

Số: 17/KH-MKT

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 23 tháng 09 năm 2024

**KẾ HOẠCH THỰC HÀNH NGHỀ NGHIỆP
HỆ ĐẠI HỌC CHÍNH QUY, CHƯƠNG TRÌNH CHẤT LƯỢNG CAO
TIẾNG ANH TOÀN PHẦN NGÀNH MARKETING
HỌC KỲ 3 NĂM 2024**

1. CĂN CỨ

- Căn cứ chương trình đào tạo các chuyên ngành thuộc khoa Marketing quản lý, thể hiện qua cấu trúc chương trình đào tạo và kế hoạch giảng dạy;
- Căn cứ tiến độ đào tạo theo sơ đồ Grantt mà phòng Quản lý đào tạo đã triển khai;
- Căn cứ đề cương học phần thực hành nghề nghiệp (Practicum).

2. MỤC TIÊU

- Giúp sinh viên hệ thống lại kiến thức marketing đã học và vận dụng để phân tích, đánh giá các hoạt động marketing trong thực tiễn.
- Để sinh viên nắm được sơ đồ, cơ cấu tổ chức của bộ phận marketing trong doanh nghiệp, hiểu được yêu cầu về trình độ, năng lực của từng vị trí trong bộ phận Marketing tại doanh nghiệp.
- Giúp sinh viên hiểu rõ được vị trí, vai trò, qui trình hoạt động Marketing trong môi trường thực tế doanh nghiệp.
- Sinh viên làm quen được với thực tế tại doanh nghiệp, với thị trường để bước đầu thực hiện thu thập dữ liệu, phân tích đánh giá thực trạng marketing và đề xuất hoạt động marketing cho doanh nghiệp.

3. YÊU CẦU

3.1. Yêu cầu chung

- Sinh viên phải chấp hành nghiêm chỉnh qui định của Nhà trường, của Khoa, của doanh nghiệp và trong quá trình thực hiện thực hành nghề nghiệp.
- Sinh viên thực hiện nhiệm vụ và các yêu cầu theo kế hoạch thực hành nghề nghiệp (THNN) và sự hướng dẫn 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

- Báo cáo thực hành nghề nghiệp là báo cáo thực hành bắt buộc đối với sinh viên, nội dung báo cáo được viết bằng tiếng Anh. Sinh viên chọn đề tài, viết nhật ký thực hành nghề nghiệp, thu thập dữ liệu, phân tích, viết báo cáo theo qui định trong kế hoạch THNN và đề cương học phần thực hành nghề nghiệp.
- Sinh viên phải tham khảo các giáo trình, tài liệu theo yêu cầu của giảng viên hướng dẫn để đảm bảo viết báo cáo thực hành nghề nghiệp đáp ứng chuẩn đầu ra của học phần.



- Kết thúc thời gian làm đề tài sinh viên phải nộp báo cáo tổng kết theo đúng quy định về hình thức, nội dung, trích nguồn và tài liệu tham khảo, đồng thời nộp file mềm và báo cáo kiểm tra đạo văn.

4. LĨNH VỰC NGHIÊN CỨU

Sinh viên (SV) có thể chọn một trong hai hướng thực hành nghề nghiệp sau đây:

4.1. Thực hành tại một doanh nghiệp/ tổ chức cụ thể

Ngoài yêu cầu mô tả, phân tích, đánh giá cơ cấu tổ chức, quy trình và thực trạng hoạt động marketing hiện tại, sinh viên có thể chọn một vấn đề hoặc một mảng hoạt động marketing tại doanh nghiệp để đi sâu phân tích và đánh giá:

- Hoạt động nghiên cứu thị trường của doanh nghiệp.
- Hoạt động hoạch định, triển khai các hoạt động marketing của doanh nghiệp.
- Hoạt động hoạch định, triển khai chiến lược STP tại doanh nghiệp.
- Hoạt động hoạch định, triển khai chiến lược marketing tại doanh nghiệp.
- Hoạt động truyền thông marketing tại doanh nghiệp.
- Hoạt động quản trị thương hiệu tại doanh nghiệp.
- Hoạt động marketing quốc tế, marketing xuất nhập khẩu của doanh nghiệp.
- Các đề tài liên quan khác...

