



BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC NGUYỄN TẤT THÀNH
KHOA QUẢN TRỊ KINH DOANH
NHÀNH: THẠC SĨ QUẢN TRỊ KINH DOANH

ĐỀ CƯƠNG HỌC PHẦN

1) Thông tin về học phần

- Tên học phần:

Tên tiếng Việt: Truyền thông marketing tích hợp

Tên tiếng Anh: Integrated Marketing Communications

- Mã số học phần: 073944
- Số tín chỉ: 02
- Trình độ: Dành cho học viên cao học
- Học phần thuộc khối kiến thức:

Đại cương ☐		Chuyên nghiệp ☒				
		Cơ sở ngành X		Chuyên ngành ☐		
Bắt buộc ☐	Tự chọn ☐	Bắt buộc ☐	Tự chọn X	Bắt buộc ☐	Tự chọn ☐	Bổ trợ ☐

- Điều kiện tiên quyết gồm:
Môn học tiên quyết: Marketing căn bản
Môn học trước: Không
Môn học song hành: Không
- Phân bố thời gian chi tiết:
 - + Lý thuyết: 30 tiết
 - + Thực hành: 30 tiết
 - + Các hoạt động khác: 0 tiết
 - + Tự học: 90 tiết

2. Mô tả môn học

Truyền thông Marketing tích hợp là môn học Cung cấp cho học viên những kiến thức cơ bản về quản trị truyền thông tích hợp như: tổng quan quản trị truyền thông tích hợp, quá trình truyền thông tích hợp, quá trình ra quyết định tiêu dùng, phân khúc thị trường và định vị, thiết các mục tiêu chiêu thị và ngân sách chiêu thị, chào bán hàng trực tiếp, phát triển chiến lược bán hàng, thực hiện chiến lược bán hàng, quản trị khuyến mãi, khuyến mãi đối với người tiêu dùng, khuyến mãi đối với người trung gian và nhân viên bán hàng, giao tế, đánh giá và điều khiển chương trình, khía cạnh xã hội của truyền thông tích hợp.

3. Giáo trình/ tài liệu tham khảo

* Sách giáo trình/Bài giảng:

- [1] TS Trần Thị Thập, Truyền Thông Marketing tích hợp, NXB Thông tin truyền thông, 2015.
- [2] Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications, Pearson, 2017.

- [3] Bài giảng (case study) trên lớp

* Tài liệu tham khảo khác:

[4] Andrews/Shimp, Advertising, Promotion, and other aspects of Integrated Marketing Communications, Cengage, 2018

[5] Clow / Baack, Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications, Pearson, 2017

[6] George E Belch, Micheal A Belch- Advertising and Promotion_ An Intergrated Marketing Commucations Perspective- McGraw- Hill, Education, 2017.

4. Mục tiêu và kết quả học tập mong đợi

Mục tiêu:

Môn học này giúp học viên

- o hiểu rõ vai trò và tầm quan trọng của hoạt động truyền thông makerting tích hợp.
- o phân tích hành vi người tiêu dùng để nắm bắt cơ hội để xây dựng chương trình truyền thông marketing hiệu quả.
- o áp dụng các công cụ, phương tiện truyền thông trong hoạt động makerting tích hợp.
- o xây dựng các chương trình marketing trực tiếp, quảng cáo, khuyến mãi, bán hàng trực tiếp và quan hệ công chúng.
- o đo lường hiệu quả chương trình truyền thông marketing tích hợp.

Kết quả học tập mong đợi của học phần:

Học phần đóng góp cho Chuẩn đầu ra sau đây của CTĐT theo mức độ sau: (Bảng dưới đây là trích ngang của Matrix : Sự đóng góp của mỗi môn học cho ELOs của CTĐT).

