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 05 tháng 01 năm 2021

KẾ HOẠCH THỰC TẬP VÀ VIẾT KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP BẬC ĐẠI HỌC HỆ CHÍNH QUY – ĐỢT 1 NĂM 2021 NGÀNH MARKETING, CHUYÊN NGÀNH QUẢN TRỊ THƯƠNG HIỆU

- Căn cứ vào Thông báo "Về việc tổ chức Thực tập và làm Khóa luận tốt nghiệp, xét công nhận tốt nghiệp đợt 1 năm 2021 đối với sinh các khóa bậc Đại học hệ chính quy đào tạo theo học chế tín chỉ" đã được Ban Giám Hiệu phê duyệt tại văn bản số 1820/TB - ĐHTCM – QLĐT ngày 07/12/2020.
- Căn cứ Quyết định số 1162/QĐ-ĐHTCM-QLĐT ngày 30/07/2014 Hiệu trưởng Trường Đại học Tài chính – Marketing về việc ban hành Quy định hướng dẫn thực tập, đánh giá khóa luận tốt nghiệp bậc Đại học hệ chính quy đào tạo theo học chế tín chỉ tại trường Đại học Tài chính – Marketing;
- Căn cứ vào tình hình và khả năng thực hiện của khoa Marketing.

Khoa Marketing xây dựng kế hoạch thực tập và viết khóa luận tốt nghiệp cho sinh viên bậc Đại học hệ chính qui chuyên ngành Quản trị Thương hiệu như sau:

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

- Giúp sinh viên (SV) củng cố lại kiến thức, kỹ năng liên ngành, ngành và chuyên ngành đã học. Vận dụng vào nghiên cứu và giải quyết các vấn đề thực tiễn về thương hiệu và công tác quản trị thương hiệu của các doanh nghiệp và trên thị trường.
- Rèn luyện năng lực tự chủ, tự nghiên cứu, tự học tập, tiếp cận với hoạt động marketing, công tác quản trị thương hiệu trên thực tế và khả năng giải quyết vấn đề liên quan đến công tác quản trị thương hiệu.

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

- Trong thời gian thực tập tốt nghiệp và viết khóa luận tốt nghiệp, sinh viên phải thực hiện đúng các quy định của nhà trường, khoa/bộ môn và giảng viên hướng dẫn. Sinh

viên thực tập tốt nghiệp 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 khóa luận tốt nghiệp.

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

2.1. Đối với những Sinh Viên thực tập tại các tổ chức/doanh nghiệp kinh doanh sẽ thực hiện các nhiệm vụ sau

2.1.1. Tìm hiểu các hoạt động kinh doanh tại đơn vị thực tập

- Tìm hiểu quá trình hình thành và phát triển của đơn vị.
- Tìm hiểu về cơ cấu tổ chức.
- Điều kiện và tình hình kinh doanh trong những năm vừa qua.

2.1.2. Tìm hiểu về công tác quản trị thương hiệu tại đơn vị thực tập

- Đặc điểm về môi trường, thị trường, khách hàng và đối thủ (thương hiệu) cạnh tranh của đơn vị.
- Tìm hiểu về đặc điểm và mô hình tổ chức bộ phận (phòng/ban) marketing (và/hoặc thương hiệu) gắn với công tác quản trị thương hiệu tại đơn vị.
- Phân tích tình hình ứng dụng marketing tại đơn vị.
- Phân tích tình hình triển khai công tác quản trị thương hiệu, chiến lược thương hiệu và hoạt động marketing cho thương hiệu tại đơn vị.

2.1.3. Đánh giá hiệu quả công tác quản trị thương hiệu và đề xuất giải pháp nâng cao hiệu quả công tác quản trị thương hiệu cho doanh nghiệp

- Phân tích hiệu quả của chiến lược thương hiệu và công tác quản trị thương hiệu (chỉ tiêu định tính và định lượng).
- Đánh giá, nhận định những mặt mạnh và những tồn tại trong chiến lược thương hiệu và công tác quản trị thương hiệu tại đơn vị.
- Đề xuất các biện pháp giải quyết vấn đề còn tồn tại.
- Đề xuất những kiến nghị đối với đơn vị thực tập.

