

TP. Hồ Chí Minh, ngày tháng năm 2019

ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN QUẢNG CÁO & KHUYẾN MÃI

1. THÔNG TIN TỔNG QUÁT (GENERAL INFORMATION)

Bảng 1: Thông tin tổng quát về học phần

❖ Tên học phần:	
Tiếng Việt:	Quảng cáo & Khuyến mãi
Tiếng Anh:	Advertising & Promotion
❖ Mã số học phần:	010833
❖ 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 tích hợp
Học phần song hành:	Quản trị Thương hiệu
Điều kiện khác:	
❖ Giảng viên phụ trách:	ThS. Nguyễn Hoàng Chi
Khoa/Bộ môn:	Quản trị thương hiệu và Truyền thông marketing
Email:	Nguyenhoangchi2003@yahoo.com
Điện thoại:	0908203003

2. MÔ TẢ HỌC PHẦN (COURSE DESCRIPTIONS)

- Quảng cáo & Khuyến mãi một hoạt động không thể thiếu được của một doanh nghiệp, là công cụ quan trọng để khai thác thị trường. Quảng cáo & Khuyến mãi sẽ góp phần để bán hàng nhanh hơn, nhiều hơn và do đó sẽ tăng hiệu quả của kinh doanh.
- Quảng cáo & Khuyến mãi là một trong năm công cụ chủ yếu mà các công ty sử dụng để hướng thông tin thuyết phục vào người mua và công chúng mục tiêu. Các thành phần cốt lõi của chiến lược Quảng cáo & Khuyến mãi bao gồm: phân tích, hoạch định,

thực hiện và kiểm soát các hoạt động trực tiếp hướng về mục tiêu, ngân sách, xây dựng thông điệp và quyết định phương tiện

- Thực hiện được kế hoạch Quảng cáo & Khuyến mãi thành công đòi hỏi sự hiểu biết sâu sắc về thị trường mục tiêu, tính nhất quán của hầu hết những quyết định liên quan trong mỗi thành phần của phối thức IMC, sự nhạy bén với môi trường mà công ty đang hoạt động.

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 kiến thức thực tiễn về: Quảng cáo & Khuyến mãi, phương pháp hoạch định chiến lược Quảng cáo & Khuyến mãi và phương pháp giám sát quá trình thực thi chiến lược Quảng cáo & Khuyến mãi trên thị trường.	Ks4	VI
G2	Sinh viên có thể phác thảo bản kế hoạch về tiến trình và nội dung các bước trong việc thiết lập kế hoạch Quảng cáo & Khuyến mãi.	Ks5	III
G3	Sinh viên có khả năng phân tích và cập nhật các yếu tố môi trường và các thay đổi từ người tiêu dùng để làm cơ sở điều chỉnh mục tiêu Quảng cáo & Khuyến mãi và đưa các giải pháp phù hợp xem xét quá trình sáng tạo và các phương pháp xác định xây dựng ý tưởng cho sáng tạo Quảng cáo & Khuyến mãi	Ks5, Ss3	III V
G4	Trang bị cho sinh viên kỹ năng và phương pháp về quá trình tìm kiếm các phương tiện truyền thông Quảng cáo & Khuyến mãi chủ yếu và các đặc điểm của từng phương tiện Quảng cáo & Khuyến mãi cụ thể.	Ks4, Ss5	VI III
G5	Giúp sinh viên có khả năng tự định hướng, trình bày và bảo vệ ý tưởng Quảng cáo & Khuyến mãi truyền thông thương hiệu	Ss5, As3	III VI
G6	Sinh viên có kỹ năng sáng tạo trong lập kế hoạch và khả năng cập nhật, tìm hiểu và phân tích các phương pháp thu hút và phong cách thể hiện chiến lược sáng tạo, các chiến thuật trong Quảng cáo & Khuyến mãi	As3, As4	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	Nhận thức được tầm quan trọng của kế hoạch quảng cáo trong bối cảnh hiện tại và phân biệt được quảng cáo, tuyên truyền, cổ động, PR...	I
LO1.2	Giải thích được các khái niệm, nhận biết bản chất của Quảng cáo & Khuyến mãi, mô hình và các lý thuyết quan trọng trong quá trình hoạch định chiến lược Quảng cáo & Khuyến mãi.	T
LO1.3	Nhận dạng được các loại thông tin cần thiết cho quá trình hoạch định chiến lược quảng cáo và xác định được phương pháp, nguồn thu thập thông tin	T
LO2.1	Hiểu được quy trình xây dựng và cấu trúc cơ bản của bản Kế hoạch quảng cáo bao gồm 7 bước.	T
LO2.2	Áp dụng được lý thuyết vào thực tiễn thông qua khả năng phác thảo bản kế hoạch Quảng cáo & Khuyến mãi cho 1 thương hiệu cụ thể. Phân tích và đánh giá các chiến lược quảng cáo trong kinh doanh của doanh nghiệp	T, U
LO3.1	Áp dụng được các phương pháp nghiên cứu thị trường để thu thập các thông tin về môi trường kinh doanh và nghiên cứu đối thủ	T, U
LO3.2	Sử dụng được các kết quả từ báo cáo Nghiên cứu thị trường vào kế hoạch truyền thông thương hiệu	T, U
LO4.1	Sinh viên có thể xem xét nguyên nhân làm gia tăng vai trò truyền thông marketing tổng hợp trong việc hoạch định và thực hiện chương trình quảng cáo	T, U
LO4.2	Hiểu được tầm quan trọng của các yếu tố khác nhau của một phối thức truyền thông và vai trò của mỗi yếu tố trong quá trình hoạch định một chương trình Quảng cáo & Khuyến mãi	T, U
LO4.3	Sinh viên có khả năng đề xuất phương pháp nâng cao chất lượng thông điệp Quảng cáo & Khuyến mãi của doanh nghiệp, thỏa mãn tốt hơn nhu cầu khách hàng để giữ khách hàng và thu hút thêm khách hàng mới	U
LO5.1	Thuần thực kỹ năng báo cáo thuyết trình trong trình bày ý tưởng quảng cáo	U
LO5.2	Biết cách bảo vệ ý tưởng và lập luận về tính logic trong bản kế hoạch Quảng cáo & Khuyến mãi	U
LO6.1	Sáng tạo trong việc nhận định các khoảng trống của hoạch định chiến lược	T, U
LO6.2	Sáng tạo và logic trong việc xây dựng chiến lược Quảng cáo & Khuyến mãi dựa vào mối quan hệ giữa định vị - cấu trúc thông điệp – phương tiện - ngân sách	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 (COURSEOUTLINE):

