

Số: /KH-MKT

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày tháng năm 202

KẾ HOẠCH

**Tổ chức Khóa luận tốt nghiệp Ngành Marketing/Chuyên ngành Quản trị
Marketing Khóa 19 – Lớp 23CDK19-MA1; Khóa 8 – Lớp 23DH2K8-MA1
hình thức Vừa làm vừa học**

Căn cứ Kế hoạch số 3655/KH-ĐHTCM-ĐTTX, ngày 10 tháng 12 năm 2024 về việc tổ chức Khóa luận tốt nghiệp, Thực tập cuối khóa và dự kiến thời gian tốt nghiệp Ngành Marketing/Chuyên ngành Quản trị Marketing Khóa 19 – Lớp 23CDK19-MA1; Khóa 8 – Lớp 23DH2K8-MA1 hình thức Vừa làm vừa học;

Căn cứ kế hoạch đào tạo của Nhà trường;

Căn cứ vào tình hình và khả năng thực hiện của khoa Marketing;

Khoa Marketing xây dựng kế hoạch tổ chức Khóa luận tốt nghiệp (KLTN) cho sinh viên Ngành Marketing/Chuyên ngành Quản trị Marketing Khóa 19 – Lớp 23CDK19-MA1; Khóa 8 – Lớp 23DH2K8-MA1 hình thức Vừa làm vừa học như sau:

1. MỤC TIÊU THỰC TẬP VÀ VIẾT KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

- Giúp sinh viên củng cố, phát triển kiến thức Ngành Marketing/Chuyên ngành Quản trị Marketing. Vận dụng kiến thức, kỹ năng vào nghiên cứu và giải quyết các vấn đề thực tiễn về marketing một cách sáng tạo cho các doanh nghiệp/tổ chức, hoặc ngành hay thị trường.

- Phát triển các kỹ năng nghề nghiệp (cứng) và kỹ năng mềm cho sinh viên, giúp sinh viên thích ứng với môi trường để giải quyết những vấn đề marketing thực tế.

- Rèn luyện, phát triển năng lực tự chủ tự chịu trách nhiệm, tự nghiên cứu, tự học tập để phát triển bản thân, tiếp cận với hoạt động marketing trên thực tế và khả năng giải quyết vấn đề trong lĩnh vực marketing trên cơ sở trách nhiệm xã hội và đạo đức nghề nghiệp.

2. YÊU CẦU THỰC TẬP VÀ VIẾT KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

- Trong thời gian thực tập tốt nghiệp và viết KLTN, sinh viên phải thực hiện đúng các quy định của Nhà trường, khoa/bộ môn và giảng viên hướng dẫn (GVHD). Sinh viên phải áp dụng các phương pháp nghiên cứu phù hợp để thu thập và phân tích dữ liệu có liên quan đến đề tài và viết KLTN.

- Sinh viên phải thực hiện nghiêm túc các yêu cầu của GVHD về thời gian, hình thức, cách thức gặp gỡ, nộp đề cương, bản thảo và khóa luận trong quá trình thực tập, viết KLTN.

2.1. Đối với những sinh viên thực tập tại các doanh nghiệp/tổ chức sẽ thực hiện các nhiệm vụ sau: (Khuyến khích sinh viên thực hiện)

2.1.1. Tìm hiểu các hoạt động kinh doanh tại doanh nghiệp/tổ chức

- Tìm hiểu quá trình hình thành và phát triển của doanh nghiệp/tổ chức.
- Phân tích về cơ cấu tổ chức của doanh nghiệp/tổ chức.
- Đánh giá điều kiện và tình hình kinh doanh cũng như hoạt động marketing trong những năm qua của doanh nghiệp/tổ chức.

2.1.2. Tìm hiểu vận dụng hoạt động marketing tại đơn vị thực tập

- Đánh giá đặc điểm về môi trường, thị trường, khách hàng và đối thủ cạnh tranh của doanh nghiệp/tổ chức.
- Đánh giá đặc điểm và mô hình tổ chức và cách thức triển khai hoạt động của bộ phận marketing tại doanh nghiệp/tổ chức.
- Phân tích tình hình ứng dụng marketing tại doanh nghiệp/tổ chức.