2.2. Đối với các sinh viên không thực tập tại các doanh nghiệp và chọn các đề tài liên quan đến nghiên cứu thị trường sẽ thực hiện các nhiệm vụ sau

- Thu thập các nguồn dữ liệu thứ cấp về môi trường, thị trường và ngành hàng.
- Sử dụng các phương pháp nghiên cứu marketing phù hợp để thu thập các thông tin sơ cấp về thị trường – khách hàng, hành vi tiêu dùng, … phục vụ đề tài.

- Xử lý, phân tích dữ liệu để rút ra kết quả nghiên cứu và những nhận xét, kết luận và đề xuất các hàm ý chính sách/chiến lược/giải pháp về vấn đề nghiên cứu.

2.3. Viết Khóa luận tốt nghiệp

Sau thời gian tìm hiểu, khảo sát thực tế, sinh viên sẽ phải viết Khóa luận tốt nghiệp hoàn chỉnh theo đề tài đã chọn.

Nội dung và hình thức Khóa luận tốt nghiệp phải thực hiện theo yêu cầu của Khoa.

3. CÁC DẠNG ĐỀ TÀI GỢI Ý

3.1. Đề tài về thương hiệu và công tác quản trị thương hiệu tại các doanh nghiệp

1. Phân tích chiến lược thương hiệu của doanh nghiệp.
2. Phân tích công tác quản trị thương hiệu và Hoạch định chiến lược/kế hoạch/giải pháp xây dựng và bảo vệ thương hiệu cho sản phẩm/dịch vụ/doanh nghiệp/tổ chức.
3. Phân tích hệ thống nhận dạng thương hiệu của doanh nghiệp.
4. Chiến lược phát triển sản phẩm mới, thương hiệu mới của doanh nghiệp.
5. Phân tích hoạt động truyền thông thương hiệu của đơn vị.
6. Nhượng quyền kinh doanh/nhượng quyền thương hiệu của đơn vị.
7. Nghiên cứu hoạt động PR trong xây dựng và phát triển thương hiệu của đơn vị.
8. Xây dựng thương hiệu nội bộ.
9. Các đề tài nghiên cứu (định tính và định lượng) liên quan đến công tác quản trị thương hiệu tại doanh nghiệp.

3.2. Đề tài thuộc về nghiên cứu thị trường, người tiêu dùng

1. Phân tích tác động của thương hiệu đến hành vi của người tiêu dùng.
2. Công tác xây dựng và phát triển thương hiệu của các doanh nghiệp trong một ngành hàng (cụ thể).
3. Phân tích đánh giá hệ thống nhận dạng thương hiệu của các doanh nghiệp trong một ngành hàng (cụ thể).
4. Đặc điểm quảng cáo, khuyến mãi, PR, … và công tác truyền thông thương hiệu của các doanh nghiệp/tổ chức trên thị trường/trong một ngành hàng (cụ thể).
5. Xây dựng thương hiệu trên phương tiện truyền thông kỹ thuật số (digital branding) của các doanh nghiệp trên thị trường/trong một ngành hàng (cụ thể).

6. Hoạt động nhượng quyền kinh doanh, nhượng quyền thương hiệu của các doanh nghiệp trong một ngành hàng (cụ thể).
7. Các đề tài nghiên cứu (định lượng, định tính và định lượng) liên quan đến các thương hiệu – trong một ngành hàng, trên thị trường.

