kế	2,0	1,0		1,0		LO1.3 LO2.3 LO3.2	A1.2 A1.4 A2.1 A2.2
Buổi 7	Thử nghiệm sử dụng sản phẩm mới 7.1. Tại sao cần thử nghiệm sử dụng sản phẩm mới 7.2. Vai trò của Marketing trong phát triển sản phẩm mới. 7.3. Tầm quan trọng của thử nghiệm sử dụng. 7.4. Kiến thức thu được từ thử nghiệm sử dụng sản phẩm mới 7.5. Quyết định trong thử nghiệm sử dụng sản phẩm mới. 7.6. Những vấn đề đặc biệt trong thử nghiệm sử dụng sản phẩm mới.	2,0	1,0		1,0		LO1.4 LO2.2 LO3.3	A1.2 A1.4 A2.1 A2.2
Buổi 8	Thử nghiệm thị trường 8.1. Quyết định thử nghiệm thị trường. 8.2. Các phương pháp thử nghiệm thị trường. 8.3. Phương pháp bán hàng giả lập. 8.4. Phương pháp bán hàng có kiểm soát. 8.5. Phương pháp bán hàng đầy đủ. 8.6. Tổng kết các phương pháp thử nghiệm thị trường. 8.7. Những sai lầm trong thử nghiệm thị trường.	2,0		1,0	1,0		LO1.4 LO2.1 LO3.1	A1.2 A1.4 A2.1 A2.2
Buổi 9	Tung sản phẩm ra thị trường 9.1. Thiết lập chiến lược tung sản phẩm mới ra thị trường. 9.2. Xem xét lại các mục tiêu chiến lược. 9.3. Các quyết định chiến lược nền tảng. 9.4. Quyết định thị trường mục tiêu và Định vị sản phẩm.	2,0	1,0	1,0			LO1.4 LO2.2 LO3.2 LO3.3	A1.2 A1.4 A2.1 A2.2

	9.5. Xây dựng và quản trị thương hiệu.							
Buổi 10	Tung sản phẩm ra thị trường 10.1. Chu kỳ và kỹ thuật tung sản phẩm mới. 10.2. Quy trình tung sản phẩm ra thị trường. 10.3. Quản trị tung sản phẩm mới ra thị trường.	2,0	1,0		1,0		LO1.4 LO2.2 LO3.2 LO3.3	A1.2 A1.4 A2.1 A2.2
Buổi 11	Quản trị phát triển sản phẩm mới 11.1. Mô hình tổ chức hoạt động phát triển sản phẩm mới. 11.2. Cấu trúc đội nhóm phát triển sản phẩm mới. 11.3. Lựa chọn thành viên đội nhóm phát triển sản phẩm mới. 11.4. Xây dựng đội nhóm phát triển sản phẩm mới. 11.5. Quản trị đội nhóm phát triển sản phẩm mới. 11.6. Dừng quá trình phát triển sản phẩm mới/thay đổi hỗn hợp sản phẩm.	2,0		1,0	2,0		LO1.4 LO2.1 LO2.3 LO3.3	A1.4 A2.1 A2.2
Cộng		22,0 Giờ	8,0 Giờ	6,0 Giờ	9,0 Giờ			

5.2. Nội dung phần tự học:

- Bài tập nhóm: Mỗi nhóm sẽ phải áp dụng những kiến thức đã học, phát triển một sản phẩm mới cho một doanh nghiệp đang có hoặc dự kiến thành lập mới từ ý tưởng đến tung sản phẩm mới ra thị trường.
- 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. 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)

Giáo trình

- Nguyễn Xuân Trường. (2019). *Phát triển sản phẩm mới*. Lưu hành nội bộ.

