



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

ĐỀ CƯƠNG HỌC PHẦN

1) Thông tin về học phần

- Tên Học phần:
Tên tiếng Việt: Quản trị marketing
Tên tiếng Anh: Marketing management
- Mã số Học phần: 076182
- Số tín chỉ: 2
- Trình độ: dành cho Học viên Cao học
- Học phần thuộc ngành: THẠC SĨ QTKD
- Học phần thuộc khối kiến thức: *(ghi chính xác theo CTĐT ban hành)* Tự chọn

Kiến thức chung		Cơ sở □		Chuyên ngành □		Luận văn
Bắt buộc □	Tự chọn □	Bắt buộc □	Tự chọn □	Bắt buộc x	Tự chọn □	

- Điều kiện tiên quyết:
- Phân bố thời gian chi tiết: *(ghi đúng theo CTĐT ban hành)*
 - + Lý thuyết: 30 tiết
 - + Thực hành: 0 tiết
 - + Các hoạt động khác (Thảo luận, thuyết trình, bài tập tình huống,...)
 - + Tự học: 60 tiết

2) Mô tả vắn tắt nội dung Học phần

Môn học nhằm trang bị cho học viên cao học những kiến thức sâu về quản trị marketing, bao gồm việc phân tích các khái niệm, giá trị, mục đích của quản trị marketing trong kinh doanh hiện đại, nền tảng và các triết lý quan trọng của marketing. Đồng thời phát triển tư duy và thực tiễn quản trị Marketing, cũng như luận bàn các phương pháp, các kỹ thuật quản lý, kiểm soát marketing để người học có được cái nhìn nâng cao về quản trị marketing hiện đại.

3) Tài liệu học tập

❖ **Tài liệu/giáo trình chính, bắt buộc:**

- [1] Kotler Keller (2018), Tập thể giảng viên khoa Kinh doanh quốc tế- Marketing Đại học Kinh tế TP.HCM dịch, NXB Hồng Đức. TP.HCM
- [2] PGS.TS Lê Thế Giới ... [và những người khác] (2016), Quản trị marketing, NXB Lao động xã hội, TP.HCM

❖ **Tài liệu/ giáo trình tham khảo:**

- [3] Philip Kotler ,Hermawan Kartajaya ,Iwan Setiawan, (2016) Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital
 [4] Alexander Chernev, (2020) The Marketing Plan Handbook, 6th Edition
 [5] Alexander Chernev (2019), Strategic Marketing Management - The Framework, 10th Edition
 [6] Dawn Iacobucci, (2017), Marketing Management

4) Mục tiêu và kết quả học tập mong đợi của học phần (KQHTMD)

Mục tiêu:

Phân tích được các khái niệm hiện đại và phương pháp khoa học về quản trị marketing. Vận dụng được vào công tác thiết lập, điều hành và cải tiến quản trị marketing trong môi trường quản lý thực tế toàn cầu hiện nay. Có khả năng đánh giá, phản biện và tổng hợp các vấn đề liên quan trong quản trị marketing.

Kết quả học tập mong đợi (Chuẩn đầu ra) của học phần

Bảng trích ngang Matrix : Sự đóng góp của mỗi môn học cho ELOs của CTĐT

Mã HP	Tên HP	Mức độ đóng góp của học phần cho CDR của CTĐT							
		ELO ₁ (K1)	ELO ₂ (K2)	ELO ₃ (K3)	ELO ₄ (S1)	ELO ₅ (S2)	ELO ₆ (S3)	ELO ₇ (A1)	ELO ₈ (A2)
076182	Quản trị marketing	S	H	H	S	S	S	S	N

