

TP. Hồ Chí Minh, Ngày tháng năm 2019

## ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN MARKETING TẠI ĐIỂM BÁN

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

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

❖ Tên học phần:	
Tiếng Việt:	Marketing tại điểm bán
Tiếng Anh:	Shopper Marketing
❖ Mã số học phần:	010740
❖ Thời điểm tiến hành:	
❖ Loại học phần:	
<input type="checkbox"/> Bắt buộc <input checked="" 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 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:	
Điều kiện khác:	
❖ Khoa/Bộ môn phụ trách:	Marketing/Quản trị thương hiệu & truyền thông marketing
Giảng viên	Ths. Nguyễn Ngọc Bích Trâm
Email:	Bichtram@ufm.edu.vn
Điện thoại:	0937 800 969

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

Học phần marketing tại điểm bán bao gồm 08 chương. Mục tiêu quan trọng của học phần là làm rõ các khái niệm cơ bản của marketing tại điểm bán và sự khác biệt giữa các hoạt động marketing hỗ trợ cho việc kinh doanh sản phẩm trên thương trường so với các hoạt động marketing hướng vào việc phát triển thương hiệu. Bên cạnh đó, học phần sẽ phân tích nội dung của hoạt động marketing trong các doanh nghiệp tại điểm bán và các quyết định marketing tại điểm bán.

### 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**

Mục tiêu (Gx)	Mô tả mục tiêu	CĐR của CTĐT	TĐNL [4]
G1	Phân tích các lý thuyết cơ bản của marketing tại điểm bán	Ks2	V
G2	Phân tích các công cụ marketing tại điểm bán của doanh nghiệp và vận dụng linh hoạt các công cụ trong bối cảnh ngành hàng và cạnh tranh	Ks4, Ss1	VI
G3	Hoạch định các chiến lược marketing tại điểm bán cho sản phẩm tại các kênh phân phối trên thị trường	Ss3, As4	V VI
G4	Phát triển được kỹ năng thuyết trình trong việc trình bày kế hoạch marketing tại điểm bán, kỹ năng tư duy sáng tạo và làm việc độc lập	Ss3, Ss5, As3	V, III VI
G5	Nhận thức được trách nhiệm xã hội, thái độ tích cực và tinh thần trách nhiệm trong công việc	As3, As4	VI

### 4. CHUẨN ĐẦU RA HỌC PHẦN (COURSE LEARNING OUTCOMES)

(Mô tả các chủ đề CĐR cấp độ 2 của học phần và mức độ giảng dạy I, T, U)

**Bảng 3: Chuẩn đầu ra của học phần**

Chuẩn đầu ra (LO)	Mô tả chuẩn đầu ra	Chỉ định I, T, U
LO1.1	- Thực hiện các hoạt động nghiên cứu thị trường sản phẩm tại các điểm bán trên các kênh phân phối hiện đại và truyền thống	I
LO1.2	- Khảo sát nhu cầu của người mua hàng tại các điểm bán bằng cả 2 ngôn ngữ: tiếng anh và tiếng Việt	T
LO2.1	- Phân tích các hoạt động marketing tại điểm bán của doanh nghiệp và đối thủ tại các điểm bán	T
LO2.2	- Hoạch định các chiến lược marketing tại điểm bán cho sản phẩm tại các kênh phân phối trên thị trường	T, U
LO2.3	- Hiểu được quy trình vận hành của hoạt động marketing tại điểm bán trong thực tế	T, U
LO2.4	- Triển khai các hoạt động marketing tại điểm bán phổ biến: khuyến mại, kích hoạt thương hiệu, ...	T
LO3.1	Quản lý hoạt động của các công cụ marketing tại điểm bán	T, U
LO3.2	Lập kế hoạch marketing tại điểm bán và tổ chức các hoạt động marketing tại điểm bán ở cấp độ triển khai (chiến thuật)	T
LO3.3	Đánh giá và đo lường hiệu quả của hoạt động marketing tại điểm bán	T
LO4.1	Phát triển được kỹ năng làm việc độc lập, làm việc nhóm, tư duy sáng tạo	T, U

LO4.2	Phát triển được kỹ năng thuyết trình trong việc trình bày kế hoạch trade marketing	U
LO4.3	Phát triển được kỹ năng diễn đạt bằng ngôn ngữ, phi ngôn ngữ, văn bản trong việc trình bày kế hoạch	U
LO5.1	- Nhận thức được trách nhiệm và đạo đức nghề nghiệp của các doanh nghiệp trên thị trường	I, T
LO5.2	- Phát triển thái độ tích cực và trách nhiệm trong quá trình làm việc nhóm và giải quyết các vấn đề liên quan đến học phần	T, U
LO5.3	- Xác định được thế mạnh của cá nhân trong các hoạt động marketing và tập trung nghiên cứu chuyên sâu để định hướng công việc	U