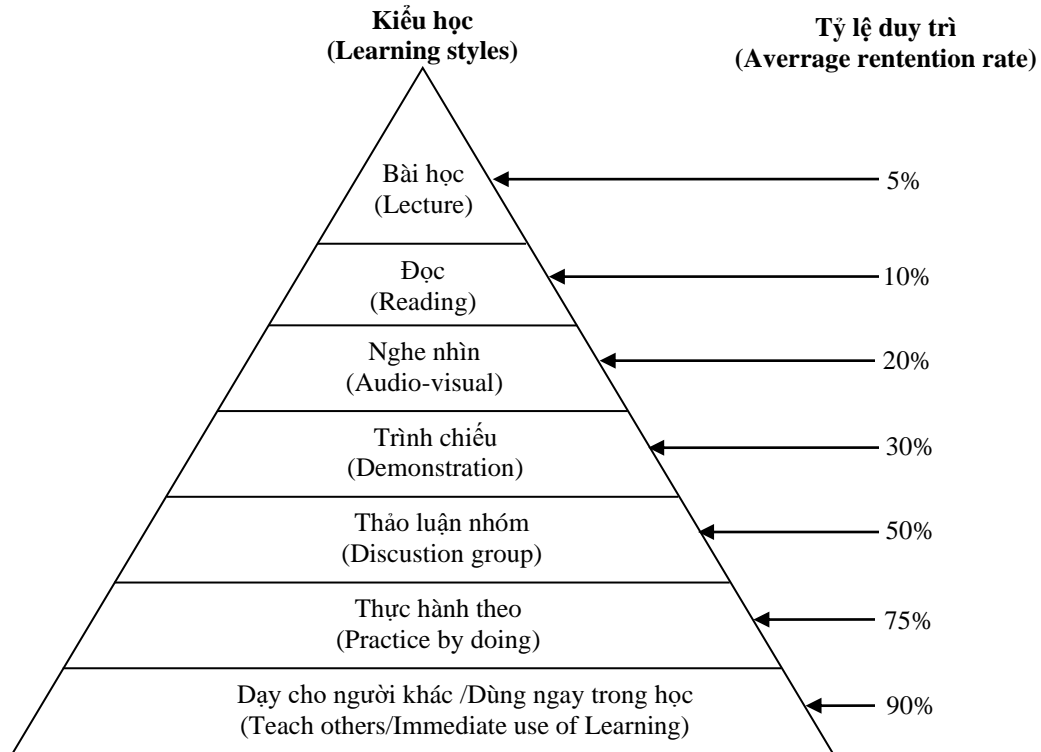
Tài liệu tham khảo

- C. Merle Crawford & C. Anthony Di Benedetto. (2014). *New products management*, 11th edition, McGraw-Hill.
- Toyohiro Kono & Leonard Lynn. (2007). *Strategic new product development for the global economy*, Palgrave Macmillan.
- Poul Trott. (2012). *Innovation management and new product development*. 5th edition., Prentice Hall.

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 vạch ra trong hình 1 dưới đây đại diện cho triết lý giảng dạy và học tập của học phần 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 phát triển sản phẩm mới được giảng dạy với sự kết hợp các phương pháp thuyết giảng, nêu vấn đề, mind map, concept map, 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.
- Học phần này được thiết kế để sinh viên có thể phát triển kiến thức về thị trường và phát triển sản phẩm mới. Sinh viên phải đạt được khả năng hiểu biết, áp dụng, phân tích và đánh giá các vấn đề phát triển sản phẩm mới một cách căn bản. Sinh viên cần phải tiếp thu được các khái niệm cơ bản và những ý tưởng sản phẩm mới trên thị trường cũng như việc áp dụng những kiến thức để xây dựng các chương trình phát triển sản phẩm mới 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 [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	Kỹ năng mềm, năng lực tự chủ	LO3.1 LO3.2 LO3.3	11 lần/ trong suốt các buổi học	Sự tham dự lớp/chuyên cần	6
	A 1.2	Bài kiểm tra cá nhân 15 phút	LO1.1 LO1.2 LO1.3	3 lần/vào các buổi thứ 3, 6 và 9	Hiểu bài, giải thích được	6
	A 1.3	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	8
	A 1.4	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	LO1.3 LO1.4 LO2.1	1 lần/thi kết thúc học phần	Áp dụng, phân tích, đánh giá, sáng tạo	36

