

Số: 13 /KH-MKT

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 01 tháng 06 năm 2022

**KẾ HOẠCH THỰC HÀNH NGHỀ NGHIỆP 2**  
**ĐẠI HỌC CHÍNH QUY, CHƯƠNG TRÌNH CHẤT LƯỢNG CAO**  
**CHUYÊN NGÀNH QUẢN TRỊ MARKETING**  
**HỌC KỲ 02 NĂM 2022**

**1. CĂN CỨ**

- Căn cứ chương trình đào tạo các chuyên ngành thuộc Khoa Marketing đã ban hành, thể hiện cấu trúc chương trình đào tạo và kế hoạch giảng dạy;
- Căn cứ tiến độ đào tạo theo sơ đồ Gantt mà phòng Quản lý đào tạo đã triển khai;
- Căn cứ đề cương học phần Thực hành nghề nghiệp 2.

**2. MỤC TIÊU**

- Giúp sinh viên hệ thống lại kiến thức của học phần Nghiên cứu Marketing 1 và Nghiên cứu Marketing 2 để vận dụng, xem xét, đánh giá trong thực tiễn nghiên cứu;
- Sinh viên áp dụng kiến thức nghiên cứu marketing để thực hiện một dự án nghiên cứu marketing, từ xác định vấn đề nghiên cứu, thu thập dữ liệu, phân tích và đánh giá tình huống thực tiễn;
- Sinh viên áp dụng được kiến thức đã học và kết quả nghiên cứu marketing, đề xuất các hàm ý, giải pháp marketing cho doanh nghiệp.

**3. YÊU CẦU**

**3.1. Yêu cầu chung**

- Chấp hành nghiêm chỉnh qui định trong kế hoạch của Khoa trong quá trình làm đề tài;
- Thực hiện nhiệm vụ theo sự hướng dẫn và yêu cầu của giảng viên hướng dẫn;
- Nêu cao tinh thần tích cực suy nghĩ, tìm tòi và chủ động trong quá trình thực hiện đề tài.

**3.2. Yêu cầu chuyên môn**

Sinh viên phải biết vận dụng kiến thức đã học để:

- Lập kế hoạch nghiên cứu;
- Vận dụng lý thuyết, phát triển mô hình nghiên cứu, thang đo, bảng hỏi...;
- Chọn mẫu có hiệu quả nhất đối với đề tài nghiên cứu;
- Thiết kế bảng câu hỏi, Showcard, Photocard, Contactsheet...;
- Phát triển kỹ năng làm việc theo nhóm, kỹ năng giao tiếp thuyết phục, phỏng vấn;
- Xử lý phân tích dữ liệu bằng phần mềm SPSS, AMOS, SmartPLS... tùy theo yêu cầu của đề tài và viết báo cáo nghiên cứu.

**4. CÁC LĨNH VỰC NGHIÊN CỨU**

Vận dụng các phương pháp nghiên cứu trong đó phương pháp khảo sát, quan sát, thực nghiệm vào nghiên cứu các dạng đề tài như:

- Nghiên cứu hành vi, nhận thức, thái độ, thị hiếu, hành vi của người tiêu dùng đối với một loại sản phẩm hay một ngành hàng;
- Nghiên cứu về qui mô thị trường, đặc điểm, tiềm năng, triển vọng của thị trường;
- Nghiên cứu đặc điểm tiêu dùng và đánh giá của người tiêu dùng về sản phẩm;
- Nghiên cứu ảnh hưởng, tác động của các hoạt động marketing của doanh nghiệp đến hành vi người tiêu dùng (tác động của quảng cáo, khuyến mãi, thay đổi giá, bao bì...);
- Nghiên cứu tình hình cạnh tranh các nhãn hiệu, thương hiệu trên thị trường trong đáp ứng nhu cầu khách hàng;
- Một số đề tài theo yêu cầu của doanh nghiệp được khuyến khích thực hiện.