N : Không đóng góp (none supported)

S : Có đóng góp (suppoorted)

H : Đóng góp quan trọng (highly supported)

Mã HP	Tên HP	Mức độ đóng góp của học phần cho CDR của CTĐT							
		ELO1	ELO2	ELO3	ELO4	ELO5	ELO6	EL07	EL08
073944	Makerting truyền thông tích hợp	S	S	N	H	S	S	S	N

Ký hiệu	KQHTMD của học phần Hoàn thành học phần này, học viên thực hiện được	CDR của CTĐT
Kiến thức		
CELO1	Phân tích hành vi người tiêu dùng và quá trình truyền thông để nắm các cơ hội xây dựng chương trình truyền thông marketing hiệu quả.	ELO 1,2,4,6,
CELO2	Vận dụng các bước trong quá trình truyền thông;	ELO 1,2,4

	Phân tích thị trường nhằm xây dựng kế hoạch truyền thông (lựa chọn các công cụ truyền thông tích hợp hiệu quả) và đánh giá hiệu quả truyền thông.	
CELO3	Áp dụng chiến lược truyền thông tích hợp cho các đơn vị nhằm đạt mục tiêu tổ chức	ELO 1,2,4
Kĩ năng		
CELO4	Áp dụng thành thạo kỹ năng tư duy phân tích, tổng hợp, sắp xếp thông tin, tài liệu và số liệu.	ELO 1,4,5
CELO5	Phối hợp các phương pháp, công cụ truyền thông để xây dựng các đề án nhằm giải quyết các vấn đề trong tổ chức truyền thông một cách khoa học.	ELO 4,5,7
CELO6	Sử dụng ngôn từ chính xác, lập luận vững chắc, trình tự mạch lạc, dẫn chứng xác thực trong nói và viết	ELO 4,6
Thái độ và phẩm chất đạo đức		
CELO7	- Thể hiện tác phong khiêm tốn, tôn trọng sự thật, lễ phải công bằng và đạo đức nghề nghiệp - Tinh thần học tập suốt đời để phát triển bản thân và cống hiến xã hội	ELO 7

5. Nội dung học phần

Tuần	Kết quả học tập mong đợi của bài học (LLOs)	Nội dung	KQHTMD của học phần
		Chương 1: GIỚI THIỆU VÀ CÁC PHƯƠNG PHÁP TƯ DUY GIẢI QUYẾT VẤN ĐỀ	

Tuần	Kết quả học tập mong đợi của bài học (LLOs)	Nội dung	KQHTMD của học phần
	- LLO1: hiểu những khái niệm về truyền thông tích hợp - LLO2: phân loại các phương tiện truyền thông	A/ Các nội dung chính trên lớp: (5 tiết) Nội dung GD lý thuyết: (3 tiết) Giới thiệu môn học 1.1 Truyền thông tích hợp 1.2 Quan hệ giữa truyền thông marketing và những thành phần khác của phối thức tiếp thị 1.3 Môi trường của truyền thông marketing 1.4 Chiến lược truyền thông marketing 1.5 Xây dựng chương trình truyền thông marketing 1.6 Chuẩn bị tổ chức để thực hiện truyền thông marketing 1.7. Các quyết định truyền thông marketing Nội dung thảo luận: (1 tiết) - Giảng viên đặt câu hỏi gợi ý đến những vấn đề liên quan đến nội dung bài giảng, và yêu cầu học viên trả lời. Nội dung thực hành trên lớp (1 tiết) - Các nhóm thuyết trình về lý do lựa chọn vấn đề nghiên cứu - Giảng viên đưa ra hướng nghiên cứu về một dự án cụ thể cho các nhóm.	CELO1
		B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (10 tiết) - Đọc Chương 1, tài liệu [1]. - Đọc Chương 1, 3 tài liệu [2]. - Đọc tài liệu GV gửi - Tìm kiếm thông tin đưa ra chủ đề thảo luận	
		C/ Đánh giá kết quả học tập trong Chương 1: Phương pháp đánh giá: Thảo luận nhóm, làm việc nhóm, và thuyết trình: nhóm tham gia thảo luận theo yêu cầu của giảng viên và phải có sản phẩm thuyết trình tên đề tài dự định nghiên cứu.	
2		Chương 2: PHÂN KHÚC THỊ TRƯỜNG - ĐỊNH VỊ VÀ QUÁ TRÌNH RA QUYẾT ĐỊNH TIÊU DÙNG	

