

TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN LANG
ĐƠN VỊ:

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:	PHÁT TRIỂN VÀ ĐỔI MỚI SẢN PHẨM		
Mã học phần:	71ECOM40083	Số tin chỉ:	3
Mã nhóm lớp học phần:			
Hình thức thi: Dự án/Đồ án/Bài tập lớn/Tiểu luận	Thời gian làm bài:		Phút/ ngày
<input type="checkbox"/> Cá nhân	<input type="checkbox"/> Nhóm		
<i>Quy cách đặt tên file</i>	<i>Mã SV_Ho va ten SV_.....</i>		

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	Mô tả được sản phẩm mới, phát triển sản phẩm mới và tầm quan trọng của phát triển sản phẩm mới	Báo cáo	30%	1	3	
CLO 2	Giải thích được qui trình phát triển sản phẩm mới và các bước thực hiện cụ thể trong qui trình phát triển sản phẩm mới	Báo cáo	30%	2	3	
CLO3	Thực hiện được chiến lược và kế hoạch hành động phát triển một sản phẩm mới một cách thành thạo cho doanh nghiệp từ phân tích, hoạch định, triển khai và đo lường đánh giá.	Báo cáo	30%	3	3	
CLO4	Vận dụng nhuần nhuyễn được các kỹ năng mềm như làm việc nhóm, thuyết trình, kỹ năng giải quyết vấn đề và khám phá, phát triển bản thân	Báo cáo	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 thể hiện sự hiểu biết toàn diện của mình về toàn bộ quy trình Quản lý và phát triển sản phẩm, ngoại trừ các khía cạnh tài chính. Làm việc trong nhóm, sinh viên xác định cơ hội trong thế giới thực tế và phát triển một khái niệm hoặc ý tưởng sản phẩm mang tính cách mạng/đột phá để giải quyết cơ hội đó. Sinh viên xây dựng toàn bộ hành trình của sản phẩm, từ (1) khám phá cơ hội đến chuẩn bị ra mắt, (2) tập trung vào nghiên cứu thị trường, thiết kế sản phẩm, trải nghiệm người dùng và (3) chiến lược tiếp thị.

Lựa chọn sản phẩm:

1. Chọn một sản phẩm thực tế hoặc giả định. Đây có thể là khoảng trống trên thị trường hiện tại, một xu hướng mới nổi hoặc nhu cầu xã hội đòi hỏi một giải pháp sản phẩm sáng tạo.

2. Hướng dẫn thể thức trình bày đề bài

Đề cương bài tập:

1. Tóm tắt điều hành (200 từ):

- Mô tả ngắn gọn cơ hội đã chọn và tác động tiềm ẩn của nó.
- Giới thiệu ý tưởng sản phẩm đột phá của bạn như một giải pháp.
- Làm nổi bật các khía cạnh chính trong kế hoạch NPD của bạn, đặc biệt là trải nghiệm người dùng và chiến lược tiếp thị.

2. Xác định cơ hội và nghiên cứu thị trường (1800 từ):

- Cung cấp mô tả chi tiết về cơ hội đã chọn và tầm quan trọng của nó.
- Tiến hành nghiên cứu thứ cấp kỹ lưỡng để phân tích xu hướng, quy mô và tiềm năng tăng trưởng của thị trường.
- Xác định phân khúc khách hàng mục tiêu của bạn và phát triển tính cách khách hàng mạnh mẽ.
- Tiến hành nghiên cứu cơ bản (khảo sát, phỏng vấn, v.v.) để hiểu nhu cầu, sở thích và điểm yếu của khách hàng liên quan đến khái niệm sản phẩm của bạn.

- Phân tích bối cảnh của đối thủ cạnh tranh, xác định **đối tác tiềm năng** và **mối đe dọa chính**.

3. Phát triển sản phẩm và trải nghiệm người dùng (2000 từ):

- Mô tả các chức năng cốt lõi và các tính năng cải tiến của sản phẩm mới của bạn.
- Giải thích đề xuất bán hàng độc đáo (USP) giúp phân biệt sản phẩm của bạn với đối thủ cạnh tranh.
- Xem xét các nguyên tắc trải nghiệm người dùng (UX) trong suốt quá trình thiết kế.
 - Tập trung vào nhu cầu của người dùng, khả năng sử dụng, khả năng tiếp cận và thiết kế cảm xúc.
- Phát triển thiết kế sản phẩm chi tiết bao gồm các bản phác thảo, nguyên mẫu (vật lý hoặc kỹ thuật số) hoặc mô hình giao diện người dùng (UI).
- Phác thảo các thông số kỹ thuật và tính khả thi của sản phẩm của bạn.

