

Số: 26 /KH-MKT

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 16 tháng 09 năm 2022

**KẾ HOẠCH THỰC TẬP VÀ VIẾT KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP
BẠC ĐẠI HỌC HỆ CHÍNH QUY – CHƯƠNG TRÌNH CHUẨN
ĐỢT 3 NĂM 2022
NGÀNH MARKETING, CHUYÊN NGÀNH QUẢN TRỊ MARKETING**

- Căn cứ vào Thông báo “Về việc tổ chức Thực tập và làm Khóa luận tốt nghiệp, xét công nhận tốt nghiệp đợt 3 năm 2022 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 1359/TB - ĐHTCM – QLĐT ngày 29/07/2022.

- Căn cứ Quyết định số 914/QĐ-ĐHTCM-QLĐT ngày 29/04/2021 của Trường Đại học Tài chính – Marketing về việc Ban hành Quy định thực hiện và đánh giá Khóa luận tốt nghiệp, thực tập cuối khoá trình độ 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 quy chương trình chuẩn chuyên ngành Quản trị Marketing:

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

- Giúp sinh viên củng cố, phát triển kiến thức và kỹ năng ngành marketing và chuyên ngành quản trị marketing. Vận dụng kiến thức, kỹ năng vào nghiên cứu và giải quyết các vấn đề marketing và quản trị marketing một cách phù hợp ở các doanh nghiệp/ tổ chức hoặc ngành/ 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 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 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 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, viết khóa luận tốt nghiệp và bản báo cáo khóa luận tốt nghiệp.

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

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.
- Tìm hiểu thực trạng 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 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, đánh giá 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 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.
- Nêu ra những nhận xét hoặc 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 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 hoặc chiến lược/ kế hoạch/ giải pháp 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 khoá luận tốt nghiệp, bản thảo khóa luận tốt nghiệp trình cho giảng viên hướng dẫn.

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

- Khóa luận tốt nghiệp phải có tóm tắt, từ khóa bằng tiếng Việt và tiếng Anh.

2.4. Hội thảo, bài báo từ khóa luận tốt nghiệp

- Sinh viên chương trình chuẩn nếu có yêu cầu và điều kiện phù hợp sẽ được viết tham luận và báo cáo trong buổi hội thảo do khoa/bộ môn tổ chức để trình bày một số đề tài tiêu biểu. Các bài viết sẽ được in trong kỷ yếu (Xem như một bài viết nghiên cứu khoa học của sinh viên).

- Những bài Khóa luận tốt nghiệp đạt chất lượng tốt có thể được giảng viên hướng dẫn hỗ trợ nghiên cứu thêm để phát triển thành bài báo để có thể gửi đăng trên các tạp chí trong và ngoài nước.

3. DANH MỤC CÁC DẠNG ĐỀ TÀI

3.1. Đề tài về Marketing, quản trị Marketing cho doanh nghiệp/ tổ chức (thuộc lĩnh vực công nghiệp – xây dựng, nông nghiệp hay dịch vụ)

1. Hoạch định chiến lược/kế hoạch marketing của một doanh nghiệp/tổ chức trong các lĩnh vực công nghiệp – xây dựng, nông nghiệp hay dịch vụ cho giai đoạn 1-3 năm tới.
2. Chiến lược marketing hỗn hợp của doanh nghiệp/ tổ chức cho gian đoạn 1-3 năm tới.
3. Chiến lược/ kế hoạch marketing dịch vụ của doanh nghiệp/ tổ chức.
4. Quản trị chiến lược sản phẩm, thương hiệu của doanh nghiệp hoặc Chiến lược phát triển sản phẩm mới, cải tiến sản phẩm của doanh nghiệp/ tổ chức.
5. Quản trị chiến lược phân phối sản phẩm của doanh nghiệp/ tổ chức.
6. Quản trị chiến lược giá cho doanh nghiệp/ tổ chức.
7. Quản trị chiến lược truyền thông marketing tích hợp cho doanh nghiệp/ tổ chức.
8. Quản trị chiến lược marketing kỹ thuật số cho doanh nghiệp/ tổ chức.