Tuần	Kết quả học tập mong đợi của bài học (LLOs)	Nội dung	KQHTMD của học phần
	LLO3: Phân tích thị trường LLO4: Ra quyết định chương trình truyền thông	A/ Các nội dung chính trên lớp: (5 tiết) Nội dung GD lý thuyết: (3 tiết) ● Phân khúc thị trường ● Lựa chọn thị trường mục tiêu ● Định vị sản phẩm ● Yếu tố tác động đến quyết định tiêu dùng ● Quá trình ra quyết định và kế hoạch truyền thông marketing Nội dung thảo luận Nội dung thảo luận: (1 tiết) - Giảng viên đặt câu hỏi gợi ý đến những vấn đề liên quan đến nội dung bài giảng, và yêu cầu học viên trả lời. Nội dung thực hành trên lớp (1 tiết) - Các nhóm thuyết trình về lý do lựa chọn vấn đề nghiên cứu Giảng viên đưa ra hướng nghiên cứu về một dự án cụ thể cho các nhóm.	CELO1, 2,6
		B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (10 tiết) Đọc Chương 2,3, tài liệu [1,] Đọc Chương 3,4, tài liệu [3]. Bài soạn GV gửi	
		C/ Đánh giá kết quả học tập trong Chương 2: Phương pháp đánh giá: - Thảo luận nhóm, làm việc nhóm và thuyết trình: nhóm tham gia thảo luận theo yêu cầu của giảng viên.	
3		Chương 3: QUÁ TRÌNH TRUYỀN THÔNG - THIẾT LẬP MỤC TIÊU, XÂY DỰNG NGÂN SÁCH và ĐO LƯỜNG HIỆU QUẢ	

Tuần	Kết quả học tập mong đợi của bài học (LLOs)	Nội dung	KQHTMD của học phần
4	LLO5: Thiết lập mục tiêu và xác định ngân sách truyền thông marketing tích hợp	A/ Các nội dung chính trên lớp: (5 tiết) Nội dung GD lý thuyết: (3 tiết) • Các hệ thống thông tin tiếp thị • Quá trình truyền thông giữa các bên tham gia • Thiết lập các mục tiêu truyền thông marketing • Xác định ngân sách truyền thông marketing • Các kỹ thuật định lượng dùng trong hoạch định ngân sách Nội dung thảo luận: (1 tiết) - Giảng viên đặt câu hỏi gợi ý đến những vấn đề liên quan đến nội dung bài giảng, và yêu cầu học viên trả lời cá nhân để khởi động sự suy nghĩ của học viên. Nội dung thực hành trên lớp (1 tiết) - Các nhóm thuyết trình về lý do lựa chọn vấn đề nghiên cứu Giảng viên đưa ra hướng nghiên cứu về một dự án cụ thể cho các nhóm.	CELO2 CELO6
		B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (10 tiết) - Đọc chương 5,6 tài liệu [1] - Bài soạn GV gửi	
		C/ Đánh giá kết quả học tập trong Chương 3: Phương pháp đánh giá: - Thảo luận nhóm, làm việc nhóm và thuyết trình: nhóm tham gia thảo luận theo yêu cầu của giảng viên.	
		Chương 4: QUẢNG CÁO- KHUYẾN MÃI	

