

CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

Trình độ đào tạo: Đại học Ngành: Quản trị kinh doanh Mã số: 7340101

ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

1. Thông tin chung

1.1. Tên học phần: Quản trị thương hiệu	1.2. Tên tiếng Anh: Brand Management
1.3. Mã học phần: QTTH. 053	1.4. Số tín chỉ: 02
1.5. Phân bố thời gian:	
- Lý thuyết:	20 tiết
- Bài tập và Thảo luận nhóm:	10 tiết
- Tự học:	60 tiết
1.6. Các giảng viên phụ trách học phần:	
- Giảng viên phụ trách chính:	ThS. Hoàng Thị Duyệt
- Danh sách giảng viên cùng giảng dạy:	ThS. Phan Nữ Ý Anh ThS. Nguyễn Thị Kim Phụng
1.7. Điều kiện tham gia học phần:	
- Học phần tiên quyết:	Marketing căn bản
- Học phần học trước:	Không có
- Học phần song hành:	Không có

2. Mục tiêu

2.1. Mục tiêu chung

Học phần này cung cấp cho sinh viên những kỹ năng cơ bản và cần thiết trong lĩnh vực quản trị thương hiệu

2.2. Mục tiêu cụ thể

2.2.1. Về kiến thức

Học phần cung cấp cho người học những nội dung cơ bản về quản lý thương hiệu như quan điểm, chức năng, vai trò, quy trình xây dựng thương hiệu; Tài sản thương hiệu; phương pháp định vị thương hiệu; kiến trúc thương hiệu; Hệ thống nhận diện thương hiệu; Thiết kế thương hiệu; Truyền thông thương hiệu.

2.2.2. Về kỹ năng

Sau khi học xong học phần Quản trị thương hiệu sinh viên có kỹ năng thiết kế bộ nhận dạng thương hiệu, làm việc nhóm, phát triển tính cách thương hiệu, nội dung truyền thông quảng bá thương hiệu, từng bước vận dụng các lý thuyết quản lý

thương hiệu vào việc lập kế hoạch xây dựng và phát triển thương hiệu cho các doanh nghiệp, tổ chức.

2.2.3. Về thái độ

Rèn luyện cho sinh viên thái độ học tập và nghiên cứu một cách khoa học, chuyên nghiệp và nghiêm túc.

3. Chuẩn đầu ra (CLO)

Bảng 1. Chuẩn đầu ra của HP

Sau khi học xong học phần, SV có khả năng:

Ký hiệu CLO	Nội dung CLO
CLO1	Nhận biết tổng quan về thương hiệu
CLO2	Đánh giá tài sản thương hiệu; Định vị được thương hiệu
CLO3	Mô phỏng kiến trúc thương hiệu
CLO4	Nhận diện thương hiệu
CLO5	Thiết kế thương hiệu
CLO 6	Truyền thông thương hiệu

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	I											I
CLO 2				I	I	I			I			
CLO 3				I	I				I			
CLO 4				I	I				I			
CLO 5				I	I				I			
CLO 6				I	I	R			I			M,A
Tổng hợp học phần	I			I	I				I			M,A

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 4.1	Hướng dẫn phương pháp đánh giá
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
A1. Chuyên cần, thái độ (CCTĐ)	10%					
A2. Kiểm tra thường xuyên (KTTX)	30%	A1.1. Tuần 5: Chương 1, 2, 3	50%		CLO 1 CLO 2 CLO 3	
		A1.2. Tuần 10: Chương 4, 5, 6	50%		CLO 4 CLO 5 CLO 6	
A5. Đánh giá cuối kỳ	60%	Bài ktra cuối kỳ: Thi viết			CLO 1 CLO 2 CLO 3 CLO 4 CLO 5 CLO 6	

