

Số: 23 /KH-MKT

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

KẾ HOẠCH

Thực tập tốt nghiệp đối với sinh viên bậc Cao đẳng chính quy Ngành Marketing, Chuyên ngành Quản trị Marketing Học kỳ 3 năm 2024

- Căn cứ kế hoạch đào tạo của Trường;
- Căn cứ vào tình hình và khả năng thực hiện của khoa Marketing,

Khoa Marketing xây dựng kế hoạch thực tập cuối khóa và viết báo cáo thực tập tốt nghiệp cho sinh viên trình độ Cao đẳng ngành Marketing, chuyên ngành Quản trị Marketing như sau:

1. MỤC TIÊU

- Giúp sinh viên củng cố lại kiến thức, kỹ năng chuyên ngành đã được trang bị trong suốt thời gian học tập tại Trường.
- Vận dụng kiến thức, kỹ năng được trang bị vào nghiên cứu và giải quyết các vấn đề thực tiễn về Marketing ở các doanh nghiệp và trên thị trường.
- Rèn luyện khả năng tự nghiên cứu, tự học tập, tiếp cận với hoạt động Marketing trên thực tế và khả năng giải quyết những vấn đề Marketing trong thực tiễn.
- Thực tập kỹ năng nghề nghiệp các công việc Marketing, để sau khi tốt nghiệp có khả năng tay nghề vững vàng trong thực hiện công tác Marketing tại các doanh nghiệp.

2. YÊU CẦU

2.1. Đối với sinh viên

2.1.1. Yêu cầu về tinh thần, thái độ

- Trong thời gian thực tập và viết báo cáo thực tập tốt nghiệp, sinh viên phải có thái độ tích cực, tinh thần chủ động trong việc áp dụng các phương pháp nghiên cứu phù hợp để thu thập dữ liệu có liên quan đến đề tài, phân tích, đánh giá và viết báo cáo thực tập tốt nghiệp.
- Tuân thủ nghiêm các quy định, nội qui của tổ chức, doanh nghiệp - nơi sinh viên thực tập. Trong giao tiếp tại nơi thực tập, cần giữ thái độ khiêm tốn, cầu thị, tinh thần tích cực và sáng tạo.
- Sinh viên phải thực hiện nghiêm túc các yêu cầu của giảng viên hướng dẫn về thời gian, hình thức, cách thức gấp gở đã thống nhất và đăng ký với nhà trường, thực hiện các bước trong khung thời gian kế hoạch này từ nộp đề cương, bản thảo và báo cáo thực tập tốt nghiệp.

2.1.2 Yêu cầu về nhiệm vụ thực tập và viết báo cáo thực tập tốt nghiệp

Sinh viên sẽ thực tập tại các tổ chức/doanh nghiệp (gọi tắt là doanh nghiệp) kinh doanh và thực hiện các nhiệm vụ thực tập và viết báo cáo thực tập tốt nghiệp như sau:

(1) *Tìm hiểu các hoạt động kinh doanh tại doanh nghiệp thực tập*

- Tìm hiểu quá trình hình thành và phát triển của doanh nghiệp.
- Chức năng, nhiệm vụ, cơ cấu tổ chức của công ty, của bộ phận marketing, tìm hiểu yêu cầu năng lực từng vị trí trong bộ phận marketing của doanh nghiệp.
- Tìm hiểu sản phẩm, dịch vụ, công nghệ sản xuất.
- Điều kiện, tình hình và kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh trong những năm qua.

(2) *Phân tích, đánh giá hoạt động quản trị Marketing tại doanh nghiệp*

- Mô tả, phân tích và đánh giá qui trình hoạt động marketing tại doanh nghiệp.
- Phân tích thực trạng hoạch định và thực thi chiến lược/kế hoạch/chương trình marketing tại doanh nghiệp.
- Đo lường, đánh giá thực trạng thực thi chiến lược/kế hoạch/chương trình marketing tại doanh nghiệp.
- Đánh giá thực trạng công tác quản trị thương hiệu tại doanh nghiệp từ quy trình, cách thức triển khai.
- Phát hiện những điểm mạnh, yếu, những vấn đề tồn tại của doanh nghiệp cũng như chiến lược/kế hoạch/chương trình marketing tại doanh nghiệp.