Tuần	Kết quả học tập mong đợi của bài học (LLOs)	Nội dung	KQHTMD của học phần
	LLO6: hiểu được nguyên tắc và thời điểm để quảng cáo khuyến mãi	A/ Các nội dung chính trên lớp: (5 tiết) Nội dung GD lý thuyết: (3 tiết) Mục đích của khuyến mãi- quảng cáo Các nhân tố ảnh hưởng đến khuyến mãi-quảng cáo Mục tiêu quảng cáo-khuyến mãi Chiến lược và thực hiện chiến lược thông điệp Xác định phương tiện quảng cáo-khuyến mãi Đánh giá việc thực hiện chương trình quảng cáo hoặc khuyến mãi Nội dung thảo luận: (1 tiết) - Giảng viên đặt câu hỏi gợi ý đến những vấn đề liên quan đến nội dung bài giảng, và yêu cầu học viên trả lời cá nhân để khởi động sự suy nghĩ của học viên. Nội dung thực hành trên lớp (1 tiết) - Các nhóm thuyết trình về lý do lựa chọn vấn đề nghiên cứu Giảng viên đưa ra hướng nghiên cứu về một dự án cụ thể cho các nhóm.	CELO4,6
	LLO7: xây dựng chiến lược và thực hiện chiến lược và đo lường hiệu quả truyền thông		
		B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (10 tiết) - Đọc chương 7,8, tài liệu [2] - Bài soạn GV gửi	
		C/ Đánh giá kết quả học tập trong Chương 4: Phương pháp đánh giá: Thảo luận nhóm, làm việc nhóm và thuyết trình: nhóm tham gia thảo luận theo yêu cầu của giảng viên.	
		Chương 5: QUAN HỆ CÔNG CHÚNG (PR)	

Tuần	Kết quả học tập mong đợi của bài học (LLOs)	Nội dung	KQHTMD của học phần
	LLO8: hiểu được các đặc điểm của quan hệ công chúng LLO9: phân loại công cụ quan hệ công chúng LLO10: phân tích đặc điểm đối tượng cần truyền thông LL11: áp dụng quy trình quan hệ công chúng	A/ Các nội dung chính trên lớp: (5 tiết) Nội dung GD lý thuyết: (3 tiết) Vai trò của quan hệ công chúng • Các đặc điểm của quan hệ công chúng • Xác định đối tượng quan hệ công chúng • Quy trình quan hệ công chúng • Các công cụ quan hệ công chúng Nội dung thảo luận: (1 tiết) - Giảng viên đặt câu hỏi gợi ý đến những vấn đề liên quan đến nội dung bài giảng, và yêu cầu học viên trả lời cá nhân để khởi động sự suy nghĩ của học viên. Nội dung thực hành trên lớp (1 tiết) - Các nhóm thuyết trình về lý do lựa chọn vấn đề nghiên cứu Giảng viên đưa ra hướng nghiên cứu về một dự án cụ thể cho các nhóm.	CELO 4,5
		B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (10 tiết) Đọc chương 3 tài liệu [2]	
		C/ Đánh giá kết quả học tập trong Chương 6: Phương pháp đánh giá: Thảo luận nhóm và làm việc nhóm: nhóm tham gia thảo luận theo yêu cầu của giảng viên và thuyết trình nhóm	
6		Chương 6: MARKETING TRỰC TIẾP VÀ BÁN HÀNG TRỰC TIẾP	

Tuần	Kết quả học tập mong đợi của bài học (LLOs)	Nội dung	KQHTMD của học phần
	LLO12. Đánh giá được vấn đề trong bối cảnh hiện tại LLO13. Trình bày giải pháp vấn đề	A/ Các nội dung chính trên lớp: (5 tiết) Nội dung GD lý thuyết: (3 tiết) ● Khái niệm và vai trò marketing trực tiếp ● Các công cụ Marketing trực tiếp ● Khái niệm và vai trò của bán hàng trực tiếp ● Hoạt động bán hàng và quá trình bán hàng ● Đánh giá và kiểm soát các nỗ lực bán hàng Nội dung thảo luận: (1 tiết) - Giảng viên đặt câu hỏi gợi ý đến những vấn đề liên quan đến nội dung bài giảng, và yêu cầu học viên trả lời cá nhân để khởi động sự suy nghĩ của học viên. Nội dung thực hành trên lớp (1 tiết) - Các nhóm thuyết trình về lý do lựa chọn vấn đề nghiên cứu Giảng viên đưa ra hướng nghiên cứu về một dự án cụ thể cho các nhóm.	CELO1,2,3,4,5,6,7
		B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (10 tiết) <i>Hoàn chỉnh đề cương để chuẩn bị báo cáo</i> Đọc tài liệu [2].	
		C/ Đánh giá kết quả học tập trong Chương 6: Phương pháp đánh giá: Thảo luận nhóm và làm việc nhóm: nhóm tham gia thảo luận theo yêu cầu của giảng viên và thuyết trình nhóm	