Ngoài các dạng đề tài trên, SV có thể tự chọn các đề tài khác thuộc chuyên ngành quản trị thương hiệu, phù hợp với yêu cầu thực tế của doanh nghiệp 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 SV để SV liên hệ đơn vị thực tập (02 tuần).
- SV đăng ký đề tài thực tập cho Khoa.
- Thông báo Danh sách các nhóm thực tập và GVHD. Chậm nhất 05/03/2021.
- 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 và viết khóa luận, phân công giảng viên

Ban chỉ đạo

1. Trưởng ban: TS. Nguyễn Xuân Trường
2. Thư ký: Cô Võ Thị Kim Ngân

Các giảng viên tham gia hướng dẫn: Theo danh sách đính kèm

4.3. Trách nhiệm đối với giảng viên hướng dẫn

- GVHD có trách nhiệm hướng dẫn SV 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 SV (trung bình mỗi tuần GVHD phải làm việc với SV thực tập một lần).
- Chỉ định và hướng dẫn SV tìm tài liệu và tra cứu tài liệu tham khảo phục vụ viết chuyên đề thực tập tốt nghiệp.
- Báo cáo kịp thời tình hình thực tập của SV cho ban lãnh đạo khoa.
- Chấm chuyên đề thực tập tốt nghiệp cho SV và nộp điểm về khoa đúng thời hạn.

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

- Trong thời gian thực tập tại đơn vị, SV 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, SV phải ăn mặc lịch sự, giao tiếp lễ phép, hoà nhã, cầu thị với các cán bộ, nhân viên tại nơi thực tập.
- SV 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 SV 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 Khóa luận tốt nghiệp.
- Sau 04 tuần thực tập nếu SV 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 Khóa luận Tốt nghiệp.
- Không được tự ý vắng mặt tại đơn vị thực tập hoặc họp nhóm với GVHD mà không có lý do chính đáng. SV 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 Khóa luận 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 bản Báo cáo Khóa luận Tốt Nghiệp cho Khoa có xác nhận của đơn vị thực tập (nếu thực tập tại doanh nghiệp).
- Khóa luận tốt nghiệp phải tuân thủ luật sở hữu trí tuệ và các quy định của pháp luật. Nghiêm cấm đạo văn dưới mọi hình thức.
- Đến thời hạn nộp bản báo cáo Khóa luận Tốt nghiệp, SV nộp trễ hạn sẽ nhận điểm không (0) của điểm quá trình và Khóa luận Tốt nghiệp.

4.5. Qui định về thời gian thực tập

Thời gian 12 tuần, từ 08/03/2021 đến 30/05/2021. Chi tiết:

THỜI GIAN	TUẦN	NỘI DUNG CÔNG VIỆC
T1: 08/03 - 14/03/2021 T2: 15/03 – 21/03/2021	3 tuần	- Sinh viên đến đơn vị thực tập, SV gặp GVHD, xây dựng đề cương nghiên cứu
		- GV sửa đề cương (sơ bộ, chi tiết)

T3: 22/03 – 28/03/2021		- SV hoàn chỉnh đề cương
T4 - T6: 29/03 – 18/04/2021	3 tuần	Đọc, tra cứu tài liệu tham khảo
		Khảo sát, thu thập dữ liệu
		Tập hợp và xử lý dữ liệu
T7 - T9: 19/04 – 09/05/2021	3 tuần	Viết bản thảo
T10, T11: 10/05 – 23/05/2021		GV sửa bản thảo
T12: 24/05 – 30/05/2021		SV nộp bản in chính thức cho GVHD
31/05 - 06/06/2021		GV chấm khóa luận TN, gửi điểm về Khoa
07/06 - 12/06/2021		Hội đồng chấm khóa luận tốt nghiệp
13/06 - 18/06/2021		Khoa nộp điểm cho trường

