

TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN LANG
 ĐƠN VỊ: KHOA DU LỊCH

ĐỀ THI/ĐỀ BÀI, RUBRIC VÀ THANG ĐIỂM
THI KẾT THÚC HỌC PHẦN
Học kỳ 1, năm học 2023-2024

I. Thông tin chung

Tên học phần:	Marketing trong Khách sạn - Nhà hàng		
Mã học phần:	71HOSP30063	Số tin chỉ:	3
Mã nhóm lớp học phần:	231_71HOSP30063_01, 231_71HOSP30063_02, 231_71HOSP30063_03, 231_71HOSP30063_04, 231_71HOSP30063_05		
Hình thức thi: Tiểu luận	Thời gian làm bài:	14	ngày
<input type="checkbox"/> Cá nhân	<input checked="" type="checkbox"/> Nhóm		
Quy cách đặt tên file	231_MKT_TENNHOM_TIEULUAN		

1. Format đề thi

- Font: Times New Roman
- Size: 13
- Quy ước đặt tên file đề thi/đề bài:
- + Mã học phần_Tên học phần_Mã nhóm học phần_TIEUL_De 1

2. Giao nhận đề thi

Sau khi kiểm duyệt đề thi, đáp án/rubric. **Trưởng Khoa/Bộ môn** gửi đề thi, đáp án/rubric về Trung tâm Khảo thí qua email: khaothivanlang@gmail.com bao gồm file word và file pdf (**nén lại và đặt mật khẩu file nén**) và nhắn tin + họ tên người gửi qua số điện thoại **0918.01.03.09** (Phan Nhật Linh).

II. Các yêu cầu của đề thi nhằm đáp ứng CLO

(Phần này phải phối hợp với thông tin từ đề cương chi tiết của học phần)

Ký hiệu CLO	Nội dung CLO	Hình thức đánh giá	Trọng số CLO trong thành phần đánh giá (%)	Câu hỏi thi số	Điểm số tối đa	Lấy dữ liệu đo lường mức đạt PLO/PI
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
CLO1	Tổng hợp được những khái niệm trong marketing như marketing mix, thị trường & hành vi khách hàng của ngành nhà hàng – khách sạn nhằm giúp nhà hàng – khách sạn đạt được những thành công trong việc thu hút khách hàng	Tiểu luận nhóm không thuyết trình	20%	Câu 5	Câu 5: 2 điểm	PI 3.3
CLO2	Thiết kế được những gói dịch vụ mới, phù hợp với nhu cầu của khách hàng, phù hợp với mô hình marketing mix nhằm gia tăng giá trị marketing cho nhà hàng – khách sạn.	Tiểu luận nhóm không thuyết trình	20%	Câu 4 Câu 2	Câu 4: 2 điểm Câu 2: 2 điểm	PI 3.3
CLO3	Thiết lập được kỹ năng làm việc nhóm, tư duy phân tích, giải quyết các vấn đề liên quan đến marketing trong	Tiểu luận nhóm không thuyết trình	20%	Câu 1	Câu 1: 1 điểm	PI 5.2

	nhà hàng – khách sạn.					
CLO4	Thành thạo trong việc xử lý các câu hỏi liên quan đến marketing trong nhà hàng – khách sạn nhằm nâng cao sự hiểu biết của bản thân về marketing & ngành nhà hàng – khách sạn.	Tiểu luận nhóm không thuyết trình	20%	Câu 3	Câu 3: 2 điểm	PI 8.2
CLO5	Nhìn nhận giá trị của việc am hiểu các kiến thức & kỹ năng liên quan đến marketing trong nhà hàng – khách sạn nhằm tiếp tục phấn đấu, trau dồi, học tập suốt đời để nâng cao vị thế của bản thân.	Tiểu luận nhóm không thuyết trình	20%	Câu 6	Câu 6: 1 điểm	PI 10.1

Chú thích các cột:

(1) Chỉ liệt kê các CLO được đánh giá bởi đề thi kết thúc học phần (tương ứng như đã mô tả trong đề cương chi tiết học phần). Lưu ý không đưa vào bảng này các CLO không dùng bài thi kết thúc học phần để đánh giá (có một số CLO được bố trí đánh giá bằng bài kiểm tra giữa kỳ, đánh giá qua dự án, đồ án trong quá trình học hay các hình thức đánh giá quá trình khác chứ không bố trí đánh giá bằng bài thi kết thúc học phần). Trường hợp một số CLO vừa được bố trí đánh giá quá trình hay giữa kỳ vừa được bố trí đánh giá kết thúc học phần thì vẫn đưa vào cột (1)

(2) Nêu nội dung của CLO tương ứng.