Ký hiệu	KQHTMD của học phần (CELO) Hoàn thành học phần này, sinh viên có thể	KQHTMD của CTĐT
Kiến thức		
CELO1	Sử dụng các kiến thức về môi trường kinh tế toàn cầu và quản trị marketing để xây dựng chiến lược, kế hoạch phát triển cho tổ chức, doanh nghiệp.	ELO1 ELO2
CELO2	Vận dụng kiến thức chuyên sâu, mô hình lý thuyết và thực tiễn trong lĩnh vực marketing để điều hành, cải tiến đem lại lợi ích cho tổ chức, doanh nghiệp.	ELO1 ELO2 ELO3
CELO3	Kết hợp các phương pháp khoa học để thiết kế, phân tích các nghiên cứu, đề án, dự án về marketing cho tổ chức, doanh nghiệp.	ELO1 ELO2 ELO3
Kỹ năng		
CELO4	Giải quyết kịp thời các vấn đề về tổ chức, con người, thông tin marketing đề cập đến tầm quan trọng của hoạt động quản trị hệ thống thông tin marketing, truyền thông và các vấn đề phát sinh khác một cách khoa học, sáng tạo	ELO4 ELO5
CELO5	Phối hợp các phương pháp khoa học, phương tiện và công nghệ hiện đại, hệ thống thông tin để đánh giá và quản lý các đề án về marketing trong doanh nghiệp.	ELO4 ELO5

CELO6	Giao tiếp hiệu quả bằng lời nói, văn bản, đa phương tiện với các bên liên quan trong môi trường học thuật và xã hội của ngành nghề marketing một cách hiệu quả bằng ngôn ngữ tiếng Việt và tiếng Anh.	ELO4 ELO5 ELO6
Thái độ và phẩm chất đạo đức		
CELO7	Tôn trọng pháp luật, thể hiện sự hiểu biết về đa văn hóa, chuẩn mực đạo đức, phát triển bền vững và trách nhiệm với tổ chức, xã hội. Hoàn thiện tinh thần và thái độ tích cực của nhà quản lý điều hành tổ chức, doanh nghiệp trong môi trường kinh doanh toàn cầu.	ELO 7

5) Nội dung học phần

Bài	Kết quả học tập mong đợi của bài học (LLOs)	Nội dung bài học	KQHT MD của học phần
1	LLO1: Nhận thức được nền tảng và triết lý của quản trị marketing LLO2: Nắm vững các khái niệm cơ bản của Marketing trong kinh doanh hiện đại LLO3: Hiểu rõ được vai trò của hoạch định chiến lược marketing trong tổ chức và sự phát triển của các trường phái hoạch định marketing. LLO4: Phát triển kỹ năng tư duy và thực tiễn marketing LLO5: Hình thành tác phong quản trị và thiết lập quan hệ với người khác LLO6: Định hướng tương lai rõ ràng, thể hiện tinh thần lãnh đạo, tinh thần trách nhiệm, tôn trọng pháp luật, thể hiện sự hiểu biết về đa văn hóa, chuẩn mực đạo đức và học tập suốt đời.	CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN VỀ QUẢN TRỊ MARKETING 1. Quản trị marketing: nền tảng và các triết lý 2. Tiến trình quản trị marketing, tiến trình sáng tạo 3. Các khái niệm cơ bản 4. Phân phối giá trị và sự thỏa mãn cho khách hàng 5. Hoạch định chiến lược marketing	CELO1 CELO2 CELO3 CELO4 CELO5 CELO7
2	LLO1: Phát triển nhận thức tổng hợp về sản phẩm, dịch vụ và phối thức sản phẩm LLO2: Thực hành việc quản trị chiến lược phát triển sản phẩm mới và các quyết định tác nghiệp liên quan đến thiết kế, bao gói, dán nhãn và các dịch vụ hỗ trợ LLO3: Hiểu được bản chất của chu kỳ sống sản phẩm và ý nghĩa của chu kỳ sống sản phẩm trong hoạch định chiến lược marketing	CHƯƠNG 2: QUẢN TRỊ SẢN PHẨM - DỊCH VỤ 1. Quản trị sản phẩm và phối thức sản phẩm 2. Các quyết định về dòng sản phẩm 3. Quyết định về phối thức sản phẩm 4. Chiến lược phát triển sản phẩm mới 5. Chiến lược marketing theo chu kỳ sản phẩm 6. Quyết định về sản phẩm	CELO1 CELO2 CELO3 CELO4 CELO5 CELO7