5. ĐÁNH GIÁ KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

- Kết thúc thời gian thực tập, sinh viên phải nộp: 02 bản Báo cáo Khóa luận tốt nghiệp cho Khoa Marketing có xác nhận của đơn vị thực tập (nếu thực tập tại đơn vị); 01 đĩa CD hay USB có lưu file nội dung khóa luận, dữ liệu gốc, kết quả xử lý dữ liệu và các tài liệu khác có liên quan đến quá trình thực tập và viết khóa luận.
- Đánh giá khóa luận tốt nghiệp: Căn cứ vào Qui định Hướng dẫn thực tập, đánh giá khóa luận tốt nghiệp bậc Đại học hệ chính quy đào tạo theo học chế tín chỉ tại trường Đại học Tài chính – Marketing của Hiệu trưởng Trường Đại học Tài chính – Marketing ký ngày 30/7/2014 (Điều IV: Giai đoạn đánh giá Khóa luận tốt nghiệp). Cụ thể: 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 Khóa luận tốt nghiệp đúng thời hạn..v.v….và (2) Kết quả viết Khóa luận tốt nghiệp. Hình thức trình bày Khóa luận tốt nghiệp phải thực hiện theo đúng qui định của Khoa và Trường.
- Điểm đánh giá KLTN gồm có: điểm đánh giá quá trình thực tập chiếm 40% (do GVHD quyết định) và điểm viết KLTN chiếm 60% (do giảng viên hướng dẫn chấm và giảng

viên phản biện chấm), được tính theo thang điểm 10 (mười), làm tròn đến phần nguyên theo (tờ trình số 15/TTr-KT-QLCL ngày 22/11/2017 đã được hiệu trưởng phê duyệt).

Điểm đánh giá KLTN là điểm trung bình có trọng số của các điểm đánh giá quá trình thực tập và điểm viết KLTN, theo thang điểm 10 (mười), có điểm lẻ, làm tròn đến một chữ số thập phân và quy về thang điểm chữ theo quy định hiện hành tại điều 25 văn bản hợp nhất số 17/VBHN/BGDĐT ngày 15/5/2014.

Quy định cụ thể về việc đánh giá điểm quá trình thực tập và điểm viết khóa luận tốt nghiệp và các phiếu điểm được Khoa Marketing đính kèm trong phần phụ lục của kế hoạch.

6. TỔNG KẾT

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

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

BAN GIÁM HIỆU	**TRƯỞNG KHOA**
TS. Lê Trung Đạo	**TS. NGUYỄN XUÂN TRƯỜNG**

DANH SÁCH GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN

1.TS. Nguyễn Xuân Trường

2. TS. Ngô Thị Thu

3. ThS. Nguyễn Anh Tuấn

4. ThS. Nguyễn Hoàng Chi

5. ThS. Ngô Vũ Quỳnh Thi

6. ThS. Trần Nhật Minh

7. ThS. Huỳnh Trị An

8. ThS. Đặng Huỳnh Phương

9. ThS. Nguyễn Nam Phong

10 ThS. Nguyễn Thái Hà

11.ThS. Nguyễn Ngọc Bích Trâm

12.ThS. Ngô Minh Trang

13.ThS. Nguyễn Thị Minh Ngọc

14.ThS. Dư Thị Chung

15. ThS. Ninh Đức Cúc Nhật

16. ThS.Nguyễn Ngọc Hạnh

17. ThS.Nguyễn Đông Triều

18. ThS.Lâm Ngọc Thùy

19. ThS. Nguyễn Thị Thoa

20. ThS. Trịnh Thị Hồng Minh

21. ThS. Nguyễn Thị Thúy

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 VÀ LÀM KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

(Ban hành hướng dẫn chi tiết đánh giá khóa luận tốt nghiệp thực hiện quyết định số 1162/QĐ-ĐHTCM-QLĐT ngày 30/7/2014 của Hiệu trưởng trường Đại học tài chính–Marketing)

I. Thang điểm và tiêu chí đánh giá

1. Thái độ/năng lực tự chủ, tự chịu trách nhiệm của sinh viên *(4,0 điểm)*

- Thái độ chấp hành nội qui, qui 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.

2. Kỹ năng *(2,0 điểm)*

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

3. Kiến thức *(2,0 điểm)*

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

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.

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.