(3) *Đề xuất các chiến lược/kế hoạch/hoạt động/giải pháp Marketing cho doanh nghiệp*

- Phân tích và dự báo các yếu tố môi trường, đặc điểm thị trường, viễn cảnh thị trường, cơ hội và thách thức cho doanh nghiệp, cho các hoạt động marketing.
- Hoạch định các chiến lược/kế hoạch/chương trình/giải pháp marketing cho doanh nghiệp.
- 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.
- Nêu ra những nhận xét hoặc kiến nghị đối với đơn vị thực tập.

(4) *Viết báo cáo thực tập tốt nghiệp*

- Sau thời gian tìm hiểu, khảo sát thực tế, sinh viên sẽ phải viết báo cáo thực tập tốt nghiệp hoàn chỉnh theo đề tài đã chọn dưới sự hướng dẫn của giảng viên được phân công.
- Sinh viên phải nắm được kỹ năng viết một báo cáo thực tập tốt nghiệp trên cơ sở các kỹ năng phân tích, đánh giá và vận dụng các công cụ hỗ trợ thích hợp.

- Nội dung và hình thức báo cáo thực tập tốt nghiệp phải thực hiện theo yêu cầu của Khoa.

2.2. Yêu cầu đối với giảng viên hướng dẫn (GVHD)

- Giảng viên phải nắm chắc các qui định của Trường về thực tập tốt nghiệp và kế hoạch thực tập tốt nghiệp để phổ biến cho sinh viên thực hiện; Hướng dẫn sinh viên lập kế hoạch thực hiện thực tập tốt nghiệp và viết báo cáo thực tập, xây dựng đề cương nghiên cứu đảm bảo yêu cầu chuyên môn và thời gian.
- Giảng viên gặp gỡ, hướng dẫn sinh viên đúng theo lịch đã đăng ký với nhà trường về thời gian, địa điểm và phổ biến đến sinh viên biết cách thức tiến hành.
- Giảng viên phải làm tốt công tác tư vấn, hướng dẫn cho sinh viên trong việc lựa chọn doanh nghiệp thực tập, nếu sinh viên khó khăn trong việc tìm doanh nghiệp mà cần hỗ trợ thì cùng với Khoa hỗ trợ giới thiệu cho sinh viên doanh nghiệp.
- Hướng dẫn sinh viên chọn đề tài phù hợp, lựa chọn phương pháp nghiên cứu phù hợp và cơ sở lý thuyết, cơ sở thực tiễn phù hợp.
- Giảng viên phải hướng dẫn sinh viên cách thâm nhập thực tế, vận dụng tổng hợp kiến thức đã học để phân tích tình hình hoạt động của một doanh nghiệp, áp dụng các phương pháp nghiên cứu phù hợp để giải quyết những vấn đề thực tiễn đặt ra liên quan đến báo cáo thực tập tốt nghiệp.
- Giảng viên phải thể hiện đạo đức tác phong của giảng viên đặc biệt là sự tận tâm, nghiêm túc, khoa học trong ứng xử với sinh viên và ứng xử đúng mực trong quan hệ với cơ quan thực tập của sinh viên.
- Giảng viên phải bám sát quá trình thực tập sinh viên để hướng dẫn, giúp đỡ sinh viên kịp thời giải quyết những khó khăn nảy sinh, hoàn thành tốt báo cáo thực tập tốt nghiệp đúng thời hạn, đảm bảo công bằng và hài hòa giữa các sinh viên trong nhóm.
- Giảng viên phải đánh giá kết quả thực tập và báo cáo thực tập tốt nghiệp của sinh viên một cách khoa học, nghiêm túc, công bằng, chính xác.

3. CÁC DẠNG ĐỀ TÀI GỢI Ý

Do hoạt động quản trị Marketing tại các tổ chức/doanh nghiệp khá rộng, tùy vào tình hình thực tế của đơn vị, sinh viên có thể chọn một hoặc một số đề tài thực tập sau phục vụ trực tiếp cho việc hoàn thành báo cáo thực tập tốt nghiệp của mình:

1. Hoạch định chiến lược/kế hoạch marketing/chương trình của một doanh nghiệp/tổ chức trong các lĩnh vực sản xuất kinh doanh, dịch vụ cho giai đoạn 1-3 năm tới.
2. Lập kế hoạch, xây dựng chương trình marketing cho Chiến lược sản phẩm của doanh nghiệp.
3. Xây dựng chương trình phát triển sản phẩm mới hoặc cải tiến sản phẩm của doanh nghiệp.
4. Lập kế hoạch/ xây dựng chương trình truyền thông thương hiệu của doanh nghiệp.