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	<p>Chương 1: TỔNG QUAN VỀ QUẢNG CÁO</p> <p>1.1. Các khái niệm chung về quảng cáo</p> <p>1.2. Lịch sử phát triển của quảng cáo</p> <p>1.3. Quá trình hình thành và phát triển quảng cáo tại Việt Nam</p> <p>1.4. Vai trò và tác dụng của quảng cáo</p> <p>1.5 Quy trình hoạch định một kế hoạch quảng cáo</p>	3	1				LO1.1 LO1.2 LO1.3 LO2.1 LO2.2	A1.1 A1.2 A2.1	
Buổi 2	<p>Chương 2: MÔI TRƯỜNG CỦA NỖ LỰC QUẢNG CÁO</p> <p>2.1. Các khía cạnh về kinh tế, xã hội trong quảng cáo</p> <p>2.2. Nghiên cứu thị trường</p> <p>2.3. Nghiên cứu người tiêu thụ</p> <p>2.4. Nghiên cứu sản phẩm</p> <p>2.5 Nghiên cứu những phương pháp truyền tin</p>	3	1				LO1.2 LO1.3	A1.1 A1.2 A1.3 A2.1	
Buổi 3	<p>Chương 3: CHIẾN LƯỢC THÔNG ĐIỆP QUẢNG CÁO</p> <p>3.1. Quảng cáo và quá trình ra quyết định của người tiêu dùng</p> <p>3.2. Các yếu tố xác định một thông điệp quảng cáo</p> <p>3.3 Một số kỹ thuật trong thiết kế quảng cáo</p>	2	1	1			LO3.1 LO3.2	A1.1 A1.2 A1.3	