II. 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 điểm tổng không có điểm lẻ.

III. Điểm quá trình:

- Điểm quá trình do giảng viên hướng dẫn chấm là ***tổng điểm của 4 điểm thành phần*** và làm tròn đến phần nguyên.

KHOA MARKETING

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 CHO SINH VIÊN THỰC TẬP VÀ LÀM KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

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 khóa luận

Tiêu chí/Điểm tối đa	Nhận xét	Điểm
Thái độ *Tối đa (4,0 điểm)*		
Kỹ năng *Tối đa (2,0 điểm)*		
Kiến thức *Tối đa (2,0 điểm)*		
Sự tiến bộ *Tối đa (2,0 điểm)*		
Tổng điểm		
Điểm làm tròn:.....(Viết bằng chữ:.....)		

TP. Hồ Chí Minh, ngày tháng năm 2021
Giảng viên hướng dẫn

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 2021

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

(Ban hành hướng dẫn chi tiết đánh giá khóa luận tốt nghiệp thực hiện quyết định số 1162/QĐ-ĐHTCM-QLĐT ngày 30/7/2014 của Hiệu trưởng trường Đại học tài chính–Marketing)

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

1. Hình thức và kết cấu khóa luận *(1,0 điểm):* Hình thức trình bày khóa luận phải đúng qui 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.

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.

3. Phần cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu *(2,0 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.

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.

5. Kết quả nghiên cứu - Thảo luận *(4,0 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 khoa học và thực tiễn.
- Thảo luận, đánh giá kết quả một cách logic, hợp lý.

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.

7. Tính sáng tạo và triển vọng của đề tài *(0,5 điểm)*

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

II. 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 điểm tổng đến phần nguyên.

III. Điểm bài viết của khóa luận tốt nghiệp:

- Điểm bài viết khóa luận do từng giảng viên chấm là ***tổng điểm của 7 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 phản biện chấm.
  - ✓ Trong trường hợp điểm của giảng viên hướng dẫn và điểm của giảng viên chấm phản 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 phản 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.

IV. 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.

KHOA MARKETING

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 BÀI VIẾT KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

(Áp dụng cho dạng đề tài Nghiên cứu thị trường, người tiêu dùng)

I. Thông tin chung

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

.....

.....

- Họ và tên:..... Là giảng viên: ☐ Hướng dẫn ☐ Phản biện

II. Nhận xét và đánh giá khóa luận

Tiêu chí/Điểm tối đa	Nhận xét	Điểm
Hình thức và kết cấu khóa luận *Tối đa (1,0 điểm)*		
Tổng quan về đề tài *Tối đa (0,5 điểm)*		
Cơ sở lý thuyết và mô hình NC *Tối đa (2,0 điểm)*		
Phương pháp nghiên cứu *Tối đa (1,5 điểm)*		
Kết quả nghiên cứu - Thảo luận *Tối đa (4,0 điểm)*		
Kết luận – Hàm ý quản trị *Tối đa (0,5 điểm)*		
Tính sáng tạo, triển vọng ứng dụng *Tối đa (0,5 điểm)*		
Tổng điểm		
Điểm làm tròn:.....(Viết bằng chữ:.....)		

TP. Hồ Chí Minh, ngày tháng năm 2021
Giảng viên đánh giá

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 2021

HƯỚNG DẪN ĐÁNH GIÁ KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP
(Áp dụng cho dạng đề tài: Ứng dụng Marketing, chiến lược Marketing trong doanh nghiệp)

(Ban hành hướng dẫn chi tiết đánh giá khóa luận tốt nghiệp thực hiện quyết định số 1162/QĐ-ĐHTCM-QLĐT ngày 30/7/2014 của Hiệu trưởng trường Đại học tài chính–Marketing)

I. Thang điểm và tiêu chí đánh giá

1. Hình thức và kết cấu khóa luận *(1,0 điểm)*

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

2. 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.
- Đối tượng, phạm vi nghiên cứu, ý nghĩa của nghiên cứu trình bày rõ ràng, hợp lý.

