

Tp. Hồ Chí Minh, ngày tháng năm 2019

ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN
VIẾT TRONG TRUYỀN THÔNG MARKETING

1. THÔNG TIN TỔNG QUÁT (GENERAL INFORMATION)

BẢNG 1: THÔNG TIN TỔNG QUÁT VỀ HỌC PHẦN

❖ Tên học phần:	
Tiếng Việt:	Viết trong truyền thông Marketing
Tiếng Anh:	Writing in Marketing Communication
❖ Mã số học phần:	010891
❖ Thời điểm tiến hành:	
❖ Loại học phần:	
<input checked="" type="checkbox"/> Bắt buộc <input type="checkbox"/> Tự chọn	
❖ Thuộc khối kiến thức/kỹ năng:	<input type="checkbox"/> Kiến thức đại cương <input type="checkbox"/> Kiến thức cơ bản <input 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 checked="" type="checkbox"/> Kiến thức 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
Học phần song hành:	Quan hệ công chúng, Tổ chức sự kiện, Sáng tạo thông điệp truyền thông.
Điều kiện khác:	
❖ Giảng viên phụ trách:	ThS. Ngô Minh Trang
Khoa/Bộ môn:	Marketing/Quản trị thương hiệu và truyền thông marketing
Email:	Trangngo.ufm@gmail.com
Điện thoại:	028 3872 6789 (462)

2. MÔ TẢ HỌC PHẦN (COURSE DESCRIPTIONS)

Học phần trang bị cho sinh viên những kỹ năng cơ bản khi tổ chức xây dựng và thực hiện các bài viết trong truyền thông, bao gồm các thể loại như: Thông cáo báo chí, Bài PR cho sự kiện, Bài PR cho Quảng cáo sản phẩm, Email Marketing, Brochure - Tờ Rơi, Báo chí nội bộ và Bài diễn văn.

Ngoài ra, môn học cũng lưu ý và chú trọng đến những vấn đề về Đạo Đức và Trách nhiệm của người thực hiện các bài viết trong truyền thông.

3. MỤC TIÊU CỦA HỌC PHẦN

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 khái niệm cơ bản về kỹ năng viết trong QHCC	Ks4	II
G2	Sinh viên có thể phân biệt được các thể loại bài viết trong QHCC	Ks4	III
G3	Nắm được nội dung lập kế hoạch cho một bài viết chung	Ks4, Ss4, Ss5, As3, As4	III, IV
G4	Nắm được các mô hình sử dụng để triển khai một bài viết; Quy trình một bài viết chung	Ks4, Ss4, Ss5, As1, As3, As4	IV, V, 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	Nắm bắt được kỹ năng viết trong truyền thông marketing	I
LO1.2	Phân biệt được các thể loại bài viết trong truyền thông marketing	T
LO1.3	Nắm được nội dung lập kế hoạch cho một bài viết chung	T
LO2.1	Phát triển được kỹ năng làm việc cá nhân và làm việc nhóm thông qua việc thực hiện các bài tập cá nhân và bài tập nhóm của môn học này.	T, U
LO2.2	Phân tích, đánh giá một cách nhanh chóng, đưa ra các giải pháp về các marketing quốc tế và các hoạt động marketing của doanh nghiệp/tổ chức.	T, U
LO2.3	Phát triển được khả năng tự học hỏi để phát triển bản thân trong công việc hoặc tiếp tục học sau đại học.	T, U
LO3.1	Phát triển thái độ tích cực và học tập chủ động phát triển bản thân.	U
LO3.2	Có thái độ phù hợp và nhận thức được trách nhiệm đạo đức nghề nghiệp và phát triển tinh thần tích cực dần thân thể hiện.	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. Nội dung giảng dạy