Bài	Kết quả học tập mong đợi của bài học (LLOs)	Nội dung bài học	KQHT MD của học phần
	LLO4: Hình thành kỹ năng tư duy, sáng tạo, năng lực phát hiện và giải quyết những vấn đề trong công tác quản trị sản phẩm LLO5: Định hướng tương lai rõ ràng, thể hiện tinh thần lãnh đạo, tinh thần trách nhiệm, tôn trọng pháp luật, thể hiện sự hiểu biết về đa văn hóa, chuẩn mực đạo đức và học tập suốt đời.	7. Quyết định về dịch vụ	
3	LLO1: Phát triển nhận thức tổng hợp về định giá sản phẩm, dịch vụ LLO2: Thực hành việc quản trị chiến lược giá và các quyết định liên quan đến giá LLO3: Nắm vững sự chuyển giao giá trị cho khách hàng thông qua định giá LLO4: Nhận thức được vai trò và tầm quan trọng của công tác định giá trong hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. LLO5: Định hướng tương lai rõ ràng, thể hiện tinh thần lãnh đạo, tinh thần trách nhiệm, tôn trọng pháp luật, thể hiện sự hiểu biết về đa văn hóa, chuẩn mực đạo đức và học tập suốt đời.	CHƯƠNG 3: QUẢN TRỊ CHIẾN LƯỢC VÀ CHÍNH SÁCH GIÁ 1. Các nhân tố ảnh hưởng đến việc định giá 2. Chiến lược định giá cho sản phẩm mới 3. Chiến lược định giá sản phẩm cải tiến và phát triển thị trường 4. Chiến lược định giá cho phối thức sản phẩm 5. Chiến lược định giá linh hoạt 6. Quyết định thay đổi giá sản phẩm và dịch vụ	CELO1 CELO2 CELO3 CELO4 CELO5 CELO7
4	LLO1: Mô tả được bản chất, chức năng và các hình thức kênh phân phối LLO2: Giải thích làm sáng tỏ cách thức hình thành chiến lược kênh LLO3: Thảo luận các thành phần của chiến lược kênh; cấp độ, mật độ bao phủ và hành vi tích hợp trong kênh LLO4: Hiểu được 5 vấn đề chủ yếu của quản trị kênh phân phối: lựa chọn, thúc đẩy, huấn luyện, đánh giá thành viên và quản trị mâu thuẫn trong kênh và công tác hậu cần marketing LLO5: Hình thành kỹ năng tư duy, sáng tạo, năng lực phát hiện và giải quyết những vấn đề trong công tác quản trị kênh phân phối	CHƯƠNG 4: QUẢN TRỊ CHUỖI CUNG ỨNG VÀ KÊNH MARKETING 1. Dẫn nhập về chuỗi cung ứng 2. Tổng quan về kênh marketing 3. phát triển chiến lược phân phối hiệu quả 4. Hành vi và tổ chức kênh 5. các quyết định về quản trị kênh 6. Hậu cần marketing và quản trị mạng cung ứng	CELO2 CELO3 CELO4 CELO5 CELO6 CELO7