## 5. NỘI DUNG CHI TIẾT HỌC PHẦN (COURSE OUTLINE):

### 5.1. Kế hoạch giảng dạy (Lesson plan)

**Bảng 4: Kế hoạch giảng dạy (Lesson plan)**

Thời gian	Nội dung	Hình thức tổ chức dạy – học					CĐR học phần	Bài đánh giá
		Giờ lên lớp			Thực hành	Yêu cầu SV chuẩn bị trước		
		Lý thuyết	Bài tập	Thảo luận				
Buổi 1	<i>Chương 1: Tư tưởng cơ bản của marketing tại điểm bán</i> 1.1 Khái niệm 1.2 Bản chất của marketing tại điểm bán	3	0	1			LO1.1 LO1.2	A1.1 A1.2 A2.1
Buổi 2	<i>Chương 2: Cơ hội và thị trường của doanh nghiệp tại điểm bán</i> 2.1 Cơ hội và cơ hội hấp dẫn trong hoạt động tại điểm bán 2.2 Thị trường của doanh nghiệp	2	1	1			LO2.2	A1.1 A1.2 A1.3 A2.1
Buổi 3	<i>Chương 3: Các yếu tố cơ bản ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh tại điểm bán</i> 3.1 Các yếu tố ảnh hưởng thuộc môi trường kinh doanh 3.2 Tiềm lực của doanh nghiệp	2	1	1			LO2.1	A1.1 A1.2 A1.3 A2.1
Buổi 4	<i>Chương 4: Chiến lược marketing mục tiêu</i> 4.1 Người tiêu thụ trung gian và đặc điểm mua sắm 4.2 Người tiêu thụ cuối cùng và đặc điểm mua sắm 4.3 Chiến lược marketing mục tiêu	3	1	0			LO2.3 LO2.4 LO3.1 LO3.2 LO3.3	A1.1 A1.2 A1.3 A2.1
Buổi 5	<i>Chương 4: Chiến lược marketing mục tiêu (TIẾP)</i>	3	1				LO2.3 LO2.4	A1.1 A1.2

	<i>4.3 Chiến lược marketing mục tiêu</i>						LO3.1 LO3.2 LO3.3	A1.3 A2.1
Buổi 6	<i>Chương 5: Các quyết định về mặt hàng kinh doanh</i> <i>5.1 Sản phẩm mới và định hướng phát triển sản phẩm mới</i> <i>5.2 Triển khai sản phẩm mới và chu kỳ sống của sản phẩm</i> <i>5.3 Phân lớp hàng hóa</i> <i>5.4 Nhãn hiệu hàng hóa</i> <i>5.5 Bao bì hàng hóa</i>	2	1	1			LO2.3 LO2.4 LO3.1 LO3.2 LO3.3	A1.1 A1.2 A1.3 A2.1
Buổi 7	<i>Chương 5: Các quyết định về mặt hàng kinh doanh (TIẾP)</i> <i>5.4 Nhãn hiệu hàng hóa</i> <i>5.5 Bao bì hàng hóa</i>	3	1				LO2.3 LO2.4 LO3.1 LO3.2 LO3.3	A1.1 A1.2 A1.3 A2.1
Buổi 8	<i>Chương 6: Chiến lược giá trong kinh doanh tại điểm bán</i> <i>6.1 Khái niệm giá trong kinh doanh</i> <i>6.2 Các mục tiêu định giá</i> <i>6.3 Các chính sách định giá</i> <i>6.4 Các phương pháp tính giá</i>	2	1	1			LO2.3 LO2.4 LO3.1 LO3.2 LO3.3	A1.1 A1.2 A1.3 A2.1
Buổi 9	<i>Chương 7: Quyết định địa điểm và kênh phân phối</i> <i>7.1 Lựa chọn địa điểm</i> <i>7.2 Lựa chọn và thiết kế kênh phân phối</i> <i>7.3 Tổ chức và điều khiển quá trình phân phối hiện vật</i>	3	1	0			LO2.3 LO2.4 LO3.1 LO3.2 LO3.3	A1.1 A1.2 A1.3 A2.1
Buổi 10	<i>Chương 8: Quyết định chiêu thị của doanh nghiệp tại điểm bán</i> <i>8.1 Khái niệm</i> <i>8.2 Vai trò của hoạt động xúc tiến đối với hoạt động kinh doanh tại điểm bán của các doanh nghiệp.</i> <i>8.3 Nội dung của hoạt động xúc tiến</i>	3	1	0			LO2.3 LO2.4 LO3.1 LO3.2 LO3.3	A1.1 A1.2 A1.3 A2.1
Buổi 11	<i>Chương 8: Quyết định chiêu thị của doanh nghiệp tại điểm bán (TIẾP)</i> <i>8.3 Nội dung của hoạt động xúc tiến</i>	4	1				LO2.3 LO2.4 LO3.1 LO3.2 LO3.3 LO4.1 LO4.2 LO4.3 LO5.1 LO5.2	A1.1 A1.2 A1.3 A2.1

