

TP. Hồ Chí Minh, ngày tháng năm 2019

## ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN XÂY DỰNG KẾ HOẠCH TRUYỀN THÔNG MARKETING

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

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

❖ Tên học phần:	
Tiếng Việt:	Xây dựng kế hoạch truyền thông marketing
Tiếng Anh:	Marketing Communication Planning
❖ Mã số học phần:	010558
❖ Thời điểm tiến hành:	
❖ Loại học phần:	Bắt buộc
<input checked="" type="checkbox"/> Bắt buộc <input type="checkbox"/> Tự chọn	
❖ Thuộc khối kiến thức/kỹ năng: Kiến thức đại cương <input type="checkbox"/> Kiến thức cơ bản <input checked="" type="checkbox"/> Kiến thức chuyên ngành <input type="checkbox"/> Học phần chuyên về kỹ năng chung	<input type="checkbox"/> Kiến thức cơ sở ngành <input type="checkbox"/> Kiến thức khác <input type="checkbox"/> Học phần khóa luận/luận văn tốt nghiệp
❖ Số tín chỉ:	
Số tiết lý thuyết/số buổi:	30/11
Số tiết thực hành/số buổi:	15/11
Số tiết tự học:	90
❖ Điều kiện tham dự học phần:	
Học phần học trước:	Quản trị marketing, Truyền thông marketing
Học phần song hành:	
Điều kiện khác:	
❖ Giảng viên phụ trách:	ThS.Nguyễn Anh Tuấn
Khoa/Bộ môn:	Quản trị thương hiệu và Truyền thông marketing
Email:	Nguyenanhtuan_pr@yahoo.com
Điện thoại:	0983402677

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

Học phần xây dựng kế hoạch truyền thông marketing nhằm trang bị cho sinh viên – người học những kiến thức và kỹ năng nhằm giúp họ có khả năng phân tích – hoạch định (chiến lược và chiến thuật) truyền thông cho một doanh nghiệp, khả năng tổ chức thực hiện và kiểm tra quá trình thực hiện kế hoạch chiến lược truyền thông.

Học phần này giúp nâng cao kỹ năng thực hành cho sinh viên – người học: Xây dựng được một bản kế hoạch truyền thông của doanh nghiệp (định hướng: kế hoạch truyền thông cho một sản phẩm/nhãn hàng/thương hiệu cụ thể); Tổ chức thực hiện, kiểm soát và đánh giá – đo lường được hiệu quả (hiệu suất) quá trình thực thi kế hoạch truyền thông.

### 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	Trình độ năng lực
G1	Trang bị cho sinh viên các khái niệm về truyền thông Marketing, hoạch định và triển khai thực thi chiến lược truyền thông marketing.	Ks4	VI
G2	Giúp sinh viên phác thảo và áp dụng các nguyên tắc, xác định chiến lược và kế hoạch phù hợp của doanh nghiệp/ tổ chức, phát triển chương trình truyền thông hấp dẫn các đối tượng cụ thể;	Ks5,	III
G3	Trang bị cho sinh viên kiến thức để xây dựng kế hoạch truyền thông Marketing, xây dựng và quản lý tiến trình thực hiện, đánh giá và đo lường hiệu quả	Ss3, Ks4, Ks5, Ss5	V VI III VI
G4	Giúp sinh viên phát triển được Chiến lược Truyền thông Marketing của doanh nghiệp đến đối tượng mục tiêu;	Ks4, Ks5, Ss3 As1, As4	VI III V VI VI
G5	Sinh viên có thể phát triển và thực hiện một kế hoạch Truyền thông Marketing định hướng thị trường.	Ks4, Ks5, Ss5, As3, As4	VI III III VI 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	Sinh viên hiểu về tầm quan trọng của lập kế hoạch truyền thông marketing đối với tổ chức trong nền kinh tế và bối cảnh phức tạp, thay đổi liên tục hiện nay.	I
LO1.2	Giúp sinh viên giải thích được các khái niệm và các lý thuyết quan trọng liên quan đến Xây dựng kế hoạch truyền thông marketing.	T
LO1.3	Nhận thức được rằng Xây dựng kế hoạch truyền thông marketing là công việc phải làm của mỗi tổ chức.	T
LO1.4	Nắm bắt được quy trình thực hiện một bản Kế hoạch truyền thông marketing	U