4. Chiến lược tiếp thị và chuẩn bị ra mắt (2000 từ):

- Xác định phân khúc thị trường mục tiêu của bạn và tinh chỉnh chân dung khách hàng dựa trên nghiên cứu NPD.
- Xây dựng bộ nhận diện thương hiệu rõ ràng và hấp dẫn cho sản phẩm của bạn.
- Tạo một cách toàn diện **kế hoạch tiếp thị** phác thảo các kênh tiếp thị và chiến thuật bạn sẽ sử dụng để tiếp cận đối tượng mục tiêu của mình (ví dụ: phương tiện truyền thông xã hội, tiếp thị nội dung, tiếp thị có ảnh hưởng).
- Phát triển một cách chi tiết **kế hoạch khởi động** phác thảo dòng thời gian, các hoạt động (ví dụ: tạo tiếng vang trước khi ra mắt, trình diễn sản phẩm), phân bổ ngân sách và các chỉ số hiệu suất chính (KPI) để ra mắt thành công.

5. Kết luận và khuyến nghị (300 từ):

- Tóm tắt những điểm chính rút ra từ kế hoạch NPD của bạn.
- Làm nổi bật tác động tiềm tàng của sản phẩm mới của bạn trên thị trường và khách hàng mục tiêu, nhấn mạnh lợi ích trải nghiệm người dùng.
- Đưa ra các đề xuất về phát triển sản phẩm tiềm năng trong tương lai hoặc các chiến lược tiếp cận thị trường.

3. Rubric và thang điểm

Rubric 1: Đánh giá Thảo luận nhóm

Tiêu chí	Trọng số (%)	Tốt Từ 8 – 10 điểm	Khá Từ 6 – dưới 8 điểm	Trung bình Từ 4 – dưới 6 điểm	Kém Dưới 4 điểm
Thái độ tham gia	30	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	30	Phân tích, đánh giá tốt	Phân tích, đánh giá khá tốt	Phân tích, đánh giá trung bình	Phân tích, đánh giá chưa tốt
Chất lượng đóng góp ý kiến	30	Sáng tạo, phù hợp	Phù hợp	Một số ý kiến phù hợp, một số chưa phù hợp	Không phù hợp

Quản lý thời gian	10	Làm chủ thời gian và hoàn thành đúng thời hạn yêu cầu	Hoàn thành khá đúng thời gian, tôn trọng các yêu cầu về thời gian	Quá giờ, tương đối tôn trọng các yêu cầu về thời gian	Quá giờ, không tôn trọng các yêu cầu về thời gian
-------------------	----	---	---	---	---

Rubric 2: Đánh giá Kiểm tra cá nhân

Tiêu chí	Trọng số (%)	Tốt Từ 8 – 10 điểm	Khá Từ 6 – dưới 8 điểm	Trung bình Từ 4 – dưới 6 điểm	Kém Dưới 4 điểm
Cấu trúc bài	10	Cấu trúc bài rất hợp lý	Cấu trúc bài khá hợp lý	Cấu trúc bài tương đối hợp lý	Cấu trúc bài chưa hợp lý
Tính trực quan	10	Trình bày rõ ràng, sạch đẹp	Trình bày khá rõ ràng, sạch đẹp	Trình bày tương đối rõ ràng, sạch đẹp	Trình bày không rõ ràng, sạch đẹp
Nội dung	40	Chính xác, khoa học	Khá chính xác, khoa học, còn vài sai sót nhỏ	Tương đối chính xác, khoa học, còn một số sai sót	Thiếu chính xác, khoa học, nhiều sai sót quan trọng
Quan điểm cá nhân	30	Thể hiện rõ quan điểm cá nhân và sự sáng tạo	Thể hiện khá rõ quan điểm cá nhân và sự sáng tạo	Thể hiện tương đối rõ quan điểm cá nhân, không sáng tạo	Không thể hiện được quan điểm cá nhân, không sáng tạo
Quản lý thời gian	10	Làm chủ thời gian và hoàn thành đúng thời hạn yêu cầu	Hoàn thành khá đúng thời gian, tôn trọng các yêu cầu về thời gian	Quá giờ, tương đối tôn trọng các yêu cầu về thời gian	Quá giờ, không tôn trọng các yêu cầu về thời gian