(3) Hình thức kiểm tra đánh giá có thể là: trắc nghiệm, tự luận, dự án, đồ án, vấn đáp, thực hành trên máy tính, thực hành phòng thí nghiệm, báo cáo, thuyết trình, ..., phù hợp với nội dung của CLO và mô tả trong đề cương chi tiết học phần.

(4) Trọng số mức độ quan trọng của từng CLO trong đề thi kết thúc học phần do giảng viên ra đề thi quy định (mang tính tương đối) trên cơ sở mức độ quan trọng của từng CLO. Đây là cơ sở để phân phối tỷ lệ % số điểm tối đa cho các câu hỏi thi dùng để đánh giá các

CLO tương ứng, bảo đảm CLO quan trọng hơn thì được đánh giá với điểm số tối đa lớn hơn. Cột (4) dùng để hỗ trợ cho cột (6).

(5) Liệt kê các câu hỏi thi số (câu hỏi số ... hoặc từ câu hỏi số... đến câu hỏi số...) dùng để kiểm tra người học đạt các CLO tương ứng.

(6) Ghi điểm số tối đa cho mỗi câu hỏi hoặc phần thi.

(7) Trong trường hợp đây là học phần cốt lõi - sử dụng kết quả đánh giá CLO của hàng tương ứng trong bảng để đo lường đánh giá mức độ người học đạt được PLO/PI - cần liệt kê ký hiệu PLO/PI có liên quan vào hàng tương ứng. Trong đề cương chi tiết học phần cũng cần mô tả rõ CLO tương ứng của học phần này sẽ được sử dụng làm dữ liệu để đo lường đánh giá các PLO/PI. Trường hợp học phần không có CLO nào phục vụ việc đo lường đánh giá mức đạt PLO/PI thì để trống cột này.

III. Nội dung đề bài

1. Đề bài

Sinh viên lựa chọn đề 1 hoặc đề 2 để thực hiện tiểu luận nhóm cuối kỳ (không thuyết trình).

Đề 1

Sinh viên lựa chọn 1 doanh nghiệp trong lĩnh vực khách sạn, phân khúc cao cấp; Phân tích chiến lược marketing của doanh nghiệp và lập kế hoạch marketing cho 6 tháng đầu năm 2024.

Câu 1. Giới thiệu về doanh nghiệp được chọn (1 điểm)

1.1. Lịch sử hình thành và phát triển của doanh nghiệp (0.5 điểm)

1.2. Tầm nhìn – sứ mệnh (0.5 điểm)

Câu 2. Phân tích thị trường và đối thủ cạnh tranh của doanh nghiệp (2 điểm)

2.1. Đặc điểm của thị trường và khách hàng mục tiêu (0.5 điểm)

2.2 Đặc điểm thị trường (0.5 điểm)

2.3 Phân khúc thị trường (0.5 điểm)

2.4 Khách hàng mục tiêu (0.5 điểm)

Câu 3. Phân tích SWOT (2 điểm)

3.1. Phân tích đối thủ cạnh tranh (0.5 điểm). Sử dụng biểu mẫu cạnh tranh (0.5 điểm)

3.2. Định hướng chiến lược phát triển thương hiệu (0.5 điểm) và tại sao (0.5 điểm)

Câu 4. Phân tích marketing mix - 4Ps (2 điểm)

4.1 Chiến lược phát triển sản phẩm, dịch vụ - Product (0.5 điểm)

4.1.1. Chiến lược sản phẩm, dịch vụ hiện tại của doanh nghiệp (0.25 điểm)

4.1.2 Đề xuất cải tiến sản phẩm, dịch vụ để đáp ứng nhu cầu của khách hàng mục tiêu (0.25 điểm)

4.2 Chiến lược giá – Price (0.5 điểm)

4.2.1. Xác định các chiến lược giá của doanh nghiệp (0.25 điểm)

4.2.2. Đánh giá hiệu quả chiến lược giá cả hiện tại và đề xuất cải tiến (0.25 điểm)

