

TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN LANG  
**ĐƠN VỊ: KHOA QHCC-TT**

**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:	Quản trị thương hiệu		
Mã học phần:	71BRAM40522	Số tin chỉ:	2
Mã nhóm lớp học phần:	71BRAM40522_01, 02....		
Hình thức thi: <b>Dự án</b>	Thời gian làm bài:	<b>10</b>	Ngày
<input type="checkbox"/> Cá nhân	<input checked="" type="checkbox"/> Nhóm		
<i>Quy cách đặt tên file</i>	<i>Mã SV_Ho và ten SV_.....</i>		

**1. Format đề thi**

- Font: Times New Roman
- Size: 13
- Quy ước đặt tên file đề thi/đề bài:
- + 71BRAM40522\_Quản trị thương hiệu \_ 71BRAM40522\_DUAN\_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](mailto: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 Nhất 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	Áp dụng chính xác kiến thức về kinh tế và quản lý vào nhận diện, giải thích, phân tích các vấn đề về xây dựng và quản trị thương hiệu trong đến lĩnh vực quan hệ công chúng và truyền thông	Dự án	30%	Cơ sở hình thành ý tưởng thương hiệu mới	3	
CLO2	Ra quyết định hiệu quả trong việc lựa chọn chính xác giải pháp, lập chiến lược, kế hoạch xây dựng và quản trị thương hiệu phù hợp thực tiễn cho doanh nghiệp	Dự án	10%	Phân tích thương hiệu mới	1	
CLO3	Tích hợp các kỹ thuật và phương pháp hiệu quả trong việc xây dựng và quản trị thương hiệu vào sản xuất, điều phối và triển khai các hoạt động xây dựng và quản trị thương hiệu	Dự án	20%	Lập kế hoạch truyền thông thương hiệu	2	
CLO4	Sử dụng thành thạo các phương pháp nghiên cứu nhằm phát hiện,	Dự án	20%	Phân tích thương	2	

	phân tích, đánh giá và đề xuất các phương án và giải pháp về quản trị thương hiệu cho doanh nghiệp			hiệu mới		
<b>CLO5</b>	Thể hiện đầy đủ tinh thần đam mê và ý chí khởi nghiệp thương hiệu mới dựa trên áp dụng kiến thức về truyền thông và quan hệ công chúng	Dự án	20%	Lập kế hoạch truyền thông thương hiệu	2	

### III. Nội dung đề bài

#### 1. Đề bài

**Lập kế hoạch xây dựng thương hiệu mới và bộ ấn phẩm thương hiệu**

#### 2. Hướng dẫn thể thức trình bày

Hình thức trình bày: Dự án

Nộp sau 10 ngày kết thúc học phần lên E-learning và CTE

#### Yêu cầu về bài làm:

- Nhóm nộp danh sách và trọng số đánh giá thành viên (có chữ ký xác nhận của mỗi thành viên) khi bắt đầu buổi thuyết trình

Nội dung chính cần có:

- Cơ sở hình thành ý tưởng thương hiệu mới (môi trường vi mô, vĩ mô, thị trường, khách hàng mục tiêu, đối thủ cạnh tranh)
- Phân tích thương hiệu mới (định vị TH, nhân cách TH, marketing-mix, bộ ấn phẩm nhận diện thương hiệu)
- Lập kế hoạch truyền thông thương hiệu

- Ý tưởng thương hiệu, kế hoạch truyền thông cho thương hiệu của dự án phải hoàn toàn mới, phần cơ sở hình thành ý tưởng thương hiệu mới phải căn cứ từ những nguồn thông tin uy tín.

#### 3. Rubric và thang điểm

Tiêu chí	Trọng số (%)	Tốt (8đ ≤ 10đ)	Khá (6đ < 8đ)	Trung bình (4đ < 6đ)	Yếu (< 4đ)
<b>Nội dung kiến thức chương</b>	5%	Trình bày chính xác nội dung kiến thức lý thuyết của mỗi chương về quy trình xây dựng và quản trị thương hiệu, xác định tài sản thương hiệu, chiến lược định vị thương hiệu, truyền thông thương hiệu, kiến trúc thương hiệu và các phương pháp đánh giá sức khoẻ thương hiệu	Trình bày chính xác một phần nội dung kiến thức lý thuyết của mỗi chương	Trình bày chưa chính xác nội dung kiến thức lý thuyết của mỗi chương	Trình bày sai hoàn toàn

<b>Nguồn thông tin xác thực</b>	5%	Thông tin được trích dẫn nguồn đầy đủ, rõ ràng từ doanh nghiệp hoặc báo cáo thị trường	Thông tin được trích dẫn nguồn một phần đầy đủ, chưa rõ ràng	Trích dẫn thông tin còn thiếu nhiều	Hoàn toàn không trích dẫn
<b>Hình thức trình bày nội dung</b>	5%	Hình thức trình bày ấn phẩm thương hiệu có tính sáng tạo, thiết kế bắt mắt, đầy đủ các yếu tố trong bộ nhận diện thương hiệu của doanh nghiệp	Hình thức trình bày ấn phẩm thương hiệu khá, thiết kế đạt yêu cầu nhưng chưa bắt mắt, đầy đủ một phần các yếu tố trong bộ nhận diện thương hiệu của doanh nghiệp	Hình thức trình bày ấn phẩm thương hiệu sơ sài, thiết kế không đạt yêu cầu, thiếu các yếu tố trong bộ nhận diện thương hiệu	Thực hiện sai yêu cầu