4.2. Nghiên cứu thực tế hoạt động marketing diễn ra trên thị trường

Ngoài yêu cầu mô tả, phân tích, đánh giá cơ cấu tổ chức, quy trình và thực trạng hoạt động marketing hiện tại của một số doanh nghiệp, sinh viên có thể chọn một vấn đề hoặc một mảng hoạt động marketing trong thực tế để đi sâu phân tích, so sánh và đánh giá:

- Hoạt động marketing của một số doanh nghiệp trong cùng 1 ngành hàng.
- Hoạt động hoạch định, triển khai chiến lược STP tại một số doanh nghiệp trong cùng 1 ngành hàng.
- Hoạt động hoạch định, triển khai chiến lược Marketing Mix tại doanh nghiệp trong cùng 1 ngành hàng.
- Hoạt động marketing tại một số doanh nghiệp khác nhau về ngành hàng.
- Hoạt động marketing tại một số doanh nghiệp khác nhau về qui mô.
- Hoạt động marketing tại một số doanh nghiệp khác nhau về phạm vi hoạt động và địa bàn.
- Các đề tài liên quan khác...

5. TỔ CHỨC THỰC HIỆN

5.1. Hội đồng thực hành nghề nghiệp

- | | |
|--|--------------|
| 1. TS. Bảo Trung - Trưởng Khoa | : Chủ tịch |
| 2. TS. Dư Thị Chung - Trưởng Bộ môn | : Thành viên |
| 3. Th.S Nguyễn Thái Hà - Phó trưởng Bộ môn | : Thành viên |
| 4. Th.S Võ Thị Kim Ngân - Thư ký khoa | : 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.

5.3. Nhiệm vụ của giảng viên hướng dẫn (GVHD)

- Lập kế hoạch gặp sinh viên để hướng dẫn, đăng ký lịch gặp hướng dẫn với Nhà Trường và thực hiện theo đúng lịch đã đăng ký;
- Phổ biến kế hoạch THNN, kiểm tra SV để đảm bảo SV nắm rõ kế hoạch THNN, đề cương học phần THNN và các quy định cụ thể trong kế hoạch cũng như đề cương học phần;
- Hướng dẫn lập SV lập kế hoạch THNN của riêng từng SV, lập đề cương chi tiết và nhật ký thực hành nghề nghiệp;
- Định hướng đề tài cho sinh viên, giới thiệu doanh nghiệp cho sinh viên thực tập tại doanh nghiệp (nếu cần);
- Giới thiệu hoặc chỉ định các tài liệu tham khảo liên quan đề tài, hướng dẫn SV thực hiện THNN theo kế hoạch, bám sát thực tế và yêu cầu;
- Theo dõi, đôn đốc, nhắc nhở, kiểm tra SV trong suốt quá trình thực hiện đề tài;
- Thực hiện chỉnh sửa bản thảo và góp ý cho sinh viên hoàn thiện bản thảo;
- Hướng dẫn sinh viên trong suốt quá trình thực THNN, phối hợp với doanh nghiệp hướng dẫn (nếu có); Hướng dẫn SV hoàn tất đề tài theo yêu cầu về hình thức và nội dung;
- 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 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.

5.4. Nhiệm vụ của sinh viên

- Sinh viên lập kế hoạch thực hiện THNN cá nhân và nhật ký THNN, chọn đề tài, đăng ký và xác nhận đề tài khi gặp giảng viên hướng dẫn;
- Sinh viên phải gặp GVHD theo đúng thời hạn quy định (sau 2 tuần triển khai kế hoạch nếu sinh viên không gặp GVHD thì sẽ không được tiếp tục tham gia đề tài và nhận điểm không của học phần này);
- Chọn đề tài, viết đề cương chi tiết dưới sự hướng dẫn của GVHD;
- Nghiên cứu sách giáo trình liên quan đến đề tài thuộc phạm vi môn học Nguyên lý Marketing và các tài liệu thực tế;
- Xuống doanh nghiệp/ tổ chức hoặc thị trường để thu thập thông tin, dữ liệu phục vụ cho viết báo cáo;
- Gặp giảng viên hướng dẫn theo lịch đã đăng ký và cả online (nếu cần), lấy giấy xác nhận của doanh nghiệp và nhận xét đánh giá (nếu có);
- Thu thập thông tin, dữ liệu, xử lý và viết bản thảo đề tài, chỉnh sửa theo góp ý của GVHD và hoàn tất bản in theo qui định;



- Nộp các sản phẩm trong quá trình thực hành cho giảng viên hướng dẫn bao gồm: 01 bản báo cáo thực hành nghề nghiệp (bản cứng); 01 file mềm báo cáo thực hành nghề nghiệp (có kèm báo cáo kiểm tra đạo văn qua phần mềm kiểm tra trùng lặp).

