

TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN LANG
ĐƠN VỊ: 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:	Nghiên cứu Marketing		
Mã học phần:	71MRKT40103	Số tin chỉ:	3
Mã nhóm lớp học phần:	242_71MRKT40103_05,06,07,08,09,10,11,12,13		
Hình thức thi: Dự án	Thời gian làm bài:	10 ngày	15h00 28/4/2024
☐ Cá nhân	☒ Nhóm		
Quy cách đặt tên file	Student ID_ Student_Name_242_71MRKT40103_05_Group Number_Final Student ID_ Student_Name_242_71MRKT40103_06_Group Number_Final Student ID_ Student_Name_242_71MRKT40103_07_Group Number_Final Student ID_ Student_Name_242_71MRKT40103_08_Group Number_Final Student ID_ Student_Name_242_71MRKT40103_09_Group Number_Final Student ID_ Student_Name_242_71MRKT40103_10_Group Number_Final Student ID_ Student_Name_242_71MRKT40103_11_Group Number_Final Student ID_ Student_Name_242_71MRKT40103_12_Group Number_Final Student ID_ Student_Name_242_71MRKT40103_13_Group Number_Final		

--	--

1. Format đề thi

- Font: Times New Roman
- Size: 13
- Quy ước đặt tên file đề thi/đề bài:

Student ID_ Student_Name_242_71MRKT40103_05_Group Number_Final

Student ID_ Student_Name_242_71MRKT40103_06_Group Number_Final

Student ID_ Student_Name_242_71MRKT40103_07_Group Number_Final

Student ID_ Student_Name_242_71MRKT40103_08_Group Number_Final

Student ID_ Student_Name_242_71MRKT40103_09_Group Number_Final

Student ID_ Student_Name_242_71MRKT40103_10_Group Number_Final

Student ID_ Student_Name_242_71MRKT40103_11_Group Number_Final

Student ID_ Student_Name_242_71MRKT40103_12_Group Number_Final

Student ID_ Student_Name_242_71MRKT40103_13_Group Number_Final

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	Vận dụng kiến thức về khách hàng như nghiên cứu hành vi khách hàng trong việc lập kế hoạch, tổ chức các chiến lược marketing	Thuyết trình dự án & Viết báo cáo	40%	3 (câu 1,2,3)	4/4	PI3.1
CLO2	Vận dụng kiến thức về các công cụ marketing như nghiên cứu marketing, trong lập kế hoạch, tổ chức các chiến lược marketing.	Thuyết trình dự án & Viết báo cáo	20%	2câu (7,8)	2/2	PI 3.3
CLO3	Áp dụng các phương pháp, công cụ định tính và định lượng để phục vụ việc phân tích, tổng hợp, đánh giá dữ liệu và thông tin về hoạt động kinh doanh và marketing của doanh nghiệp.	Thuyết trình dự án & Viết báo cáo	40%	3(câu 4,5,6)	4/4	PI 5.1

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) 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

Nội dung câu hỏi thi

Mỗi nhóm, sinh viên sẽ lựa chọn một công ty bất kỳ trong các lĩnh vực sau:

1. Ngành Du lịch, khách sạn, ẩm thực
2. Ngành dịch vụ như (giáo dục, ngân hàng, Spa, sức khỏe,...)
3. Ngành Bán lẻ hoặc sản thương mại điện tử

Sau đó xác định chủ đề nghiên cứu định lượng liên quan đến doanh nghiệp đã được chọn.

Lưu ý: để xác định chủ đề nghiên cứu nhóm cần phải tìm hiểu những bước sau:

- Lỗ hổng nghiên cứu (research gap)
- Vấn đề nghiên cứu
- Bối cảnh nghiên cứu
- Mục tiêu nghiên cứu
- Câu hỏi nghiên cứu
- Đóng góp nghiên cứu (lý thuyết & thực tiễn)
- Mô hình hình nghiên cứu
- Các giải thuyết nghiên cứu

Nhiệm vụ của nhóm cần nghiên cứu những thông tin chi tiết như sau:

Tên đề tài

Mục lục

1. Tóm tắt

2. Giới thiệu

3. Cơ sở lý thuyết

4. Phương pháp nghiên cứu (cách lựa chọn mẫu, số lượng mẫu dự kiến, xây dựng thanh đo, bảng câu hỏi)

5. Phân tích số liệu

6. Thảo luận

7. Kết luận và đề nghị

8. Trích dẫn

Lưu ý:

- Nhóm phải sử dụng ít **nhất 05 nguồn thông tin và tham khảo các nguồn** có thể bao gồm trang web của công ty, tài khoản truyền thông xã hội, ấn phẩm của chính phủ, báo cáo ngành, dữ liệu điều tra dân số và các bài báo trên tạp chí/báo/tạp chí. Những nguồn này nên được đưa vào dưới dạng trích dẫn trong văn bản và danh sách tài liệu tham khảo ở cuối bài.
- Yêu cầu tất cả thành viên phải có mặt đầy đủ và thuyết trình tại lớp. Những thành viên nào không có mặt và thuyết trình tại lớp, điểm số nhận được cho bài tập nhóm là 0.