6. Phương pháp giảng dạy và học tập

6.1. Phương pháp giảng dạy

- Thuyết giảng
- Thảo luận / thảo luận theo nhóm
- Nghiên cứu thực địa
- Sử dụng các công trình nghiên cứu trong giảng dạy

6.2 Phương pháp học tập

- Học viên tự đọc tài liệu, pháp triển giả thuyết và câu hỏi liên quan

- Học viên tham gia nghe giảng, thảo luận nhóm
- Học viên được khích lệ sử dụng tổng hợp các kiến thức từ các môn học khác và những trải nghiệm trong cuộc sống để đề xuất giải pháp cho vấn đề (giả định nào đó) đặt ra.

7. Nhiệm vụ của học viên

- Chuyên cần: học viên phải tham dự ít nhất 4/6 buổi học.
- Chuẩn bị cho bài giảng: học viên phải đọc các bài báo khoa học liên quan do giảng viên cung cấp, phát triển các giả định và câu hỏi liên quan; làm các bài tập
- Thái độ: cầu thị, tôn trọng sở hữu trí tuệ

8. Đánh giá và cho điểm

8.1. Thang điểm: 10

8.2. Kế hoạch đánh giá và trọng số:

- Sử dụng thang điểm 10 cho tất cả các lần đánh giá.
- Điểm đánh giá quá trình: 20 %
- Điểm đánh giá giữa học phần: 20 %
- Đánh giá kết thúc học phần: 60 %
- Điểm đạt tối thiểu: 4/10

KQHTMD của học phần	Tiêu chí đánh giá	Phân loại			
		Tốt	Khá	Trung Bình	Không đạt
Về kiến thức:					
CELO1	1.1 Hiểu các khái niệm và công cụ truyền thông	Đưa ra ý kiến hữu ích	Đưa ra ý kiến khá hữu ích	Đưa ra ý kiến tương đối hữu ích	Không đưa ra ý kiến hoặc ý kiến hoàn toàn không hữu ích
	1.2 Phân loại đối tượng cần truyền thông				
	1.3 Phân tích hành vi người tiêu dùng				
CELO2	2.1 Hiểu những phương tiện truyền thông	Trình bày những phát biểu có cơ sở khoa học	Trình bày những phát biểu có cơ sở khá khoa học	Trình bày những phát biểu thiếu cơ sở khoa học	Trình bày những phát biểu không có cơ sở khoa học
	2.2 Vận dụng các bước của quá trình truyền thông;				
	2.3 Xây dựng kế hoạch truyền thông				

CELO3	3.1 Xác định chiến lược truyền thông tích hợp. 3.2 Vận dụng công cụ truyền thông	Lập luận có cơ sở khoa học.	Lập luận có cơ sở khoa học nhưng còn lỏng lẻo, rườm rà	Lập luận có cơ sở khoa học nhưng còn thiếu.	Lập luận không có cơ sở khoa học.
Về kỹ năng					
CELO4	4.1 Hiểu được kỹ năng tư duy phân tích thông tin tài liệu xử dụng cho truyền thông theo từng tình huống	Nội dung báo cáo hoặc thuyết trình thể hiện sự hợp lý	Nội dung báo cáo hoặc thuyết trình khá hợp lý	Nội dung báo cáo hoặc thuyết trình thể hiện sự tương đối hợp lý	Nội dung báo cáo hoặc thuyết trình thể hiện sự chưa hợp lý
	4.2 Phân tích thông tin, số liệu liên quan bối cảnh truyền thông nhằm vận dụng các kỹ năng tư duy hiệu quả				
CELO5	5.1 Hiểu được vấn đề cần giải quyết của tổ chức	Báo cáo hoặc thuyết trình được vấn đề đặt ra với kết cấu khoa học và chặt chẽ	Báo cáo và thuyết trình được vấn đề đặt ra với kết cấu khá khoa học và chặt chẽ	Báo cáo và thuyết trình được vấn đề đặt ra với kết cấu tương đối khoa học và chặt chẽ	Báo cáo và thuyết trình được vấn đề đặt ra với kết cấu chưa khoa học và chặt chẽ
	5.2 Phân loại công cụ truyền thông				
	5.3 Phối hợp các phương pháp, hình thức chiêu thị với công cụ truyền thông hiệu quả.				
	5.4 Áp dụng công cụ truyền thông nhằm giải quyết các vấn đề trong tổ chức một cách khoa học.				