							LO5.3	
<b>Cộng</b>		30 T	10 T	5 T				

## 5.2. Nội dung phần tự học:

- Mỗi cá nhân sẽ chọn một sản phẩm bất kỳ trên thị trường, tiến hành đánh giá hoạt động marketing tại các điểm bán của sản phẩm. Nhận định vấn đề và đưa ra các giải pháp để khắc phục/ phát huy.

## 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)

### Bài giảng

- Nguyễn Ngọc Bích Trâm. (2017). Bài giảng marketing tại điểm bán lưu hành nội bộ
- Giáo trình marketing thương mại – PGS.TS Nguyễn Xuân Quang – NXB Lao Động, tái bản năm 2014

### Tài liệu tham khảo

- Shopper Marketing: How to Increase Purchase Decisions at the Point of Sale, Markus Stahlberg, Ville Maila, Kogan page, 2012
- Xúc tiến bán hàng trong kinh doanh thương mại ở Việt Nam (Nguyễn Thị Xuân Hương, NXB Thống kê 2013);

## 7. PHƯƠNG PHÁP GIẢNG DẠY (TEACHING TECHNIQUES)

- Học phần 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 hoạt động marketing tại điểm bán. Sinh viên phải đạt được khả năng hiểu biết, áp dụng, phân tích và đánh giá các vấn đề phát triển thị trường kinh doanh. Sinh viên cần phải tiếp thu được các khái niệm cơ bản và những ý tưởng marketing tại điểm bán trên thị trường cũng như việc áp dụng những kiến thức để xây dựng các chương trình marketing tại điểm bán 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	Thái độ học tập/chuyên cần	LO4.1 LO4.2 LO4.3 LO5.1 LO5.2 LO5.3	11 buổi học	Hiểu bài (kiểm tra 10 phút)	5
	A 1.2	Bài tập nhóm thuyết trình	LO2.3 LO2.4 LO3.1 LO3.2 LO3.3	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	15
	A 1.3	Bài tiểu luận được chỉnh sửa sau khi thuyết trình	LO2.3 LO2.4 LO3.1 LO3.2 LO3.3	1 lần sau thuyết trình	Hiểu bài, giải thích được	20
A2. Đánh giá kết thúc học phần	A 2.1	Trắc nghiệm	LO2.3 LO2.4	1 lần/thi kết thúc học phần	Hiểu, giải thích được, đánh giá được	20
	A 2.2	Tự luận	LO3.1 LO3.2 LO3.3	1 lần/thi kết thúc học phần	Áp dụng, phân tích, đánh giá, sáng tạo	40

