

TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN LANG
KHOA THƯƠNG MẠI

ĐỀ THI/ĐỀ BÀI, RUBRIC VÀ THANG ĐIỂM
THI KẾT THÚC HỌC PHẦN
Học kỳ 2, năm học 2024-2025

I. Thông tin chung

Tên học phần:	CHIẾN LƯỢC MARKETING - MARKETING STRATEGY		
Mã học phần:	72MRKT40303	Số tín chỉ:	3
Mã nhóm lớp học phần:	242_72MRKT40303_01		
Hình thức thi: Đề án/Tiểu luận (Thuyết trình/Không thuyết trình)	Thời gian làm bài:	14	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:	
Quy cách đặt tên file	Mã SV_Ho và ten SV_Tên học phần		

Giảng viên nộp đề thi, đáp án bao gồm cả **Lần 1 và Lần 2 trước ngày 06/04/2025.**

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 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	Classify factors and components in the marketing strategy planning process	Rubic	25%		2.5	PI 3.2
CLO2	Develop an effective marketing strategy	Rubic	25%		2.5	PI 6.1 PI 6.2
CLO3	Apply general skills such as presentation, criticism, teamwork, ... to solve problems related to the content of the course.	Rubic	30%		3.0	PI 8.3
CLO4	Establish a positive, responsible learning attitude.	Rubic	20%		2.0	PI 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

Based on your knowledge of marketing strategy planning, develop a comprehensive marketing strategy and detailed marketing plan for a well-known or start-up company aiming to launch or promote a new product brand or expand an existing business in the Vietnamese market.

Your response should demonstrate a clear understanding of key marketing factors, strategic components, and practical implementation.

2. Hướng dẫn thể thức trình bày đề bài

Identify a new product brand or start-up company that exists in Vietnam's market that your group is planning develop marketing strategies. Your team is required to build a successful marketing strategy plan for that product/company. Your plan should include the following:

- 1) General introduction about the company and that product brand, Vietnam's market
- 2) Customer analysis: segmentation and target market, customer insight
- 3) Brand Vision, Mission, Brand core values, Brand Mantra
- 4) Build marketing plan & develop marketing strategy for that business's products to be able to develop or expand business in Vietnam's market

Note :

- Business in the consumer goods (FMCG), fashion, automobile, food and beverage (F&B) industries
- Report format: powerpoint

Assessment methods: Group presentation and report

3. Rubric và thang điểm

Rubric 3: Presentation

Criteria	Weighting (%)	Good From 8 - 10 points	Fairly From 6 – under 8 points	Average From 5 – under 6 points	Weak Under 5 points
Content	10	Richer than required	Full on request	Quite complete, missing some important content	Missing a lot of important content
	20	Accurate, scientific	Quite accurate, scientific, there are still some minor errors	Relatively accurate, scientific, there are still some errors	Lack of accuracy, science, many important errors
Post Structure	10	The structure of the posts and slides is very reasonable	The structure of the posts and slides is quite reasonable	The structure of the post and slides is relatively reasonable	The structure of the post and slides is not reasonable
Presentat ion form	10	Very intuitive and aesthetically pleasing	Quite intuitive and aesthetically pleasing	Relatively intuitive and aesthetically pleasing	Little/Not intuitive and aesthetic
Presentat ion skills	20	Leading the problem and	Clearly presented but	Difficult to follow, but still	The presentation is

		arguing persuasively and persuasively. Good interaction with listeners	not attractive, the argument is quite convincing. Interact with listeners quite well	able to understand important content. There is interaction with listeners but not good	not clear, the listener cannot understand the important content. Do not interact with the listener.
Time Management	10	Master the time and have complete flexibility to adjust to the situation	Completed on time, with the flexibility to adjust to the situation from time to time	Overtime, sometimes adjusted according to the situation but not flexible	Overtime, no adjustment according to the situation
Answer the question	10	The questions are answered fully, clearly and satisfactorily	Answer most of the questions correctly, state the orientation in accordance with the unanswered questions	Answering some questions correctly, not stating the orientation suitable for the unanswered questions	Failing to answer most questions
Team Coordination	10	The team coordinated well, really sharing and supporting each other during the presentation and answering	The team coordinates when presenting and answering but is not synchronized	The team is less coordinated when presenting and answering questions	Doesn't show team connection

Người duyệt đề

TP. Hồ Chí Minh, ngày tháng năm 2025
Giảng viên ra đề