2.1.3. Đánh giá hiện trạng hoạt động marketing tại các doanh nghiệp và đề xuất các chiến lược/kế hoạch/hoạt động/giải pháp marketing cho doanh nghiệp/tổ chức trong thời gian 1-3 năm tới

- Phân tích hiệu quả hoạt động marketing của doanh nghiệp/tổ chức (đánh giá các tiêu chí bằng định tính và định lượng).
- Đánh giá những mặt mạnh và những tồn tại trong ứng dụng marketing tại doanh nghiệp/tổ chức.

- Phân tích và dự báo các yếu tố môi trường, đặc điểm thị trường, viễn cảnh thị trường, phân tích cạnh tranh, khách hàng và nội bộ doanh nghiệp/tổ chức, từ đó xác định cơ hội và thách thức cho doanh nghiệp trong thời gian 1-3 năm tới.

- Hoạch định các chiến lược/kế hoạch/giải pháp marketing một cách sáng tạo cho doanh nghiệp trong 1-3 năm tới.

- Lập kế hoạch nguồn lực tài chính, cơ sở vật chất, nhân sự... để thực hiện được các chiến lược/kế hoạch/giải pháp marketing cho doanh nghiệp đã đề xuất.

- Đề xuất các phương pháp kiểm tra, đo lường đánh giá các chiến lược/kế hoạch/giải pháp marketing đã đề xuất và các phương án dự phòng nếu các chiến lược/kế hoạch/giải pháp marketing không đạt được yêu cầu.

- Đề xuất giải pháp, hàm ý một cách sáng tạo, kiến nghị đối với doanh nghiệp/tổ chức nơi thực tập hay cơ quan quản lý.

2.2. Đối với các sinh viên không thực tập tại các doanh nghiệp/tổ chức mà thực hiện các đề tài liên quan đến ngành hàng, thị trường (phân tích hoạt động marketing chung của các doanh nghiệp trong ngành hàng; nghiên cứu đặc điểm thị trường, tâm lý và thói quen tiêu dùng, ...) sẽ thực hiện các nhiệm vụ sau:

- Thu thập các dữ liệu thứ cấp về ngành hàng, thị trường của ngành, một số doanh nghiệp tiêu biểu trong ngành hoặc nghiên cứu hành vi của người tiêu dùng, của thị trường.

- Sử dụng các phương pháp nghiên cứu marketing phù hợp để thu thập, phân tích, đánh giá các thông tin sơ cấp về ngành hàng, thị trường, hành vi tiêu dùng và một số doanh nghiệp tiêu biểu trong ngành.

- Xử lý dữ liệu, phân tích dữ liệu để rút ra kết quả nghiên cứu. Đánh giá, thảo luận về kết quả nghiên cứu để rút ra kết luận và đề xuất các hàm ý chính sách một cách sáng tạo hoặc chiến lược/kế hoạch/giải pháp hiệu quả về vấn đề nghiên cứu.

2.3. Viết Khóa luận tốt nghiệp

- Trong thời gian thực tập tốt nghiệp sinh viên phải viết đề cương thực tập tốt nghiệp, đề cương KLTN, bản thảo KLTN trình cho GVHD.

- Sinh viên phải chỉnh sửa, hoàn chỉnh KLTN theo sự hướng dẫn của giảng viên được phân công. Cấu trúc, nội dung và hình thức KLTN phải thực hiện theo yêu cầu của Khoa (kèm theo kế hoạch này).

- KLTN phải có tóm tắt, từ khóa bằng tiếng Việt và tiếng Anh.

3. DANH MỤC CÁC DẠNG ĐỀ TÀI

3.1. Đề tài về marketing cho doanh nghiệp/tổ chức (Gợi ý)

1. Hoạch định chiến lược/kế hoạch marketing, quản trị thương hiệu, truyền thông marketing của một doanh nghiệp/tổ chức trong các lĩnh vực công nghiệp – xây dựng, nông nghiệp, dịch vụ cho giai đoạn 1-3 năm tới.