5.5. Tiến độ thực hiện

Thời gian thực hiện đề tài: từ **30/09/2024 đến 08/12/2024**, cụ thể:

THỜI GIAN	CÔNG VIỆC
Công tác chuẩn bị	
- Từ 16/09 đến 22/09/2024 - Từ 23/09 đến 29/09/2024	- Phổ biến kế hoạch đã duyệt đến lớp - Lập danh sách phân công – thông báo
Sinh viên thực hiện đề tài	
- Từ 30/09 đến 06/10/2024 - Từ 07/10 đến 20/10/2024 (3 tuần)	- SV gặp GVHD, xây dựng đề cương chi tiết, lập nhật ký thực hành nghề nghiệp - GV góp ý, SV chỉnh sửa đề cương, kế hoạch
- Từ 21/10 đến 10/11/2024 (3 tuần)	- Tập hợp thông tin, viết bản thảo
- Từ 11/11 đến 24/11/2024 (2 tuần)	- SV nộp bản thảo, giảng viên góp ý - SV tiếp thu, chỉnh sửa và hoàn chỉnh báo cáo
- Từ 25/11 đến 08/12/2024 (2 tuần)	- Chỉnh sửa – Hoàn chỉnh bản in - Nộp bản chính báo cáo, báo cáo kiểm tra đạo văn và nhật ký thực tập
Chấm báo cáo và nộp điểm	
- Từ 09/12 đến 13/12/2024	- Giảng viên chấm báo cáo và nộp điểm cho khoa - Khoa họp hội đồng (nếu cần thiết)
- 16/12/2024	- Khoa nộp điểm cho Phòng khảo thí-QLCL

6. ĐÁNH GIÁ THỰC HÀNH NGHỀ NGHIỆP

- Điểm đánh giá thực hành nghề nghiệp được đánh giá theo thang điểm 10, làm tròn đến 0,5. Nguyên tắc làm tròn theo quy định hiện hành của Nhà trường. Điểm thực hành nghề nghiệp 2 được đánh giá theo các tiêu chí và trọng số cụ thể như sau:

Thành phần	Tiêu chí	Tỷ lệ (%)
Điểm quá trình (40%)	Chuyên cần, thái độ học tập	10
	Kiến thức và kỹ năng chuyên môn	20
	Sự tiến bộ trong quá trình học tập	10
Điểm bài báo cáo (60%)	Kiến thức	30
	Kỹ năng	30

- Giảng viên có thể tham khảo ý kiến nhận xét, đánh giá của doanh nghiệp trong trường hợp sinh viên tham gia thực hành, thực tế tại doanh nghiệp để chấm điểm quá trình (40%) cho sinh viên.

- Điểm bài báo cáo thực hành nghề nghiệp (60%) sẽ được giảng viên chấm điểm theo các tiêu chí cụ thể về nội dung và hình thức được quy định trong chi tiết trong kế hoạch này.
- Giảng viên hướng dẫn từ chối không nhận báo cáo THNN và xem như sinh viên bỏ thực hiện THNN trong những trường hợp sau:
 - + Sinh viên có tên trong danh sách, được phân công theo nhóm nhưng không gặp giảng viên hướng dẫn sau khi triển khai kế hoạch 2 tuần.
 - + Sinh viên vi phạm qui chế của nhà trường, quy định của đơn vị thực tập.
 - + Sinh viên không thực hiện đúng các quy định về THNN theo kế hoạch của Khoa.
 - + Sinh viên không thực hiện đúng yêu cầu của giảng viên hướng dẫn trong quá trình THNN.