5. Lập kế hoạch, xây dựng chương trình marketing cho Chiến lược phân phối sản phẩm của doanh nghiệp.
6. Lập kế hoạch/ xây dựng chương trình Quản trị hoạt động bán hàng của doanh nghiệp.
7. Lập kế hoạch, xây dựng chương trình truyền thông marketing tích hợp (IMC) cho doanh nghiệp.
8. Lập kế hoạch, xây dựng chương trình marketing cho Chiến lược/hoạt động khuyến mãi, khuyến mại của doanh nghiệp.
9. Nghiên cứu các hoạt động PR của doanh nghiệp nhằm để tạo lập và phát triển thương hiệu / hoặc để giới thiệu SP mới/ hoặc để xử lý khủng hoảng
10. Các đề tài nghiên cứu định lượng liên quan đến hoạt động marketing tại doanh nghiệp
.....

Ngoài các dạng đề tài trên, sinh viên có thể tự chọn các đề tài khác thuộc phạm vi lĩnh vực Marketing phù hợp với yêu cầu thực tế của doanh nghiệp và phải được sự đồng ý của 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 và đăng kế hoạch lên web khoa marketing.
- Sinh viên đăng ký đề tài thực tập cho khoa thông qua giảng viên hướng dẫn.
- Thông báo danh sách các nhóm thực tập và GVHD.
- Sinh viên phải theo dõi thông báo của Khoa về phân nhóm và GVHD, gặp GVHD đúng thời hạn.

4.2 Tổ chức chỉ đạo thực tập, phân công giảng viên

Chịu trách nhiệm chỉ đạo thực tập

1. Trưởng khoa: TS. Bảo Trung
2. Thư ký khoa: ThS. Võ Thị Kim Ngân

Các giảng viên tham gia hướng dẫn thực tập: 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 tập tốt nghiệp.

4.3 Chế độ trách nhiệm đối với giảng viên hướng dẫn thực tập

- Giảng viên hướng dẫn có trách nhiệm hướng dẫn sinh viên đăng ký đề tài và thực hiện các bước thực tập theo qui định;
- Có chế độ sinh hoạt chuyên môn thường kỳ đối với sinh viên và thông báo đến SV;
- Chỉ định và hướng dẫn sinh viên tìm tài liệu và tra cứu tài liệu tham khảo phục vụ báo cáo thực tập tốt nghiệp;
- 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;

- Thu bài của sinh viên bao gồm bản cứng và các file mềm theo quy định.
- Gửi các sản phẩm liên quan đến báo cáo thực tập tốt nghiệp tốt nghiệp và bảng điểm về Khoa theo đúng thời gian quy định.
- Chấm báo cáo thực tập cho sinh viên và nộp điểm về khoa đúng thời hạn (có thể tham khảo ý kiến của doanh nghiệp).

4.4 Quản lý sinh viên trong thời gian thực tập

- Sinh viên phải tuân theo các chế độ qui 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, hoà nhã với cán bộ nhân viên tại nơi thực tập.
- 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 04 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 báo cáo thực tập tốt nghiệp.
- Sau 05 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 báo cáo thực tập tốt nghiệp.
- 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 báo cáo thực tập tốt nghiệp.
- Không được tự ý thay đổi đề tài, đơn vị thực tập hoặc thay đổi GVHD mà chưa được sự đồng ý của GVHD và lãnh đạo Khoa.
- Kết thúc thực tập, sinh viên phải nộp các sản phẩm trong quá trình thực tập cho giảng viên hướng dẫn bao gồm: 01 bản cứng báo cáo thực tập (nếu thực tập tại 1 doanh nghiệp cụ thể phải có xác nhận, đánh giá của đơn vị thực tập), 01 bản cứng nhật ký thực tập; 01 file mềm dưới dạng file nén (gồm: báo cáo thực tập tốt nghiệp 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 báo cáo thực tập tốt nghiệp).
- Đến thời hạn nộp báo cáo thực tập tốt nghiệp, Sinh viên nộp trễ hạn sẽ nhận điểm không (0) của điểm báo cáo thực tập tốt nghiệp.