9. Các đề tài khác thuộc phạm vi ngành marketing, chuyên ngành quản trị marketing.

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

1. Nghiên cứu hoạt động quản trị marketing của các doanh nghiệp trong ngành hàng và một số doanh nghiệp tiêu biểu trong ngành.
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. Nghiên cứu hành vi tiêu dùng của cá nhân/ tổ chức đối với một loại dịch vụ.
5. Đặc điểm vận động của thị trường (Cung/Cầu, giá cả) một loại sản phẩm tác động đến chiến lược kinh doanh, marketing của các doanh nghiệp/ tổ chức.
6. Nghiên cứu về hoạt động của các doanh nghiệp dịch vụ marketing (Agency).
7. Nghiên cứu hành vi của các doanh nghiệp trong việc ứng dụng các kỹ thuật, công cụ... marketing mới như trí tuệ nhân tạo, dữ liệu lớn, thực tế ảo... trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0.
8. Các đề tài nghiên cứu định lượng liên quan đến hoạt động marketing tại các doanh nghiệp/ tổ chức.
9. 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 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 ngành hàng hay nghiên cứu thị trường (02 tuần).
- Sinh viên đăng ký đề tài thực tập với giảng viên hướng dẫn. Sau khi giảng viên hướng dẫn chấp nhận, sinh viên gửi cho Khoa để sàng lọc, tránh trùng lặp đề tài.
- Thông báo Danh sách các nhóm thực tập và GVHD. Chậm nhất 30/09/2022.
- Sinh viên phải theo dõi thông báo của Khoa về phân nhóm và GVHD, gặp GVHD đúng thời hạn.

Tổ chức chỉ đạo thực tập, phân công giảng viên

Ban chỉ đạo

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

- Các giảng viên tham gia 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 khóa luận tốt nghiệp.

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

- GVHD có trách nhiệm hướng dẫn sinh viên đăng ký đề tài và thực hiện các bước thực tập, viết khoá luận theo qui định và trong thời gian của kế hoạch này.
- Có chế độ sinh hoạt chuyên môn thường kỳ đối với Sinh viên (trung bình mỗi tuần GVHD phải làm việc với sinh viên thực tập một lần theo lịch đăng ký với nhà trường).
- Hướng dẫn sinh viên viết đề cương thực tập và đề cương báo cáo Khóa luận tốt nghiệp cho sinh viên.
- Chỉ định và hướng dẫn Sinh viên tìm tài liệu và tra cứu tài liệu tham khảo phục vụ viết chuyên đề thực tập tốt nghiệp.
- 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.
- 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 viết khoá luận tốt nghiệp cho sinh viên và nộp điểm về khoa đúng hạn
- Chấm chuyên đề thực tập tốt nghiệp cho Sinh viên và nộp điểm về khoa đúng thời 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 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 muốn nhận giấy giới thiệu thực tập thì liên hệ về khoa để khoa làm giấy giới thiệu. 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 Khóa luận tốt nghiệp.
- 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 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. 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 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 các sản phẩm trong quá trình thực tập cho giảng viên hướng dẫn bao gồm: 01 bản cứng khóa luận tốt nghiệp (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: khóa luận 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 khóa luận).

- 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 (Áp dụng theo Quyết định số 857/QĐ-ĐHTCM, ngày 25/3/2022 V/v ban hành Quy định về trích dẫn và chống đạo văn của Trường Đại học Tài chính – Marketing)

- Đến thời hạn nộp bản báo cáo Khóa luận Tốt nghiệp, Sinh viên nộp trễ hạn sẽ nhận điểm không (0) của điểm quá trình và Khóa luận Tốt nghiệp.

4.4. Qui định về thời gian thực tập và viết khóa luận tốt nghiệp

5. Thời gian 10 tuần, từ 10/10/2022 đến 17/12/2022. Chi tiết:

THỜI GIAN	TUẦN	NỘI DUNG CÔNG VIỆC
T1: 10/10 – 16/10/2022	3 tuần	- Sinh viên đến đơn vị thực tập, SV gặp GVHD, xây dựng đề cương nghiên cứu
T2: 17/10 – 23/10/2022		- GV sửa đề cương (sơ bộ, chi tiết)
T3: 24/10 – 30/10/2022		- SV hoàn chỉnh đề cương
T4 – T5: 31/10 – 13/11/2022	2 tuần	Đọc, tra cứu tài liệu tham khảo
		Khảo sát, thu thập dữ liệu
		Tập hợp và xử lý dữ liệu
T6 – T7: 14/11 – 27/11/2022	2 tuần	Viết bản thảo
T8, T9: 28/11 – 11/12/2022	3 tuần	GV sửa bản thảo
T10: 12/12 – 17/12/2022		SV nộp bản in chính thức cho GVHD
18/12 – 23/12/2022		GV chấm khóa luận TN, gửi điểm về Khoa
24/12 – 27/12/2022		Hội đồng chấm khóa luận tốt nghiệp
28/12 – 30/12/2022		Khoa nộp điểm cho trường