3. Cơ sở lý thuyết *(1,0 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…) 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.
- Đề tài có thực hiện khảo sát làm cơ sở đề xuất. Khảo sát hợp lý, kết quả làm cơ sở để đề xuất.

5. Kết quả nghiên cứu *(5,5 điểm)*

- Có nghiên cứu, đánh giá các yếu tố môi trường, triển trọng thị trường, có dự báo thị trường.
- Có đánh giá các đối thủ cạnh tranh, khách hàng, các bên liên quan làm cơ sở đề xuất.

- Có đánh giá thực trạng doanh nghiệp và hoạt động marketing của họ một cách đầy đủ, hợp lý làm cơ sở đề xuất.
- Đưa ra được mục tiêu một cách cụ thể, rõ ràng, đo lường được và khả thi.
- Đề xuất được chiến lược/kế hoạch hay chương trình hành động… phù hợp với tên đề tài và hợp lý với các phân tích, đánh giá các phần trên.
- Các đề xuất ở chương 3 phù hợp với cơ sở lý thuyết được trình bày ở chương 1 và cơ sở thực tiễn ở chương 2.

6. Kết luận *(0,5 điểm)*

- Kết luận ngắn gọn, súc tích, đáp ứng được mục tiêu đề ra, phù hợp với kết quả thu được.
- Đề nghị hợp lý.

7. Tính sáng tạo và triển vọng của đề tài *(0,5 điểm)*

- Đề tài có khả năng áp dụng, có tính khả thi.

II. Hình thức chấm và đánh giá:

- Giảng viên căn cứ vào mức độ hoàn thành của khóa luận, đưa ra những đánh giá,
- Chấm điểm bài viết khóa luận theo thang điểm 10 và làm tròn điểm tổng đến phần nguyên.

III. Điểm bài viết của khóa luận tốt nghiệp:

- Điểm bài viết khóa luận do từng giảng viên chấm là ***tổng điểm của 7 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 phản biện chấm.
    - ✓ Trong trường hợp điểm của giảng viên hướng dẫn và điểm của giảng viên chấm phản 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 phản 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 bài viết khóa luận sẽ là điểm trung bình của 3 giảng viên chấm.

IV. 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 bài viết khóa luận tốt nghiệp (60%).
- Điểm đánh giá khóa luận theo thang điểm 10, làm tròn đến 0,1.

KHOA MARKETING

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 BÀI VIẾT KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

(Áp dụng cho dạng đề tài ứng dụng Marketing, chiến lược marketing trong doanh nghiệp)

I. Thông tin chung

- Họ và tên sinh viên: ..... Lớp: .....
- Tên đề tài: .....
.....
- Họ và tên:..... Là giảng viên: ☐ Hướng dẫn ☐ Phản biện

II. Nhận xét và đánh giá khóa luận

Tiêu chí/Điểm tối đa	Nhận xét	Điểm
Hình thức và kết cấu khóa luận *Tối đa (1,0 điểm)*		
Tổng quan về đề tài *Tối đa (0,5 điểm)*		
Cơ sở lý thuyết *Tối đa (1,0 điểm)*		
Phương pháp nghiên cứu *Tối đa (1,0điểm)*		
Kết quả nghiên cứu *Tối đa (5,5 điểm)*		
Kết luận *Tối đa (0,5 điểm)*		
Tính sáng tạo, triển vọng ứng dụng *Tối đa (0,5 điểm)*		
Tổng điểm		
Điểm làm tròn:.....(Viết bằng chữ:.....)		