LO1.5	Áp dụng được lý thuyết và thực tiễn đã học và nghiên cứu vào thực tiễn xây dựng kế hoạch	T, U
LO2.1	Giải thích được được hiện thực khách quan của công việc truyền thông marketing	T, U
LO2.2	Nhận biết và mô tả được các phương thức, cách thức truyền thông marketing	T, U
LO2.3	Áp dụng được các lý thuyết vào trường hợp trong các ngữ cảnh khác nhau.	U
LO3.1	Áp dụng được các hình mẫu vào thực tiễn	U
LO3.2	Kiểm tra, đánh giá và hiểu những thách thức của việc lập kế hoạch truyền thông	U
LO3.3	Phát triển được thái độ tích cực, phát triển bản thân thông qua quá trình xây dựng kế hoạch	T, 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. 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	CĐR học phần	Bài đánh giá
		Giờ lên lớp			Thực hành			
		Lý thuyết	Bài tập	Thảo luận				
Buổi 1	<b>Chương 1: Khái quát về kế hoạch truyền thông</b> 1.1. Khái quát về môn học “Xây dựng kế hoạch truyền thông” 1.2. Ba cấp độ chiến lược trong một doanh nghiệp 1.3. Cấu trúc lập kế hoạch truyền thông 1.4. Nội dung chính của một bản kế hoạch truyền thông	3	1	0			LO1.1	A1.2 A2.1
Buổi 2	<b>Chương 2: Phân tích tổng quan tình hình, thị trường và khách hàng</b> 2.1 Phân tích tình hình ✓ Phân tích môi trường “bên trong” ✓ Phân tích môi trường “bên ngoài” (PESTLE Analyse) ✓ Phân tích SWOT, ...	3	1	0			LO1.2 LO2.1	A1.2 A1.5 A2.1

Buổi 3	<p><b>Chương 2: Phân tích tổng quan tình hình, thị trường và khách hàng (tiếp)</b></p> <p>2.2 Phân tích thị trường và khách hàng (Analysing markets and customers)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Phân tích tình hình thị trường (cung cầu, cạnh tranh, xu hướng, ...)</li> <li>✓ Phân tích nhu cầu và hành vi tiêu dùng.</li> </ul>	2	1	1			LO1.3 LO2.2	A1.2 A1.3 A1.5 A2.1
Buổi 4	<p><b>Chương 3: Hoạch định chiến lược STP – Thiết lập mục tiêu và định hướng chiến lược marketing</b></p> <p>3.1. Hoạch định phân khúc, lựa chọn phân khúc mục tiêu và định vị thị trường.</p> <p>3.2. Thiết lập định hướng chiến lược marketing (chỉ dẫn), mục tiêu và chiến lược marketing.</p>	2	1	1			LO1.3 LO2.3	A1.2 A1.5 A2.1
Buổi 5	<p><b>Chương 3: Hoạch định chiến lược STP – Thiết lập mục tiêu và định hướng chiến lược marketing (tiếp)</b></p> <p>3.2. Thiết lập định hướng chiến lược marketing (chỉ dẫn), mục tiêu và chiến lược marketing.</p> <p><b>Chương 4: Hoạch định kế hoạch truyền thông marketing</b></p> <p>4.1 Xác định khán thính giả mục tiêu</p> <p>4.2 Xác định mục tiêu truyền thông;</p>	4					LO1.3 LO2.2 LO3.1 LO3.2	A1.2 A1.5 A2.1
Buổi 6	<p><b>Chương 4: Hoạch định kế hoạch truyền thông marketing (tiếp)</b></p> <p>4.2.Xác định mục tiêu truyền thông</p> <p>4.3.Thiết kế thông điệp và nội dung truyền thông;</p>	2	1	1			LO1.3 LO1.4 LO3.2	A1.2 A1.5 A2.1 A2.2
Buổi 7	<p><b>Chương 4: Hoạch định kế hoạch truyền thông marketing (tiếp)</b></p> <p>4.4.Xác định kênh – phương tiện truyền thông;</p> <p>4.5. Các hoạt động hỗ trợ khác</p>	3	0	1			LO1.3 LO2.3 LO3.2	A1.2 A1.5 A2.1 A2.2
Buổi 8	<p><b>Chương 5: Dự báo kết quả, lên kế hoạch ngân sách và tiến trình thực hiện</b></p>	3	0	1			LO1.4 LO1.5 LO2.2	A1.2 A1.5 A2.1