4.5 Qui định về thời gian thực tập và viết báo cáo thực tập tốt nghiệp

Thời gian thực tập và viết báo cáo thực tập tốt nghiệp là 12 tuần tính từ ngày **07/10/2024** đến ngày **29/12/2024**. Kế hoạch thực hiện như sau:

NỘI DUNG	THỜI GIAN (từ ngày, đến ngày)	NGƯỜI THỰC HIỆN	NGƯỜI HỖ TRỢ/ HƯỚNG DẪN
1. Sinh viên đến đơn vị thực tập, SV gặp GVHD, xây dựng đề cương nghiên cứu (2 tuần)	Từ 07/10/2024 đến 20/10/2024	Sinh viên	GVHD
2. GV sửa đề cương (sơ bộ, chi tiết), SV hoàn chỉnh đề cương (1 tuần)	Từ 21/10/2024 đến 27/10/2024	Sinh viên	GVHD
3. SV đọc, tra cứu tài liệu tham khảo; Khảo sát, thu thập dữ liệu; Tập hợp và xử lý dữ liệu (3 tuần)	Từ 28/10/2024 đến 17/11/2024	Sinh viên	GVHD
4. SV viết bản thảo, GV sửa bản thảo (3 tuần)	Từ 18/11/2024 đến 08/12/2024	Sinh viên	GVHD
5. Sinh viên hoàn chỉnh bản thảo theo hướng dẫn của GV và bản in báo cáo thực tập tốt nghiệp cho GV sửa.(3 tuần)	Từ 09/12/2024 đến 29/12/2024	Sinh viên	GVHD
6. Sinh viên nộp báo cáo thực tập tốt nghiệp chính thức	Chậm nhất 02/01/2025	Sinh viên	GVHD
7. GV chấm điểm báo cáo thực tập tốt nghiệp và gửi kết quả về khoa.	Từ 03/01/2025 đến 06/01/2025	GVHD	Thư ký khoa
8. Chấm báo cáo thực tập tốt nghiệp	Từ 07/01/2025 đến 10/01/2025	Hội đồng chấm báo cáo thực tập tốt nghiệp	
9. Khoa tổng hợp điểm báo cáo thực tập tốt nghiệp, chuyển về Phòng khảo thí và quản lý chất lượng	Từ 11/01/2025 đến 12/01/2025	Thư ký Khoa	Phòng KT&QLCL

5. ĐÁNH GIÁ BÁO CÁO THỰC TẬP TỐT NGHIỆP

5.1. Đánh giá quá trình thực tập của sinh viên

- Kết thúc đợt thực tập, giảng viên đánh giá sinh viên với các nội dung sau:
 - + Đánh giá về thái độ, năng lực tự chủ của sinh viên: Việc chấp hành qui định về thời gian gập vào báo cáo định kì với giảng viên; Thái độ thực hiện các công việc chuyên môn do giảng viên hướng dẫn; Đạo đức, tác phong của sinh viên; Năng lực tự học hỏi của sinh viên.

- + Đánh giá về sự tiến bộ của sinh viên về kỹ năng chuyên môn, kỹ năng mềm và kiến thức của sinh viên qua thời gian thực tập và viết báo cáo.
- + Tham khảo đánh giá của cơ quan thực tập.
- Việc đánh giá tình hình thực tập của sinh viên được thực hiện theo mẫu của Khoa. Với những trường hợp sinh viên vi phạm nghiêm trọng về đạo đức, tác phong, qui định của trường và cơ quan thực tập, giảng viên cần phải có văn bản báo cáo Trưởng Khoa.

5.2. Đánh giá báo cáo thực tập tốt nghiệp của sinh viên

Kết quả thực tập và viết báo cáo thực tập tốt nghiệp của sinh viên được đánh giá dựa trên 02 nội dung: (1) Quá trình thực hiện báo cáo thực tập tốt nghiệp: viết đề cương, đọc tài liệu, thực hiện chương trình, kế hoạch thực tập, thu thập xử lý dữ liệu, hoàn thành báo cáo thực tập tốt nghiệp đúng thời hạn..v.v... và (2) Kết quả viết báo cáo thực tập tốt nghiệp với các nội dung báo cáo và hình thức trình bày báo cáo tốt nghiệp theo đúng qui định của Khoa và Trường.