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)					Learning outcome
	Kém (0 - < 5)	Trung bình (5 - < 7)	Khá (7 - < 8)	Giỏi (8 - < 9)	Xuất sắc (9 – 10)	
Hoạch định được chiến lược & kế hoạch PTSPM - <i>Đánh giá tình hình và hoạch định</i> (20%)	<ul style="list-style-type: none"> Chiến lược và kế hoạch không đầy đủ, thiếu logic. 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 trong thực tiễn cho bài tập như thế nào. 	<ul style="list-style-type: none"> Thể hiện một số khó khăn trong phân tích, đánh giá thị trường và đối thủ. Hoạch định được chiến lược và kế hoạch thực thi tương đối đầy đủ, logic. Việc sử dụng kiến thức, kỹ năng là rõ ràng nhưng không sâu. 	<ul style="list-style-type: none"> Áp dụng các kiến thức trong việc phân tích, đánh giá thị trường, đối thủ cạnh tranh tương đối tốt. Hoạch định được chiến lược và kế hoạch thực thi khá đầy đủ, logic. Sử dụng các kiến thức tổng quát là rõ ràng nhưng ít mở rộng. 	<ul style="list-style-type: none"> Áp dụng kiến thức, kỹ năng để phân tích, đánh giá môi trường, thị trường, đối thủ và nội bộ khá tốt. Hoạch định được chiến lược và kế hoạch thực thi đầy đủ, logic. Chứng tỏ một sự mở rộng khá tốt kiến thức và kỹ năng. 	<ul style="list-style-type: none"> Áp dụng kiến thức, kỹ năng để phân tích, đánh giá môi trường, thị trường, đối thủ và nội bộ tốt. Hoạch định được chiến lược và kế hoạch thực thi rất đầy đủ, logic. Chứng tỏ một sự mở rộng kiến thức và kỹ năng và sáng tạo cao. 	LO1.3 LO1.4
Hoạch định được chiến lược & kế hoạch PTSPM - <i>Giải quyết vấn đề đặt ra</i> (20%)	<ul style="list-style-type: none"> Sản phẩm mới rất bình thường, đơn giản, không khác biệt. Sử dụng các giải pháp rất bình thường. Chưa giải quyết chưa được vấn đề đặt ra. Chưa trả lời được đầy đủ các câu hỏi phản biện và chất vấn của các nhóm khác. 	<ul style="list-style-type: none"> Sản phẩm mới phát triển ra có mức độ độc đáo trung bình. Sử dụng các giải pháp có mức độ đơn giản để giải quyết vấn đề đặt ra. Giải quyết vấn đề đặt ra ở mức trung bình. Trả lời các câu hỏi chất vấn ở mức bình thường. 	<ul style="list-style-type: none"> Sản phẩm mới phát triển ra có mức độ độc đáo tương đối. Sử dụng các giải pháp tương đối hiệu quả để giải quyết vấn đề đặt ra. Có kế hoạch hành động và đo lường đánh giá chi tiết. Trả lời tương đối tốt các câu hỏi phản biện và chất vấn. 	<ul style="list-style-type: none"> Sản phẩm mới phát triển ra có độ độc đáo khá cao. Sử dụng các giải pháp có hiệu quả khá tốt để giải quyết vấn đề đặt ra. Có kế hoạch chi tiết về con người, nguồn lực, thời gian và đo lường đánh giá chi tiết. Trả lời khá tốt các câu hỏi phản biện và chất vấn. 	<ul style="list-style-type: none"> Sản phẩm mới phát triển ra có độ độc đáo cao. Sử dụng các giải pháp có hiệu quả cao để giải quyết vấn đề đặt ra. Có kế hoạch chi tiết và khả thi về con người, nguồn lực, thời gian và đo lường đánh giá chi tiết. Trả lời tốt các câu hỏi phản biện và chất vấn. 	LO1.4 LO2.1 LO2.2 LO2.3
Phối hợp nhóm trong thực hiện bài và thuyết trình (20%)	<ul style="list-style-type: none"> 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 	<ul style="list-style-type: none"> 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 	<ul style="list-style-type: none"> 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 	<ul style="list-style-type: none"> 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 	<ul style="list-style-type: none"> 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 	LO3.1 LO3.2