**BAN GIÁM HIỆU**

**TRƯỞNG KHOA**

**TRƯỞNG BỘ MÔN**

**BẢNG 6: CHI TIẾT ĐÁNH GIÁ BÀI TẬP NHÓM – THUYẾT TRÌNH**

Tiêu chí Trong số	CHI TIẾT ĐÁNH GIÁ (ĐIỂM)					Chuẩn đầu ra
	0 <3	3 <5	7 <9	5 <7	9-10	
<b>Hình thức trình bày bài thuyết trình (15%)</b>	<b>Không đạt tất cả yêu cầu</b>	- Font chữ, màu sắc không rõ - Kết cấu nội dung trình bày chưa logic - Chưa có nhiều thông tin thông tin thể hiện qua bảng – biểu đồ	- Font chữ, màu sắc sáng rõ - Kết cấu nội dung trình bày logic - Kết hợp chữ, hình ảnh minh họa và thông tin thể hiện qua bảng – biểu đồ chưa hợp lý	- Font chữ, màu sắc sáng rõ - Kết cấu nội dung trình bày chưa logic - Kết hợp chữ, hình ảnh minh họa và thông tin thể hiện qua bảng – biểu đồ chưa nhiều	- Font chữ, màu sắc sáng rõ - Kết cấu nội dung trình bày logic - Kết hợp chữ, hình ảnh minh họa và thông tin thể hiện qua bảng – biểu đồ hợp lý	<b>LO3.1</b> <b>LO4.1</b> <b>LO4.2</b> <b>LO4.3</b>
<b>Nội dung bài thuyết trình (35%)</b>	<b>Không đạt tất cả yêu cầu</b>	- Chưa rõ mục tiêu, giới hạn đề tài - Có thông tin, số liệu minh họa nhưng chưa cập nhật - Không có nhận định riêng của nhóm	- Nêu rõ mục tiêu, giới hạn đề tài - Có thông tin, số liệu minh họa nhưng chưa cập nhật - Có nhận định riêng của nhóm nhưng chưa rõ, chưa đúng trọng tâm	- Nêu rõ mục tiêu, giới hạn đề tài - Có thông tin, số liệu minh họa nhưng chưa cập nhật - Chưa có nhận định riêng của nhóm	- Nêu rõ mục tiêu, giới hạn đề tài - Có thông tin, số liệu minh họa cập nhật - Có nhận định riêng của nhóm - Đề xuất kế hoạch	<b>LO1.2</b> <b>LO2.1</b> <b>LO2.2</b> <b>LO2.3</b> <b>LO2.4</b>
<b>Hỗ trợ kỹ thuật (15%)</b>	<b>Không có bất kỳ các thiết bị hỗ trợ nào</b>	Chỉ trình chiếu Power point	- Power point, phim, ảnh, mô hình, nhạc.. - Phối hợp khá tốt các công cụ hỗ trợ	- Power point, phim, ảnh - Phối hợp chưa tốt các công cụ hỗ trợ	- Power point, phim, ảnh, mô hình, nhạc.. - Phối hợp tốt và ấn tượng các công cụ hỗ trợ	<b>LO3.2</b> <b>LO3.3</b>
<b>Kỹ năng thuyết trình</b>	<b>Không đạt tất cả yêu cầu</b>	- Trình bày không rõ ràng, rành mạch, chưa đi vào trọng	- Trình bày khá thuyết phục (Rõ ràng, rành mạch)	- Trình bày thuyết phục (đi vào trọng tâm nhưng chưa	- Trình bày rất thuyết phục (Rõ	<b>LO4.1</b> <b>LO4.2</b>

<b>(25%)</b>		tâm - Không phân bố thời gian và nội dung thuyết trình - Có sự giao lưu và tương tác với lớp - Không lắng nghe và trả lời câu hỏi sai và lấp liếm - Phối hợp nhóm tốt	- Phân bố thời gian và nội dung thuyết trình hợp lý - Có sự giao lưu và tương tác với lớp - Lắng nghe và trả lời câu hỏi nhưng chưa thấu đáo - Phối hợp nhóm khá tốt	rõ) - Phân bố thời gian và nội dung thuyết trình chưa hợp lý - Có sự giao lưu và tương tác với lớp - Trả lời câu chưa hỏi thấu đáo - Phối hợp nhóm chưa tốt	ràng, rành mạch, đi vào trọng tâm) - Phân bố thời gian và nội dung thuyết trình hợp lý - Có sự giao lưu và tương tác với lớp - Lắng nghe và trả lời câu hỏi thấu đáo - Phối hợp nhóm tốt	<b>LO4.3</b>
<b>Thời gian (10%)</b>	Quá 10 phút	Quá thời gian gần 10 phút	Quá thời gian gần 3 phút	Quá thời gian từ 3-5 phút	Đúng thời gian	<b>LO3.3</b>

### BẢNG 7: CHI TIẾT ĐÁNH GIÁ CÁ NHÂN – CHUYÊN CẦN

✓ *Chuyên cần: Giảng viên sẽ cho các bài tập điểm danh trong các buổi học*

Tiêu chí / Điểm	0<3	3 -<5	5- <7	7-<9	9-10
Có mặt trên lớp (Buổi)	Dưới 3	3	4	5-9	10-11



