

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 3, năm học 2023-2024

I. Thông tin chung

Tên học phần:	HÀNH VI TIÊU DÙNG		
Mã học phần:	71MRKT40082	Số tín chỉ:	2
Mã nhóm lớp học phần:	233_71MRKT40082		
Hình thức thi: Tiểu luận (có thuyết trình)	Thời gian làm bài:	10	ngày
<input type="checkbox"/> Cá nhân	<input checked="" type="checkbox"/> Nhóm		
Quy cách đặt tên file	Tennhom_CK_HVTD_MalopHP		

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 những hiểu biết về môi trường marketing (văn hóa, xã hội, cá nhân, tâm lý) vào nhận diện, giải thích, phân tích hành vi tiêu dùng.	Tiểu luận Thuyết trình	10%	1	1	PI 1.3
CLO2	Phân tích các giải pháp thiết kế sơ đồ hành trình trải nghiệm của khách hàng và hành vi mua hàng của người tiêu dùng.	Tiểu luận Thuyết trình	30%	1	3	PI 2.1

CLO3	Thực hiện các nghiệp vụ nghiên cứu thị trường bao gồm khảo sát, phỏng vấn nhằm phát hiện, phân tích, đánh giá nhu cầu, sự thật ngầm hiểu của người tiêu dùng.	Tiểu luận Thuyết trình	20%	1	2	PI 8.1
CLO4	Triển khai các phương pháp nghiên cứu định tính và định lượng nhằm đề xuất các phương án tiếp cận khách hàng và xây dựng giải pháp truyền thông đa phương tiện.	Tiểu luận Thuyết trình	30%	1	3	PI 8.3
CLO5	Có năng lực tự chủ và trách nhiệm trong học tập và công việc sau này.	Tiểu luận Thuyết trình	10%	1	1	PI 9.1

III. Nội dung đề bài

1. Đề bài:

Chọn nhóm chủ đề, thể hệ để phân tích. Từ đó:

- Đề xuất một sản phẩm mới hướng đến hành vi tiêu dùng bền vững.
- Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi tiêu dùng sản phẩm đã đề xuất.

Số chữ tối đa: 4000 chữ.

2. Nội dung cần trình bày:

- Giới thiệu DN, phân tích bối cảnh
- Xác định khách hàng mục tiêu
- Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi tiêu dùng bền vững.
- Căn cứ, dữ liệu, cơ sở đề xuất sản phẩm mới.
- Ý tưởng đề xuất.

3. Rubric và thang điểm

Tiêu chí	Trọng số (%)	Tốt 9 - 10 điểm	Khá 7 - dưới 9 điểm	Trung bình 5 - dưới 7 điểm	Kém Dưới 5 điểm
----------	--------------	--------------------	------------------------	-------------------------------	--------------------

Cấu trúc bài làm	10	Cách đặt vấn đề và giải quyết vấn đề phù hợp với yêu cầu đề bài. Cấu trúc bài làm hợp lý, đủ số chữ quy định.	Cách đặt vấn đề và giải quyết vấn đề tương đối phù hợp với yêu cầu đề bài. Cấu trúc bài làm hợp lý, dư/thiếu số chữ quy định.	Cách đặt vấn đề và giải quyết vấn đề chưa phù hợp với yêu cầu. Cấu trúc bài làm chưa hợp lý, dư/thiếu số chữ quy định.	Cách đặt vấn đề và giải quyết vấn đề vô lý, không hợp logic. Dư/ Thiếu quá nhiều chữ
Nội dung đề tài	60	Nghiên cứu một cách kỹ càng và chi tiết cụ thể về các yêu cầu của đề bài. Trình bày đầy đủ, mạch lạc và thuyết phục về chiến lược, ứng dụng được lý thuyết và tình huống thực tiễn cụ thể.	Nghiên cứu chưa kỹ và chi tiết chưa cụ thể. Trình bày tương đối đầy đủ nhưng còn sai sót nhỏ.	Nghiên cứu chi tiết không cụ thể. Còn sai sót quan trọng.	Không thực hiện quá trình nghiên cứu.
Hình thức trình bày	10	Hình thức sinh động: bài trình bày kết hợp nhiều hình ảnh, video, dẫn chứng, số liệu.	Trình bày đẹp nhưng chưa kết hợp được hình ảnh, dẫn chứng minh họa sinh động.	Trình bày còn đơn điệu.	Trình bày lộn xộn, thiếu logic.
Trích dẫn tài liệu tham khảo	20	Có trích nguồn cẩn thận theo đúng yêu cầu.	Có trích nguồn nhưng sai yêu cầu.	Có trích nguồn nhưng không đủ.	Không trích nguồn.

TP. Hồ Chí Minh, ngày 09 tháng 07 năm 2024

Người duyệt đề (Trưởng Bộ Môn)

Giảng viên ra đề



TS. Trần Đức Tuấn



ThS. Huỳnh Quang Lạc Diễm