	5.1 Các chỉ tiêu dự báo và đo lường kết quả 5.2 Dự báo kết quả;						LO3.3	A2.2
Buổi 9	<b>Chương 5: Dự báo kết quả, lên kế hoạch ngân sách và tiến trình thực hiện (tiếp)</b> 5.3 Lên phương án và phân bổ ngân sách; 5.4 Lịch trình/tiến độ thực hiện; <b>Chương 6: Kế hoạch phòng ngừa rủi ro và đánh giá hiệu quả truyền thông</b> 6.1. Các loại rủi ro trong truyền thông marketing	3	0	1			LO1.5 LO2.1 LO3.1	A1.2 A1.5 A2.1 A2.2
Buổi 10	<b>Chương 6: Kế hoạch phòng ngừa rủi ro và đánh giá hiệu quả truyền thông</b> 6.2. Lập kế hoạch và các phương án phòng ngừa rủi ro. 6.3. Đánh giá hiệu quả truyền thông.	4					LO1.4 LO1.5 LO2.1 LO2.2 LO3.2 LO3.3	A1.2 A1.5 A2.1 A2.2
Buổi 11	Thuyết trình nhóm Ôn tập	1		4			LO1.4 LO1.5 LO2.1 LO2.3 LO3.3	A1.2 A1.5 A2.1 A2.2
<b>Cộng</b>		<b>30 Giờ</b>	<b>5 Giờ</b>	<b>10 Giờ</b>				

## 5.2. Nội dung phần tự học:

- Bài tập nhóm: Mỗi nhóm sẽ phải áp dụng những kiến thức đã học, lập một kế hoạch truyền thông marketing từ ý tưởng đến kế hoạch chi tiết
- Bài tập cá nhân: Mỗi học viên sẽ chọn một công ty hay sản phẩm, sau đó check list kế hoạch quảng cáo, quan hệ công chúng, tổ chức sự kiện...v.v chi tiết liên quan.

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

### Bài giảng

- Bài giảng “Xây dựng kế hoạch truyền thông marketing” (GV tự biên soạn, lưu hành nội bộ).