Bài	Kết quả học tập mong đợi của bài học (LLOs)	Nội dung bài học	KQHT MD của học phần
	LLO6: Định hướng tương lai rõ ràng, thể hiện tinh thần lãnh đạo, tinh thần trách nhiệm, tôn trọng pháp luật, thể hiện sự hiểu biết về đa văn hóa, chuẩn mực đạo đức và học tập suốt đời.		
5	LLO1: Hiểu được bản chất và đặc điểm của truyền thông tích hợp LLO2: Nhận dạng các yếu tố ảnh hưởng đến việc lựa chọn công cụ truyền thông LLO3: Thảo luận những đặc điểm chủ yếu của từng công cụ truyền thông chính LLO4: Mô tả được tiến trình truyền thông và cách thức phát triển một chương trình truyền thông hiệu quả LLO5: Hình thành kỹ năng tư duy, sáng tạo, năng lực phát hiện và giải quyết những vấn đề trong công tác quản trị hệ thống thông tin tích hợp của doanh nghiệp LLO6: Định hướng tương lai rõ ràng, thể hiện tinh thần lãnh đạo, tinh thần trách nhiệm, tôn trọng pháp luật, thể hiện sự hiểu biết về đa văn hóa, chuẩn mực đạo đức và học tập suốt đời.	CHƯƠNG 5: QUẢN TRỊ TRUYỀN THÔNG MARKETING TÍCH HỢP 1. Truyền thông marketing, định hướng truyền thông tích hợp 2. Quản trị các chương trình truyền thông cổ động	CELO1 CELO2 CELO3 CELO4 CELO6 CELO7
6	LLO1: Làm rõ các khuynh hướng thực thi marketing và sự cần thiết phải lập một cấu trúc marketing sáng tạo trong tổ chức LLO2: Hiểu rõ đặc điểm xuyên chức năng của marketing và vấn đề thực thi marketing trong tổ chức LLO3: Nắm rõ tiến trình phát triển, các hình thức tổ chức bộ phận marketing trong tổ chức và mối quan hệ của chúng đối với các bộ phận chức năng khác LLO4: Nắm vững được nội dung và phương pháp kiểm tra marketing, hình thành kỹ năng tư duy, sáng tạo, năng lực phát hiện và giải quyết những vấn đề trong công tác quản trị hệ thống thông tin tích hợp của doanh nghiệp	CHƯƠNG 6: TỔ CHỨC THỰC THI VÀ KIỂM TRA HOẠT ĐỘNG MARKETING 1. Các vấn đề về thực thi marketing 2. Các thức tổ chức bộ phận marketing 3. Kiểm tra hoạt động marketing	CELO1 CELO2 CELO4 CELO5 CELO6 CELO7

Bài	Kết quả học tập mong đợi của bài học (LLOs)	Nội dung bài học	KQHT MD của học phần
	LLO5: Định hướng tương lai rõ ràng, thể hiện tinh thần lãnh đạo, tinh thần trách nhiệm, tôn trọng pháp luật, thể hiện sự hiểu biết về đa văn hóa, chuẩn mực đạo đức và học tập suốt đời.		

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, phát 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 80% buổi học; đi học đúng giờ.
- Đọc tài liệu và chuẩn bị cho mỗi buổi học trước khi vào lớp...
- Thái độ: Cầu thị, tôn trọng sở hữu trí tuệ
- Chuẩn bị cho bài học: Học viên phải đọc các tài liệu liên quan do giảng viên cung cấp, làm các bài tập, tham gia thảo luận nhóm...

8) Đánh giá và cho điểm

8.1. Thang điểm: 10

8.2. Kế hoạch đánh giá và trọng số: (Theo Quy chế Đào tạo Thạc sĩ)

- 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: Sử dụng các kiến thức về môi trường kinh tế toàn cầu và quản trị marketing để xây dựng chiến lược, kế hoạch phát triển cho tổ chức, doanh nghiệp.	1.1 Thảo luận các thuật ngữ liên quan đến quản trị Marketing	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 Thảo luận tầm quan trọng, cũng như chức năng, vai trò của quản trị Marketing	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
	1.3. Thảo luận vai trò của hoạch định chiến lược marketing trong tổ chức và sự phát triển của các trường phái hoạch định marketing.	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
	1.4 Thảo luận các mối quan hệ giữa quản trị marketing với các chức năng quản trị khác trong một tổ chức	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
CELO2: Vận dụng kiến thức chuyên sâu, mô hình lý thuyết và thực tiễn trong lĩnh marketing để điều hành, cải tiến đem lại lợi ích cho tổ chức, doanh nghiệp.	2.1. Thảo luận về phối thức sản phẩm, quản trị chiến lược phát triển sản phẩm mới và các quyết định tác nghiệp liên quan đến thiết kế, bao gói, dán nhãn và các dịch vụ hỗ trợ.	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
	2.2. Thảo luận về bản chất của chu kỳ sống sản phẩm và ý nghĩa của chu kỳ sống sản phẩm trong hoạch định chiến lược marketing	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