## **5. TỔ CHỨC THỰC HIỆN:**

### **5.1. Hội đồng thực hành nghề nghiệp 2**

- |   |                  |
|---|------------------|
| 1. TS.GVC. Nguyễn Xuân Trường – Trưởng Khoa | : Chủ tịch       |
| 2. ThS. Dư Thị Chung – Phó trưởng Bộ môn    | : Ủy viên        |
| 2. ThS. Bùi Thị Thanh – Thư ký khoa         | : Ủy viên thư ký |
| 3. Cô Võ Thị Kim Ngân – Thư ký khoa         | : Ủy viên thư ký |

### **5.2. Giảng viên hướng dẫn**

Căn cứ các quy định hiện hành của Nhà trường, Khoa Marketing sẽ chịu trách nhiệm phân công các giảng viên hướng dẫn đáp ứng được các yêu cầu về giảng viên hướng dẫn thực hành nghề nghiệp 2. Bộ môn và khoa sẽ ưu tiên phân công hướng dẫn THNN2 với các lớp CLC cho các giảng viên có trình độ Tiến sĩ, Giảng viên chính; Thạc sĩ đang là nghiên cứu sinh; Thạc sĩ tốt nghiệp từ các trường đại học nước ngoài trong khối G20; Giảng viên có kinh nghiệm trong công tác giảng dạy; Giảng viên có kinh nghiệm và thành tích trong công tác nghiên cứu khoa học.

### **5.3. Nhiệm vụ của giảng viên hướng dẫn**

- Tư vấn, hướng dẫn SV chọn đề tài nghiên cứu;
- Giới thiệu cho SV doanh nghiệp thực tập và cố vấn nghiên cứu từ doanh nghiệp (nếu cần);
- Lên lịch gặp sinh viên, phổ biến kế hoạch THNN2 và những quy định;
- Chuẩn bị đề cương hướng dẫn sinh viên theo đề tài;
- Hướng dẫn sinh viên lập đề cương chi tiết, kế hoạch nghiên cứu, thiết kế bảng câu hỏi, phân tích và hướng dẫn sinh viên viết đề tài;
- Kiểm tra quá trình đi thực tế và các bước thực hiện nhóm THNN2;
- Hướng dẫn SV cài đặt các phần mềm xử lý dữ liệu phù hợp, thu thập dữ liệu, xử lý dữ liệu, viết báo cáo;
- Thu bài của sinh viên bao gồm bản cứng và các file mềm theo quy định;
- Thực hiện chấm bài thực hành nghề nghiệp (có thể tham khảo ý kiến của doanh nghiệp);
- Gửi các sản phẩm liên quan đến thực hành nghề nghiệp 2 và bảng điểm về Khoa theo đúng thời gian quy định
- Báo cáo về bộ môn và Khoa những trường hợp sinh viên vi phạm quy chế, qui định; những vướng mắc khó khăn hay vấn đề phát sinh trong quá trình hướng dẫn;
- Hỗ trợ SV đăng bài nghiên cứu trên kỷ yếu hội thảo hoặc đăng tạp chí khoa học nếu SV có nhu cầu và bài đạt chất lượng.

#### 5.4. Nhiệm vụ của sinh viên

- Sinh viên có thể đăng ký giảng viên hướng dẫn; Trên cơ sở nguồn lực, các bộ môn và Khoa sẽ ưu tiên phân công GV theo danh sách SV đăng ký;
- Lập nhóm (3 SV – 4 SV) chọn đề tài đăng ký nhóm với Khoa;
- Lập sổ tay thực hành nghề nghiệp 2, ghi chép tiến trình thực tập;
- Gặp GVHD đúng thời hạn quy định, kể từ lúc triển khai kế hoạch thực hành sau 2 tuần, SV không gặp GVHD thì không được tiếp tục THNN2 và nhận điểm 0 cho THNN2;
- Viết đề cương chi tiết, lập kế hoạch nghiên cứu, kế hoạch phân công cho từng SV trong nhóm làm việc theo đề tài đã chọn;
- Chọn mẫu phỏng vấn theo yêu cầu của đề tài, dưới sự hướng dẫn của giảng viên;
- Thiết kế bảng câu hỏi, tiến hành phỏng vấn thu thập dữ liệu cần thiết cho đề tài;
- Tập hợp xử lý và phân tích dữ liệu trên phần mềm SPSS, AMOS, Smart PLS...
- Viết báo cáo kết quả thực hành theo nội dung và hình thức quy định của Khoa;
- Nộp các sản phẩm bao gồm: 01 bản báo cáo thực hành nghề nghiệp 2 (bản cứng), 01 bản in nhật ký thực hành nghề nghiệp 2; 01 file mềm báo cáo thực hành nghề nghiệp 2 (có kèm báo cáo kiểm tra đạo văn qua phần mềm Doit hoặc các phần mềm kiểm tra đạo văn khác); 01 file nhật ký thực hành nghề nghiệp 2 (các file mềm theo định dạng pdf); 01 file dữ liệu khảo sát (file định dạng với phần mềm Microsoft Excel hoặc SPSS).

