

## CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

Trình độ đào tạo: Đại học    Ngành: QTDVDL&LH    Mã số: 7340103

### ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

#### 1. Thông tin chung

<b>1.1. Tên học phần:</b> Marketing du lịch	<b>1.2. Tên tiếng Anh:</b> Marketing for Hospitality and Tourism
<b>1.3. Mã học phần:</b> DIMADL.084	<b>1.4. Số tín chỉ: 03</b>
<b>1.5. Phân bố thời gian:</b>	45 tiết
- Lý thuyết:	42 tiết
- Thảo luận nhóm:	03 tiết
- Tự học:	90 giờ
<b>1.6. Các giảng viên phụ trách học phần:</b>	
- Giảng viên phụ trách chính:	Trương Quang Hùng
- Danh sách giảng viên cùng giảng dạy:	Các giảng viên theo sự phân công của Bộ môn Quản trị kinh doanh – Du lịch
<b>1.7. Điều kiện tham gia học phần:</b>	
- Học phần tiên quyết:	
- Học phần học trước:	Không có
- Học phần song hành:	Không có

#### 2. Mục tiêu

##### 2.1. Mục tiêu chung

Môn học sẽ củng cố các kiến thức về Marketing căn bản và ứng dụng của Marketing vào ngành dịch vụ du lịch. Sinh viên sẽ được tìm hiểu về phương thức phân tích, phát triển cơ hội thị trường; chiến lược marketing du lịch và nội dung công tác lập kế hoạch marketing cho đơn vị kinh doanh dịch vụ du lịch. Dựa trên kiến thức đã được trang bị, sinh viên sẽ hình thành các kỹ năng quản trị marketing ứng dụng vào thực tế nhằm phân tích, lập kế hoạch và đề xuất chiến lược marketing cho một đơn vị kinh doanh dịch vụ du lịch cụ thể trên thị trường

##### 2.2. Mục tiêu cụ thể

###### 2.2.1. Về kiến thức

- Nhận biết được các kiến thức marketing cơ bản và marketing du lịch;
- Hiểu các công cụ và chính sách marketing du lịch;
- Vận dụng để thiết lập và thực hiện chiến lược marketing cho doanh nghiệp kinh doanh du lịch.

### 2.2.2. Về kỹ năng

- Kỹ năng thiết lập và thực hiện chương trình marketing;
- Kỹ năng tư duy, phân tích và ra quyết định để giải quyết vấn đề;
- Tạo lập khả năng tư duy độc lập sáng tạo và ứng dụng marketing điện tử trong doanh nghiệp du lịch;

### 2.2.3. Về thái độ

- Sinh viên hình thành yêu thích môn học và công việc kinh doanh du lịch.
- Tinh thần cầu thị trong việc lĩnh hội kiến thức cơ sở khoa học chuyên ngành.

## 3. Chuẩn đầu ra (CLO)

### Bảng 1. Chuẩn đầu ra của học phần

Sau khi học xong học phần, sinh viên có khả năng:

Ký hiệu CLO	Nội dung CLO
CLO1	Khái quát hóa các kiến thức cơ bản về marketing du lịch, thị trường du lịch và hành vi của khách hàng
CLO2	Hình thành kỹ năng định vị thị trường và lựa chọn thị trường mục tiêu cho doanh nghiệp du lịch
CLO3	Thiết lập chiến lược marketing cho doanh nghiệp du lịch
CLO4	Vận dụng marketing thương mại điện tử và marketing cho điểm đến du lịch

## 4. Mối liên hệ giữa chuẩn đầu ra học phần (CLO) và chuẩn đầu ra chương trình đào tạo (PLO)

Mức độ đóng góp, hỗ trợ của CLO để đạt được PLO được xác định cụ thể qua bảng sau:

### Bảng 2. Mối liên hệ giữa CLO và PLO

PLO	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)
CLO 1	R	M	R	I		M	M	R	R	M	R	M
CLO 2	M	A	A	M		A	A	M	M	A	M	R
CLO 3	R	M	R	R		M	A	R	M	A	R	M
CLO 4	R	M	M	R		A	M	M	M	A	M	M
Tổng hợp học phần	R	M	M	R		M,A	M,A	M,R	M	A	M,R	M

Ghi chú: I: mức giới thiệu/bắt đầu; R: mức nâng cao hơn mức bắt đầu, có nhiều cơ hội được thực hành, thí nghiệm, thực tế, ...; M: mức thuần thục/thông hiểu; A: hỗ trợ tối đa việc đạt được PLO, cần được thu thập minh chứng để đánh giá CDR CTĐT.