5. ĐÁNH GIÁ KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

Căn cứ quyết định số 914/QĐ-ĐHTCM ngày 22 tháng 4 năm 2021 của Đại học Tài chính Marketing Ban hành Quy định Hướng dẫn thực tập và đánh giá khóa luận tốt nghiệp, Thực tập cuối khóa trình độ đại học hệ chính quy đào tạo theo học chế tín chỉ tại trường Đại học Tài chính – Marketing và Quy định đánh giá Khóa luận tốt nghiệp của Khoa marketing. 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....

(2) Đánh giá Khóa luận tốt nghiệp. Hình thức trình bày Khóa luận tốt nghiệp phải thực hiện theo đúng qui 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 Khóa luận tốt nghiệp chiếm 60% (do giảng viên hướng dẫn chấm và giảng viên phản biện chấm), được tính theo thang điểm 10 (mười), làm tròn đến 0,5 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 viết KLTN, theo thang điểm 10 (mười), làm tròn đến 0,5 theo quy định hiện hành của Nhà trường 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 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 cơ quan, doanh nghiệp đã tạo điều kiện giúp đỡ Sinh viên thực tập.

BAN GIÁM HIỆU

TRƯỞNG KHOA

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

(Thực hiện quyết định số 914/QĐ-DHTCM ngày 22/4/2021 của trường Đại học Tài chính Marketing Ban hành quy định Hướng dẫn thực tập và đánh giá khóa luận tốt nghiệp, Thực tập cuối khoa trình độ đại học hệ chính quy đào tạo theo học chế tín chỉ tại trường Đại học Tài chính – Marketing)

1. Thang điểm và tiêu chí đánh giá

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

- Thái độ chấp hành nội quy, 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.

1.2. Kỹ năng (2,0 điểm)

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

1.3. Kiến thức (2,0 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 0,5 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 0,5 theo quy định hiện hành của Nhà trường.

KHOA MARKETING

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 (4,0 điểm)</i>		
Kỹ năng <i>Tối đa (2,0 điểm)</i>		
Kiến thức <i>Tối đa (2,0 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 2019

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

(Thực hiện quyết định số 914/QĐ-ĐHTCM ngày 22/4/2021 của trường Đại học Tài chính Marketing Ban hành quy định Hướng dẫn thực tập và đánh giá khóa luận tốt nghiệp, Thực tập cuối khoa trình độ đại học hệ chính quy đào tạo theo học chế tín chỉ tại trường Đại học Tài chính – Marketing)

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 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.

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 khoá luận tốt nghiệp được đăng tạp chí hoặc tham luận hội thảo.

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 0,5 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 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.

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 phân viết khóa luận tốt nghiệp (60%).
- Điểm đánh giá khóa luận theo thang điểm 10, làm tròn đến 0,5 theo quy định hiện hành của Nhà trường.

KHOA MARKETING

PHIẾU ĐÁNH GIÁ KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP
(Áp dụng cho dạng đề tài Nghiên cứu thị trường, người tiêu dùng)

1. Thông tin chung

- Họ và tên sinh viên: Lớp:

- Tên đề tài:

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

2. Nhận xét và đánh giá khóa luận

Tiêu chí/Điểm tối đa	Nhận xét	Điểm
Hình thức và kết cấu khóa luận <i>Tối đa (1,0 điểm)</i>		
Tổng quan về đề tài <i>Tối đa (0,5 điểm)</i>		
Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu <i>Tối đa (1,5 điểm)</i>		
Phương pháp nghiên cứu <i>Tối đa (1,5 điểm)</i>		
Kết quả nghiên cứu - Thảo luận <i>Tối đa (3,5 điểm)</i>		
Kết luận – Hàm ý quản trị <i>Tối đa (0,5 điểm)</i>		
Tính sáng tạo, triển vọng ứng dụng <i>Tối đa (1,0 điểm)</i>		
Điểm thưởng <i>Tối đa (0,5 điểm)</i>		
Tổng điểm		
Điểm làm tròn:.....(Viết bằng chữ:.....)		