TP. Hồ Chí Minh, ngày tháng năm 2021
Giảng viên đánh giá

QUI ĐỊNH TRÌNH BÀY KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

1. BỐ CỤC BÁO CÁO

Sinh viên trình bày 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 dấy phẩy.
13) Nội dung báo cáo
14) Tài liệu tham khảo
15) Phụ lục
16) Báo cáo kiểm tra đạo văn

2. HÌNH THỨC TRÌNH BÀY

2.1. Khổ giấy, căn lề, trang

- Khổ giấy : 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 : 40 trang (chỉ tính phần các trang đánh số Ả Rập 1, 2, 3).
- 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 : 12.5 (riêng chữ tên chương và các danh mục: size 14)
- Dãn dòng : Multiple 1.15;
- Các mục, tiểu mục : Before: 12 pt; After: 0 pt.

- Khoảng cách giữa các đoạn : Before: 6pt; After: 0 pt.
- Khi xuống dòng không nhảy thêm hàng.
- 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

- 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 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

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

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, hình được trình bày theo khổ giấy nằm ngang thì đầu bảng quay về phía 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

Mẫu 01. Trang bìa

BỘ TÀI CHÍNH *(size 13)*

TRƯỜNG ĐẠI HỌC TÀI CHÍNH – MARKETING

- Logo trường
- Đường kính 2,0 cm

Họ và tên sinh viên (size 13)

MSSV: Lớp: (size 13)

TÊN ĐỀ TÀI (size 18)

KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

Ngành: **<TÊN NGÀNH>**(size 14)

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

TP. Hồ Chí Minh, <năm> (size 13)

Mẫu 02: Trang bìa phụ

BỘ TÀI CHÍNH *(size 13)*

TRƯỜNG ĐẠI HỌC TÀI CHÍNH – MARKETING

- Logo trường
- Đường kính 2,0 cm

TÊN ĐỀ TÀI (size 18)

KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

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)

(Mẫu 03)

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 tập tốt nghiệp**

   .....

   .....

2. **Bộ phận thực tập tốt nghiệp**

   .....

   .....

3. **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 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 tốt nghiệp)

Điểm bằng số	**Chữ ký giảng viên**
(Điểm bằng chữ)	*(Họ tên giảng viên)*

KHOA MARKETING

TS. GVC. NGUYỄN XUÂN TRƯỜNG

LỜI CẢM ƠN

(Bold, size16, in hoa)

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

...

LỜI CAM ĐOAN

(Bold, size16, in hoa)

Tôi xin cam đoan Khóa luận tốt nghiệp này là do tự bản thân thực hiện có sự hỗ trợ từ giảng viên hướng dẫn và không sao chép các công trình nghiên cứu của người khác. Các dữ liệu thông tin thứ cấp sử dụng trong Khóa luận là có nguồn gốc và được trích dẫn rõ ràng.

Tôi xin chịu hoàn toàn trách nhiệm về lời cam đoan này!

Sinh viên

(Ký và ghi rõ họ và tên)

TÓM TẮT (ABSTRACT)

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

Từ khóa (key words):

Mã Jel:

MỤC LỤC

(Bold, size16, in hoa)

LỜI MỞ ĐẦU (Bold, size 14, in hoa) Trang

CHƯƠNG 1. ..... (Bold, size 14, in hoa) ...

1.1. ..... (Bold, size 13) ...

1.1.1. ..... (Bold, Italic, size 13) ...

1.1.2. ..... (Bold, Italic, size 13) ...

1.2.....(Bold, size 13) ...

1.2.1. ..... (Bold, Italic, size 13) ...

1.2.2. .....(Bold, Italic, size 13)

CHƯƠNG 2. ..... (Bold, size 14, in hoa) ...

vv.....

DANH MỤC VIẾT TẮT

(Bold, size14, in hoa)

Ký hiệu viết tắt	**Tên đầy đủ**
(Bold, size size 13)	(Bold, size size 13)
....	....

DANH MỤC CÁC BẢNG BIỂU, HÌNH VẼ, ĐỒ THỊ, CÔNG THỨC

(Bold, size 14, in hoa)

Trang

Bảng 1.1 (size 13).....

Bảng 1.2 .....

Sơ đồ 1.1.....

Hình 1.1 .....