2. Quản trị chiến lược sản phẩm/giá/phân phối/truyền thông của doanh nghiệp/tổ chức.

3. Chiến lược phát triển sản phẩm mới, cải tiến sản phẩm của doanh nghiệp/tổ chức.

4. Quản trị chiến lược truyền thông marketing tích hợp cho doanh nghiệp/tổ chức.

5. Phân tích hoạt động marketing kỹ thuật số/quản trị quảng cáo,...cho doanh nghiệp/tổ chức.

6. Phân tích hoạt động quản trị thương hiệu cho doanh nghiệp/tổ chức.

7. Phân tích chiến lược xây dựng và phát triển thương hiệu cho doanh nghiệp/tổ chức.

8. Các đề tài khác thuộc phạm vi ngành Marketing/các chuyên ngành thuộc ngành.

3.2. Đề tài về ngành hàng, lĩnh vực hoặc nghiên cứu thị trường, người tiêu dùng (Gợi ý)

1. Nghiên cứu hoạt động quản trị marketing/quản trị thương hiệu/truyền thông marketing của các doanh nghiệp trong ngành hàng.

2. Nghiên cứu sự thay đổi trong hành vi của người tiêu dùng hay hành vi tiêu dùng của tổ chức dưới tác động của các yếu tố môi trường và theo thời gian.

3. Nghiên cứu đặc điểm và thói quen tiêu dùng một chủng loại sản phẩm/thương hiệu của người tiêu dùng.

4. Đặc điểm vận động của thị trường tác động đến chiến lược marketing của doanh nghiệp/tổ chức.

5. Các đề tài nghiên cứu định lượng liên quan đến hoạt động marketing tại các doanh nghiệp/tổ chức.

6. Các đề tài khác thuộc phạm vi lĩnh vực marketing phù hợp với yêu cầu thực tế và phải được sự đồng ý của giảng viên hướng dẫn (GVHD).

4. TỔ CHỨC THỰC HIỆN

4.1. Công tác chuẩn bị

- Sau khi kế hoạch thực tập đã được Ban Giám hiệu phê duyệt, Khoa sẽ phổ biến cho sinh viên để sinh viên liên hệ đơn vị thực tập hoặc định hình nghiên cứu với đề tài gắn với doanh nghiệp/tổ chức hay nghiên cứu thị trường (02 tuần).

- Thông báo Danh sách các nhóm thực tập và GVHD, chậm nhất 20/12/2024.

- Sinh viên phải theo dõi thông báo của Khoa về phân nhóm và GVHD, gặp GVHD đúng thời hạn.

- Sinh viên đăng ký đề tài thực tập với GVHD. Sau khi GVHD chấp nhận, sinh viên gửi đề tài cho Khoa theo sự hướng dẫn của GVHD để sàng lọc, tránh trùng lặp đề tài.

Tổ chức chỉ đạo thực tập, phân công giảng viên

Ban chỉ đạo

- | | |
|--|------------------|
| 1. TS. Bảo Trung | - Trưởng ban |
| 2. TS. Dư Thị Chung, ThS. Nguyễn Thái Hà | - Phó Trưởng ban |
| 3. ThS. Bùi Thị Thanh | - Thư ký |

Các giảng viên tham gia hướng dẫn: Căn cứ các quy định hiện hành của Nhà trường, Khoa Marketing và các bộ môn sẽ chịu trách nhiệm phân công các giảng viên đáp ứng đủ điều kiện hướng dẫn KLTN.

4.2. Trách nhiệm đối với giảng viên hướng dẫn thực tập tốt nghiệp và viết Khóa luận tốt nghiệp

- GVHD có trách nhiệm hướng dẫn sinh viên đăng ký đề tài và thực hiện các bước thực tập, viết Khóa luận theo quy định và trong thời gian của kế hoạch này.