#### 5.5. Tiến độ thực hiện

Thời gian thực hiện đề tài: từ 27/06/2022 đến 04/09/2022, cụ thể:

THỜI GIAN	CÔNG VIỆC
<b>Công tác chuẩn bị</b>	
- Từ 13/06 đến 19/06/2022	- Phổ biến kế hoạch đã duyệt đến lớp
- Từ 20/06 đến 26/06/2022	- Lập danh sách phân công – thông báo
<b>Sinh viên thực hiện đề tài</b>	
- Từ 27/06 đến 03/07/2022	- SV Gặp GVHD, xây dựng đề cương chi tiết, lập nhật ký thực hành nghề nghiệp 2
- Từ 04/07 đến 17/07/2022 (3 tuần)	- GV góp ý, SV chỉnh sửa đề cương, kế hoạch
- Từ 18/07 đến 07/08/2022 (3 tuần)	- Tập hợp thông tin, viết bản thảo
- Từ 08/08 đến 21/08/2022 (2 tuần)	- SV nộp bản thảo, giảng viên góp ý
	- SV tiếp thu, chỉnh sửa và hoàn chỉnh báo cáo
- Từ 22/08 đến 04/09/2022 (2 tuần)	- Chỉnh sửa – Hoàn chỉnh bản in
	- Nộp bản chính báo cáo, báo cáo kiểm tra đạo văn và nhật ký thực tập
<b>Chấm báo cáo và nộp điểm</b>	
- Từ 05/09 đến 07/09/2022	- Giảng viên chấm báo cáo và nộp điểm cho khoa
	- Khoa họp hội đồng (nếu cần thiết)
- 09/09/2022	- Khoa nộp điểm cho Phòng khảo thí-QLCL

## **6. ĐÁNH GIÁ KẾT QUẢ THỰC HÀNH NGHỀ NGHIỆP 2**

### **6.1. Trọng số đánh giá**

- Kiến thức : 45%
- Kỹ năng : 40%
- Thái độ : 15%

(thái độ thể hiện cả trong báo cáo và trong quá trình thực hành)

### **6.2. Tiêu chí đánh giá**

- Thang điểm: 10 (điểm tròn, không có lẻ sau dấu phẩy).
- Đánh giá kiến thức, kỹ năng được tích hợp trong các phần sau:
  - + Vấn đề và mục tiêu nghiên cứu : 5%
  - + Cơ sở lý thuyết và mô hình (khung) nghiên cứu : 25%
  - + Phương pháp nghiên cứu : 10%
  - + Kết quả nghiên cứu : 25%
  - + Đề xuất hàm ý/ chiến lược/ giải pháp : 10%
  - + Hình thức : 10%
- Đánh giá thái độ trong THNN2 : 15%  
(Giảng viên có thể tham khảo ý kiến của doanh nghiệp để đánh giá và cho điểm)
- Điểm đạt yêu cầu: 5 điểm trở lên.
- Giảng viên hướng dẫn từ chối không nhận báo cáo THNN2 và coi như SV bỏ THNN2 trong những trường hợp sau:
  - + Sinh viên có tên trong danh sách, được phân công theo nhóm nhưng không gặp GVHD dẫn sau khi triển khai kế hoạch 2 tuần;
  - + Sinh viên không hoàn tất đề cương chi tiết sau khi triển khai kế hoạch thực hành nghề nghiệp 2 tháng;
  - + Sinh viên vi phạm qui chế của nhà trường, qui định của doanh nghiệp nơi SV thực tập;
  - + Sinh viên không thực hiện đúng yêu cầu của giảng viên hướng dẫn và các quy định trong quá trình viết báo cáo THNN2.

