

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:	Marketing Khách hàng tổ chức (ngành Marketing)		
Mã học phần:	232_71MRKT40243	Số tín chỉ:	3
Mã nhóm lớp học phần:	232_71MRKT40243 (từ 01-02)		
Hình thức thi: Dự án nhóm/không thuyết trình	Thời gian làm bài: Từ 6/5- 16/5/2025	10	ngày
☐ Cá nhân	☒ Nhóm		
Quy cách đặt tên file	232_71MRKT40243_01/02_TênNhóm		

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)

Thi cuối kỳ	50 %	Tiểu luận nhóm	Đáp án	CLO1	20%	PI3.3
				CLO3	20%	PI3.3
				CLO4	60%	PI8.1
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	Nắm bắt được cơ bản về quan điểm, luật Marketing trong thị trường hàng công nghiệp.	Dự án nhóm không thuyết trình	10%	1&2	1/10	ELO4
CLO 2	Phân loại được khách hàng tổ chức và hành vi mua trong thị trường công nghiệp và thị trường tiêu dùng	Dự án nhóm không thuyết trình	20%	3&4	2/10	ELO4
CLO 3	Phân tích, quản trị chiến lược phân khúc và chọn thị trường mục tiêu trong thị trường công nghiệp	Dự án nhóm không thuyết trình	20%	3&4	2/10	ELO8
CLO 4	Hoạch định và triển khai thực thi các chiến lược marketing tích hợp các doanh nghiệp trong thị trường công nghiệp	Dự án nhóm không thuyết trình	40%	5	4/10	ELO8
CLO 5	Phát triển kỹ năng quản trị hoạt động marketing giữa các doanh nghiệp từ hoạch định, tổ chức, thực hiện đến rà soát và kiểm tra	Dự án nhóm không thuyết trình	10%	5	1/10	ELO10

III. Nội dung đề bài

1. Đề bài:

Lập kế hoạch B2B marketing từ 1 doanh nghiệp được chỉ định đến 1 doanh nghiệp khách hàng bất kỳ

2. Hướng dẫn sinh viên trình bày:

PHẦN 1: GIỚI THIỆU CÔNG TY (Bên bán: Cty của nhóm- gọi bên A) (1,5 điểm)

PHẦN 2: GIỚI THIỆU CÔNG TY (bên mua- B) (1 điểm)

PHẦN 3: GIỚI THIỆU NGÀNH HÀNG KINH DOANH (1,5 điểm)

PHẦN 4: TỔ CHỨC MUA VÀ QUY TRÌNH MUA CỦA BÊN MUA (1 điểm)

PHẦN 5: HOẠT ĐỘNG MARKETING 6 tháng cuối 2025 (4 điểm)

HÌNH THỨC TRÌNH BÀY (1 điểm)

Sinh viên trình bày bài dự án sử dụng Microsoft-word với định dạng văn bản như sau:

Font: Times New Roman

Size: 13

Before: 6pt - After: 6 pt

Line spacing: 1.5 lines

Bìa. Danh sách (đánh giá) nhóm

3. Rubric và thang điểm

Tiêu chí	Trọng số (%)	Tốt Từ 8 - 10 điểm	Khá Từ 6,5 – dưới 8 điểm	Trung bình Từ 5 – dưới 6,5 điểm	Yếu Dưới 5 điểm
Giới thiệu và phân tích tình hình doanh nghiệp bán	15%	Giới thiệu được tổng quan về doanh nghiệp và sản phẩm mục tiêu. Phân tích được tình huống hiện tại của 2 doanh nghiệp	Giới thiệu được tổng quan về doanh nghiệp và sản phẩm mục tiêu. Phân tích khá tình huống hiện tại của 2 doanh nghiệp	Thiếu sót thông tin tổng quan về doanh nghiệp và sản phẩm mục tiêu. Phân tích tình huống hiện tại của 2 doanh nghiệp nhưng không liên quan đến toàn bài	Không giới thiệu tổng quan về 2 doanh nghiệp và sản phẩm mục tiêu
Mô tả chân dung một hay nhiều khách hàng mục tiêu	20%	Phác họa đầy đủ và phong phú các đặc điểm, hành vi của đối tượng một (nhiều) khách hàng mục tiêu. Kèm theo hình ảnh minh họa	Phác họa tương đối đầy đủ các đặc điểm, hành vi của đối tượng một (nhiều) khách hàng mục tiêu tuy còn thiếu sót một vài đặc điểm quan trọng. Kèm theo hình ảnh minh họa	Phác họa thiếu nhiều đặc điểm, hành vi quan trọng của đối tượng một (nhiều) khách hàng mục tiêu. Không có hình ảnh minh họa hoặc sự phác họa quá chung chung, qua loa đại khái	Có rất ít đặc điểm, hành vi của đối tượng một (nhiều) khách hàng mục tiêu. Nội dung đại khái sơ sài. Không có hình ảnh.
		Nêu được các lập luận chặt chẽ giải thích vì sao đối	Nêu được các lập luận giải thích vì sao đối tượng một	Các lập luận chặt chẽ giải thích vì sao đối tượng một	Thiếu đưa ra lập luận, thiếu các dẫn chứng và

