

TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN LANG
KHOA THƯƠNG MẠI

ĐỀ THI/ĐỀ BÀI, RUBRIC VÀ THANG ĐIỂM
THI KẾT THÚC HỌC PHẦN
Học kỳ 1, năm học 2024-2025

I. Thông tin chung

Tên học phần:	Tâm lý học trong kinh doanh		
Mã học phần:	71BUSI40273	Số tín chỉ:	3
Mã nhóm lớp học phần:	71BUSI40273_01,02		
Hình thức thi: Tiểu luận (Không thuyết trình)	Thời gian làm bài:	7	ngày
☒ GV giao đề bài trong thời gian giảng dạy lớp học phần	☐ TT. Khảo thí thiết lập và giao đề bài trên hệ thống thi CTE theo lịch thi Phòng Đào tạo công bố		
☐ Cá nhân	☒ Nhóm	Số SV/nhóm:	7-8
Quy cách đặt tên file		Mã lớp học phần_Tên nhóm	

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)
CLO 1	Vận dụng các kiến thức về nghiên cứu thị trường nhằm xác định hành vi tiêu dùng và tâm lý khách hàng.	Tiểu luận	60%	1	6/10	PI 2.1 PI 3.2 A
CLO 3	Áp dụng các phương pháp, công cụ thu thập dữ liệu định tính và định lượng từ khách hàng theo góc độ ứng dụng lý thuyết tâm lý để phân tích ý nghĩa cũng như hiệu quả của hoạt động	Tiểu luận	20%	1	2/10	PI 5.1 A

	kinh doanh của tổ chức.					
CLO 4	Tích hợp đưa ra được các giải pháp dựa theo ứng dụng tâm lý trong kinh doanh nhằm nâng cao hiệu quả ra quyết định trong hoạt động kinh doanh của tổ chức trong các bối cảnh khác nhau.	Tiểu luận	20%	1	2/10	PI 6.2 A

III. Nội dung đề bài

1. Đề bài

SV sử dụng doanh nghiệp đã chọn ở bài thuyết trình hoặc tự tạo 1 doanh nghiệp riêng cho mình

- Nghiên cứu, xác định đặc điểm hành vi và tâm lý khách hàng thông qua cả phương pháp định tính và định lượng
- Xây dựng và đề xuất phương án kinh doanh sử dụng marketing mix 4P cho 1 sản phẩm của doanh nghiệp cho dịp Tết Nguyên Đán 2025
- Đánh giá ưu và nhược điểm của chiến dịch kinh doanh này

2. Hướng dẫn thể thức trình bày đề bài

Yêu cầu format bài tiểu luận:

- Font chữ: Arial hoặc Times New Roman
- Size: 13
- Canh lề: Canh đều
- Spacing: 1.15 lines

3. Rubric và thang điểm

Tiêu chí	Trọng số (%)	Tốt	Khá	Trung bình khá	Trung bình kém	Yếu
Sử dụng phương pháp nghiên cứu	15%	Sử dụng tốt được cả phương pháp định tính và định lượng (1.5 điểm)	Sử dụng tương đối tốt phương pháp định tính và định lượng (1.2 điểm)	Sử dụng tốt chỉ một phương pháp định tính hoặc định lượng (0.8 điểm)	Sử dụng tương đối tốt chỉ một phương pháp định tính hoặc định lượng (0.4 điểm)	Không sử dụng được phương pháp nghiên cứu nào (0 điểm)