	2.3. Thảo luận về về định giá sản phẩm, dịch vụ, các quyết định liên quan đến giá và sự chuyển giao giá trị cho khách hàng thông qua định giá	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
	2.4. Thảo luận về bản chất, chức năng và các hình thức kênh phân phối cũng như cách thức hình thành chiến lược kênh, cấp độ, mật độ bao phủ và hành vi tích hợp trong kênh	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
	2.5. Thảo luận 5 vấn đề chủ yếu của quản trị kênh phân phối: lựa chọn, thúc đẩy, huấn luyện, đánh giá thành viên và quản trị mâu thuẫn trong kênh và công tác hậu cần marketing	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
CELO3: Kết hợp các phương pháp khoa học để thiết kế, phân tích các nghiên cứu, đề án, dự án về marketing cho tổ chức, doanh nghiệp.	3.1. Thảo luận các khuynh hướng thực thi marketing và sự cần thiết phải lập một cấu trúc marketing sáng tạo trong tổ chức cũng như đặc điểm xuyên chức năng của marketing và vấn đề thực thi marketing trong tổ chức	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
	3.2. Thảo luận về tiến trình phát triển, các hình thức tổ chức bộ phận marketing trong tổ chức và mối quan hệ của chúng đối với các bộ phận chức năng khác.	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
	3.3. Thảo luận về nội dung và phương pháp kiểm tra hoạt động marketing phù hợp với môi trường của tổ chức	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
Về kỹ năng:					

CELO4: Giải quyết kịp thời các vấn đề về tổ chức, con người, thông tin marketing đề cập đến tầm quan trọng của hoạt động quản trị hệ thống thông tin marketing, truyền thông và các vấn đề phát sinh khác một cách khoa học, sáng tạo bằng tư duy hệ thống, logic và phản biện.	4.1. Hình thành kỹ năng tư duy, sáng tạo, năng lực phát hiện và giải quyết những vấn đề trong công tác quản trị hệ thống thông tin của doanh nghiệp	Thành thạo kỹ năng tư duy sáng tạo	Kỹ năng tư duy sáng tạo tốt	Thực hiện tương đối tốt việc tư duy sáng tạo	Thực hiện chưa tốt kỹ năng tư duy sáng tạo
	4.2 Hình thành năng lực phát hiện và giải quyết những vấn đề trong công tác marketing	Thành thạo kỹ năng giải quyết vấn đề	Kỹ năng giải quyết vấn đề.	Thực hiện tương đối tốt phát hiện và giải quyết vấn đề trong công tác marketing	Chưa hình thành và phát triển kỹ năng tư duy, sáng tạo.
CELO5: Phối hợp các phương pháp khoa học, phương tiện và công nghệ hiện đại, hệ thống thông tin để xây dựng dự án chiến lược sản phẩm, giá, phân phối và xúc tiến	5.1 Phát thảo được các bước trong quy trình phát triển sản phẩm mới trên cơ sở chu kỳ sống của sản phẩm	Phát thảo phù hợp với hoạt động doanh nghiệp	Phát thảo khá phù hợp với hoạt động doanh nghiệp	Phát thảo tương đối phù hợp với hoạt động doanh nghiệp	Không phát thảo phù hợp với hoạt động doanh nghiệp
	5.2. Xây dựng được chính sách giá trên cơ sở chi phí có so sánh với giá cả thị trường và đối thủ cạnh tranh	Xây dựng phù hợp với chi phí hoạt động của doanh nghiệp	Xây dựng phù hợp với chi phí hoạt động của doanh nghiệp	Xây dựng tương đối phù hợp với chi phí hoạt động của doanh nghiệp	Không xây dựng phù hợp với chi phí hoạt động của doanh nghiệp
	5.3. Thiết lập được hệ thống kênh phân phối sản phẩm trên cơ sở năng lực hoạt động của doanh nghiệp	Thiết lập phù hợp với năng lực hoạt động của doanh nghiệp	Thiết lập khá phù hợp với năng lực hoạt động của doanh nghiệp	Thiết lập tương đối phù hợp với năng lực hoạt động của doanh nghiệp	Không thiết lập phù hợp với năng lực hoạt động của doanh nghiệp