- Điểm đánh giá báo cáo thực tập tốt nghiệp gồm có: điểm đánh giá quá trình thực tập và viết báo cáo thực tập dưới sự hướng dẫn của giảng viên, chiếm 40% (do GVHD đánh giá và chấm điểm) và điểm bài báo cáo thực tập tốt nghiệp chiếm 60% (do GVHD và giảng viên phản biện chấm), được tính theo thang điểm 10 (mười), làm tròn theo quy định hiện hành của Nhà trường.
- Điểm đánh giá báo cáo thực tập tốt nghiệp là điểm trung bình có trọng số của các điểm đánh giá quá trình thực tập và điểm viết báo cáo thực tập tốt nghiệp, theo thang điểm 10 (mười), làm tròn theo quy định hiện hành của Nhà trường và quy về thang điểm chữ theo quy định hiện hành.

BAN GIÁM HIỆU



TS. Phạm Quốc Việt

KHOA MARKETING

(Handwritten signature)

TS. Bảo Trung

PHỤ LỤC 1:

QUY ĐỊNH VỀ NỘI DUNG VÀ HÌNH THỨC TRÌNH BÀY BÁO CÁO THỰC TẬP TỐT NGHIỆP

1. Về kết cấu báo cáo thực tập:

Nội dung báo cáo thực tập được sắp xếp theo thứ tự như sau:

- (1) Trang bìa (Mẫu 01)
- (2) Trang bìa phụ (Mẫu 02)
- (3) Trang “Xác nhận của đơn vị thực tập” nếu có (Mẫu 03)
- (4) Trang “Phiếu nhận xét và đánh giá thực tập cuối khóa” (Mẫu 04)
- (5) Trang “Lời cảm ơn”
- (6) Trang “Lời cam đoan”
- (7) Trang tóm tắt nội dung báo cáo bằng tiếng Việt và tiếng Anh (Mẫu 05)
- (8) Danh mục chữ viết tắt
- (9) Danh mục bảng
- (10) Danh mục hình
- (11) Mục lục (chỉ tạo mục lục đến mục cấp 3)
- (12) Phần nội dung của báo cáo thực tập: Tùy vào dạng đề tài thực tập mà các nội dung chi tiết các chương có cấu trúc phù hợp. Nội dung báo cáo thực tập phải đảm bảo các phần cơ bản như: tổng quan về báo cáo/đề tài, cơ sở lý luận, phương pháp nghiên cứu, kết quả phân tích đánh giá thực trạng/kết quả nghiên cứu và thảo luận, đề xuất giải pháp/hàm ý quản trị, kết luận.
- (13) Tài liệu tham khảo
- (14) Báo cáo kết quả kiểm tra trùng lặp: Chỉ kèm trang báo cáo kết quả kiểm tra trùng lặp tổng thể.
- (15) Phụ lục (nếu có): Gồm những tài liệu giúp cho người đọc nghiên cứu chi tiết hơn, sâu hơn vấn đề trình bày. Những phụ lục này phải gắn với đề tài thực tập.

2. Về hình thức

2.1. Khổ giấy, căn lề, trang

- Khổ giấy : Bài THNN 1 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, tiểu mục : Before: 12 pt; After: 0 pt.
- Khoảng cách giữa các đoạn : Before: 6 pt; After: 0 pt.
- Không để mục, tiểu 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://phongquanlykhoaahoc.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 tiểu 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:

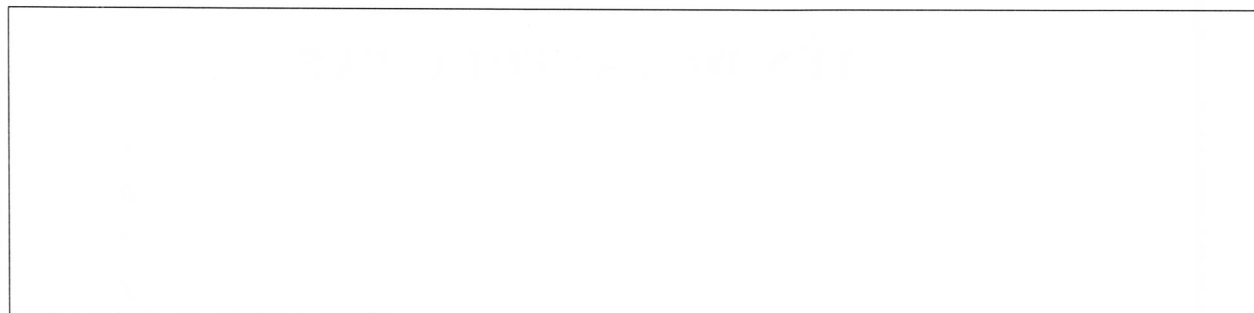
Bảng 2.3: Doanh thu bán hàng của công ty ABC giai đoạn 2016 - 2018

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 NGHI NGUỒN** những phần do sinh viên tự làm vì đã có cam đoan ở phần đầu.