Phân tích đặc điểm hành vi và tâm lý khách hàng	15%	Phân tích tốt đặc điểm hành vi và tâm lý khách hàng (1.5 điểm)	Phân tích tương đối tốt đặc điểm hành vi và tâm lý khách hàng (1.2 điểm)	Phân tích tốt chỉ đặc điểm hành vi hoặc tâm lý khách hàng (0.8 điểm)	Phân tích tương đối tốt đặc điểm hành vi hoặc tâm lý khách hàng (0.4 điểm)	Không phân tích được đặc điểm hành vi và tâm lý khách hàng (0 điểm)
Đề xuất phương án kinh doanh cho doanh nghiệp	15%	Đề xuất được 2-3 phương án kinh doanh hợp lý dựa theo phân tích đặc điểm khách hàng (1.5 điểm)	Đề xuất được 2-3 phương án kinh doanh tương đối hợp lý dựa theo phân tích đặc điểm khách hàng (1.2 điểm)	Đề xuất được 1 phương án kinh doanh hợp lý dựa theo phân tích đặc điểm khách hàng (0.8 điểm)	Đề xuất được 1 phương án kinh doanh tương đối hợp lý dựa theo phân tích đặc điểm khách hàng (0.4 điểm)	Không đề xuất được phương án kinh doanh (0 điểm)
Trình bày	15%	Trình bày mạch lạc và rõ ràng (1.5 điểm)	Trình bày tương đối mạch lạc và rõ ràng (1.2 điểm)	Trình bày còn nhiều thiếu sót nhỏ (0.8 điểm)	Trình bày còn nhiều thiếu sót lớn (0.4 điểm)	Không trình bày mạch lạc và rõ ràng (0 điểm)
Xác định mục tiêu, đối tượng và phạm vi nghiên cứu	10%	Xác định đầy đủ và đúng mục tiêu, đối tượng và phạm vi nghiên cứu (1 điểm)	Xác định tương đối đầy đủ và đúng mục tiêu, đối tượng và phạm vi nghiên cứu (0.8 điểm)	Xác định chưa rõ ràng mục tiêu, đối tượng và phạm vi nghiên cứu (0.5 điểm)	Xác định sai một trong các mục tiêu, đối tượng và phạm vi nghiên cứu (0.2 điểm)	Không xác định được mục tiêu, đối tượng và phạm vi nghiên cứu (0 điểm)
Bảng câu hỏi nghiên cứu	10%	Xây dựng tốt bảng câu hỏi nghiên cứu để xác định các yếu tố tâm lý được áp dụng trong hoạt động kinh doanh (1 điểm)	Xây dựng tương đối tốt bảng câu hỏi nghiên cứu để xác định các yếu tố tâm lý được áp dụng trong hoạt động kinh doanh (0.8 điểm)	Xây dựng bảng câu hỏi nghiên cứu còn vài thiếu sót để xác định các yếu tố tâm lý được áp dụng trong hoạt động kinh doanh (0.5 điểm)	Xây dựng bảng câu hỏi nghiên cứu còn nhiều thiếu sót để xác định các yếu tố tâm lý được áp dụng trong hoạt động kinh doanh (0.2 điểm)	Không xây dựng được bảng câu hỏi nghiên cứu để xác định các yếu tố tâm lý được áp dụng trong hoạt động kinh doanh (0 điểm)
Đánh giá ưu nhược điểm của việc áp dụng yếu tố	20%	Đánh giá chính xác và đầy đủ ưu, nhược điểm của việc áp dụng yếu tố tâm lý trong	Đánh giá tương đối chính xác và đầy đủ ưu, nhược điểm của việc áp dụng yếu tố	Đánh giá chưa chính xác và đầy đủ ưu, nhược điểm của việc áp dụng yếu tố tâm lý	Đánh giá sai ưu hoặc nhược điểm của việc áp dụng yếu tố tâm lý trong kinh doanh	Không đánh giá được ưu, nhược điểm của việc áp dụng yếu tố tâm lý trong kinh doanh

tâm lý trong kinh doanh của doanh nghiệp		kinh doanh của doanh nghiệp (2 điểm)	tâm lý trong kinh doanh của doanh nghiệp (1.5 điểm)	trong kinh doanh của doanh nghiệp (1 điểm)	của doanh nghiệp (0.5 điểm)	của doanh nghiệp (0 điểm)
	100%					

Người duyệt đề



TS. Hoàng Chí Cương

TP. Hồ Chí Minh, ngày 17 tháng 11 năm 2024

Giảng viên ra đề



ThS. Nguyễn Ngọc Như Quỳnh