## 5. Đánh giá

### a. Phương pháp, hình thức kiểm tra - đánh giá

**Bảng 3. Phương pháp, hình thức kiểm tra - đánh giá kết quả học tập của SV**

Thành phần đánh giá	Trọng số	Bài đánh giá	Trọng số con	Rubric (đánh dấu X nếu có)	Lquan đến CDR nào ở bảng 1	Hướng dẫn phương pháp đánh giá
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
A1. Chuyên cần, thái độ (CCTĐ)	10%			X		Rubric 1
A2. Kiểm tra thường xuyên (KTTX)	30%	A2.1. Tuần 4: Chương 1 và chương 2	30%	X	CLO 1	Rubric 3; kiểm tra viết theo thang điểm 10
		A2.2. Tuần 7: Chương 3 và chương 4	30%	X	CLO 2, CLO 3	
		A2.3. Tuần 15 (Thuyết trình): Phân tích chiến lược marketing của một doanh nghiệp du lịch hoặc điểm đến	40%	X	CLO 2, CLO 3, CLO 4, CLO 5	Rubric 4 Đánh giá thuyết trình
A3. Đánh giá cuối kỳ	60%	Bài thi cuối kỳ: Viết		X	CLO 2, CLO 3, CLO 4, CLO 5	Theo bài kiểm tra viết thang điểm 10 hoặc Rubric 5

*Ghi chú: Tùy theo yêu cầu, đặc điểm của từng học phần, bộ môn có thể điều chỉnh thành phần và trọng số, trọng số con của các thành phần đánh giá. Tuy nhiên, phải đảm bảo đánh giá cuối kỳ không dưới 50%.*

**b. Yêu cầu đối với học phần:** Sinh viên phải tham dự  $\geq 80\%$  số buổi của HP. Nếu nghỉ  $> 20\%$  số buổi sẽ không được dự thi kết thúc HP.

## 6. Kế hoạch và nội dung giảng dạy

**Bảng 4. Kế hoạch và nội dung giảng dạy theo tuần**

Tuần/ Buổi (3 tiết/b)	Các nội dung cơ bản của bài học (chương) (đến 2 số)	Số tiết (LT/ TH/ TT)	CĐR của bài học (chương)/ chủ đề	Lquan đến CĐR nào ở bảng 1	PP giảng dạy , tài liệu và cơ sở vật chất, thiết bị cần thiết để đạt CĐR	Hoạt động học của SV(*)	Tên bài đánh giá (ở cột 3 bảng 3)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
1	<b>Chương 1. Tổng quan về marketing du lịch</b> 1.1 Các khái niệm cơ bản về marketing du lịch 1.2 Đặc điểm dịch vụ của marketing du lịch	3LT	Hiểu được nội dung của hoạt động marketing du lịch và các đặc điểm khác biệt của marketing du lịch so với các ngành khác	CLO 1	- Thuyết giảng; - Hướng dẫn; - Đặt vấn đề, gợi ý thảo luận, hỏi - đáp - Máy tính, máy chiếu	- Chuẩn bị ở nhà: Đọc trước nội dung (C1 tài liệu [1]) - Hoạt động trên lớp: Thảo luận, trả lời câu hỏi của GV	
2	Chương 1 (Tiếp theo) 1.3 Marketing hỗn hợp trong du lịch <b>Chương 2. Môi trường marketing du lịch</b> 2.1 Khái niệm môi trường	3LT	Phân biệt các biến thể marketing hỗn hợp trong du lịch so với các ngành khác Xây dựng mối liên hệ giữa môi trường và hoạt động marketing trong	CLO 1	- Thuyết giảng; - Hướng dẫn; - Đặt vấn đề, gợi ý thảo luận, hỏi - đáp	- Chuẩn bị ở nhà: Đọc trước nội dung (C1 tài liệu [1])	