Buổi 4	Chương 3: CHIẾN LƯỢC THÔNG ĐIỆP QUẢNG CÁO (tt) 3.3. Các phương pháp trình bày một thông điệp quảng cáo 3.5 Thử nghiệm chọn lựa quảng cáo	3		1			LO2.1 LO2.2 LO6.1 LO6.2	A1.1 A1.2 A1.3 A2.1
Buổi 5	Chương 4: CHIẾN LƯỢC PHƯƠNG TIỆN QUẢNG CÁO 4.1. Tổng quan về phương tiện quảng cáo 4.2. Đặc tính của một số phương tiện quảng cáo 4.3. Các yếu tố để chọn lựa phương tiện quảng cáo 4.4. Phương pháp chọn lựa phương tiện quảng 4.5 Lập thời khóa biểu chọn lựa phương tiện quảng cáo	3		1			LO4.1 LO4.2 LO4.3 LO6.1 LO6.2	A1.1 A1.2 A1.3 A2.1
Buổi 6	Chương 5: SÁNG TẠO TRONG QUẢNG CÁO 5.1. Các khái niệm cơ bản về sáng tạo và quảng cáo sáng tạo 5.2. Quy trình sáng tạo trong quảng cáo Chiến lược và chiến thuật sáng tạo trong quảng cáo	3		1			LO1.2 LO1.3	A1.1 A1.2 A1.3 A2.1
Buổi 7	Chương 5: SÁNG TẠO TRONG QUẢNG CÁO 5.3 Đánh giá thông điệp quảng cáo 5.4 Kỹ thuật thiết kế trong quảng cáo	2.5	0.5	1			LO1.2 LO1.3	A1.1 A1.2 A1.3 A2.1
Buổi 8	Chương 6: Kế hoạch khuyến mãi & mối quan hệ với Quảng cáo 6.1 Tổng quan về khuyến mãi 6.2 Quy trình xây dựng kế hoạch khuyến	3		1			LO1.2 LO1.3	A1.1 A1.2

	mãi 6.3 Phối hợp giữa Quảng cáo & Khuyến mãi 6.4 Lưu ý khi sử dụng khuyến mãi							
Buổi 9	Chương 07: Các hình thức khuyến mãi 7.1 Các hình thức khuyến mãi cho người tiêu dùng 7.2 Các hình thức khuyến mãi cho nhà trung gian phân phối 7.3 Các hình thức khuyến mãi cho lực lượng bán hàng	3.5	0.5				LO1.2 LO1.3	A1.1 A1.2
Buổi 10	Chương 8: QUẢN TRỊ QUẢNG CÁO & KHUYẾN MÃI 8.1 xem xét toàn bộ chương trình Quảng cáo & Khuyến mãi 8.2 Đánh giá chương trình Quảng cáo & Khuyến mãi 8.3 Điều khiển chương trình Quảng cáo & Khuyến mãi	3	1				LO1.2 LO1.3	A1.1 A1.2
Buổi 11	Thuyết trình nhóm Ôn tập	1		4			LO5.1 LO5.2	A1.1 A1.2 A1.3
Cộng		30 Giờ	5 Giờ	10 Giờ				

5.2. Nội dung phần tự học:

- Bài tập nhóm: Đi thực tế thị trường (fieldwork) và phân tích tình hình Quảng cáo & Khuyến mãi của 1 ngành hàng cụ thể trên các kênh GT và MT
- Bài tập cá nhân: Chọn một thương hiệu cụ thể trong ngành hàng FMCG. Xây dựng báo cáo kiểm định kế hoạch Quảng cáo & Khuyến mãi và
 - Phân tích chiến lược sử dụng các hình thức khuyến mãi & chiến lược sáng tạo trong Quảng cáo cho thương hiệu trong thực tế.
 - Phác thảo các nhu cầu tiềm ẩn của khách hàng có thể nhận diện được

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

Bài giảng

- Bài giảng “Quảng cáo & Khuyến mãi” (GV tự biên soạn, lưu hành nội bộ).

Tài liệu tham khảo

Ngoài tài liệu giáo viên biên soạn Powerpoint, các tài liệu phục vụ cho môn học bao gồm

- Giáo trình chính: Advertising and Promotion – George E. Belch & Micheal A. Belch. The McGraw-Hill Companies.
- Tài liệu tham khảo:
 - o Quảng cáo và các hình thức quảng cáo hiệu quả - Vũ Quỳnh - NXB Khoa học Xã hội 2008
 - o Ý tưởng, chiến lược và hiệu quả của quảng cáo – Nguyễn Quốc Khánh - NXB Công an nhân dân 2009
 - o Thiết kế quảng cáo – Ngô Thanh Phượng - NXB Văn hóa Sài Gòn 2006
 - o Ngôn ngữ quảng cáo – Lưu Trọng Tuân- NXB Khoa học Xã hội 2011
 - o Lên một kế hoạch quảng cáo – Jay Corand Levinson – NXB Trẻ 2003
 - o Principles of Integrated Marketing Communications – Lawrence Ang - NXB Khoa học và KT
 - o Phương án khuyến mãi trong bán lẻ – Trương Hảo & Lan Hương – NXB Lao động –Xã hội
 - o Quản trị Marketing – Philip Kotler – NXB Thống kê 2008
 - o Công nghệ quảng cáo, Otto Kleppner – Thomas Russell – NXB Khoa học và kỹ thuật, Hà Nội 2008
 - o *Hoàn Thiện dịch vụ khách hàng – Ngọc Hoa - NXB Lao động XH 2006*
 - o *Hoàn Thiện dịch vụ khách hàng – Ngọc Hoa - NXB Lao động XH 2006*