### **6.3. Điểm đánh giá Thực hành nghề nghiệp 2**

- Điểm bài báo cáo được đánh giá theo thang điểm 10 (mười), làm tròn đến 0,5. Nguyên tắc làm tròn theo quy định hiện hành của Nhà trường.

**BAN GIÁM HIỆU  
DUYỆT**

**KHOA MARKETING**

**TS. GVC. NGUYỄN XUÂN TRƯỜNG**

# QUI ĐỊNH TRÌNH BÀY BÁO CÁO THNN2

## 1. BỐ CỤC BÁO CÁO

Sinh viên trình bày báo cáo theo bố cục sau:

- 1) Trang bìa chính (mẫu 01)
- 2) Trang bìa phụ (mẫu 02)
- 3) Nhận xét của đơn vị thực tập (mẫu 03)
- 4) Nhận xét của giảng viên hướng dẫn (mẫu 04)
- 5) Lời cam đoan
- 6) Lời cảm ơn
- 7) Mục lục
- 8) Danh mục chữ viết tắt
- 9) Danh mục bảng
- 10) Danh mục hình
- 11) Tóm tắt báo cáo bằng tiếng Việt và tiếng Anh (dưới 200 từ mỗi loại)
- 12) Từ khoá, Keyword: 5 từ khoá, cách nhau bằng dấu phẩy.
- 13) Nội dung báo cáo
- 14) Tài liệu tham khảo
- 15) Phụ lục
- 16) Báo cáo kiểm tra đạo văn

**Phần nội dung báo cáo:** Đây là phần trọng tâm của báo cáo, SV mô tả lại những gì mình đã thực hiện, tìm hiểu được trong quá trình thực hành tại doanh nghiệp, thị trường, bao gồm:

*Chương 1: Tổng quan về đề tài: Lý do chọn, đối tượng và mục tiêu, phương pháp, bố cục.*

*Chương 2: Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu*

*Chương 3: Phương pháp nghiên cứu.*

*Chương 4: Kết quả nghiên cứu*

*Chương 5: Kết luận, hàm ý quản trị và kiến nghị*

## 2. VỀ HÌNH THỨC TRÌNH BÀY

### 2.1. Khổ giấy, căn lề, số trang

- Khổ giấy : Bài THNN 1 in trên giấy khổ A4 (21 x 29,7cm), in 2 mặt.
- Căn lề : Lề trái: 3 cm; lề phải: 2 cm; lề trên: 3 cm; lề dưới: 2 cm.
- Số trang tối đa : 50 trang (chỉ tính phần các trang đánh số Ả Rập: 1, 2, 3)

### 2.2. Font chữ, size chữ và trình bày

- Font, size chữ : Font chữ Time New Roman;
- Size chữ : 12.5. Riêng chữ tên chương và các danh mục: size 14
- Dẫn dòng : Multiple: 1.15;

- Các mục, tiêu mục : Before: 12 pt; After: 0 pt.
- Khoảng cách giữa các đoạn before: 6pt; After: 0 pt.
- Khi chấm xuống dòng không nhảy thêm hàng. Không để mục ở cuối trang mà không có ít nhất 2 dòng nội dung tiếp theo.
- Khoảng cách tên bảng, hình: Before: 12 pt; After: 6 pt.
- Đánh số trang : Số trang đặt dưới trang, vị trí giữa trang.
- Số trang : Số trang từ phần nhận xét của giảng viên đến danh mục hình: đánh theo chữ La Mã thường (i, ii, iii, iv...). Số trang từ phần tóm tắt đến hết tài liệu tham khảo: đánh theo số Ả Rập (1, 2, 3...). Số trang trong phần phụ lục đánh theo chữ Ả rập (a, b, c...).

### 2.3. Trích nguồn và tài liệu tham khảo

- Trích nguồn và tài liệu tham khảo theo kiểu APA (Hiệp hội tâm lý học Hoa Kỳ), phiên bản lần thứ 7. Sinh viên xem hướng dẫn trên trang web Khoa Marketing, mục NCKH.