4.3 Chiến lược xúc tiến – Promotion (0.5 điểm)

4.3.1. Xác định các chiến lược quảng cáo & khuyến mãi mà doanh nghiệp đang áp dụng (trong khoảng 6 tháng đến 1 năm gần đây) (0.25 điểm)

4.3.2. Đánh giá hiệu quả chiến lược xúc tiến hiện tại và đề xuất cải tiến (0.25 điểm)

4.4 Chiến lược phân phối và bán hàng – Place (0.5 điểm)

4.4.1. Chiến lược phân phối và bán hàng của doanh nghiệp (0.25 điểm)

4.4.2. Đề xuất cải tiến hoạt động phân phối (0.25 điểm)

Câu 5. Lập kế hoạch marketing cho giai đoạn 6 tháng đầu năm 2024 (2 điểm)

5.1 Lập kế hoạch marketing (quảng cáo, khuyến mại, quan hệ công chúng v.v...) cho giai đoạn 6 tháng đầu năm 2024 (dựa trên các dịp lễ, hội, ngày đặc biệt trong giai đoạn này) (1.5 điểm)

5.1.1 Quảng cáo (0.5 điểm)

5.1.2 Khuyến mại (0.5 điểm)

5.1.3 Quan hệ công chúng (0.5 điểm)

5.2 Các chiến dịch phù hợp khác (0.5 điểm)

Câu 6. Kết luận (1 điểm)

6.1 Nhắc lại tầm quan trọng của marketing đối với doanh nghiệp (0.5 điểm)

6.2 Đề xuất phát triển marketing trong năm 2024 (0.5 điểm)

ĐỀ 2

Các nhóm là phòng marketing của nhà hàng – khách sạn. Soạn thảo kế hoạch marketing cho gói dịch vụ mới. Thời gian của kế hoạch: Năm 2024

Câu 1. Giới thiệu về khách sạn – nhà hàng (1 điểm)

1.1 Quy mô, dòng thương hiệu (0.5 điểm)

1.2 Phân khúc khách hàng (0.5 điểm)

Chương 2. Giới thiệu về gói dịch vụ mới (2 điểm)

2.1 Dịch vụ cốt lõi (0.5 điểm)

2.2 Dịch vụ đi kèm (0.5 điểm)

2.3 Dịch vụ hỗ trợ (0.5 điểm)

2.4 Dịch vụ gia tăng (0.5 điểm)

Chương 3. Kênh phân phối cho gói dịch vụ mới (2 điểm)

3.1 Kênh phân phối trực tiếp (0.5 điểm) hay gián tiếp (0.5 điểm)

3.2 Tại sao lựa chọn kênh phân phối này? (0.5 điểm)

3.3 Tại sao không lựa chọn kênh phân phối còn lại? (0.5 điểm)

Chương 4. Định giá cho gói dịch vụ mới (2 điểm)

4.1 Mức giá cho gói dịch vụ mới (0.5 điểm) và tại sao (0.5 điểm)

4.2 Phương pháp định giá áp dụng cho gói dịch vụ mới (0.5 điểm) và tại sao chọn phương pháp định giá này (0.5 điểm)

Chương 5. Kế hoạch chiêu thị cho gói dịch vụ mới (2 điểm)

5.1 Phương pháp chiêu thị nào sẽ được sử dụng (0.5 điểm) và tại sao (0.5 điểm)

5.2 Xác định khán giả của kế hoạch chiêu thị (0.5 điểm)

5.3 Mục tiêu của kế hoạch chiêu thị (0.5 điểm)

Câu 6. Kết luận (1 điểm)

6.1 Nhấn mạnh lại tầm quan trọng của kế hoạch marketing cho gói dịch vụ mới đối với nhà hàng – khách sạn (0.5 điểm)

6.2 Có cần thiết áp dụng các Ps khác trong mô hình 7Ps vào kế hoạch marketing này hay không (0.25 điểm) và tạo sao (0.25 điểm)

2. Hướng dẫn thể thức trình bày đề bài

Báo cáo tiểu luận:

- Trang bìa
- Mục lục
- Danh mục hình ảnh
- Danh mục bảng biểu
- Nội dung bài
- Tài liệu tham khảo