- GVHD hỗ trợ tìm kiếm chỗ thực tập cho sinh viên (khi cần thiết) và khuyến khích sinh viên làm báo cáo tại một doanh nghiệp/tổ chức cụ thể.

- Có chế độ sinh hoạt chuyên môn thường kỳ đối với sinh viên (theo quy định của Nhà trường).
- Hướng dẫn sinh viên viết đề cương thực tập và đề cương KLTN cho sinh viên.
- Chỉ định và hướng dẫn sinh viên tìm tài liệu và tra cứu tài liệu tham khảo phục vụ viết KLTN.
- Đặt ra các yêu cầu về dữ liệu, hướng dẫn sinh viên thu thập dữ liệu, phân tích dữ liệu.
- Báo cáo kịp thời tình hình thực tập của sinh viên cho ban lãnh đạo Khoa.
- Góp ý, chỉnh sửa bản thảo khoá luận tốt nghiệp cho sinh viên, đảm bảo nội dung, hình thức và yêu cầu.
- Chấm điểm quá trình thực tập tốt nghiệp và KLTN cho sinh viên và nộp điểm về Khoa đúng hạn.

4.3. Trách nhiệm của sinh viên trong thời gian thực tập và viết KLTN

- Trong thời gian thực tập tại đơn vị, sinh viên phải tuân theo các chế độ quy định của đơn vị thực tập về giờ giấc, chế độ bảo mật tài liệu và an toàn lao động. Khi đến đơn vị thực tập sinh viên phải ăn mặc lịch sự, giao tiếp lễ phép, hòa nhã với cán bộ nhân viên tại nơi thực tập.
- Sinh viên muốn nhận giấy giới thiệu thực tập thì liên hệ về Khoa để Khoa làm giấy giới thiệu và sinh viên sẽ nhận giấy giới thiệu tại văn phòng khoa.
- Sinh viên không được thay đổi đề tài (hay địa điểm/đơn vị thực tập) sau 03 tuần thực tập (kể từ thời điểm bắt đầu tính thời gian thực tập).
- Sau 02 tuần thực tập nếu sinh viên không đến đơn vị thực tập hoặc không gặp GVHD, sẽ phải dừng tiến độ thực tập và nhận điểm không (0) của điểm quá trình và điểm KLTN.
- Sau 04 tuần thực tập nếu sinh viên chưa hoàn tất đề cương thực tập, sẽ phải dừng tiến độ thực tập và nhận điểm không (0) của điểm quá trình và điểm KLTN.
- Không được tự ý vắng mặt tại đơn vị thực tập hoặc họp nhóm với GVHD mà không có lý do. Sinh viên nào vắng quá 03 lần các buổi họp nhóm với GVHD không có lý do chính đáng sẽ bị đình chỉ thực tập và nhận điểm không (0) của điểm quá trình và điểm KLTN.

- Không được tự ý thay đổi đề tài, đơn vị thực tập hoặc thay đổi GVHD mà chưa được sự đồng ý của GVHD.

- Kết thúc thực tập, sinh viên phải nộp các sản phẩm trong quá trình thực tập cho GVHD bao gồm: 01 bản in KLTN (nếu thực tập tại 1 doanh nghiệp/ tổ chức cụ thể phải có xác nhận, đánh giá của đơn vị thực tập); 01 bản in nhật ký thực tập; 01 file mềm dưới dạng file nén (gồm: KLTN định dạng pdf, nhật ký thực tập định dạng pdf, dữ liệu gốc theo định dạng excel, file SPSS, AMOS, SmartPLS... cùng bảng khảo sát, link khảo sát và các tài liệu khác có liên quan đến quá trình thực tập và viết KLTN).

- KLTN phải tuân thủ luật sở hữu trí tuệ và các quy định của pháp luật. Nghiêm cấm đạo văn dưới mọi hình thức (Áp dụng theo Quyết định số 857/QĐ-ĐHTCM, ngày 25/3/2022 về việc ban hành Quy định về trích dẫn và chống đạo văn của Trường Đại học Tài chính – Marketing)

- Đến thời hạn nộp KLTN, sinh viên nộp trễ hạn sẽ nhận điểm không (0) của điểm quá trình và điểm KLTN.