KHOA MARKETING

TS. BẢO TRUNG

PHỤ LỤC 1: QUI ĐỊNH TRÌNH BÀY BÁO CÁO THNN

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 và đánh giá của giảng viên hướng dẫn (mẫu 04)
- 5) Nhật ký thực hành nghề nghiệp (mẫu 05)
- 6) Lời cam đoan (Endorsement)
- 7) Báo cáo kiểm tra đạo văn (Plagiarism Report)
- 8) Mục lục (Table of contents) (làm mục lục các nội dung, chi tiết đến 3 chữ số)
- 9) Danh mục chữ viết tắt (lập danh mục các từ viết tắt theo thứ tự ABC)
- 10) Danh mục bảng (lập danh mục theo thứ tự của bảng được trình bày trong báo cáo)
- 11) Danh mục hình (lập danh mục theo thứ tự của hình được trình bày trong báo cáo)
- 12) Tóm tắt (Abstract) báo cáo bằng tiếng Việt và tiếng Anh (khoảng 200-250 từ mỗi loại)
- 13) Từ khoá (Keywords): 5 từ khoá, cách nhau bằng dấu phẩy
- 14) Nội dung báo cáo:
 - MỞ ĐẦU (INTRODUCTION)
 - CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN VỀ DOANH NGHIỆP/NGÀNH/THỊ TRƯỜNG (OVERVIEW ABOUT THE COMPANY/INDUSTRY/MARKET)
 - CHƯƠNG 2: PHÂN TÍCH VẤN ĐỀ CỦA TỔ CHỨC (ORGANIZATION OF PROFESSIONAL ACTIVITIES AT THE COMPANY)
 - CHƯƠNG 3: ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP (RECOMMENDATIONS)
 - KẾT LUẬN (CONCLUSION)
- 15) Tài liệu tham khảo
- 16) Phụ lục

2. HÌNH THỨC TRÌNH BÀY

2.1. Khổ giấy, căn lề, trang

- Khổ giấy : Bài THNN in trên giấy khổ A4 (21 x 29,7cm), in 2 mặt.
- Căn lề : Lề trái: 3.5 cm; lề phải: 2 cm; lề trên: 3.5 cm; lề dưới: 3 cm.
- Số trang : Từ 20 - 40 trang (chỉ tính từ phần nội dung báo cáo)
- Đánh số trang : Số trang đặt dưới trang, căn giữa trang.
- Ký hiệu 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...).

2.2. Font chữ, size chữ và trình bày

- Font : Font chữ Time New Roman;
- Size chữ : 13 (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: 6.pt; After: 0 pt.
- Không để mục, tiêu 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.

2.3. Trích nguồn và tài liệu tham khảo

- Việc trích dẫn nguồn và lập danh mục tài liệu tham khảo dựa theo quyết định 857-QĐ-ĐHTCM, quy định về trích dẫn và chống đạo văn Trường ĐH Tài chính - Marketing. Sinh viên tham khảo trên website phòng Quản lý khoa học, theo đường link:

<https://phongquanlykhoa.hoc.ufm.edu.vn/vi/van-ban-phap-quy/857-quy-dinh-ve-trich-dan-va-chong-dao-van-truong-dh-tai-chinh-marketing>

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 can giữa, chú ý cách ngắt chữ xuống dòng phải đủ nghĩa chữ đó. Trang bìa ngoài và bìa trong, theo mẫu, không đánh số trang. Tên đề tài không quá dài (dưới 16 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:

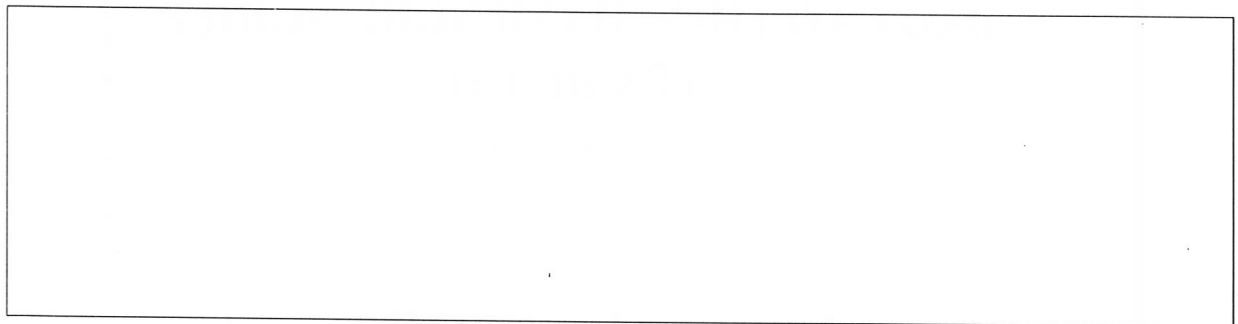
Bảng 2.3: Doanh thu bán hàng của công ty ABC giai đoạn 2016 - 2018

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

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 NGHĨ 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

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

Mẫu 01. Trang bìa

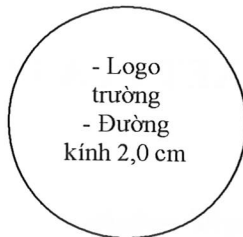
Họ và tên sinh viên (size 13)
MSSV: Lớp: (size 13)

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

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

TP. Hồ Chí Minh, <năm> (size 13)