	marketing		du lịch		- Máy tính, máy chiếu	- Hoạt động trên lớp: Thảo luận, trả lời câu hỏi của GV	
3	Chương 2. (tiếp theo) 2.2 Môi trường vĩ mô 2.3 Môi trường ngành	3LT	Tác động của các loại môi trường đối với hoạt động marketing trong du lịch	CLO1  CLO	- Thuyết giảng; - Hướng dẫn; - Đặt vấn đề, gợi ý thảo luận, hỏi - đáp - Máy tính, máy chiếu	- Chuẩn bị ở nhà: Đọc trước nội dung (C2 tài liệu [1]) - Hoạt động trên lớp: Thảo luận, trả lời câu hỏi của GV	
4	Chương 2 (Tiếp theo) 2.4 Môi trường vi mô <b>Chương 3 Hành vi khách hàng</b> 3.1 Hành vi tiêu dùng	3 LT	Nhận biết vai trò và tác động của hành vi tiêu dùng đối với hoạt động marketing trong du lịch		- Thuyết giảng; - Hướng dẫn; - Đặt vấn đề, gợi ý thảo luận, hỏi - đáp - Máy tính, máy chiếu	- Chuẩn bị ở nhà: Đọc trước nội dung (C2 tài liệu [1]) - Hoạt động trên lớp: Thảo luận, trả lời câu hỏi	KT

						của GV	
5	<p>Chương 3 (tiếp theo)</p> <p>3.2 Nghiên cứu hành vi tiêu dùng đối với marketing</p> <p>3.3 Các nhân tố ảnh hưởng đến hành vi người tiêu dùng</p>	3 LT		<p>CLO1</p> <p>CLO2</p> <p>CLO3</p> <p>CLO4</p>	<p>- Thuyết giảng;</p> <p>- Hướng dẫn;</p> <p>- Đặt vấn đề, gợi ý thảo luận, hỏi - đáp</p> <p>- Máy tính, máy chiếu</p>	<p>- Chuẩn bị ở nhà: Đọc trước nội dung (C3 tài liệu [1])</p> <p>- Hoạt động trên lớp: Thảo luận, trả lời câu hỏi của GV</p>	
6	<p><b>Chương 4 Phân tích thị trường, lựa chọn thị trường mục tiêu và định vị thị trường</b></p> <p>4.1 Phân khúc thị trường</p> <p>4.2 Thị trường mục tiêu</p>	3 LT	Vận dụng để xác định phân khúc thị trường và thị trường mục tiêu cho hoạt động marketing của doanh nghiệp		<p>- Thuyết giảng;</p> <p>- Hướng dẫn;</p> <p>- Đặt vấn đề, gợi ý thảo luận, hỏi - đáp</p> <p>- Máy tính, máy chiếu</p>	<p>- Chuẩn bị ở nhà: Đọc trước nội dung (C4 tài liệu [1])</p> <p>- Hoạt động trên lớp: Thảo luận, trả lời câu hỏi của GV</p>	
7	<p>Chương 4 (Tiếp theo)</p> <p>4.3 Định vị thị trường</p> <p><b>Chương 5. Thiết kế và quản trị</b></p>	3 LT	Thiết kế, quản trị và đánh giá cơ hội của sản phẩm du lịch		<p>- Thuyết giảng;</p> <p>- Hướng dẫn;</p> <p>- Đặt vấn đề,</p>	<p>- Chuẩn bị ở nhà: Đọc trước nội</p>	

	<b>sản phẩm</b> 5.1 Hoạch định và quản trị sản phẩm du lịch				gợi ý thảo luận, hỏi - đáp - Máy tính, máy chiếu	dung (C4 và C5 tài liệu [1]) - Hoạt động trên lớp: Thảo luận, trả lời câu hỏi của GV	
8	Chương 5 (tiếp theo) 5.2 Chiến lược thương hiệu 5.3 Phát triển sản phẩm mới	2LT	Hiểu được vai trò của nhãn hiệu sản phẩm và xây dựng nhãn hiệu sản phẩm	CLO3 CLO5	- Thuyết giảng; - Hướng dẫn; - Đặt vấn đề, gợi ý thảo luận, hỏi - đáp - Máy tính, máy chiếu	- Chuẩn bị ở nhà: Đọc trước nội dung (C2 tài liệu [1]) - Hoạt động trên lớp: Thảo luận, trả lời câu hỏi của GV	
9	Chương 5 (Tiếp theo) 5.4 Chu kỳ sống của sản phẩm du lịch <b>Chương 6 Định giá sản phẩm</b> 6.1 Yêu tố ảnh hưởng đến giá 6.2 Phương pháp định giá	3LT	Phân tích chu kỳ sống của sản phẩm du lịch và các chiến lược áp dụng; Hiểu được bản chất về giá và vai trò của chiến lược giá trong tổ hợp các chiến lược marketing của doanh nghiệp du lịch		- Thuyết giảng; - Hướng dẫn; - Đặt vấn đề, gợi ý thảo luận, hỏi - đáp - Máy tính,	- Chuẩn bị ở nhà: Đọc trước nội dung (C5 và C6 tài liệu [1])	