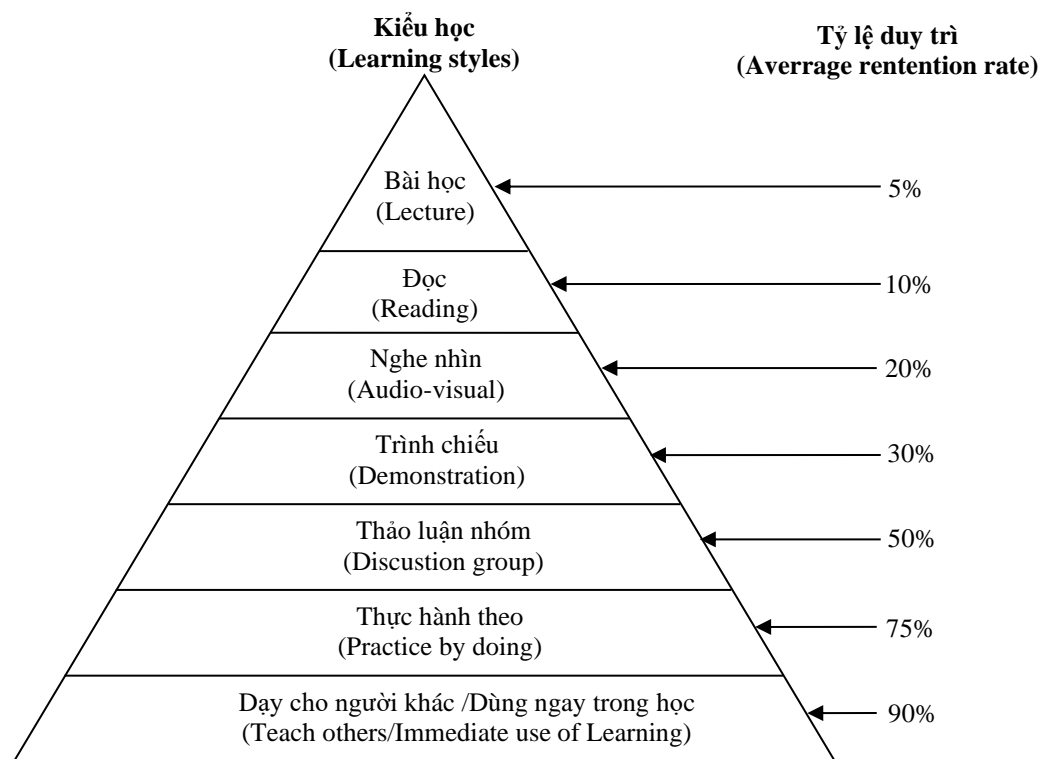
### Tài liệu tham khảo

- Stephan Sorger, *Marketing Planning – Where Strategy Meets Action*, First published in 2012 by Pearson Education Limited; (Hiện có tại Thư viện – Trường ĐH Tài chính – Marketing)
- Antony Young, *Brand Media Trategy – Intergrated Communications Planning in the Digital Era*; Palgrave MacMillan, 2014.
- Nguyễn Hoàng Phương, *Bộ sách xây dựng kế hoạch marketing hoàn hảo – Dành riêng cho doanh nghiệp Việt Nam (3 tập)*, Nhà xuất bản Thông tin và Truyền thông, 2012.
- Philip Kotler, Hermawan Kartajaya & Iwan Setiawan; *Tiếp thị 4.0: Dịch chuyển từ truyền thống sang công nghệ số*; NXB Trẻ 2017;

- Philip Kotler, Marc Oliver Opresnik, Kohzoh Takaoka; Marketing trong cuộc cách mạng công nghệ 4.0; NXB Thế giới 2018;
- Philip Kotler và Kevin Keller, 2013. Quản trị Marketing tái bản lần thứ 14. NXB Pearson và Nhà xuất bản Lao động xã hội.
- Marketing Planning - where strategy meets action - Stephan Sorger, Peason Education Limited, 2012
- Quản trị chiêu thị - Trần Thị Ngọc Trang, NXB Lao động - xã hội, 2008
- Quản trị chiêu thị - Hoàng Trọng, Hoàng Thị Phương Thảo, NXB Thống Kê, 1996
- Lawrence Ang, Principles of Intergrated Marketing Communications, Cambridge University Press, 2014
- Marketing định hướng vào khách hàng - Vũ Trọng Hùng & Phan Đình Quyên, NXB Đồng Nai, 1999
- Hoàn Thiện dịch vụ khách hàng - Ngọc Hoa, NXB Lao động xã hội, 2006
- Marketing du kích trong 30 ngày - Jay Corand Levinson; Al Lautenslager, NXB Lao động xã hội, 2007
- Aris, A & Bughi, J, Managing Media Companies: Harnessing Creative Value; John Wiley & Sons Ltd, England, 2009
- Deuze, M, Managing media work; Sage, USA, 2011
- *Marketing du kích trong 30 ngày* – Jay Conrad Levinson; Al Lautenslager – NXB Lao động XH
- *Marketing truyền miệng* - Andy Sernovitz, NXB Lao động XH, 2013
- *Marketing miễn phí* - Jim Cockrum, NXB Lao động XH, 2013
- *Thiết kế và quản lý truyền thông marketing* - Nguyễn Văn Dung, NXB Lao Động, 2010

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

### 7.1. Chiến lược dạy và học (Teaching and learning strategies)



Hình 1: Mô hình duy trì học tập trong giáo dục

(A Learning Retention Model for Education)

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) đại diện cho triết lý giảng dạy và học tập của học phần này.