**BẢNG 8: CHI TIẾT ĐÁNH GIÁ BÀI TẬP NHÓM – TIỂU LUẬN**

Tiêu chí Trọng số	CHI TIẾT ĐÁNH GIÁ (ĐIỂM)					Learn ing out come
	Kém (0 - < 5)	Trung bình (5 - < 7)	Khá (7 - < 8)	Giỏi (8 - < 9)	Xuất sắc (9 – 10)	
Xây dựng kế hoạch Trade Marketing - <i>Đánh giá tình hình</i> (20%)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Phân tích tình hình thị trường, doanh nghiệp và đối thủ không đầy đủ, thiếu logic.</li> <li>Không có sự hiểu biết về nội dung kiến thức áp dụng trong thực tiễn cho tình huống thực tế của doanh nghiệp</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Phân tích tình hình thị trường, doanh nghiệp và đối thủ không đầy đủ, thiếu 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 thị trường, đối thủ cạnh tranh tương đối tốt.</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 môi trường, thị trường, đối thủ và nội bộ khá tốt.</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 môi trường, thị trường, đối thủ và nội bộ tốt.</li> <li>Chứng tỏ một sự mở rộng kiến thức và kỹ năng và sáng tạo cao.</li> </ul>	LO1.2 LO2.1 LO2.2 LO2.3 LO2.4
Xây dựng kế hoạch Trade Marketing – <i>Xây dựng mục tiêu</i> (10%)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mục tiêu không đúng không logic với tình hình thực tế</li> <li>Không nắm được kiến thức về thiết lập mục tiêu trade</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mục tiêu dễ đạt được, không có điểm nhấn</li> <li>Vận dụng kiến thức về thiết lập mục tiêu trade chưa tốt</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mục tiêu phù hợp với tình hình thực tế, nhưng chưa thách thức</li> <li>Vận dụng được kiến thức về thiết lập mục tiêu trade</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mục tiêu phù hợp với tình hình thực tế, rõ ràng</li> <li>Vận dụng khá tốt kiến thức về thiết lập mục tiêu trade</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mục tiêu logic, phù hợp và thách thức với tình hình thực tế</li> <li>Vận dụng tốt kiến thức về thiết lập mục tiêu trade</li> </ul>	LO2.1 LO2.2 LO2.3 LO2.4
Xây dựng kế hoạch Trade Marketing – <i>Giải pháp đạt được mục tiêu</i>	<ul style="list-style-type: none"> <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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mục tiêu trung bình, dễ dàng đạt được</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> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <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> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <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</li> </ul>	LO2.2 LO2.3 LO2.4

(30%)	khác.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trả lời các câu hỏi chất vấn ở mức bình thường.</li> </ul>	vấn.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trả lời khá tốt các câu hỏi phản biện và chất vấn.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trả lời tốt các câu hỏi phản biện và chất vấn.</li> </ul>	
Xây dựng kế hoạch Trade Marketing – Phương pháp đo lường, KPI (10%)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Chưa xây dựng được giải pháp đo lường và kiểm soát mục tiêu đưa ra</li> <li>• Số liệu KPI không logic</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Có xây dựng giải pháp đo lường và kiểm soát mục tiêu đưa ra nhưng chưa sát thực tế</li> <li>• Số liệu KPI phù hợp</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Có xây dựng giải pháp đo lường và kiểm soát mục tiêu đưa ra tương đối đầy đủ và phù hợp</li> <li>• Số liệu KPI logic với mục tiêu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Giải pháp đo lường và kiểm soát mục tiêu đưa ra phù hợp thực tế</li> <li>• Số liệu KPI logic và phù hợp thực tế</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Giải pháp đo lường và kiểm soát mục tiêu đưa ra phù hợp, logic và chính xác</li> <li>• Số liệu KPI phù hợp thực tế, logic và khả thi</li> </ul>	<p>LO2.2 LO2.3 LO2.4</p>
Kết cấu và hình thức của bài 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> <li>• Chưa theo đúng qui định và sai lỗi nhiều.</li> <li>• Không có tính thẩm mỹ.</li> <li>• Trình bày kém thuyết phục.</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> <li>• Theo đúng qui định và sai lỗi khá nhiều.</li> <li>• Không có sự kết hợp giữa phần 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>• 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> <li>• Theo đúng qui định và sai lỗi tương đối ít.</li> <li>• Sự kết hợp không tốt giữa phần 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>• 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> <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>• 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> <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>	<p>LO3.1 LO3.2 LO3.3 LO4.1 LO4.2 LO4.3</p>
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>	<p>LO2.4 LO4.1</p>

Thời gian nộp (10%)	• Chậm hơn 36h so với qui định.	• Chậm hơn 24h so với qui định.	• Chậm hơn 12h so với qui định.	• Chậm hơn 6h so với qui định.	• Đúng qui định.	LO5.1 LO5.2 LO5.3
---------------------	---------------------------------	---------------------------------	---------------------------------	--------------------------------	------------------	-------------------------

**BẢNG 9: 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>	LO2.1 LO2.2 LO2.3 LO2.4 LO4.1 LO4.2 LO5.1
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>	LO4.1 LO4.2 LO5.1