7 PHƯƠNG PHÁP GIẢNG DẠY (TEACHING TECHNIQUES)

- Học phần được giảng dạy với sự kết hợp các phương pháp: thuyết giảng, nêu vấn đề, 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.
- Nghe báo cáo thực tế từ doanh nghiệp hoặc nhận Brief từ doanh nghiệp, từ đó sinh viên chủ động làm việc độc lập và kết hợp làm việc theo nhóm để giải quyết vấn đề, phân tích các sự kiện, sáng tạo để giải quyết các bài tập/ tình huống 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 [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	A1.1	Thái độ học tập/chuyên cần	LO1.1 LO1.2 LO1.3 LO2.1 LO2.2 LO4.1 LO6.1 LO6.2	11 lần/ trong suốt các buổi học	Sự tham dự lớp/chuyên cần Bài kiểm tra ngắn (10 phút)	5
	A 1.2	Bài tập nhóm thuyết trình	LO4.3 LO5.1 LO5.2 LO6.1 LO6.2	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	15
	A 1.3	Bài tiểu luận được chỉnh sửa sau khi thuyết trình	LO4.2 LO2.1 LO2.2 LO3.1 LO3.2	1 lần sau thuyết trình	Hiểu bài, giải thích được	20
A2. Đánh giá kết thúc học phần	A2.1	Tự luận	LO2.1 LO2.2 LO3.1 LO3.2	1 lần/thi kết thúc học phần	Áp dụng, phân tích, đánh giá, sáng tạo	60

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

TRƯỜNG KHOA

TRƯỜNG 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"> Chiến lược truyền thông 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 các phương án. 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 các phương án. 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 các phương án. 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. 	LO1.4 LO2.1 LO2.2 LO2.3
Lập một kế hoạch triển khai - <i>Giải quyết vấn đề đặt ra</i> (20%)	<ul style="list-style-type: none"> Khung kế hoạch và nội dung sơ sài. 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"> Khung kế hoạch đầy đủ nhưng sơ sài 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"> Khung kế hoạch đầy đủ nội dung đủ nhưng thiếu khả thi và sáng tạo 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"> Khung kế hoạch đầy đủ nội dung đủ, ý tưởng 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"> Khung kế hoạch đầy đủ nội dung đủ, Ý tưởng 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 thành viên nhóm với nhau và với lớp kém. 	<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 thành viên nhóm với nhau và với lớp bình thường. 	<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 nhau và với lớp. 	<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 nhau và với lớp. 	<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 giữa các thành viên nhóm với nhau và với lớp. 	LO2.2 LO2.3
Kết cấu và	Kết cấu thiếu chặt chẽ.	Kết cấu không chặt.	Kết cấu tương đối chặt.	Kết cấu khá chặt chẽ.	Kết cấu rõ ràng, chặt chẽ.	LO2.1

bố cục của bài word & Powerpoint (10%)	<ul style="list-style-type: none"> Bố cục chưa hợp lý. Thiếu sự liên kết. Thiếu tính logic. 	<ul style="list-style-type: none"> Bố cục bình thường. Sự liên kết không chặt chẽ. 	<ul style="list-style-type: none"> Bố cục hợp lý. Sự liên kết chưa tốt. Tính logic chưa cao. 	<ul style="list-style-type: none"> Bố cục hợp lý. Có sự liên kết tốt. Tính logic tương đối cao. 	<ul style="list-style-type: none"> Bố cục hợp lý. Có sự liên kết tốt. Có tính logic cao. 	LO2.2 LO2.3 LO3.1
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. 	LO1.4 LO2.2 LO2.3 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. 	LO2.3 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. 	LO1.4 LO2.1 LO2.2 LO2.3
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. 	LO3.1 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"> 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 (15%)	<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 (30%)	<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 LO1.5 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