Rubric 3: Đánh giá Thuyết trình

Tiêu chí	Trọng số (%)	Tốt Từ 8 – 10 điểm	Khá Từ 6 – dưới 8 điểm	Trung bình Từ 4 – dưới 6 điểm	Kém Dưới 4 điểm
Nội dung	10	Phong phú hơn yêu cầu	Đầy đủ theo yêu cầu	Khá đầy đủ, còn thiếu một số nội dung quan trọng	Thiếu nhiều nội dung quan trọng
	20	Chính xác, khoa học	Khá chính xác, khoa học, còn vài sai sót nhỏ	Tương đối chính xác, khoa học, còn một số sai sót	Thiếu chính xác, khoa học, nhiều sai sót quan trọng
Cấu trúc bài	10	Cấu trúc bài và slide rất hợp lý	Cấu trúc bài và slide khá hợp lý	Cấu trúc bài và slide tương đối hợp lý	Cấu trúc bài và slide chưa hợp lý

Tính trực quan	10	Rất trực quan và thẩm mỹ	Khá trực quan và thẩm mỹ	Tương đối trực quan và thẩm mỹ	Ít/Không trực quan và thẩm mỹ
Kỹ năng trình bày	20	Dẫn dắt vấn đề và lập luận lôi cuốn, thuyết phục. Tương tác tốt với người nghe	Trình bày rõ ràng nhưng chưa lôi cuốn, lập luận khá thuyết phục. Tương tác với người nghe khá tốt	Khó theo dõi nhưng vẫn có thể hiểu được các nội dung quan trọng. Có tương tác với người nghe nhưng chưa tốt	Trình bày không rõ ràng, người nghe không thể hiểu được các nội dung quan trọng. Không tương tác với người nghe.
Quản lý thời gian	10	Làm chủ thời gian và hoàn toàn linh hoạt điều chỉnh theo tình huống	Hoàn thành đúng thời gian, thỉnh thoảng có linh hoạt điều chỉnh theo tình huống	Quá giờ, thỉnh thoảng có điều chỉnh theo tình huống nhưng không linh hoạt	Quá giờ, không điều chỉnh theo tình huống
Trả lời câu hỏi	10	Các câu hỏi đều được trả lời đầy đủ, rõ ràng và thỏa đáng	Trả lời đúng đa số câu hỏi, nêu được định hướng phù hợp với những câu chưa trả lời được	Trả lời đúng một số câu hỏi, chưa nêu được định hướng phù hợp với những câu chưa trả lời được	Không trả lời được đa số câu hỏi
Sự phối hợp trong nhóm	10	Nhóm phối hợp tốt, thực sự chia sẻ và hỗ trợ nhau trong khi thuyết trình và trả lời	Nhóm có phối hợp khi thuyết trình và trả lời nhưng chưa đồng bộ	Nhóm ít phối hợp khi thuyết trình và trả lời câu hỏi	Không thể hiện sự kết nối trong nhóm

Rubric 4: Đánh giá cá nhân trong Làm việc nhóm (Nhóm tự đánh giá các thành viên)

Tiêu chí	Trọng số (%)	Tốt Từ 8 – 10 điểm	Khá Từ 6 – dưới 8 điểm	Trung bình Từ 4 – dưới 6 điểm	Kém Dưới 4 điểm
Thời gian tham gia họp nhóm	15	Tham dự tất cả các buổi họp	Tham dự 75% các buổi họp	Tham dự 50% số buổi họp	Không tham gia họp nhóm
Thái độ tham gia	15	Tích cực	Khá tích cực	Đôi khi còn lơ là	Không hợp tác
Ý kiến đóng góp	20	Sáng tạo, rất hữu ích	Hữu ích	Tương đối hữu ích	Không hữu ích
Thời gian giao nộp sản phẩm	20	Đúng hạn	Trễ ít, không gây ảnh hưởng	Trễ nhiều, có gây ảnh hưởng nhưng đã khắc phục	Không nộp/Trễ gây ảnh hưởng không thể khắc phục

Chất lượng sản phẩm giáp nộ	30	Đáp ứng tốt/Sáng tạo	Đáp ứng khá tốt yêu cầu	Đáp ứng một phần yêu cầu, còn sai sót quan trọng	Không sử dụng được
-----------------------------	----	----------------------	-------------------------	--	--------------------

Người duyệt đề

TP. Hồ Chí Minh, ngày tháng năm 2023
Giảng viên ra đề

Hồ Hữu Lực, PhD