CELO6	6.1 Sử dụng ngôn từ chính xác có dẫn chứng xác thực	Trình bày những phát biểu có cơ sở lập luận và rõ ràng mạch lạc.	Trình bày những phát biểu có cơ sở lập luận nhưng còn rườm rà	Trình bày những phát biểu rõ ràng mạch lạc nhưng thiếu cơ sở lập luận.	Trình bày những phát biểu chưa rõ ràng mạch lạc và thiếu cơ sở lập luận
	6.2 Lập luận vững chắc, trình tự mạch lạc.				
Về thái độ và phẩm chất đạo đức					
CELO7	7.1 Thể hiện tác phong khiêm tốn ,tôn trọng sự thật, lễ phải 7.2 Tinh thần học tập suốt đời để phát triển bản thân và cống hiến xã hội	Tham dự lớp, thảo luận nhóm và tra cứu tài liệu làm báo cáo nghiêm túc	Tham dự lớp, thảo luận nhóm và tra cứu tài liệu làm báo cáo nghiêm túc ở mức khá ở mức tương đối	Tham dự lớp, thảo luận nhóm và tra cứu tài liệu làm báo cáo nghiêm túc ở mức chấp nhận	Ít Tham dự lớp, thảo luận nhóm và tra cứu tài liệu làm báo cáo

Bảng 1. Matrix đánh giá KQHTMD của học phần

Các KQHTMD của HP	Thảo luận nhóm (5 %)	Làm việc nhóm (5%)	Thuyết trình Nhóm (10%)	Báo cáo thuyết trình nhóm giữa kỳ (20%)	Báo cáo tiểu luận nhóm cuối kỳ (60%)
CELO 1	X	X	X	X	X
CELO 2	X	X	X	X	X
CELO 3	X	X	X	X	X
CELO 4	X	X	X	X	X
CELO 5	X	X	X	X	X
CELO 6	X	X	X	X	X
CELO 7	X	X	X	X	X

Rubrics đánh giá học phần

❖ Đánh giá làm việc nhóm

Đánh giá làm việc nhóm					
Tiêu chí	Trọng số (%)	Tốt 100%	Khá 75%	Trung bình 50%	Kém 0%
Thái độ tham gia	20	Nhóm thể hiện tốt các yêu cầu được phân công, vận hành tốt	Nhóm thể hiện đầy đủ các yêu cầu được phân công, vận hành khá	Nhóm có làm việc nhưng rời rạc, phân công không rõ ràng, có mâu thuẫn	Không thành lập nhóm hoặc nhóm không hoạt động/ hoạt động rời rạc
Kỹ năng làm việc	40	Biết phân công công việc đúng người, phối hợp hiệu quả	Biết phân công công việc, phối hợp khá tốt	Phân công công việc chưa tốt, phối hợp chưa tốt	Không phân công công việc, không phối hợp làm việc nhóm
Chất lượng đóng góp ý kiến	40	Sản phẩm ý tưởng sáng tạo, phù hợp	Sản phẩm ý tưởng phù hợp	Sản phẩm ý tưởng chưa tốt	Không có sản phẩm ý tưởng