					máy chiếu	- Hoạt động trên lớp: Thảo luận, trả lời câu hỏi của GV	
10	Chương 6 (tiếp theo) 6.3 Các chiến lược định giá <b>Chương 7 Kênh phân phối</b> 7.1 bản chất và tầm quan trọng của kênh phân phối		Hiểu được bản chất về giá và vai trò của chiến lược phân phối trong tổ hợp các chiến lược marketing của tổ chức (doanh nghiệp) du lịch		- Thuyết giảng; - Hướng dẫn; - Đặt vấn đề, gợi ý thảo luận, hỏi - đáp - Máy tính, máy chiếu	- Chuẩn bị ở nhà: Đọc trước nội dung (C6 và C7 tài liệu [1]) - Hoạt động trên lớp: Thảo luận, trả lời câu hỏi của GV	A3
11	Chương 7 (tiếp theo) 7.2 Cấu trúc và tổ chức kênh phân phối 7.3 Lựa chọn và quản lý kênh phân phối	3 LT	Thiết kế kênh phân phối hiệu quả trong kinh doanh du lịch		- Thuyết giảng; - Hướng dẫn; - Đặt vấn đề, gợi ý thảo luận, hỏi - đáp - Máy tính, máy chiếu	- Chuẩn bị ở nhà: Đọc trước nội dung (C7 tài liệu [1]) - Hoạt động trên lớp: Thảo luận, trả	

						lời câu hỏi của GV	
12	<b>Chương 8 Chiến lược xúc tiến hỗn hợp</b> 8.1 Khái quát về xúc tiến hỗn hợp trong du lịch 8.2 Các công cụ cơ bản trong xúc tiến hỗn hợp	3 LT	Hệ thống hóa bản chất và nội dung cơ bản của chiến lược xúc tiến hỗn hợp trong du lịch; Vận dụng các nội dung của các công cụ xúc tiến hỗn hợp trong hoạt động kinh doanh.		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Thuyết giảng;</li> <li>- Hướng dẫn;</li> <li>- Đặt vấn đề, gợi ý thảo luận, hỏi - đáp</li> <li>- Máy tính, máy chiếu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Chuẩn bị ở nhà: Đọc trước nội dung (C8 tài liệu [1])</li> <li>- Hoạt động trên lớp: Thảo luận, trả lời câu hỏi của GV</li> </ul>	
13	<b>Chương 9 Marketing thương mại điện tử &amp; marketing điểm đến</b> 9.1 Marketing thương mại điện tử	3 LT	Hiểu được nội dung của marketing thương mại điện tử; Vận dụng các nội dung của các công cụ marketing thương mại điện tử trong hoạt động kinh doanh.		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Thuyết giảng;</li> <li>- Hướng dẫn;</li> <li>- Đặt vấn đề, gợi ý thảo luận, hỏi - đáp</li> <li>- Máy tính, máy chiếu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Chuẩn bị ở nhà: Đọc trước nội dung (C9 tài liệu [1])</li> <li>- Hoạt động trên lớp: Thảo luận, trả lời câu hỏi của GV</li> </ul>	
14	Chương 9 (tiếp theo) 9.2 Marketing điểm đến	3 LT	Hiểu được nội dung của marketing điểm đến;		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Thuyết giảng;</li> <li>- Hướng dẫn;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Chuẩn bị ở nhà: Đọc</li> </ul>	