Bảng 3: Nội dung và lịch trình giảng dạy

9 Buổi học (5 tiết/ buổi)	Nội dung	SỐ TIẾT			Tự học	Tài liệu tham khảo	CDR học phần	Đánh giá
		Lý thuyết	Bài tập	Thảo luận				
1	Chương 1: Tổng quan về viết trong truyền thông 1.1. Các khái niệm cơ bản về viết trong truyền thông 1.2. Phân loại các bài viết trong truyền thông 1.3. Lập kế hoạch cho một bài viết 1.4. Quy trình viết 1.5. Các mô hình viết chung	3	1		15	(1) trang 9-22 (6) trang 4-11	LO1.1	
2	Chương 1: Tổng quan về kỹ thuật viết trong truyền thông (tt) 1.6. Đảm bảo tính chuyên nghiệp của một bài viết trong QHCC 1.7. Chỉnh sửa bài viết 1.8. Những sai lầm khi viết	2	2			(1) trang 9-22 (6) trang 4-11	LO1.2LO 2.1	
3	Chương 2: Thông cáo báo chí 2.1. Khái niệm 2.2. Vai trò của thông cáo báo chí 2.3. Các thể loại TCBC 2.4. Chuẩn bị trước khi viết thông cáo báo chí 2.5. Bộ cục của TCBC 2.6. Công thức viết TCBC 2.7. Cách trình bày một TCBC 2.8. Những lưu ý khi viết thông cáo báo chí	2	2		15	(1) trang 23-139 (2) trang 17-70 (6) trang 100-120	LO1.2LO 2.1	
4	Chương 3: Bài PR cho sự kiện 3.1. Khái niệm 3.2. Vai trò của bài PR sự kiện 3.3. Chuẩn bị trước khi viết bài PR cho sự kiện	2	2		15	(1) trang 140-170	LO1.3 LO2.2	

	<p>3.4. Áp dụng công thức 5W + 1H cho bài PR sự kiện</p> <p>3.5. Đặt tiêu đề cho một bài PR sự kiện</p> <p>3.6. Hình ảnh trong bài viết</p> <p>3.7. Những lưu ý khi viết bài PR sự kiện</p>							
5	<p>Chương 4: Bài PR cho quảng cáo sản phẩm</p> <p>4.1. Khái niệm</p> <p>4.2. Vai trò của bài PR Quảng cáo</p> <p>4.3. Mô hình viết bài PR Quảng cáo</p> <p>4.4. Chuẩn bị trước khi viết bài PR Quảng cáo</p> <p>4.4. Quy trình một bài viết PR Quảng cáo</p> <p>4.5. 6 công cụ trình bày cho một bài PR Quảng cáo</p>	3	1		15	(1) trang 170-230	LO1.3 LO2.2	
6	<p>Chương 4: Bài PR cho quảng cáo sản phẩm (tt)</p> <p>4.6. Đặt tiêu đề bài viết PR Quảng cáo</p> <p>4.7. Những kỹ thuật viết bài PR Quảng cáo</p> <p>4.8. Những lưu ý khi viết bài PR Quảng cáo</p>	3	1			(1) trang 170-230	LO1.3 LO2.3	
7	<p>Chương 5: Email Marketing</p> <p>5.1. Khái niệm</p> <p>5.2. Vai trò của email Marketing</p> <p>5.3. Cấu trúc của Email Marketing</p> <p>5.4. Cách viết tiêu đề Email Marketing</p> <p>5.5. Nội dung Email Marketing</p> <p>5.6. Thiết kế trình bày Email Marketing</p>	3	1		5	(1) trang 242-248	LO1.3 LO2.2 LO3.1 LO3.2	