TP. Hồ Chí Minh, ngày tháng năm 20..

Giảng viên đánh giá

TP. Hồ Chí Minh, ngày tháng năm 2018

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

(Thực hiện quyết định số 914/QĐ-ĐHTCM ngày 22/4/2021 của trường Đại học Tài chính Marketing Ban hành quy định Hướng dẫn thực tập và đánh giá khóa luận tốt nghiệp, Thực tập cuối khoa trình độ đại học hệ chính quy đào tạo theo học chế tín chỉ tại trường Đại học Tài chính – Marketing)

1. Thang điểm và tiêu chí đánh giá

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

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

1.2. 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.

1.3. Cơ sở lý thuyết (1,0 điểm)

- Cơ sở lý thuyết phù hợp, logic với các phân 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.

1.4. 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.

1.5. Kết quả nghiên cứu (5,0 điểm)

- Có nghiên cứu, đánh giá các yếu tố môi trường, thị trường, triển vọng 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, giải pháp phải phù hợp với cơ sở lý thuyết và cơ sở thực tiễn.

1.6. 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.

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

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

1.8. Điểm thưởng (0,5 điểm)

- Kết quả nghiên cứu được phát triển thành bài tham luận hội thảo hoặc bài báo khoa học.

2. 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 đến 0,5 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 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.

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 bài viết khóa luận tốt nghiệp (60%).
- Điểm đánh giá khóa luận theo thang điểm 10, làm tròn đến 0,5 theo quy định hiện hành của Nhà trường.

KHOA MARKETING

PHIẾU ĐÁNH GIÁ BÀI VIẾT KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

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

1. Thông tin chung

- Họ và tên sinh viên: Lớp:

- Tên đề tài:

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

2. Nhận xét và đánh giá khóa luận

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

TP. Hồ Chí Minh, ngày tháng năm 20..

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 nếu có (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 thể loại)
- 12) Từ khoá, Keyword: 5 từ khoá, cách nhau bằng dấu phẩy.
- 13) Nội dung báo cáo (trình bày theo các chương, mục)
- 14) Tài liệu tham khảo
- 15) Phụ lục
- 16) Báo cáo kiểm tra đạo văn (Áp dụng theo Quyết định số 857/QĐ-ĐHTCM, ngày 25/3/2022 V/v ban hành Quy định về trích dẫn và chống đạo văn của Trường Đại học Tài chính – Marketing): In kèm 2 biểu đồ hình đĩa kết quả kiểm tra đạo văn bằng phần mềm Doit hoặc phần mềm khác. Trong đó kiểm tra lần đầu kiểm tra toàn bài. Kiểm tra lần 2 sau khi đã xoá những phần chung bắt buộc như tên trường, tên khoa...

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: Tối đa 70 trang (chỉ tính các trang nội dung – được đánh số trang bằng số Ả Rập 1, 2, 3).
- Đánh số trang: Số trang đặt trên trang, căn giữa trang.
- Ký hiệu số trang: Số trang từ phần nhận xét của giảng viên đến danh mục hình: đánh số trang theo chữ La Mã thường (i, ii, iii, iv...). Số trang từ phần tóm tắt đến hết tài liệu tham

khảo: đánh số trang theo số Ả Rập (1, 2, 3...). Số trang trong phần phụ lục đánh theo chữ Ả Rập in thường (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: 1.5 lines;
- Các mục, tiểu mục: Before: 6 pt; After: 0 pt.
- Khoảng cách giữa các đoạn: Before: 0pt; 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: 6 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, tên mục, tiểu mục không được viết tắt, không dùng ký hiệu hay bất kỳ chú giải nào. Tên đề tài được căn 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 (nên 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 3 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. Bảng, hình và chữ viết tắt

- *Đánh số bảng*: Số của bảng được đánh theo số thứ tự của chương, và số Ả Rập theo thứ tự hình. Ví dụ: bảng 2.1, số 2 có nghĩa là bảng ở chương 2, số 1 có nghĩa là bảng thứ nhất của

chương 2. Sau chữ Bảng và số là dấu hai chấm. (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. Tên và số thứ tự của bảng **được đặt ở phía trên 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).
- *Hình, 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.