CELO6: Giao tiếp hiệu quả bằng lời nói, văn bản, đa phương tiện với các bên liên quan trong môi trường học thuật và xã hội của ngành nghề marketing một cách hiệu quả bằng ngôn ngữ tiếng Việt và tiếng Anh.	6.1. Thực hành được kỹ năng giao tiếp xã hội bằng ngôn ngữ lời nói, hình ảnh, văn bản đáp ứng nhu cầu công việc của người làm công tác marketing bằng ngôn ngữ tiếng Việt và tiếng Anh	Thực hành tốt kỹ năng giao tiếp cần thiết trong công tác marketing	Thực hành khá tốt kỹ năng giao tiếp cần thiết trong công tác marketing	Thực hành tương đối tốt kỹ năng giao tiếp cần thiết trong công tác marketing	Không thực hành tốt kỹ năng giao tiếp cần thiết trong công tác marketing
	6.2 Sử dụng được các phương tiện phân tích dữ liệu marketing, các công cụ cập nhật đánh giá, thông tin của khách hàng	Sử dụng tốt các phương tiện phân tích dữ liệu marketing	Sử dụng khá tốt các phương tiện phân tích dữ liệu marketing	Sử dụng tương đối tốt các phương tiện phân tích dữ liệu marketing	Không sử dụng tốt các phương tiện phân tích dữ liệu marketing trong doanh nghiệp
Về thái độ:					
CELO7: Tôn trọng pháp luật, thể hiện sự hiểu biết về đa văn hóa, chuẩn mực đạo đức, phát triển bền vững và trách nhiệm với tổ chức, xã hội. Hoàn thiện tinh thần và thái độ tích cực của nhà quản lý điều hành tổ chức, doanh nghiệp trong môi trường kinh doanh toàn cầu.	7.1 Thái độ tham dự	Tích cực tham gia các hoạt động	Có tham gia các hoạt động	Ít tham gia các hoạt động	Không tham gia các hoạt động
	7.2 Thời gian tham dự	100%	75%	50% -	Không Tham dự
	7.3 Đạo đức nghề nghiệp	Thực hiện nghiêm túc, có trách nhiệm công việc được giao	Thực hiện nghiêm túc công việc được giao	Thực hiện phần lớn công việc được giao nhưng đôi khi còn lơ là	Thiếu trách nhiệm

	7.4. Ý thức tự học và chủ động trong nghiên cứu	Ý thức tự học và chủ động trong nghiên cứu các tài liệu liên quan đến học phần	Có ý thức tự học và chủ động trong nghiên cứu các tài liệu liên quan đến học phần.	Thiếu ý thức tự học và chủ động trong nghiên cứu các tài liệu liên quan đến học phần	Không có ý thức
--	---	--	--	--	-----------------

RUBRICS ĐÁNH GIÁ HỌC PHẦN

Rubric 1: Đánh giá Chuyên cần

Tiêu chí	Trọng số (%)	Tốt 100%	Khá 75%	Trung bình 50%	Kém 0%
Có mặt trên lớp	100	Tham dự 6 buổi	Tham dự 4-5 buổi	Tham dự 3 buổi	0-2 buổi