	5.7. Những lưu ý khi viết Email Marketing							
8	Chương 6: Brochure-Tờ rơi 6.1. Khái niệm 6.2. Vai trò 6.3. Thông điệp và cách trình bày nội dung 6.4. Lưu ý	3	1		10	(1) trang 242-248	LO1.3 LO2.2 LO3.1 LO3.2	
9	Chương 7: Báo chí nội bộ 7.1. Khái niệm 7.2. Vai trò 7.3. Phân loại các ấn phẩm của báo chí nội bộ 7.4. Những yếu tố quan trọng của báo chí nội bộ 7.5. Báo nội bộ đối ngoại Chương 8: Diễn văn 8.1. Khái niệm 8.2. Vai trò 8.3. Chuẩn bị cho diễn văn 8.4. Nghiên cứu đối tượng	3	1		5	(1) trang 231-241	LO1.3 LO2.2 LO3.1 LO3.2	
10	Chương 8: Diễn văn 8.5. Cấu trúc của diễn văn 8.6. Độ dài của diễn văn 8.7. Cú pháp và tự vựng 8.8. Liên hệ 8.9. Những lưu ý khi viết diễn văn	3	1		10	(1) trang 249-292	LO1.3 LO3.2	
11	Chương 9: Đạo đức và trách nhiệm của viết trong TT Mar 9.1. Khái niệm 9.2. Luật bản quyền 9.3. Hướng dẫn trích dẫn 9.4. Bảo vệ dữ liệu Chương 10: Viết trong truyền thông khủng hoảng Ôn tập	3	2			(3) trang 29-37 (6) trang 221-228	LO1.3 LO3.2	
	Tổng	30	15	0	90			

- **Giờ tự học: 90 tiết**

5.2. Nội dung phần tự học:

- Bài tập nhóm: mỗi nhóm sẽ áp dụng những kiến thức đã học, từng bước xây dựng chuỗi bài viết truyền thông hoàn chỉnh áp dụng cho một doanh nghiệp cụ thể.
- Bài tập cá nhân: Mỗi học viên sẽ được giao các bài tập tình huống (case study) và tóm tắt nội dung (lý luận liên quan), các tình huống và chủ đề nội dung lý luận sẽ được chỉ định trước để chuẩn bị và trình bày trước lớp để kích thích thảo luận chuyên sâu trên lớp.

6. GIÁO TRÌNH VÀ TÀI LIỆU THAM KHẢO

6.1. Giáo trình chính:

- Tập bài giảng của giảng viên.

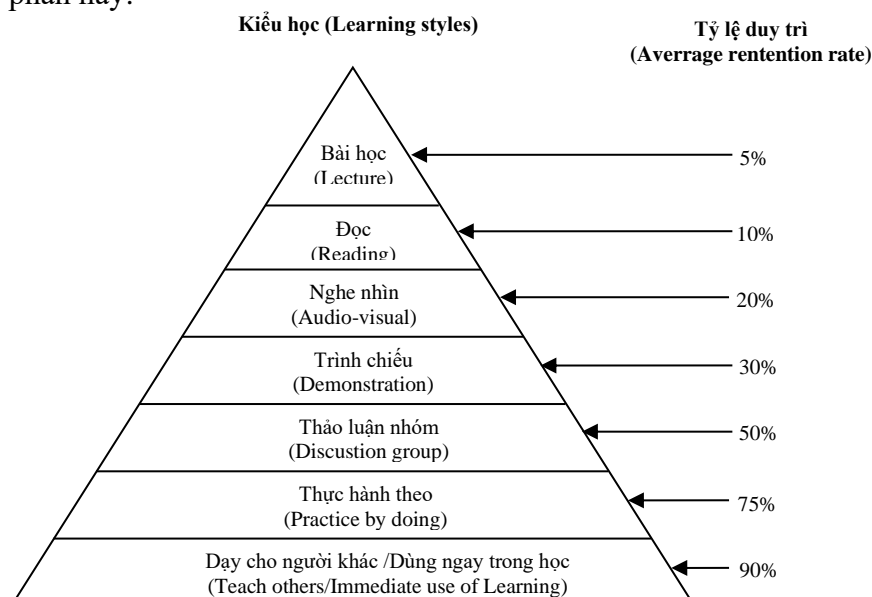
6.2. Tài liệu tham khảo:

