

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:	Hành vi Khách hàng Kỹ Thuật số		
Mã học phần:	71MRKT40503	Số tín chỉ:	3
Mã nhóm lớp học phần:	242_ 71MRKT40503_01, 02, 03, 04		
Hình thức thi: Đồ án/Tiểu luận (Thuyết trình/Không thuyết trình)	Thời gian làm bài:	30 phút	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:	10
<i>Quy cách đặt tên file</i>		<i>Mã SV_Ho va ten SV_Tên học phần</i>	

III. Nội dung đề bài

1. Đề bài

Làm việc nhóm

- Sinh viên tự thành lập các nhóm học tập từ 10-11 thành viên theo hướng dẫn của giảng viên (tối đa 10 nhóm)
- Giảng viên sẽ thường xuyên đưa ra các vấn đề và các bài tập tình huống, vì vậy các sinh viên nên ngồi theo nhóm để dễ dàng trao đổi và thảo luận nhóm.
- Yêu cầu tất cả sinh viên phải có nhóm, không chấp nhận bất kỳ trường hợp nào làm việc độc lập đối với những bài tập yêu cầu phải làm nhóm.

Đề bài: Phân tích hành vi ra quyết định mua hàng và thiết kế giải pháp tối ưu hành trình khách hàng kỹ thuật số. Bản báo cáo đề án cuối kỳ của sinh viên sẽ được nộp vào ngày thuyết trình báo cáo của nhóm vào buổi thứ 14 – 15. Nội dung: đảm bảo các phần cơ bản sau:

- Giới thiệu công ty/sản phẩm/dịch vụ (1 điểm):**
 - Mô tả chi tiết sản phẩm và chiến lược kỹ thuật số hiện tại của công ty.
 - Đánh giá mức độ phù hợp với xu hướng thị trường.
- Giá trị sản phẩm đối với khách hàng (1 điểm):**
 - Phân tích lợi ích sản phẩm trong môi trường kỹ thuật số.
 - Tập trung vào cá nhân hóa trải nghiệm khách hàng trực tuyến.

- **Khách hàng mục tiêu (1.5 điểm):**
 - a. Xây dựng chân dung khách hàng chi tiết và hợp lý.
 - b. Sử dụng công cụ phân tích (Google Analytics, CRM...).
- **Quá trình ra quyết định mua hàng của người tiêu dùng trực tuyến (2.5 điểm):**
 - a. Bản đồ hành trình khách hàng (customer journey map) rõ ràng, có dữ liệu thu thập từ khảo sát/phỏng vấn.
 - b. Phân tích các điểm chạm trực tuyến chi tiết.
 - c. Đánh giá yếu tố bên trong và bên ngoài ảnh hưởng đến quyết định mua hàng.
- **Đề xuất giải pháp cải thiện kinh doanh trực tuyến (2 điểm):**
 - a. Đưa ra giải pháp dựa trên dữ liệu và phù hợp với xu hướng kỹ thuật số.
 - b. Đề xuất có tính ứng dụng cao (A/B testing, social commerce, remarketing, gamification, livestreaming, etc.).
- **Thuyết trình nhóm (1.5 điểm):**
 - a. Kỹ năng trình bày rõ ràng, mạch lạc.
 - b. Có sự tham gia đồng đều của các thành viên.
- **Đánh giá cá nhân (0.5 điểm):**
 - a. Đóng góp cá nhân trong phần nội dung hoặc trình bày.
 - b. Khả năng phản biện và trả lời câu hỏi từ giảng viên

2. Hướng dẫn thể thức trình bày đề bài

Hình thức:

- Trang bìa: Logo, tên trường, tên đề tài, tên nhóm, tên lớp học, tên giảng viên hướng dẫn
- Danh sách nhóm
- Mục lục
- Nội dung
- Trang cuối: Danh mục tài liệu tham khảo
- Font chữ: Time New Roman – Size 13
- Không giới hạn số trang

Thuyết trình báo cáo

- Các nhóm trình bày báo cáo kế hoạch marketing bằng Power Point hoặc công cụ trình chiếu khác vào cuối học phần theo thông báo của giảng viên.
- Nội dung: đảm bảo các phần cơ bản sau:
 - Giới thiệu công ty/sản phẩm/dịch vụ
 - Giá trị sản phẩm đối với khách hàng
 - Khách hàng mục tiêu
 - Quá trình ra quyết định mua hàng của người tiêu dùng trực tuyến
 - Đề xuất giải pháp cải thiện kinh doanh trực tuyến

3. Rubric và thang điểm

Rubric: Đánh giá Bài thuyết trình cuối kỳ

Tiêu chí	Điểm	Rất tốt 8-10 điểm	Tốt Từ 6.5 – dưới 8 điểm	Trung bình Từ 5 đến dưới 6,5 điểm	Yếu Dưới 5 tuổi
Nội dung	1	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
	2	Chính xác, và khoa học, các nội dung yêu cầu đều thể hiện tính liên kết chặt chẽ về mặt nội dung	Khá chính xác, khoa học, các nội dung yêu cầu khá liên kết chặt chẽ về mặt nội dung, còn vài sai sót nhỏ	Tương đối chính xác, và khoa học, các nội dung yêu cầu tương đối liên kết về mặt nội dung, còn một số sai sót	Thiếu chính xác, khoa học, thiếu liên kết về mặt nội dung, nhiều sai sót quan trọng
Cấu trúc bài	1	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	1	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	2	Dẫn dắt vấn đề và lập luận logic, thuyết phục. Tương tác tốt với người nghe	Trình bày rõ ràng nhưng chưa logic, 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	1	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	1	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	1	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

TP. Hồ Chí Minh, ngày 22 tháng 02 năm 2025

Người duyệt đề



TS. Trần Nguyễn Hải Ngân

Giảng viên ra đề



TS. Trần Nguyễn Hải Ngân