			Vận dụng xây dựng chiến lược marketing cho một điểm đến du lịch.		- Đặt vấn đề, gợi ý thảo luận, hỏi - đáp - Máy tính, máy chiếu	trước nội dung (C9 tài liệu [1]) - Hoạt động trên lớp: Thảo luận, trả lời câu hỏi của GV	
15	Thảo luận nhóm: Phân tích chiến lược marketing của một doanh nghiệp du lịch hoặc điểm đến	3 TL	Tổng hợp, phân tích và đánh giá chiến lược marketing của một doanh nghiệp hoặc điểm đến du lịch cụ thể		- Thảo luận, hỏi đáp - Máy tính, máy chiếu	- Chuẩn bị nội dung thảo luận và thuyết trình; - Thảo luận, trả lời câu hỏi của GV và bạn học	A2.3
Theo lịch thi	Kiểm tra cuối kì						

## 7. Học liệu

**Bảng 5. Sách, giáo trình, tài liệu tham khảo**

TT	Tên tác giả	Năm XB	Tên sách, giáo trình, tên bài báo, văn bản	NXB, tên tạp chí/ nơi ban hành VB
<b>Giáo trình chính</b>				
1	Trương Quang Hùng	2021	<i>Bài giảng Marketing du lịch</i>	Lưu hành nội bộ, Trường Đại học Quảng Bình.
<b>Sách, giáo trình tham khảo</b>				
2	Nguyễn Văn Mạnh	2015	Giáo trình Marketing du lịch	NXB ĐHKQTĐ
3	Bùi Thị Tám	2009	Giáo trình Marketing du lịch	NXB ĐH Huế
4	Philip T. Kotler, John T. Bowen, James Makens, Seyhmus Baloglu	2016	Marketing for Hospitality and Tourism (7th Edition)	Prentice Hall PTR

## 8. Cơ sở vật chất phục vụ giảng dạy

**Bảng 6. Cơ sở vật chất phục vụ giảng dạy**

TT	Tên giảng đường, PTN, xưởng, cơ sở TH	Danh mục trang thiết bị, phần mềm chính phục vụ TN, TH		Phục vụ cho nội dung Bài học/Chương
		Tên thiết bị, dụng cụ, phần mềm,...	Số lượng	
1	<b>Giảng đường A</b>	<i>Projector, máy tính cá nhân</i>	1	<i>Tất cả các chương</i>

## 9. Rubric đánh giá

9.1 Đánh giá chuyên cần (Attendace Check): Rubric						
Tiêu chí đánh giá	Mức độ đạt chuẩn quy định					Trọng số
	MỨC F (0-3.9)	MỨC D (4.0-5.4)	MỨC C (5.5-6.9)	MỨC B (7.0-8.4)	MỨC A (8.5-10)	
Chuyên cần	Không đi học (<30%).	Đi học không chuyên cần (<50%).	Đi học khá chuyên cần (<70%).	Đi học chuyên cần (<90%).	Đi học đầy đủ, rất chuyên cần (>=90 %).	50%
Đóng góp tại lớp	Không tham gia hoạt động gì tại lớp	Hiếm khi tham gia phát biểu, đóng góp cho bài học tại lớp. Đóng góp không hiệu quả.	Thỉnh thoảng tham gia phát biểu, trao đổi ý kiến tại lớp. Phát biểu ít khi có hiệu quả.	Thường xuyên phát biểu và trao đổi ý kiến liên quan đến bài học. Các đóng góp cho bài học là hiệu quả.	Tham gia tích cực các hoạt động tại lớp: phát biểu, trao đổi ý kiến liên quan đến bài học. Các đóng góp rất hiệu quả.	50%

## 9.2 Đánh giá bài tập (Work Assignment): Rubric 3

Tiêu chí đánh giá	Mức độ đạt chuẩn quy định					Trọng số
	MỨC F (0-3.9)	MỨC D (4.0-5.4)	MỨC C (5.5-6.9)	MỨC B (7.0-8.4)	MỨC A (8.5-10)	
Nộp bài tập	Không nộp bài tập hoặc hoàn thành <30% khối lượng công việc được giao	Nộp bài tập hoàn thành <50% khối lượng công việc được giao. Chưa đúng thời gian quy định.	Nộp bài tập hoàn thành <70% khối lượng công việc được giao. Một số bài tập nộp chưa đúng thời gian quy định.	Nộp bài tập hoàn thành <90% khối lượng công việc được giao. Hầu hết bài tập nộp đúng thời gian quy định.	Nộp bài tập đầy đủ >=90% số lượng được giao). Đúng thời gian quy định.	<b>20%</b>
Trình bày bài tập	Kém	Còn rất nhiều lỗi	Còn nhiều lỗi	Tương đối tốt	Rất tốt	<b>30%</b>
Nội dung bài tập	Không có bài tập	Nội dung bài tập không đầy đủ, một số không đúng theo yêu cầu nhiệm vụ.	Nội dung bài tập đầy đủ, đúng với yêu cầu nhiệm vụ nhưng chưa hợp lý. Còn một số sai sót.	Nội dung bài tập đầy đủ, hợp lý, đúng theo yêu cầu nhiệm vụ. Nội dung đúng, rõ ràng.	Nội dung bài tập đầy đủ, hợp lý, đúng theo yêu cầu nhiệm vụ. Tính toán logic, chi tiết và rõ ràng, hoàn toàn hợp lý.	<b>50%</b>