- Di Li, Kỹ năng viết trong Quan Hệ Công Chúng, NXB Dân Trí, 2015
- Hoàng Xuân Phương & Nguyễn Thị Ngọc Châu, Phong Cách PR chuyên nghiệp, NXB Lao Động-Xã Hội, 2012
- Jeff Ansell và Jeffrey Leeson, Khi bạn trở thành tâm điểm của truyền thông, Nhà xuất bản Thông tấn, 2016
- Thomas H. Bivins, Kỹ Năng Viết Cho PR, NXB Đại Học Bách Khoa Hà Nội, 2018
- Anthony Weston, Viết Gì Cùng Đúng, NXB Lao Động-Xã Hội, 2011.
- John Foster, Effective Writing Skills for Public Relations, Third Edition, CIPR, 2005.

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

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

Trọng tâm của việc học trong học phần này sẽ được điều tra và phân tích, sử dụng các nghiên cứu điển hình, thảo luận nhóm nhỏ và báo cáo thuyết trình. Các bài giảng sẽ được tổ chức mỗi tuần để cung cấp một khung kết cấu, tuy nhiên, sẽ nhấn mạnh vào việc học nhóm và sự tham gia của sinh viên. Kim tự tháp được xác định trong hình 1 dưới đây đại diện cho triết lý giảng dạy và học tập của học phần này.



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

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)

Điểm đánh giá quá trình và điểm thi kết thúc học phần được chấm theo thang điểm 10 (từ 0 đến 10)

8.1. Điểm đánh giá quá trình:

Trọng số: 40%

Hình thức tính điểm quá trình được đánh giá thông qua điểm bài tập cá nhân, tham dự các buổi học, thảo luận và thuyết điểm bình quân được tích lũy từ các bình nhóm. Bài tập thực hành cá nhân đã được thông báo trong đề cương học phần theo từng chương của môn học. Mỗi sinh viên cần trang bị một folder lưu trữ bài tập viết của mình và bài tập chỉnh sửa cho bạn trong lớp.

- a. Đủ số lượng bài tập: 10% -

Sinh viên thực hiện đủ 8 bài tập: 10 điểm, Thiếu 1 bài tập: trừ 2 điểm

- b. Điểm trung bình tham dự đầy đủ các buổi học: 10%

- c. Điểm trung bình bài tập nhóm, thuyết trình: 20%

Số lượng bài tập bao gồm:

Chương	Nội dung bài tập	SL	Hình thức
Chương 1: Tổng quan về kỹ thuật viết trong truyền thông	<ul style="list-style-type: none">Bài tập viết theo các mô hìnhBài tập chỉnh sửa nội dung một bài viết, đánh giá theo tiêu chí 7C	1	Thực hành viết.
		1	Sửa bài cho bạn
Chương 2: Thông cáo báo chí	<ul style="list-style-type: none">Bài tập viết TCBCBài tập chỉnh sửa nội dung TCBC	1	Thực hành viết. Sửa bài cho bạn
Chương 3: Bài PR cho sự kiện	<ul style="list-style-type: none">Bài tập viết bài PR cho sự kiệnBài tập chỉnh sửa nội dung bài cho SK	1	Thực hành viết. Sửa bài
Chương 4: Bài PR quảng cáo	<ul style="list-style-type: none">Bài tập viết bài PR quảng cáo.Bài tập chỉnh sửa nội dung bài QC	1	Thực hành viết. Sửa bài cho bạn
Chương 5: Email Marketing	<ul style="list-style-type: none">Bài tập viết Email MarketingBài tập chỉnh sửa nội dung một Email Marketing	1	Thực hành viết. Sửa bài cho bạn
Chương 6: Brochure, Tờ rơi	<ul style="list-style-type: none">Bài tập viết BrochureBài tập chỉnh sửa nội dung Brochure	1	Thực hành viết. Sửa bài cho bạn
Chương 8: Diễn văn	<ul style="list-style-type: none">Bài tập viết Diễn vănBài tập chỉnh sửa nội dung Diễn văn	1	Thực hành viết. Sửa bài
Tổng		8	