	thành viên nhóm với nhau và với lớp kém.	thành viên nhóm với nhau và với lớp bình thường.	nhau và với lớp.	nhau và với lớp.	giữa các thành viên nhóm với nhau và với lớp.	
Kết cấu và bố cục của bài word & Powerpoint (10%)	<ul style="list-style-type: none"> • Kết cấu thiếu chặt chẽ. • Bố cục chưa hợp lý. • Thiếu sự liên kết. • Thiếu tính logic. 	<ul style="list-style-type: none"> • Kết cấu không chặt. • Bố cục bình thường. • Sự liên kết không chặt chẽ. 	<ul style="list-style-type: none"> • Kết cấu tương đối chặt. • Bố cục hợp lý. • Sự liên kết chưa tốt. • Tính logic chưa cao. 	<ul style="list-style-type: none"> • Kết cấu khá chặt chẽ. • Bố cục hợp lý. • Có sự liên kết tốt. • Tính logic tương đối cao. 	<ul style="list-style-type: none"> • Kết cấu rõ ràng, chặt chẽ. • Bố cục hợp lý. • Có sự liên kết tốt. • Có tính logic cao. 	LO2.1 LO2.2
Tính sáng tạo (10%)	<ul style="list-style-type: none"> • Đi theo lối mòn. • Không có phong cách riêng. 	<ul style="list-style-type: none"> • Không có sự sáng tạo. • Có phong cách bình thường. 	<ul style="list-style-type: none"> • Có sự sáng tạo tương đối cao. • Có phong cách riêng. • Sự khác biệt không rõ. 	<ul style="list-style-type: none"> • Có sự sáng tạo cao trong việc đề xuất chiến lược và các giải pháp. • Có phong cách sáng tạo riêng. • Có sự khác biệt khá rõ. 	<ul style="list-style-type: none"> • Có sự sáng tạo cao trong việc đề xuất chiến lược và các giải pháp. • Có phong cách độc đáo, sáng tạo riêng. • Có sự khác biệt rõ ràng. 	LO3.1
Hình Thức – (10%)	<ul style="list-style-type: none"> • Chưa theo đúng qui định và sai lỗi nhiều. • Thiếu sáng tạo. • Không có tính thẩm mỹ. • Trình bày kém thuyết phục. 	<ul style="list-style-type: none"> • 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. 	<ul style="list-style-type: none"> • 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. 	<ul style="list-style-type: none"> • 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. 	<ul style="list-style-type: none"> • 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%)	<ul style="list-style-type: none"> • 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. 	<ul style="list-style-type: none"> • 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. • Phụ lục và tài liệu tham khảo không đủ. 	<ul style="list-style-type: none"> • Dữ liệu tương đối đầy đủ làm cơ sở cho các đề xuất. • Các dữ liệu có nguồn và thời gian chính xác. • Phụ lục và tài liệu tham khảo chưa đầy đủ để tra cứu, kiểm tra. 	<ul style="list-style-type: none"> • 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. • Phụ lục và tài liệu tham khảo tương đối đầy đủ. 	<ul style="list-style-type: none"> • 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. • Có phụ lục và tài liệu tham khảo đầy đủ, đúng. 	LO2.1
Thời gian nộp bài (5%)	<ul style="list-style-type: none"> • Chậm hơn 36h so với qui định. 	<ul style="list-style-type: none"> • Chậm hơn 24h so với qui định. 	<ul style="list-style-type: none"> • Chậm hơn 12h so với qui định. 	<ul style="list-style-type: none"> • Chậm hơn 6h so với qui định. 	<ul style="list-style-type: none"> • Đúng qui định. 	LO3.2 LO3.3