3. Rubric và thang điểm

Tiêu chí	Trọng số %	Tốt Từ 8 – 10đ	Khá Từ 6 – dưới 8đ	Trung bình Từ 4 – dưới 6đ	Yếu Dưới 4đ
Nội dung	50%	Những vấn đề chính cần nghiên cứu, mục tiêu nghiên cứu, và nội dung phù hợp với tên đề tài. Phân tích chi tiết, và tập trung giải quyết được các vấn đề nghiên cứu. Các phân tích nhận định có cơ sở.	Những vấn đề chính cần nghiên cứu, mục tiêu nghiên cứu, và nội dung phù hợp với tên đề tài, nhưng phân tích sơ sài, chưa chi tiết, và chưa tập trung giải quyết toàn bộ được các vấn đề nghiên cứu. Một số phân tích, nhận định thiếu cơ sở.	Những vấn đề chính cần nghiên cứu, mục tiêu nghiên cứu, và nội dung chưa phù hợp hoàn toàn vào tên đề tài. Các phân tích còn lan man, chưa chi tiết. Có nhiều phân tích nhận định không có cơ sở.	Những vấn đề chính cần nghiên cứu, mục tiêu nghiên cứu, và nội dung không phù hợp với tên đề tài. Các phân tích còn lan man, chưa chi tiết. Tất cả các phân tích nhận định không có cơ sở. Nhiều ý phân tích thiếu mạch lạc, mâu thuẫn nhau.
Trình bày	20%	Trình bày rõ ràng, dễ	Trình bày rõ ràng, dễ	Trình bày rõ ràng, có tuân	Trình bày cầu thả,

		nhìn, tuân thủ quy định trình bày của giảng viên. Toàn bài sử dụng quy cách trình bày đồng nhất	nhìn, tuân thủ quy định trình bày của giảng viên. Còn 3 - 5 chỗ chưa sử dụng quy cách trình bày đồng nhất	thủ quy định trình bày của giảng viên. Còn 5 - 7 chỗ chưa sử dụng quy cách trình bày đồng nhất	không tuân thủ quy định trình bày của giảng viên. Toàn bài chưa sử dụng quy cách trình bày đồng nhất
Trích dẫn và tài liệu tham khảo	20%	Tài liệu tham khảo rất phong phú. Có trích dẫn đầy đủ các lý thuyết (khái niệm) được nêu ra trong đề tài. Các bảng biểu được đặt tên, đánh số đầy đủ, được ghi nguồn đầy đủ (trừ những bảng biểu do tác giả tự phân tích, tính toán)	Tài liệu tham khảo khá phong phú. Có một số lý thuyết (khái niệm) chưa được trích dẫn. Có một số bảng biểu chưa được đặt tên, đánh số và ghi nguồn đầy đủ.	Tài liệu tham khảo không phong phú. Không có trích dẫn các lý thuyết (khái niệm) được nêu ra trong đề tài. Có nhiều bảng biểu chưa được đặt tên, đánh số và ghi nguồn.	Có rất ít tài liệu tham khảo. Không có trích dẫn các lý thuyết (khái niệm) được nêu ra trong đề tài. Có rất nhiều bảng biểu chưa được đặt tên, đánh số và ghi nguồn.
Câu văn và từ ngữ	10%	Triển khai các ý rõ ràng, liền mạch. Sử dụng các từ ngữ phù hợp với hoàn cảnh. Câu văn mạch lạc, không	Triển khai các ý thiếu rõ ràng. Có một số lỗi trong sử dụng từ ngữ (chưa phù hợp với hoàn cảnh). Câu văn thiếu	Triển khai các ý thiếu rõ ràng và lộn xộn. Nhiều lỗi trong sử dụng từ ngữ (chưa phù hợp với hoàn cảnh). Câu	Triển khai các ý thiếu rõ ràng, mâu thuẫn nhau và lộn xộn. Rất nhiều lỗi trong sử dụng từ ngữ (chưa phù hợp với hoàn

		có lỗi chính tả.	mạch lạc, có một số lỗi chính tả.	văn thiếu mạch lạc, nhiều lỗi chính tả.	cảnh). Câu văn thiếu mạch lạc, rất nhiều lỗi chính tả.
	100%				

Người duyệt đề

TP. Hồ Chí Minh, ngày tháng năm 2023

Giảng viên ra đề