

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: | Nghiên Cứu Marketing | | |
| Mã học phần: | 71MRKT40103 | Số tín chỉ: | 3 |
| Mã nhóm lớp học phần: | 232_71MRKT40103_01, 02, 03, 04, 05, 06, 07, 08, 09, 10, 11, 12, 13, 14 | | |
| Hình thức thi: Tiểu luận | Thời gian làm bài: | 15 | ngày |
| <input type="checkbox"/> Cá nhân | <input checked="" 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_TIEULUAN_Tên nhóm

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 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 | Vận dụng kiến thức về khách hàng như nghiên cứu hành vi khách hàng trong việc lập kế hoạch, tổ chức các chiến lược marketing. | Thuyết trình | 35% | Câu 1, 2, 3, 4, 5 | 3.5 | |
| CLO2 | Vận dụng kiến thức về các công cụ marketing như nghiên cứu marketing, trong lập kế hoạch, tổ chức các chiến lược marketing. | Thuyết trình | 35% | Câu 6, 7, 8, 9, 10, 11 | 3.5 | |
| CLO3 | Áp dụng các phương pháp, công cụ định tính và định lượng để phục vụ việc phân tích, tổng hợp, đánh giá dữ liệu và thông tin về hoạt động kinh doanh và marketing của doanh nghiệp. | Thuyết trình | 30% | Câu 12, 13, 14, 15, 16 | 3.0 | |

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

Phân tích / đánh giá ảnh hưởng / tác động của các nhân tố marketing đến một / một số nhân tố khác

2. Hướng dẫn thể thức trình bày đề bài

Chương 1: Giới thiệu

Chương 2: Cơ sở lý thuyết

Chương 3: Phương pháp nghiên cứu

Chương 4: Kết quả nghiên cứu

Chương 5: Kết luận và hàm ý

3. Rubric và thang điểm

| Tiêu chí | Trọng số (%) | Tốt 100% | Khá 75% | Trung bình 50% | Kém 0% |
|-------------------|--------------|--|---|---|--|
| 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 | Hoàn thành đúng thời gian, thỉnh thoảng có linh hoạt | Quá giờ, thỉnh thoảng có điều chỉnh theo tình huống nhưng | Quá giờ, không điều chỉnh theo tình huống |

| | | theo tình huống | điều chỉnh theo tình huống | không linh hoạt | |
|------------------------|----|---|---|---|--------------------------------------|
| 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 |

Người duyệt đề

ThS. Nguyễn Văn Tâm

TP. Hồ Chí Minh, ngày 03 tháng 05. năm 2024

Giảng viên ra đề

ThS. Vũ Văn Hải