### 2.4. Trình bày tên đề tài

Tên đề tài không được viết tắt, không dùng ký hiệu hay bất kỳ chú giải nào. Tên đề tài được canh giữa, chú ý cách ngắt chữ xuống dòng phải đủ nghĩa chữ đó. Tên đề tài phải được viết chữ in hoa in trên một trang riêng (Trang bìa ngoài và bìa trong, theo mẫu, không đánh số trang), cỡ chữ thông thường là 20, có thể thay đổi cỡ chữ tùy theo độ dài của tên đề tài nhưng không nên quá 20 từ. Tên đề tài phải trình bày theo nguyên tắc hình tháp ngược (dòng trên cùng dài nhất, dòng dưới cùng ngắn nhất).

### 2.5. Chương, mục

- *Chương*: Mỗi chương phải được bắt đầu ở một trang mới. Số chương là số Ả Rập (1, 2,...). Tên chương đặt ở dòng bên dưới chữ “Chương”. Chữ "Chương" được viết hoa, in đậm. Tên chương viết hoa, in đậm, cỡ chữ 14, căn giữa.
- *Mục*: Các tiêu mục của đề tài được trình bày và đánh số thành nhóm chữ số, nhiều nhất gồm 4 chữ số với chỉ số thứ nhất là chỉ số chương.
- *Mục cấp 1*: Số thứ tự mục cấp 1 được đánh theo chương, số thứ tự số Ả Rập sát lề trái, CHỮ HOA, in đậm.
- *Mục cấp 2*: Được đánh theo mục cấp 1, số thứ tự Ả Rập, sát lề trái, chữ thường, **in đậm**.
- *Mục cấp 3*: Được đánh theo mục cấp 2, số thứ tự Ả Rập, sát lề trái, chữ thường, **in nghiêng đậm**.

### 2.6. Hình, bảng và chữ viết tắt

- *Hình vẽ, đồ thị, sơ đồ...* đều được gọi chung là Hình, được đánh theo số thứ tự của chương, và số Ả Rập theo thứ tự hình. Ví dụ: Hình 2.1, số 2 có nghĩa là hình ở chương 2, số 1 có nghĩa là hình thứ nhất của chương 2. Sau chữ Hình và số là dấu hai chấm.
- Tên và số thứ tự của hình **được đặt ở phía dưới hình**. Tên hình được viết ngắn gọn, dễ hiểu, thể hiện đúng nội dung của hình. Nếu hình được trích từ tài liệu thì tên tác giả và năm xuất bản được viết trong ngoặc đơn và đặt theo sau tựa hình.
- Nếu hình trình bày theo khổ giấy nằm ngang, đầu hình quay vào chỗ đóng bìa.
- Hình lớn được trình bày một trang riêng. Hình nhỏ trình bày chung với bài viết.
- *Đánh số bảng*: Việc đánh số thứ tự của bảng cũng tương tự như trình bày hình. (Lưu ý việc đánh số bảng và hình là **độc lập với nhau**. Ví dụ: Hình 2.1 và Bảng 2.1 là không liên quan với nhau về mặt thứ tự.

- *Tên bảng*: Yêu cầu ngắn gọn, đầy đủ, rõ ràng và phải chứa đựng nội dung, thời gian, không gian mà số liệu biểu hiện trong bảng.
- Trình bày bảng và hình trên 1 trang giấy. Nếu bảng quá dài, phải cắt bảng ra và có tiêu đề bảng cho phần còn lại của bảng ở trang sau liền kề.
- Trước và sau mỗi bảng hoặc hình phải cách 1 hàng trống.
- Bề ngang của bảng và hình phải bằng chiều ngang của phần chữ (Text). **Ví dụ:**

**Bảng 2.3: Doanh thu bán hàng của công ty ABC giai đoạn 2016 - 2018**

*Đơn vị tính: nghìn đồng*

Stt	Mặt hàng	2016	2017	2018
1	Mặt hàng A	2.003.000	2.153.015	2.489.215
2	Mặt hàng B	1.265.012	1.265.021	1.561.123

Nguồn: Báo cáo kế toán của Công ty..., năm 2019

Tên bảng được đặt ngay sau số thứ tự của bảng, chữ thường, in đậm, **được đặt ở phía trên của bảng.**



**Hình 2.3: Sơ đồ cơ cấu tổ chức phòng marketing công ty ABC**

Tên hình được đặt ngay sau số thứ tự của hình, chữ thường, in đậm, **được đặt ở phía trên của bảng.**

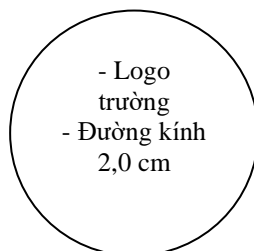
Nguồn tài liệu: nêu rõ nguồn, thời gian, không gian, đặt phía dưới bảng, góc phải, size: 10, in nghiêng. Tất cả nhưng phần tham khảo phải ghi nguồn, KHÔNG NGHI NGUỒN những phần do sinh viên tự làm vì đã có cam đoan ở phần đầu.