4.4. Quy định về thời gian thực tập và viết Khóa luận tốt nghiệp

Thời gian 10 tuần, từ 23/12/2024 đến 17/3/2024, chi tiết:

THỜI GIAN	TUẦN	NỘI DUNG CÔNG VIỆC
T1: 23/12 – 29/12/2024	03 tuần	Sinh viên đến đơn vị thực tập, gặp GVHD, xây dựng đề cương nghiên cứu
T2: 30/12 – 05/01/2025		GVHD sửa đề cương
T3: 06/01 – 12/01/2025		Sinh viên hoàn chỉnh đề cương
T4: 13/01 – 19/01/2025 T5: 03/02 – 09/02/2025	02 tuần	Đọc, tra cứu tài liệu tham khảo
		Khảo sát, thu thập dữ liệu
		Tập hợp và xử lý dữ liệu
T6, T7: 10/02 – 23/02/2025	02 tuần	Viết bản thảo
T8, T9: 24/02 – 09/3/2025	02 tuần	GVHD sửa bản thảo
T10: 10/3 – 17/3/2025	01 tuần	Sinh viên nộp bản in chính thức cho GVHD
18/3 – 31/3/2025		GVHD chấm KLTN và gửi điểm về Khoa

	03 tuần	Hội đồng Khoa chấm KLTN
		Khoa nộp điểm cho trường

5. ĐÁNH GIÁ KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

Kết quả thực tập của sinh viên được đánh giá dựa trên 02 nội dung:

(1) Quá trình thực hiện các bước thực tập: viết đề cương, đọc tài liệu, thực hiện chương trình, kế hoạch thực tập, thu thập xử lý dữ liệu, hoàn thành KLTN đúng thời hạn,...

(2) Đánh giá nội dung và hình thức trình bày KLTN phải thực hiện theo đúng quy định của Khoa Marketing.

- Điểm đánh giá KLTN gồm có: điểm đánh giá quá trình thực tập chiếm 40% (do GVHD quyết định dựa trên đánh giá kiến thức, kỹ năng và thái độ) và điểm KLTN chiếm 60% (do GVHD chấm và giảng viên phản biện chấm), được tính theo thang điểm 10 (mười), làm tròn đến 0,1 theo quy định hiện hành của Nhà trường.

- Điểm đánh giá KLTN là điểm trung bình có trọng số của các điểm đánh giá quá trình thực tập và điểm KLTN, theo thang điểm 10 (mười), làm tròn đến 0,1 theo quy định hiện hành của Nhà trường

- Quy định cụ thể về việc đánh giá điểm quá trình thực tập, điểm KLTN và các phiếu điểm được Khoa Marketing đính kèm trong phân phụ lục của kế hoạch.

6. TỔNG KẾT

6.1. Sau khi kết thúc thực tập, Khoa sẽ tiến hành tổng kết, rút kinh nghiệm.

6.2. Khoa kết hợp với Trung tâm Tuyển sinh và Quan hệ doanh nghiệp giúp sinh viên gửi thư cảm ơn đến các doanh nghiệp/ tổ chức đã tạo điều kiện giúp đỡ sinh viên thực tập.

BAN GIÁM HIỆU



KHOA MARKETING



TS. Bảo Trung

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

HƯỚNG DẪN CHẤM ĐIỂM QUÁ TRÌNH CHO SINH VIÊN THỰC TẬP TỐT NGHIỆP VÀ VIẾT KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

1. Thang điểm và tiêu chí đánh giá

1.1. Thái độ/năng lực tự chủ, tự chịu trách nhiệm của sinh viên (2,0 điểm)

- Thái độ chấp hành nội quy, quy định của trường và đơn vị thực tập.
- Thái độ gương mẫu, tích cực của sinh viên trong quá trình thực tập, viết khóa luận.
- Thái độ đối với giảng viên trong quá trình thực tập và làm khóa luận tốt nghiệp.
- 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.