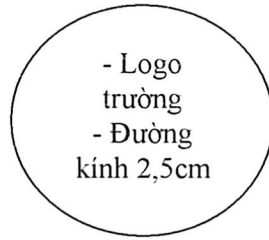
Nếu bảng được trình bày theo khổ giấy nằm ngang thì đầu bảng quay vào chỗ đóng bìa.

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 BIỂU MẪU

(Mẫu 01)

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



NGUYỄN VĂN A

BÁO CÁO THỰC TẬP TỐT NGHIỆP

TÊN ĐỀ TÀI THỰC TẬP

NGÀNH:
CHUYÊN NGÀNH.....

Thành phố Hồ Chí Minh - Năm

Trang bìa chính

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

- Logo
trường
- Đường
kính 2,5cm

NGUYỄN VĂN A

BÁO CÁO THỰC TẬP TỐT NGHIỆP

TÊN ĐỀ TÀI THỰC TẬP

NGÀNH.....

Chuyên ngành.....

Lớp.....

GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN

.....

Thành phố Hồ Chí Minh - Năm 20

(Mẫu 03 – Dành cho SV' có thực tập tại doanh nghiệp)

CỘNG HOÀ XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM

Độc lập – Tự do – Hạnh phúc

----- oOo -----

NHẬN XÉT CỦA ĐƠN VỊ THỰC TẬP

(in đậm, size 14, viết hoa)

Họ và tên sinh viên: *MSSV:*.....

Tên đề tài:.....

Thời gian thực tập tốt nghiệp

Bộ phận thực tập tốt nghiệp

Nhận xét về sinh viên trong thời gian thực tập tốt 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 chung, 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 TẬP TỐT NGHIỆP

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

- Họ và tên sinh viên: MSSV:

- Tên đề tài:

2. Nhận xét, đánh giá bài báo cáo (phần này giảng viên nhận xét và chấm điểm)

Tiêu chí/Điểm tối đa	Nhận xét	Điểm
Ý nghĩa của đề tài và mức độ hoàn thành mục tiêu của đề tài (1 điểm)		
Cơ sở lý luận của đề tài (2 điểm)		
Phương pháp nghiên cứu (1 điểm)		
Kết quả phân tích, đánh giá và thảo luận (3 điểm)		
Đề xuất giải pháp, gợi ý về mặt chính sách, quản trị (2 điểm)		
Hình thức trình bày (1 điểm)		
Tổng điểm		
Điểm làm tròn:..... (Viết bằng chữ:.....)		

TP. Hồ Chí Minh, ngày tháng năm 2024

Giảng viên đánh giá 1

Giảng viên đánh giá 2

TÓM TẮT

(Nội dung tóm tắt từ 250-300 từ)

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

Từ khóa: Từ 3-5 từ khóa

ABSTRACT

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

Key words:

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 THỰC TẬP CUỐI KHÓA VÀ VIẾT BÁO CÁO THỰC TẬP

Điểm quá trình được đánh giá trong suốt quá trình sinh viên thực tập và viết báo cáo thực tập, 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, làm báo cáo thực tập
- Thái độ đối với giảng viên trong quá trình thực tập và làm báo cáo thực tập
- 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 CHO SINH VIÊN
THỰC TẬP CUỐI KHÓA VÀ VIẾT BÁO CÁO THỰC TẬP

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 thực tập

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:

HƯỚNG DẪN ĐÁNH GIÁ BÁO CÁO THỰC TẬP TẬP CUỐI KHÓA

TRƯỜNG ĐẠI HỌC
TÀI CHÍNH - MARKETING
KHOA MARKETING

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

TP. Hồ Chí Minh, ngày tháng năm 2024

HƯỚNG DẪN ĐÁNH GIÁ BÁO CÁO THỰC TẬP TỐT NGHIỆP

Bài báo cáo thực tập tốt nghiệp được đánh giá theo các tiêu chí như sau:

1. 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.

2. Ý nghĩa của đề tài và mức độ hoàn thành mục tiêu (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.

3. 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.

4. 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...

5. 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.
- 6. 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.

KHOA MARKETING