Nếu bảng được trình bày theo khổ giấy nằm ngang thì đầu bảng quay vào chỗ đóng bìa.

Hạn chế tối đa viết tắt. Trường hợp cụm từ quá dài, lặp lại nhiều lần thì có thể viết tắt. Tất cả những chữ viết tắt, phải được viết đầy đủ lần đầu tiên và có chữ viết tắt kèm theo trong ngoặc đơn. Không được viết tắt ở đầu câu. Trước trang mục lục phải có bảng danh mục chữ viết tắt đã sử dụng trong báo cáo.

## PHỤ LỤC 2: MỘT SỐ MẪU ĐÍNH KÈM

**BỘ TÀI CHÍNH** (size 13)  
**TRƯỜNG ĐẠI HỌC TÀI CHÍNH – MARKETING**



**Họ và tên nhóm sinh viên** (size 13)

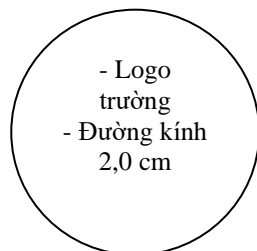
**BÁO CÁO THỰC HÀNH NGHỀ NGHIỆP 2** (size 18)  
**TÊN ĐỀ TÀI**

Ngành: <**TÊN NGÀNH**> (size 14)  
Chuyên ngành: <**TÊN CHUYÊN NGÀNH**> (size 14)

TP. Hồ Chí Minh, <năm> (size 13)



H  
BỘ TÀI CHÍNH (size 13)  
TRƯỜNG ĐẠI HỌC TÀI CHÍNH – MARKETING



**BÁO CÁO THỰC HÀNH NGHỀ NGHIỆP 2 (size 18)**  
**TÊN ĐỀ TÀI**

Ngành: <TÊN NGÀNH> (size 14)  
Chuyên ngành: <TÊN CHUYÊN NGÀNH> (size 14)

Nhóm sinh viên thực hiện: (size 13)  
Họ tên: - MSSV: - Lớp: (size 13)  
Giảng viên hướng dẫn: (size 13)

TP. Hồ Chí Minh, <năm> (size 13)

**CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM**  
**Độc lập – Tự do – Hạnh phúc**

-----

**NHẬN XÉT CỦA ĐƠN VỊ THỰC TẬP (nếu có)**

**Họ và tên sinh viên:** ..... **MSSV:** .....

**1. Thời gian thực hành nghề nghiệp**

.....  
.....

**2. Bộ phận thực hành nghề nghiệp**

.....  
.....

**3. Nhận xét về sinh viên trong thời gian thực tập nghề nghiệp ở đơn vị**

Thực hiện nội qui, qui chế tại doanh nghiệp

.....  
.....

Thái độ đối với công việc, năng lực tự chủ, tự chịu trách nhiệm

.....  
.....

Kỹ năng chuyên môn, kỹ năng mềm

.....  
.....

Kiến thức ngành, chuyên ngành

.....  
.....

Đánh giá bằng điểm số theo thang điểm 10:

.....  
.....

Ngày..... tháng..... năm.....

**Đơn vị thực tập**

(Ký tên, ghi rõ họ tên và đóng dấu)

(Mẫu 04)

## NHẬN XÉT CỦA GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN

Họ và tên sinh viên: ..... MSSV: .....

(Phần này dành cho GV hướng dẫn trực tiếp ghi nhận xét về SV thực tập nghề nghiệp)

<b>Điểm bằng số</b>	<b>Chữ ký giảng viên</b>
(Điểm bằng chữ)	(Họ tên giảng viên)

**KHOA MARKETING**

**TS. GVC. NGUYỄN XUÂN TRƯỜNG**