Rubric 2: Đánh giá thảo luận nhóm

Tiêu chí	Trọng số (%)	Tốt 100%	Khá 75%	Trung bình 50%	Kém 0%
Thái độ tham gia	20	Khơi gợi vấn đề và dẫn dắt cuộc thảo luận	Tham gia thảo luận	Ít tham gia thảo luận	Không tham gia
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 chưa tốt
Chất lượng đóng góp ý kiến	40	Sáng tạo, phù hợp	Phù hợp	Có khi phù hợp, có khi chưa phù hợp	Không phù hợp

Rubric 3: Đánh giá thuyết trình nhóm

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..	Power point, phim, ảnh, mô hình, nhạc..	Chỉ trình chiếu Power point	Không có bất kì thiết bị hỗ trợ nào

		- Phối hợp tốt và ấn tượng các công cụ hỗ trợ	- Phối hợp khá tốt và ấn tượng các công cụ hỗ trợ		
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 - Lắng nghe và trả lời câu hỏi thấu đáo - Phối hợp nhóm tốt	- 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 - Lắng nghe và trả lời câu hỏi nhưng chưa thấu đáo - Phối hợp nhóm khá tốt	- 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 - Lắng nghe và trả lời câu hỏi chưa thấu đáo - Phối hợp nhóm chưa tốt	- 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 - Không lắng nghe và trả lời câu hỏi sai và lập lăm - 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

Rubric 4: Đánh giá thi cuối kì

Tiêu chí	Trọng số (%)	Tốt 100%	Khá 75%	Trung bình 50%	Kém 0%
Nội dung bài làm	90	Trả lời đúng yêu cầu câu hỏi, trình bày chi tiết, cho ví dụ minh họa cụ thể, sáng tạo.	Trả lời đúng yêu cầu câu hỏi, trình bày chi tiết, cho ví dụ minh họa cụ thể.	Trả lời khá đúng yêu cầu câu hỏi, trình bày chưa chi tiết	Không làm bài

9) Yêu cầu của giảng viên đối với học phần

- Phòng học: phòng học, máy tính
- Phương tiện phục vụ giảng dạy: Máy chiếu, loa, bảng mica, bút lông

TP. Hồ Chí Minh, ngày... tháng...năm

Trưởng Khoa

Người biên soạn

TS. Nguyễn Xuân Nhĩ

**PHỤ LỤC: DANH SÁCH GIẢNG VIÊN, GIẢNG VIÊN HỖ TRỢ CÓ THỂ THAM GIA
GIẢNG DẠY HỌC PHẦN**

Giảng viên biên soạn đề cương môn học

Họ và tên: Nguyễn Thị Xuân Trang	Học hàm, học vị: ThS
Địa chỉ cơ quan: Lầu 1, CS An Phú Đông, Phường An Phú Đông, Q.12, TP.HCM	Điện thoại liên hệ: 0946321898
Email: ntxtrang@ntt.edu.vn	Trang web: www.qtkd.ntt.edu.vn

Giảng viên phụ trách môn học

Họ và tên:	Học hàm, học vị: ThS
Địa chỉ cơ quan: Lầu 1, CS An Phú Đông, Phường An Phú Đông, Q.12, TP.HCM	Điện thoại liên hệ:
Email:	Trang web: www.qtkd.ntt.edu.vn

Giảng viên hỗ trợ môn học/trợ giảng (nếu có)

Họ và tên:	Học hàm, học vị:
Địa chỉ cơ quan:	Điện thoại liên hệ:
Email:	Trang web:
Cách liên lạc với giảng viên: (nêu rõ hình thức liên lạc giữa sinh viên với giảng viên/trợ giảng)	

Giảng viên doanh nhân/Cán bộ hướng dẫn của doanh nghiệp (nếu có)

Họ và tên:	Học hàm, học vị:
Địa chỉ cơ quan:	Điện thoại liên hệ:
Email:	Trang web:
Cách liên lạc với giảng viên: (nêu rõ hình thức liên lạc giữa sinh viên với giảng viên/trợ giảng)	