		tượng một (nhiều) khách hàng mục tiêu nhóm đề xuất là phù hợp cho chiến dịch. Thể hiện được sự đầu tư tìm hiểu của nhóm	(nhiều) khách hàng mục tiêu nhóm đề xuất là phù hợp cho chiến dịch tuy có vài điểm còn thiếu logic. Thể hiện được nỗ lực tìm hiểu nhưng chưa sâu của nhóm	(nhiều) khách hàng mục tiêu nhóm đề xuất là phù hợp cho chiến dịch rất yếu hoặc thiếu logic. Nhóm tìm hiểu thông tin chưa thực sự tốt	không thể hiện sự đầu tư trong tìm kiếm/ nghiên cứu thông tin của nhóm
Phát hiện nhu cầu của khách hàng mục tiêu	5%	Thể hiện sự đầu tư, nỗ lực của nhóm trong việc sử dụng các phương pháp nghiên cứu để phù hợp nhóm một (nhiều) khách hàng mục tiêu	Nhóm hoàn thành ở mức tạm ổn đúng yêu cầu về mức độ đầu tư, nỗ lực của nhóm trong việc sử dụng các phương pháp nghiên cứu để phù hợp nhóm một (nhiều) khách hàng mục tiêu	Nhóm hoàn thành tương đối qua loa đại khái trong việc sử dụng các phương pháp nghiên cứu để phù hợp nhóm một (nhiều) khách hàng mục tiêu	Nhóm hoàn thành một cách qua loa đại khái, đối phó trong việc sử dụng các phương pháp nghiên cứu để phù hợp nhóm một (nhiều) khách hàng mục tiêu
		Nhóm có thể liên hệ những kết quả thu thập được	Nhóm có cố gắng liên hệ những kết quả thu thập được chỉ ở mức khá	Nhóm kết luận không quá liên quan dựa trên những nghiên cứu, tìm hiểu trước đó đã thực hiện	Nhóm kết luận hoàn toàn không dựa trên những nghiên cứu, tìm hiểu trước đó đã thực hiện
Kế hoạch: Phát triển ý tưởng lớn, thông điệp và phương tiện/ ngân sách của chiến dịch	45%	Nhóm phát triển big idea rất tốt và có một nội dung kế hoạch chính xác, sáng tạo, ý nghĩa cho việc bán hàng	Nhóm phát triển kế hoạch khá tốt. Tuy nhiên kế hoạch chưa quá xuất sắc để có thể giúp Dn bán hàng	Kế hoạch bình thường/ không thể hiện được sự đầu tư suy nghĩ của nhóm. Nội dung kế hoạch chính không giúp bán hàng tốt	Sinh viên không thể lập kế hoạch, hoặc thiếu ngân sách hoặc thiếu tiến độ thực hiện
Hình thức trình bày	15%	Rất trực quan và thẩm mỹ. Sử dụng hình ảnh minh họa phù hợp	Khá trực quan và thẩm mỹ. Một số ít hình ảnh minh họa chưa phù hợp	Tương đối trực quan và thẩm mỹ. Nhiều hình ảnh minh họa chưa phù hợp	Ít/Không trực quan và thẩm mỹ. Hình ảnh và nội dung sử dụng tùy tiện, khó hiểu

Người duyệt đề

TP. Hồ Chí Minh, ngày 23 tháng 03 năm 2025
Giảng viên ra đề

Nguyễn Văn Tâm

Võ Hồng Hạnh