1.2. Kỹ năng (3,0 điểm)

- Kỹ năng cứng (kỹ năng nghề nghiệp).
- Kỹ năng mềm.

1.3. Kiến thức (3,0 điểm)

- Kiến thức chuyên môn.
- Kiến thức thực tế.

1.4. Đánh giá sự tiến bộ của sinh viên trong thời gian thực tập tốt nghiệp (2,0 điểm)

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

1.5 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.

2. Hình thức đánh giá và chấm điểm:

- Giảng viên hướng dẫn căn cứ vào mức độ thực tế thực hiện của sinh viên, đưa ra những đánh giá, nhận xét về ưu, nhược điểm của sinh viên (theo mẫu 3).
- Chấm điểm quá trình theo thang điểm 10 và làm tròn đến 0,1 theo quy định hiện hành của Nhà trường.

3. Điểm quá trình:

- Điểm quá trình do giảng viên hướng dẫn chấm là *tổng điểm của các điểm thành phần* và làm tròn đến 0,1 theo quy định hiện hành của Nhà trường.

PHIẾU ĐÁNH GIÁ QUÁ TRÌNH THỰC TẬP TỐT NGHIỆP VÀ LÀM KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

1. Thông tin chung

- Họ và tên sinh viên:Lớp:

-Tên đề tài:
.....
.....

- Họ và tên giảng viên hướng dẫn:.....

2. Nhận xét về quá trình thực tập và viết khóa luận

Tiêu chí/Điểm tối đa	Nhận xét	Điểm
Thái độ <i>Tối đa (2,0 điểm)</i>		
Kỹ năng <i>Tối đa (3,0 điểm)</i>		
Kiến thức <i>Tối đa (3,0 điểm)</i>		
Sự tiến bộ <i>Tối đa (2,0 điểm)</i>		
Tổng điểm		
Điểm làm tròn:.....(Viết bằng chữ:.....)		

TP. Hồ Chí Minh, ngày tháng năm 20....

Giảng viên hướng dẫn

TP. Hồ Chí Minh, ngày tháng năm 20....

QUY ĐỊNH ĐÁNH GIÁ BÀI VIẾT KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP
(Áp dụng cho dạng đề tài: Nghiên cứu thị trường, người tiêu dùng)

1. Thang điểm và tiêu chí đánh giá bài viết khóa luận

1.1. Hình thức và kết cấu khóa luận (1,0 điểm): Hình thức trình bày khóa luận phải đúng quy định, nếu không đúng, giảng viên hướng dẫn và/hoặc giảng viên phản biện có quyền từ chối nhận/chấm.

- Tên đề tài rõ ràng, ngắn gọn, hợp lý.
- Trình bày rõ ràng, sạch, đẹp, dễ đọc
- 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, đúng quy định.
- Bố cục chặt chẽ, mạch lạc.
- Kết cấu hợp lý, phù hợp với đề tài nghiên cứu.

1.2. Phần tổng quan về đề tài (0,5 điểm)

- Làm rõ tính cấp thiết của đề tài.
- Mục tiêu của đề tài được xác định rõ ràng, cụ thể.
- Thể hiện rõ câu hỏi nghiên cứu.
- Đối tượng, phạm vi nghiên cứu, ý nghĩa của nghiên cứu trình bày rõ ràng, hợp lý.

1.3. Phần cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu (1,5 điểm)

- Các khái niệm nghiên cứu được trình bày đầy đủ.
- Cơ sở lý thuyết phù hợp.
- Tổng quan đầy đủ các nghiên cứu liên quan trực tiếp đến đề tài (chú ý tính cập nhật các nghiên cứu trong và ngoài nước trong 5 năm gần nhất).
- Biện giải được sự hợp lý của các biến trong mô hình nghiên cứu và các giả thuyết nghiên cứu.
- Biện luận được việc lựa chọn các biến và biến quan sát trong mô hình nghiên cứu một cách phù hợp.