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



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

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

Sinh viên thực hiện: (size 13)
Giảng viên hướng dẫn: (size 13)
MSSV: LỚp: (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

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)

PHIẾU NHẬN XÉT VÀ ĐÁNH GIÁ BÁO CÁO THỰC HÀNH NGHỀ NGHIỆP

1. Thông tin chung (phần này sinh viên điền thông tin)

- Họ và tên sinh viên: MSSV:

- Tên đề tài (bằng tiếng Anh):

2. Nhận xét, đánh giá bài báo cáo

Tiêu chí/Điểm tối đa	Nhận xét	Điểm
Mức độ hoàn thành mục tiêu của báo cáo (1 điểm)		
Tổng quan về thị trường, doanh nghiệp (2 điểm)		
Phương pháp nghiên cứu (1 điểm)		
Kết quả phân tích thực trạng và đề xuất giải pháp (4 điểm)		
Độ tin cậy của tài liệu tham khảo, dữ liệu nghiên cứu (1 điểm)		
Hình thức trình bày (1 điểm)		
Tổng điểm		
<i>Điểm làm tròn:..... (Viết bằng chữ:.....)</i>		

TP. Hồ Chí Minh, ngày tháng năm 2024

Giảng viên đánh giá 1

Giảng viên đánh giá 2

NHẬT KÝ THỰC HÀNH NGHỀ NGHIỆP

1. Thông tin chung

- Họ và tên sinh viên: MSSV:

- Tên đề tài (bằng tiếng Anh):

- Họ và tên giảng viên hướng dẫn:

2. Bảng nhật ký Thực hành nghề nghiệp

Stt	Tên công việc	Mô tả nội dung cụ thể của công việc	Thời gian thực hiện	Người phụ trách
1	VD: Lên ý tưởng về đề tài nghiên cứu Nghiên cứu lý thuyết liên quan	Sưu tầm các nghiên cứu trước có liên quan Sưu tầm các tài liệu hướng dẫn (giáo trình, tài liệu tham khảo)	01 tuần (từ ngày... đến ngày)	
....		-		
10	Hoàn chỉnh và nộp báo cáo	- In báo cáo chính thức - Nộp bản cứng và các file mềm theo quy định	01 tuần (từ ngày... đến ngày..)	

Tp.Hồ Chí Minh, ngày...tháng... năm 2024

SINH VIÊN THỰC HIỆN

PHỤ LỤC 3:

CÁC TIÊU CHÍ ĐÁNH GIÁ ĐIỂM QUÁ TRÌNH

**TRƯỜNG ĐẠI HỌC
TÀI CHÍNH - MARKETING
KHOA MARKETING**

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

TP. Hồ Chí Minh, ngày..... tháng..... năm

HƯỚNG DẪN CHẤM ĐIỂM QUÁ TRÌNH CHO SINH VIÊN

Điểm quá trình được đánh giá trong suốt quá trình sinh viên tham gia thực hành nghề nghiệp và viết báo cáo, được đánh giá theo các tiêu chí như sau:

1. Thái độ/năng lực tự chủ, tự chịu trách nhiệm của sinh viên (2,5 điểm)

- Thái độ chấp hành nội quy, qui định của trường và đơn vị thực tập
- Thái độ tích cực của sinh viên trong quá trình thực tập, viết báo cáo
- Thái độ đối với giảng viên trong quá trình thực tập và làm báo cáo.
- Sự tích cực học hỏi.
- Tinh thần đoàn kết, hỗ trợ lẫn nhau trong nhóm, trong lớp.
- Trách nhiệm xã hội, đạo đức nghề nghiệp.

2. Kỹ năng (2,5 điểm)

- Vận dụng các kỹ năng nghề nghiệp đã học để viết báo cáo
- Các kỹ năng mềm.

3. Kiến thức (2,5 điểm)

- Kiến thức chung, kiến thức thực tế
- Kiến thức ngành, chuyên ngành

4. Đánh giá sự tiến bộ của sinh viên trong thời gian thực tập (2,5 điểm)

- Sự tiến bộ của sinh viên về thái độ, kỹ năng và kiến thức của sinh viên trong quá trình thực tập.

5. Đánh giá của doanh nghiệp/cơ quan thực tập (nếu có)

- Đánh giá của doanh nghiệp.(nếu có) là tiêu chí tham khảo để đánh giá vào các tiêu chí từ 1 đến 4 ở trên.