Nhiệm vụ: Nhóm được yêu cầu thuyết trình 20 phút trong tuần cuối cùng và nộp báo cáo nhóm với độ dài 15-20 trang báo cáo về nội dung được yêu cầu phía trên (thời hạn nộp báo cáo 2/8/2024).

2. Hướng dẫn thể thức trình bày đề bài

Bài làm

Nhóm sinh viên trình bày bài làm của mình, sử dụng

- font Times New Romans,
- size 12,
- cách dòng 1.15,
- cách đoạn 6pt và
- canh đều 2 biên (tổ hợp phím Ctrl+J)
- trích nguồn theo kiểu Harvard/APA reference (tác giả, năm) khi sử dụng các nguồn thông tin từ sách, báo, internet,...

Vui lòng xóa nội dung này trong bài làm).

Reference List/ Mục lục tham khảo

(sinh viên lập Reference list cho các nguồn thông tin đã trích dẫn (tác giả, năm) trong bài. Việc sử dụng nhiều nguồn thông tin tham khảo và trích dẫn đúng giúp bài làm có giá trị hơn, thể hiện kỹ năng nghiên cứu và lựa chọn thông tin. Sử dụng trang web www.citethisforme.com để tạo trang mục lục đúng chuẩn Harvard. (John Cousins, Kevin O’Gorman, Marc Stierand, 2010)
Vui lòng xóa thông tin này trong bài làm.

3. Rubric và thang điểm

Tiêu chí	Trọng số (%)	Tốt Từ 8 - 10 điểm	Khá	Trung bình	Yếu Dưới 4 điểm
----------	--------------	-----------------------	-----	------------	--------------------

			Từ 6 – dưới 8 điểm	Từ 4 – dưới 6 điểm	
Nội dung	20%	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
	30%	Chính xác và các nội dung yêu cầu đều thể hiện tính liên kết chặt chẽ về mặt nội dung	Khá chính xác, các nội dung yêu cầu khá liên kết chặt chẽ về mặt nội dung, còn vài sai sót nhỏ	Tương đối chính xác, các nội dung yêu cầu tương đối liên kết về mặt nội dung, còn một số sai sót	Thiếu chính xác, thiếu liên kết về mặt nội dung, nhiều sai sót quan trọng
Cấu trúc bài	10%	Báo cáo được xây dựng theo hình thức báo cáo assignment tiêu chuẩn (ví dụ: tóm tắt, phần tổng quan giới thiệu, các phương pháp tiến hành, kết quả, phân tích và kết luận). Phần tóm tắt được trình bày đầu tiên làm cho người đọc dễ dàng theo dõi phần còn lại của báo cáo.	Các yếu tố quan trọng của một báo cáo tiêu chuẩn đều hiện diện, tuy nhiên còn vài chỗ phi tiêu chuẩn. Trình tự các ý tưởng được trình bày đôi chỗ sai sót nhưng nhìn chung không gây khó hiểu cho người đọc.	Các yếu tố quan trọng của một báo cáo tiêu chuẩn đều hiện diện, tuy nhiên chúng vẫn còn được xây dựng dưới dạng hình thức phi tiêu chuẩn. Ngoài ra, trình tự các ý tưởng được trình bày đôi chỗ còn gây khó hiểu cho người đọc.	Các yếu tố quan trọng của một báo cáo tiêu chuẩn không được trình bày hoặc trình bày không đạt yêu cầu (về hình thức và trình tự).
Năng lực phân tích	20%	Các kết quả được phân tích một cách cẩn thận, khoa học và khách quan. Các phần giải thích được tạo ra thông qua việc sử dụng các công thức, mô hình hay các lý thuyết phù hợp	Phân tích chi tiết đủ để hỗ trợ người học hiểu có sử dụng các công thức, mô hình hay các lý thuyết, nhưng còn vài chỗ chưa phù hợp.	Phân tích chi tiết đủ để hỗ trợ người học hiểu nhưng chúng không được làm nổi bật thông qua việc sử dụng các công thức, mô hình hay các lý thuyết phù hợp	Phân tích quá sơ sài và không đầy đủ dẫn đến người đọc không thể đánh giá được giá trị của các phần giải thích các kết quả.
Sử dụng ngôn ngữ: cách dùng	10%	Sử dụng ngôn ngữ chính xác, dễ hiểu	Sử dụng ngôn ngữ chính xác, dễ hiểu, có lỗi	Sử dụng ngôn ngữ dễ hiểu nhưng còn lỗi	Sử dụng ngôn ngữ chưa chính xác, khó hiểu

từ và cấu trúc câu			chính tả, lỗi đặt câu không đáng kể	chính tả, lỗi đặt câu	
Trích dẫn	10%	Trích dẫn đúng đúng chuẩn Harvard/APA	Trích dẫn sai ít đúng chuẩn Harvard/APA	Trích dẫn sai nhiều chuẩn Harvard/APA	Trích dẫn không đúng/ không trích dẫn chuẩn Harvard/APA

TP. Hồ Chí Minh, ngày 23 tháng 4 năm 2025

Người duyệt đề

Giảng viên ra đề



ThS. Nguyễn Văn Tâm

TS. Hoàng Thành Nhơn