<b>Nội dung thông tin phân tích và đánh giá thị trường, doanh nghiệp, khách hàng</b>	5%	Nội dung đầy đủ, phù hợp, thông tin trình bày rõ ràng về thị trường, doanh nghiệp, khách hàng		Nội dung chưa đầy đủ, thông tin thiếu rõ ràng	Nội dung hoàn toàn không phù hợp
<b>Ý tưởng mới sáng tạo, khả thi</b>	10%	Ý tưởng bộ nhận diện thương hiệu mới có tính sáng tạo, khả thi, phù hợp mục tiêu của doanh nghiệp	Ý tưởng bộ nhận diện thương hiệu mới có sáng tạo một phần, có tính khả thi, phù hợp một phần mục tiêu của doanh nghiệp	Ý tưởng bộ nhận diện thương hiệu mới không sáng tạo, thiếu tính khả thi, chưa phù hợp mục tiêu của doanh nghiệp	Ý tưởng sai
<b>Cơ sở đề xuất ý tưởng mới</b>	5%	Cơ sở đề xuất ý tưởng thương hiệu mới hợp lý, rõ ràng		Cơ sở đề xuất ý tưởng thương hiệu mới thiếu hợp lý	Không có cơ sở đề xuất

<b>Nội dung kiến thức vận dụng đề xuất giải pháp</b>	10%	Vận dụng đúng kiến thức về xây dựng và quản trị thương hiệu		Vận dụng đúng một phần kiến thức	Vận dụng sai hoàn toàn kiến thức
<b>Nội dung định hướng giải pháp, chiến lược, kế hoạch</b>	5%	Định hướng chính xác giải pháp, chiến lược, kế hoạch về xây dựng và quản trị thương hiệu	Định hướng chính xác một phần giải pháp, chiến lược, kế hoạch	Định hướng chưa chính xác giải pháp, chiến lược, kế hoạch về xây dựng và quản trị thương hiệu	Định hướng sai hoàn toàn

<b>Định hướng nội dung triển khai kế hoạch thực tế</b>	10%	Định hướng chính xác nội dung triển khai kế hoạch thực tế cho thương hiệu	Định hướng chính xác một phần kế hoạch thực tế cho thương hiệu	Định hướng chưa chính xác kế hoạch thực tế cho thương hiệu	Định hướng sai hoàn toàn
<b>Kế hoạch sản xuất, điều phối, triển khai chi tiết</b>	5%	Áp dụng đúng về kiến thức sản xuất, điều phối, triển khai chi tiết		Áp dụng còn thiếu sót kiến thức	Không áp dụng đúng kiến thức
<b>Các chỉ số đo lường hiệu quả của hoạt động xây dựng và quản trị thương hiệu</b>	5%	Lựa chọn chính xác các chỉ số đo lường hiệu quả	Lựa chọn đúng một phần các chỉ số đo lường hiệu quả	Lựa chọn đúng một phần các chỉ số đo lường hiệu quả nhưng thiếu cơ sở đề xuất chỉ số	Lựa chọn sai hoàn toàn
<b>Cách sử dụng công cụ và phương pháp xử lý thông tin</b>	5%	Lựa chọn chính xác công cụ và phương pháp xử lý thông tin		Lựa chọn chưa chính xác	Lựa chọn sai hoàn toàn
<b>Quy trình xử lý dữ liệu</b>	5%	Quy trình xử lý rõ ràng, cụ thể, đúng phương pháp		Quy trình xử lý không rõ ràng, chưa cụ thể, sai phương pháp	Quy trình xử lý sai hoàn toàn
<b>Phân tích kết quả dữ liệu</b>	5%	Phân tích thành thạo, dữ liệu chính xác, có giá trị thông tin	Phân tích chưa thành thạo, dữ liệu chính xác, thông tin chưa rõ ràng	Phân tích còn yếu, dữ liệu đúng một phần, thông tin chưa rõ ràng	Phân tích sai hoàn toàn

<b>Đề xuất phương án và giải pháp</b>	5%	Đề xuất chính xác, có cơ sở phân tích	Đề xuất chính xác một phần, thiếu cơ sở phân tích	Đề xuất lạc đề
<b>Kế hoạch &amp; tiến độ thực hiện dự án</b>	5%	Kế hoạch & tiến độ chi tiết, có thời gian và mô tả công việc cụ thể của từng thành viên trong nhóm dự án	Kế hoạch & tiến độ chưa rõ ràng	Không có kế hoạch & tiến độ thực hiện dự án
<b>Cách thức triển khai xây dựng thương hiệu</b>	5%	Cách thức chi tiết, có phân chia giai đoạn cụ thể trong quá trình triển khai xây dựng thương hiệu	Cách thức chưa chi tiết, phân chia giai đoạn chưa cụ thể	Không mô tả cách thức triển khai

TP. Hồ Chí Minh, ngày 09 tháng 11 năm 2023

**Người duyệt đề**

**ThS. Lê Hải Yến**

**Giảng viên ra đề**

**ThS. Nguyễn Hoàng Mai**