KHOA MARKETING

PHỤ LỤC 4:

PHIẾU ĐÁNH GIÁ QUÁ TRÌNH (mẫu dành cho GVHD)

TRƯỜNG ĐẠI HỌC
TÀI CHÍNH - MARKETING
KHOA MARKETING

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

PHIẾU ĐÁNH GIÁ QUÁ TRÌNH

I. Thông tin chung

- Họ và tên sinh viên: Lớp:
- Tên đề tài:
-
- Họ và tên giảng viên hướng dẫn:.....

II. Nhận xét về quá trình thực tập và viết báo cáo:

Tiêu chí/Điểm tối đa	Nhận xét	Điểm
Thái độ (2,5 điểm)		
Kỹ năng (2,5 điểm)		
Kiến thức (2,5 điểm)		
Sự tiến bộ (2,5 điểm)		
Tổng điểm		
<i>Điểm làm tròn:.....(Viết bằng chữ:.....)</i>		

TP. Hồ Chí Minh, ngày tháng năm 2024

Giảng viên hướng dẫn

PHỤ LỤC 5:
CÁC TIÊU CHÍ ĐÁNH GIÁ BÁO CÁO THNN

TRƯỜNG ĐẠI HỌC
TÀI CHÍNH - MARKETING
KHOA MARKETING

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

TP. Hồ Chí Minh, ngày tháng năm 2024

HƯỚNG DẪN ĐÁNH GIÁ BÁO CÁO THNN

Bài báo cáo THNN1 được đánh giá theo các tiêu chí như sau:

1. Mức độ hoàn thành mục tiêu của báo cáo và ý nghĩa của đề tài (1 điểm)

- Làm rõ tính cấp thiết và ý nghĩa của đề tài.
- Mục tiêu của đề tài được xác định rõ ràng, cụ thể và đánh giá tổng quát, đề tài đã đạt được mục tiêu đề ra.
- Đối tượng, phạm vi nghiên cứu, ý nghĩa của nghiên cứu trình bày rõ ràng, hợp lý.

2. Cơ sở lý thuyết (2 điểm)

- Cơ sở lý thuyết phù hợp, logic với các phần thực trạng và đề xuất của đề tài. Chỉ đưa những vấn đề lý thuyết mà các chương sau có sử dụng đến, không đưa thừa.
- Các cơ sở lý thuyết đáng tin cậy (chú ý tính cập nhật trong 5 năm gần nhất).
- Thể hiện được khung lý thuyết (framework) của vấn đề nghiên cứu (kế hoạch marketing/chiến lược marketing/thương hiệu...) một cách logic với những yếu tố làm cơ sở để đề xuất.

3. Phương pháp nghiên cứu (1 điểm)

- Phương pháp nghiên cứu phù hợp với mục tiêu đề ra, các bước thực hiện nghiên cứu được trình bày rõ ràng, cụ thể, dữ liệu được thu thập và phân tích có giá trị cho đề xuất các giải pháp, gợi ý chính sách, hàm ý quản trị...

4. Kết quả phân tích và thảo luận (3 điểm)

- Phân tích, đánh giá được tổng quan tình hình thị trường, thực trạng hoạt động kinh doanh và marketing của các doanh nghiệp trong ngành hàng/thị trường;
- Sử dụng dữ liệu hợp lý và đáng tin cậy cho các nội dung phân tích, đánh giá;
- Thảo luận và đưa ra các kết luận, quan điểm đánh giá dựa trên kết quả phân tích.

5. Đề xuất hàm ý chính sách, quản trị; giải pháp và kiến nghị (nếu có) (2 điểm)

- Đánh giá và tóm lược được các kết quả nghiên cứu mà đề tài đã đạt được;
- Đề xuất được gợi ý chính sách, hàm ý quản trị hay chiến lược/kế hoạch hay chương trình hành động... phù hợp với chủ đề cũng như dựa trên các kết quả nghiên cứu, các đánh giá, phân tích đã đạt được.

6. Hình thức và kết cấu báo cáo (1,0 điểm)

- Tên đề tài rõ ràng, ngắn gọn, hợp lý.
- Trình bày rõ ràng, sạch, đẹp và đúng.

- Bảng, hình rõ đẹp, khoa học.
- Lỗi chính tả, lỗi đặt câu không đáng kể.
- Trình bày trích dẫn và liệt kê tài liệu tham khảo khoa học, đầy đủ và đúng.
- Bố cục chặt chẽ, mạch lạc.
- Kết cấu hợp lý, phù hợp với đề tài nghiên cứu.

KHOA MARKETING