**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 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	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 nhân 15 phút	LO1.1 LO1.2 LO1.3	3 lần/vào các buổi thứ 3, 6 và 9	Hiểu bài, giải thích được	5
	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 LO 3.3	1 lần/giao từ buổi học đầu, thuyết trình từ buổi học thứ 4 trở đi	Nội dung, hình thức, kỹ năng thuyết trình, phối hợp nhóm	20
A2. Đánh giá kết thúc học phần	A 2.1	Trắc nghiệm	LO1.1 LO1.2 LO1.3 LO2.2	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	1 lần/thi kết thúc học phần	Áp dụng, phân tích,	36

			LO3.2 LO3.3		đánh giá, sáng tạo	
--	--	--	----------------	--	-----------------------	--

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

Kết cấu và bố cục của bài word & 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>	LO2.1 LO2.2 LO2.3 LO3.1
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>• Có sự sáng tạo cao trong việc đề xuất chiến lược và các giải pháp.</li> <li>• Có phong cách độc đáo, sáng tạo riêng.</li> <li>• Có sự khác biệt rõ ràng.</li> </ul>	LO1.4 LO2.2 LO2.3 LO3.1
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 phân 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 phân 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 trong trình bày powerpoint.</li> <li>• Có tính thẩm mỹ cao.</li> <li>• Trình bày rất thuyết phục.</li> </ul>	LO2.3 LO3.1
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.</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.</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 cao.</li> <li>• Có phụ lục và tài liệu tham khảo đầy đủ, đúng.</li> </ul>	LO1.4 LO2.1 LO2.2 LO2.3
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>	LO3.1 LO3.2

**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"> <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>	LO2.1 LO2.2
Phân dịch ra tiếng Việt (15%)	<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 khá 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>	LO2.1 LO2.2
Phân liên hệ thực tế (30%)	<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, thông tin không mới mẻ.</li> <li>• Yếu, không cập nhật.</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, thông tin ít mới mẻ.</li> <li>• Không cập nhật.</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, thông tin ít mới mẻ.</li> <li>• Tương đối tốt.</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 khá tốt.</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.</li> </ul>	LO2.1 LO2.2 LO3.2 LO3.3
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 áp dụng được vào 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 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>• Tương đối phù hợp với thực tế.</li> <li>• Có tính khả thi tương đối cao để áp dụng 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 để áp dụng 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 để áp dụng được vào các công ty.</li> </ul>	LO3.2 LO3.3
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>	LO3.2 LO3.3
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>	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"> <li>Chưa hoàn thành hết các câu hỏi đặt ra.</li> <li>Trả lời còn nhiều sai sót.</li> <li>Mức độ đáp ứng yêu cầu đặt ra chưa tốt.</li> <li>Không có tính sáng tạo, không mở rộng được vấn đề.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Hoàn thành được trên 50% yêu cầu đặt ra.</li> <li>Trả lời đúng kết quả, sai sót không nhiều.</li> <li>Có tính sáng tạo, tìm tòi, khám phá và mở rộng vấn đề bình thường.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Hoàn thành gần hết các câu hỏi đặt ra.</li> <li>Trả lời khá tốt yêu cầu đặt ra.</li> <li>Có tính sáng tạo, tìm tòi, khám phá cao và mở rộng vấn đề tương đối cao.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Hoàn thành hết các câu hỏi đặt ra.</li> <li>Có tính sáng tạo, tìm tòi, khám phá cao và mở rộng vấn đề khá cao.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Hoàn thành rất tốt yêu cầu đặt ra.</li> <li>Có tính sáng tạo, tìm tòi, khám phá và mở rộng vấn đề cao.</li> </ul>	LO1.1 LO1.2 LO1.3 LO1.4 LO1.5 LO2.1
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>	LO3.2 LO3.3