❖ Đánh giá thảo luận nhóm

Đánh giá thảo luận nhóm					
Tiêu chí	Trọng số (%)	Tốt 100%	Khá 75%	Trung bình 50%	Kém 0%
Thái độ tham gia	20	Nhóm thể hiện tốt các yêu cầu được phân công, vận hành tốt	Nhóm thể hiện đầy đủ các yêu cầu được phân công, vận hành khá	Nhóm có làm việc nhưng rời rạc, phân công không rõ ràng, có mâu thuẫn	Không thành lập nhóm hoặc nhóm không hoạt động/ hoạt động rời rạc
Kỹ năng thảo luận	40	Phân tích, đánh giá tốt	Phân tích, đánh giá khá tốt	Phân tích, đánh giá khi tốt, khi chưa tốt	Phân tích, đánh giá không tốt
Chất lượng đóng góp ý kiến	40	Ý kiến rất sáng tạo, phù hợp với tình huống	Ý kiến tương đối phù hợp với tình huống	Ý kiến chưa phù hợp với tình huống	Không có ý kiến

❖ *Đánh giá thuyết trình*

Tiêu chí	Trọng số (%)	Tốt 100%	Khá 75%	Trung bình 50%	Kém 0%
Hình thức trình bày thuyết trình	15	- Font chữ, màu sắc sáng rõ. - Kết cấu nội dung trình bày logic - Kết hợp chữ, hình ảnh minh họa và thông tin thể hiện qua bảng – biểu đồ hợp lý	- Font chữ, màu sắc sáng rõ. - Kết cấu nội dung trình bày logic - Kết hợp chữ, hình ảnh minh họa và thông tin thể hiện qua bảng – biểu đồ chưa hợp lý	- Font chữ, màu sắc không rõ. - Kết cấu nội dung chưa trình bày logic. - Chưa có nhiều thông tin thể hiện qua bảng – biểu đồ hợp lý	- Font chữ, màu sắc không rõ. - Kết cấu nội dung trình bày không logic. - Không có nhiều thông tin thể hiện qua bảng – biểu đồ hợp lý
Nội dung trình bày	35	- Có thông tin, số liệu minh họa cập nhật - Có nhận định riêng của nhóm - Đề xuất kế hoạch	- Có thông tin, số liệu minh họa nhưng chưa cập nhật - Có nhận định riêng của nhóm nhưng chưa rõ, chưa đúng trọng tâm	- Có thông tin, số liệu minh họa nhưng chưa cập nhật - Không có nhận định riêng của nhóm	- Không có thông tin, số liệu minh họa nhưng chưa cập nhật - Không có nhận định riêng của nhóm
Hỗ trợ kỹ thuật	15	- Power point, phim, ảnh, mô hình, nhạc.. - Phối hợp tốt và ấn tượng các công cụ hỗ trợ	- Power point, phim, ảnh, mô hình, nhạc.. - Phối hợp khá tốt và ấn tượng các công cụ hỗ trợ	- Chỉ trình chiếu Power point	- Không có bất kì thiết bị hỗ trợ nào
Kỹ năng thuyết trình	25	- Trình bày rất thuyết phục (Rõ ràng, rành mạch, đi vào trọng tâm) - Phân bố thời gian và nội dung thuyết trình hợp lý - Có sự giao lưu và tương tác với lớp	- Trình bày rất thuyết phục (Rõ ràng, rành mạch, đi vào trọng tâm) - Phân bố thời gian và nội dung thuyết trình hợp lý - Có sự giao lưu và tương tác với lớp	- Trình bày rất thuyết phục (Rõ ràng, rành mạch, đi vào trọng tâm) - Phân bố thời gian và nội dung thuyết trình chưa hợp lý - Có sự giao lưu và tương tác với lớp	- Trình bày không rõ ràng, rành mạch, chưa đi vào trọng tâm - Không phân bố thời gian và nội dung thuyết trình - Không có sự giao lưu và tương tác với lớp