Ví dụ:

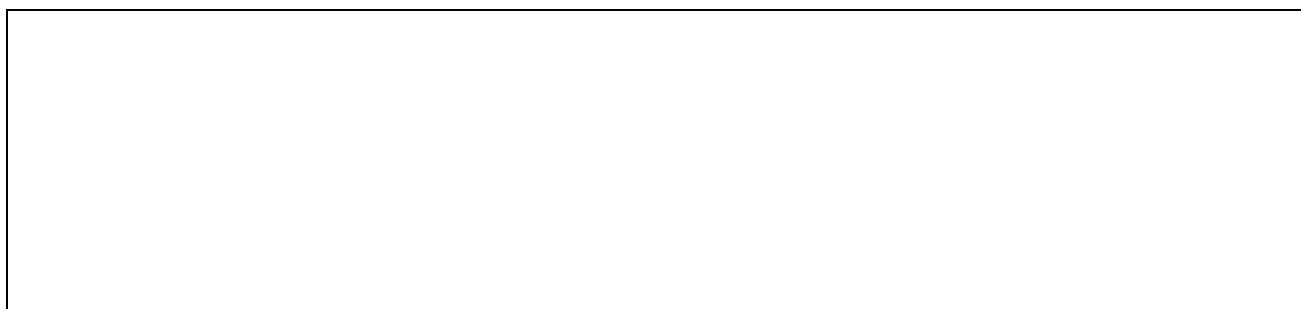
Bảng 2.3: Doanh thu bán hàng của công ty ABC giai đoạn 2016 - 2018

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 và đặt phía dưới bảng/ hình, góc trái, size: 10, in nghiêng. Tất cả nhưng phần tham khảo phải ghi nguồn. **KHÔNG NGHI NGUỒN** với những bảng, hình do sinh viên tự làm (vì đã có cam đoan ở phần đầu là tất cả do tác giả làm, trừ những phần đã trích nguồn).

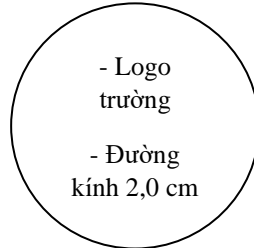
Nếu bảng, hình được trình bày theo khổ giấy nằm ngang thì đầu bảng quay về phía đóng bìa.

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

BỘ TÀI CHÍNH (size 13)

TRƯỜNG ĐẠI HỌC TÀI CHÍNH – MARKETING



Họ và tên sinh viên (size 13)

MSSV: Lớp: (size 13)

TÊN ĐỀ TÀI (size 16)

KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

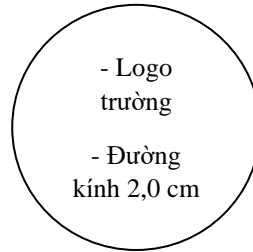
Ngành: <TÊN NGÀNH>(size 14)

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



TÊN ĐỀ TÀI (size 16)

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)

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)

NHẬN XÉT CỦA GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN

(Bold, size14, caps lock)

Họ và tên sinh viên: **MSSV:**

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

KẾT QUẢ CHẤM KHÓA LUẬN

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

KHOA MARKETING

LỜI CẢM ƠN

(Bold, size14, caps lock)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

...

LỜI CAM ĐOAN

(Bold, size14, caps lock)

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

(Bold, size14, caps lock)

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
..... (từ 150-200 từ)

Từ khóa:

Mã Jel:

ABSTRACT

(Bold, size14, caps lock)

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
..... (150-200 word)

Key words:

Jel code:

MỤC LỤC

(Bold, size14, 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 CHỮ VIẾT TẮT

(Bắt đầu 1 trang mới, Bold, size 14, in hoa)

Ký hiệu viết tắt

(Bold, size size 13)

....

Tên đầy đủ

(Bold, size size 13)

....

DANH MỤC BẢNG

(Bắt đầu 1 trang mới, Bold, size 14, in hoa)

Trang

Bảng 1.1 (size 13).....

Bảng 1.2

DANH MỤC HÌNH

(Bắt đầu 1 sang trang mới, Bold, size 14, in hoa)

Hình 1.1 (size 13).....

...