1.4. Phương pháp nghiên cứu (1,5 điểm)

- Phương pháp nghiên cứu phù hợp với mục tiêu đề ra.

- Kết hợp được các phương pháp nghiên cứu (nghiên cứu định tính để khám phá, nghiên cứu định lượng để kiểm định)
- Mô tả chi tiết được thiết kế nghiên cứu, quần thể nghiên cứu, phương pháp lấy mẫu, xử lý dữ liệu, tiêu chí, tiêu chuẩn kiểm định...) cụ thể, phù hợp.

1.5. Kết quả nghiên cứu - Thảo luận (3,5 điểm)

- Kết quả nghiên cứu thống kê mô tả phù hợp với quần thể nghiên cứu.
- Khối lượng nghiên cứu lớn, có đầu tư nhiều, kiểm định đầy đủ, hợp lý.
- Trình bày đầy đủ, hợp lý kết quả nghiên cứu định tính và định lượng.
- Kết quả nghiên cứu đáng tin cậy.
- Kết quả nghiên cứu đáp ứng mục tiêu đã đề ra.
- Kết quả nghiên cứu phù hợp với cơ sở khoa học và thực tiễn.
- Thảo luận, đánh giá kết quả một cách logic, hợp lý.

1.6. Kết luận – Hàm ý quản trị (0,5 điểm)

- Kết luận ngắn gọn, súc tích, đáp ứng được mục tiêu đề ra, phù hợp với kết quả thu được.
- Hàm ý chính sách khả thi, phù hợp với kết quả nghiên cứu và phạm vi nghiên cứu.
- Hạn chế của đề tài không ảnh hưởng đến kết quả nghiên cứu của đề tài.

1.7. Tính sáng tạo và triển vọng của đề tài (1,0 điểm)

- Đề tài có khả năng áp dụng, tham khảo; có hướng phát triển những nghiên cứu tiếp.

1.8. Điểm thưởng (0,5 điểm)

- Kết quả nghiên cứu của khóa luận tốt nghiệp được đăng tạp chí hoặc tham luận hội thảo.
- Viết khóa luận bằng tiếng Anh.

2. Hình thức đánh giá và chấm điểm khóa luận tốt nghiệp:

- Giảng viên căn cứ vào mức độ hoàn thành của khóa luận, đưa ra những đánh giá, nhận xét về ưu, nhược điểm của khóa luận (theo mẫu 1).
- Chấm điểm bài viết khóa luận theo thang điểm 10 và làm tròn đến 0,1 theo quy định hiện hành của Nhà trường.

3. Điểm bài viết của khóa luận tốt nghiệp:

- Điểm bài viết khóa luận do từng giảng viên chấm là **tổng điểm của các điểm thành phần**.
- Điểm bài viết của khóa luận là **Trung bình cộng** của điểm do giảng viên hướng dẫn chấm và điểm do giảng viên phân biện chấm.
 - ✓ Trong trường hợp điểm của giảng viên hướng dẫn và điểm của giảng viên chấm phân biện chênh lệch nhau > 1,0 điểm thì hai giảng viên phải chấm đối thoại và thống nhất để lấy điểm cuối cùng.
 - ✓ Nếu giảng viên hướng dẫn và giảng viên chấm phân biện sau đối thoại và chấm lại mà điểm vẫn chênh lệch > 1,0 điểm thì khoa sẽ bố trí giảng viên độc lập chấm lại. Khi đó, điểm của khóa luận sẽ là điểm trung bình của 3 giảng viên chấm.

4. Điểm khóa luận tốt nghiệp

- Điểm đánh giá khóa luận tốt nghiệp là điểm trung bình có trọng số của các điểm quá trình thực tập (40%) và điểm phần viết khóa luận tốt nghiệp (60%).
- Điểm đánh giá khóa luận theo thang điểm 10, làm tròn đến 0,1 theo quy định hiện hành của Nhà trường.

KHOA MARKETING