		- Lắng nghe và trả lời câu hỏi thấu đáo - Phối hợp nhóm tốt	- Lắng nghe và trả lời câu hỏi nhưng chưa thấu đáo - Phối hợp nhóm khá tốt	- Lắng nghe và trả lời câu hỏi chưa thấu đáo - Phối hợp nhóm chưa tốt	- Không lắng nghe và trả lời câu hỏi sai và lắp lឹem - Các thành viên không phối hợp
Thời gian	10	Đúng giờ	Quá thời gian gần 3 phút	Quá thời gian từ 3-5 phút	Quá thời gian gần 10 phút

❖ **Đánh giá báo cáo tiểu luận:**

Tiêu chí		Trọng số %	Tốt 100%	Khá 75%	Trung bình 50%	Kém 0%
Cấu trúc hợp lý		10	Cân đối, hợp lý	Khá cân đối, hợp lý	Tương đối cân đối, hợp lý	Không cân đối, thiếu hợp lý
Nội dung đầy đủ	Các nội dung thành phần	40	Ghi thang điểm cụ thể cho từng phần nội dung			
	Lập luận	20	Hoàn toàn chặt chẽ, logic	Khá chặt chẽ, logic; còn sai sót nhỏ	Tương đối chặt chẽ, logic; có sai sót quan trọng	Không chặt chẽ, logic
	Kết luận	20	Phù hợp	Khá phù hợp	Tương đối phù hợp	Không phù hợp/Thiếu sót
Hình thức trình bày chuẩn mực (font chữ, căn lề, format, lỗi chính tả...)	Format	10	format nhất quán, không lỗi chính tả	Vài sai sót nhỏ về format, ít lỗi chính tả	Vài chỗ không nhất quán về format, nhiều lỗi chính tả	Thể hiện sự cẩu thả về format và typing, lỗi chính tả rất nhiều

9. Yêu cầu của giảng viên đối với học phần:

- Phòng học: phòng học thuận tiện cho làm việc nhóm
- Phương tiện phục vụ giảng dạy: Máy chiếu, loa, micro

TP. HCM, ngày tháng năm 202

TRƯỞNG BỘ MÔN

NGƯỜI BIÊN SOẠN

TS. Nguyễn Xuân Nhĩ

PHỤ LỤC: DANH SÁCH GIẢNG VIÊN CƠ HỮU, GIẢNG VIÊN THỈNH GIẢNG VÀ TRỢ GIẢNG CÓ THỂ THAM GIA GIẢNG DẠY HỌC PHẦN

Giảng viên cơ hữu môn học

Họ và tên: 1. Nguyễn Xuân Nhĩ	Học hàm, học vị: Tiến sỹ
Địa chỉ cơ quan: Khoa Quản Trị Kinh Doanh– ĐH NTT Quốc lộ 1A, An Phú Đông, Q12, TPHCM	Điện thoại liên hệ: 0903 88 33 14
Email: nxnhi@ntt.edu.vn	Trang web: qtkd.ntt.edu.vn
Cách liên lạc với giảng viên: điện thoại, email và gặp trực tiếp: (nêu rõ hình thức liên lạc giữa học viên với giảng viên)	

Giảng viên thỉnh giảng của môn học (nếu có)

Họ và tên: 1.	Học hàm, học vị:
Địa chỉ cơ quan: Khoa	Điện thoại liên hệ:
Email:	Trang web: (Đưa tên website của Khoa; website cá nhân – nếu có)
Cách liên lạc với giảng viên: (nêu rõ hình thức liên lạc giữa học viên với giảng viên thỉnh giảng)	

Trợ giảng của môn học (nếu có)

Họ và tên:	Học hàm, học vị:
Địa chỉ cơ quan:	Điện thoại liên hệ:
Email:	Trang web: (Đưa tên website của Khoa; website cá nhân – nếu có)
Cách liên lạc với giảng viên:	

(nêu rõ hình thức liên lạc giữa học viên với trợ giảng)