- Điểm các bài tập thực hành viết được đánh giá theo tiêu chí:

Tiêu chí	Đúng	Sai	Ghi chú
1. Clear – Rõ ràng	1	0	Dẫn chứng lỗi
2. Concise – Súc tích	1	0	Dẫn chứng lỗi
3. Complete – Hoàn chỉnh	1	0	Dẫn chứng lỗi
4. Correct – Hợp thức - Ngôn ngữ phù hợp với đối tượng - Hình thức phù hợp với loại bài viết	1 1	-0,5/ 1 lỗi 0	Dẫn chứng lỗi
5. Concrete – thể hiện đúng thông điệp	1	0	Dẫn chứng lỗi
6. Convincing – Đáng tin cậy	1	0	
7. Courteous – Thái độ văn phong	1	0	
8. Văn phạm, chính tả	1	-0,5/ 1 lỗi	Dẫn chứng lỗi
9. Nộp đúng hạn	1	0	
10. Sao chép • 1 câu văn • 1 đoạn văn • Nguyên bài viết		-1 -4 -10	Điểm trừ
Tối đa/ Tối thiểu	10	0	

- Điểm các bài tập chỉnh sửa lỗi được đánh giá theo tiêu chí:

Tiêu chí	Có	Thiếu	Ghi chú
1. Clear – Rõ ràng	1	-1	Dẫn chứng
2. Concise – Súc tích	1	-1	Dẫn chứng
3. Complete – Hoàn chỉnh	1	-1	Dẫn chứng
4. Correct – Hợp thức - Ngôn ngữ phù hợp với đối tượng - Hình thức phù hợp với loại bài viết	1	-0,5/ 1 lỗi -1	Dẫn chứng
5. Concrete – thể hiện đúng thông điệp	1	-1	Dẫn chứng
6. Convincing – Đáng tin cậy	1	-1	Dẫn chứng
7. Courteous – Thái độ văn phong	1	-1	Dẫn chứng
8. Văn phạm, chính tả	1	-0,5/ 1 lỗi	Dẫn chứng
9. Nộp đúng hạn	1	-1	Dẫn chứng
10. Sao chép • 1 câu văn • 1 đoạn văn • Nguyên bài viết	1	-1 -4 -10	Dẫn chứng
Tối đa/ Tối thiểu	10	0	

8.2. Điểm thi kết thúc học phần: Trọng số: 60%, đánh giá bằng hình thức thi viết tự luận.

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 out come
	Kém (0 - < 5)	Trung bình (5 - < 7)	Khá (7 - < 8)	Giỏi (8 - < 9)	Xuất sắc (9 – 10)	
Hoạch định được chiến lược Viết trong TT Marketing (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 kế hoạch và quản lý trong Viết trong TT Marketing (20%)	<ul style="list-style-type: none"> 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"> 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"> 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"> 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"> 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. 	LO3.1 LO3.2

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 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. 	<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. 	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. • 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
Phần 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
Phần 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
Phần 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 chính tả 15 - 20 lỗi. 	<ul style="list-style-type: none"> • Theo đúng qui định. • Tính thẩm mỹ tương đối. • Lỗi chính tả 10-15 lỗi. 	<ul style="list-style-type: none"> • Theo đúng qui định. • Có tính thẩm mỹ cao. • Lỗi chính tả từ 5-10 lỗi. 	<ul style="list-style-type: none"> • Theo đúng qui định. • Có tính thẩm mỹ cao. • 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. 	<p>LO1.1</p> <p>LO1.2</p> <p>LO1.3</p> <p>LO1.4</p> <p>LO2.1</p>
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. 	<p>LO3.2</p> <p>LO3.3</p>