BẢNG 7: CHI TIẾT ĐÁNH GIÁ BÀI TẬP 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)	
Kết cấu và tính logic của bài viết (15%)	<ul style="list-style-type: none"> • Kết cấu không chặt chẽ. • Thiếu sự liên kết. • Thiếu tính logic. 	<ul style="list-style-type: none"> • Kết cấu rõ ràng. • Sự liên kết không chặt chẽ. • Tính logic không cao 	<ul style="list-style-type: none"> • Kết cấu rõ ràng. • Sự liên kết không tốt. • Tính logic chưa cao. 	<ul style="list-style-type: none"> • Kết cấu chặt chẽ. • Có sự liên kết tốt. • Tính logic tương đối cao. 	<ul style="list-style-type: none"> • Kết cấu chặt chẽ. • Có sự liên kết tốt. • Có tính logic cao. 	LO2.1 LO2.2
Phân dịch ra tiếng Việt (20%)	<ul style="list-style-type: none"> • Dịch kém, sai lỗi nhiều. • Dịch chưa hết bài viết. • Chưa thể hiện được tinh thần của bài viết. 	<ul style="list-style-type: none"> • Dịch tương chưa tốt. • Dịch chưa hết bài viết. • Thể hiện mức độ bình thường. 	<ul style="list-style-type: none"> • Dịch tương đối tốt. • Dịch tương đối đầy đủ. • Thể hiện được tinh thần của bài viết tương đối tốt. 	<ul style="list-style-type: none"> • Dịch khá tốt. • Dịch đầy đủ bài viết. • Thể hiện được tinh thần của bài viết khá tốt. 	<ul style="list-style-type: none"> • Dịch tốt. • Dịch đầy đủ bài viết. • Thể hiện được tinh thần của bài viết. 	LO2.1 LO2.2
Phân liên hệ thực tế (25%)	<ul style="list-style-type: none"> • Liên hệ chưa đủ 3 công ty hoặc ngành hàng. • Không có sự đa dạng của các công ty liên hệ. • Chưa sát thực, thông tin không mới mẻ. • Yếu, không cập nhật. 	<ul style="list-style-type: none"> • Liên hệ được ít nhất 3 công ty hoặc ngành hàng. • Mức độ đa dạng của các công ty không cao. • Chưa sát thực, thông tin ít mới mẻ. • Không cập nhật. 	<ul style="list-style-type: none"> • Liên hệ được ít nhất 3 công ty hoặc ngành hàng. • Mức độ đa dạng của các công ty cao. • Chưa sát thực, thông tin ít mới mẻ. • Tương đối tốt. 	<ul style="list-style-type: none"> • Liên hệ được ít nhất 3 công ty hoặc ngành hàng. • Mức độ đa dạng của các công ty cao. • Sát thực, thông tin còn mới mẻ. • Tính thời sự khá tốt. 	<ul style="list-style-type: none"> • Liên hệ được ít nhất 3 công ty hoặc ngành hàng. • Mức độ đa dạng của các công ty cao. • Sát thực, thông tin còn mới mẻ. • Tính thời sự cao. 	LO2.1 LO2.2 LO3.2 LO3.3
Phân rút ra bài học (25%)	<ul style="list-style-type: none"> • Bài học không sát với chủ đề và nội dung của case study. • Ít phù hợp với thực tế. • Có tính khả thi không cao để áp dụng được vào thực tế. 	<ul style="list-style-type: none"> • Bài học tương đối sát với chủ đề và nội dung của case study. • Tương đối phù hợp với thực tế. • Tương đối để áp dụng được vào thực tế. 	<ul style="list-style-type: none"> • Bài học sát với chủ đề và nội dung của case study. • Tương đối phù hợp với thực tế. • Có tính khả thi tương đối cao để áp dụng được vào thực tế. 	<ul style="list-style-type: none"> • Bài học sát với chủ đề và nội dung của case study. • Phù hợp với thực tế. • Có tính khả thi tương đối cao để áp dụng được vào thực tế. 	<ul style="list-style-type: none"> • Bài học sát với chủ đề và nội dung của case study. • Phù hợp với thực tế. • Có tính khả thi để áp dụng được vào các công ty. 	LO3.2 LO3.3
Hình Thức (10%)	<ul style="list-style-type: none"> • Chưa đúng qui định. • Kém thẩm mỹ. • Sai lỗi chính tả > 20 lỗi. 	<ul style="list-style-type: none"> • Theo đúng qui định. • Tính thẩm mỹ bình thường. • Sai lỗi chính tả 15 - 20 lỗi. 	<ul style="list-style-type: none"> • Theo đúng qui định. • Tính thẩm mỹ tương đối cao. • Sai lỗi chính tả 10-15 lỗi. 	<ul style="list-style-type: none"> • Theo đúng qui định. • Có tính thẩm mỹ cao. • Sai lỗi chính tả từ 5-10 lỗi. 	<ul style="list-style-type: none"> • Theo đúng qui định. • Có tính thẩm mỹ cao. • Sai lỗi chính tả dưới 5 lỗi. 	LO3.2 LO3.3
Thời gian nộp (5%)	<ul style="list-style-type: none"> • Chậm hơn 36h so với qui định. 	<ul style="list-style-type: none"> • Chậm hơn 24h so với qui định. 	<ul style="list-style-type: none"> • Chậm hơn 12h so với qui định. 	<ul style="list-style-type: none"> • Chậm hơn 6h so với qui định. 	<ul style="list-style-type: none"> • Đúng qui định. 	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)					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 LO1.4 LO2.1
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. 	LO3.2 LO3.3