**9.3. Đánh giá thuyết trình (Oral Presentation): Rubric 4**

Tiêu chí đánh giá	Mức độ đạt chuẩn quy định					Trọng số
	MỨC F (0-3.9)	MỨC D (4.0-5.4)	MỨC C (5.5-6.9)	MỨC B (7.0-8.4)	MỨC A (8.5-10)	
Nội dung báo cáo	Không có nội dung hoặc nội dung không phù hợp với yêu cầu.	Nội dung chưa phù hợp với yêu cầu, hình ảnh và giải thích chưa rõ ràng.	Nội dung phù hợp với yêu cầu. Sử dụng thuật ngữ chưa tốt. Hình ảnh minh họa, trình bày còn hạn chế.	Nội dung phù hợp với yêu cầu. Sử dụng thuật ngữ đơn giản, dễ hiểu. Hình ảnh minh họa, trình bày còn hạn chế.	Nội dung phù hợp với yêu cầu. Sử dụng thuật ngữ đơn giản, dễ hiểu. Hình ảnh minh họa rõ ràng, đẹp, phong phú.	<b>50%</b>
Trình bày slide	Slide trình bày quá sơ sài, không đủ số lượng theo quy định	Slide trình bày với số lượng phù hợp, sử dụng từ ngữ và hình ảnh rõ ràng	Slide trình bày với bố cục logic, rõ ràng, gồm 3 phần (introduction, body and conclusion)	Slide trình bày với bố cục logic, rõ ràng, gồm 3 phần, thể hiện sự thành thạo trong trình bày	Slide trình bày với bố cục logic, rõ ràng, gồm 3 phần. Thuật ngữ sử dụng đơn giản dễ hiểu. Thể hiện sự thành thạo trong trình bày và ngôn ngữ.	<b>25%</b>
Thuyết trình	Trình bày không logic, vượt quá thời gian quy	Bài trình bày đầy đủ. Giọng nói nhỏ, phát âm còn một số từ không	Phần trình bày có bố cục 3 phần rõ ràng. Giọng nói vừa phải, rõ	Phần trình bày ngắn gọn, dễ hiểu. Sử dụng các thuật ngữ đơn giản, dễ	Phần trình bày ngắn gọn. Bố cục rõ ràng. Giọng nói rõ ràng, lưu loát. thu	<b>25%</b>

định. Sử dụng thuật ngữ không đúng, phát âm không rõ, giọng nói nhỏ. Người nghe không hiểu.	rõ, sử dụng thuật ngữ phức tạp, chưa có tương tác với người nghe khi trình bày.	ràng, dễ nghe, thời gian trình bày đúng quy định, thỉnh thoảng có tương tác với người nghe. Người nghe có thể hiểu và kịp theo dõi nội dung trình bày.	hiều. Bố cục rõ ràng. Giọng nói rõ ràng, lưu loát. Thời gian trình bày đúng quy định. Tương tác tốt với người nghe. Người nghe có thể hiểu được nội dung trình bày.	hút sự chú ý của người nghe, tương tác tốt với người nghe. Người nghe có thể hiểu và theo kịp tất cả nội dung trình bày. Thời gian trình bày đúng quy định.
---	---	--	---	---

**9.4 Đánh giá kiểm tra viết (Written Exam):** Theo thang điểm 10 dựa trên đáp án được thiết kế sẵn.

*Quảng Bình, ngày....tháng....năm 2021*

**Trưởng khoa**

**Trưởng bộ môn**

**Người biên soạn**

**TS. Trần Tự Lực**

**TS. Nguyễn Văn Chung**

**ThS. Trương Quang Hùng**