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 3 số)	Số tiết (LT/TH/TT)	CDR của bài học (chương)/ chủ đề	Lquan đến CDR nào ở bảng 4.1	PP giảng dạy , tài liệu và cơ sở vật chất, thiết bị cần thiết để đạt CDR	Hoạt động học của SV(*)	Tên bài đánh giá (ở cột 3 bảng 5.1)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
1	Chương 1: Tổng quan về thương hiệu 1.1 Các quan điểm về thương hiệu 1.2 Các chức năng của thương hiệu 1.3 Vai trò của thương hiệu 1.4 Quy trình xây dựng thương hiệu	0.5 0.5 1 1	- Nắm rõ các quan điểm về thương hiệu - Trình bày được chức năng, vai trò, quy trình xây dựng thương hiệu	CLO1	- Giải thích cụ thể - Thuyết giảng - Câu hỏi gợi mở - Giải quyết v.đề - Học theo t. hướng - Nhóm ng.cứu - Thảo luận - Học nhóm - Bài tập ở nhà	- Phần chuẩn bị ở nhà: Đọc trước nội dung (Chương 1) (tài liệu [1]) - Phần chuẩn bị trên lớp: trả lời câu hỏi	
2	Chương 2: Tài sản thương hiệu; Định vị thương hiệu 2.1 Các thành phần tài sản thương hiệu 2.2 Thương hiệu và tài sản thương hiệu	1 2	- Liệt kê các thành phần tài sản th.hiệu - Đánh giá thương hiệu và tài sản thương hiệu	CLO2	(như trên)	- Phần chuẩn bị ở nhà: Đọc trước nội dung (Chương 2) (tài liệu [1]); Đọc thêm các nội dung liên quan ở các tài liệu [2], [3], [4]. - Phần chuẩn bị trên lớp: trả lời câu hỏi, thảo	

						luận nhóm, làm bài tập	
3	2.3 Những yêu cầu cần thiết để định vị thương hiệu 2.4 Các bước định vị thương hiệu 2.5 Các chiến lược định vị thương hiệu	1 1 1	- Nắm bắt được những yêu cầu cần thiết khi định vị thương hiệu - Trình bày được các bước định vị thương hiệu - Đánh giá các chiến lược định vị thương hiệu	CLO2	<i>(như trên)</i>	- Phần chuẩn bị ở nhà: Đọc trước nội dung (Chương 3) (tài liệu [1]); Đọc thêm các nội dung liên quan ở các tài liệu [2], [3], [4]. - Phần chuẩn bị trên lớp: trả lời câu hỏi, thảo luận nhóm, làm bài tập	
4	Chương 2 (tiếp theo) 2.5 (tiếp theo) Chương 3: Kiến trúc thương hiệu 3.1 Các mô hình kiến trúc thương hiệu 3.2 Quản trị danh mục thương hiệu	1 1 1	<i>(như trên)</i> - Phân tích được các mô hình kiến trúc thương hiệu - Quản trị danh mục và phát triển các chiến lược thương hiệu	CLO2 CLO3	<i>(như trên)</i>	- Phần chuẩn bị ở nhà: Đọc trước nội dung (Chương 3, 4) (tài liệu [1]); Đọc thêm các nội dung liên quan ở các tài liệu [2], [3], [4]. - Phần chuẩn bị trên lớp: trả lời câu hỏi, thảo luận nhóm, làm bài tập	
5	Chương 3 (tiếp theo) 3.3 Phát triển các chiến lược thương hiệu Chương 4: Hệ thống nhận diện thương hiệu 4.1 Hệ thống nhận diện của	1 1	<i>(như trên)</i> - Nắm bắt được hệ	CLO3 CLO4	<i>(như trên)</i>	- Phần chuẩn bị ở nhà: Đọc trước nội dung (Chương 4, 5) (tài liệu [1]); Đọc thêm các nội dung liên quan ở các tài	A2.1

	các doanh nghiệp 4.2 Cấu trúc hệ thống nhận diện thương hiệu	1	thông nhận diện nói chung của doanh nghiệp - Phân tích cấu trúc nhận diện thương hiệu			liệu [2], [3], [4]. - Phần chuẩn bị trên lớp: trả lời câu hỏi, thảo luận nhóm, làm bài tập	
6	Chương 4 (tiếp theo) 4.3 Hệ thống nhận diện hữu hình và hệ thống nhận diện vô hình 4.4 Ứng dụng hệ thống nhận diện thương hiệu 4.5 Quản lý hệ thống nhận diện thương hiệu	1 1 1	- Đánh giá hệ thống nhận diện hữu hình và vô hình - Ứng dụng được hệ thống nhận diện thương hiệu - Quản lý được hệ thống nhận diện thương hiệu	CLO4	<i>(như trên)</i>	- Phần chuẩn bị ở nhà: Đọc trước nội dung (Chương 5) (tài liệu [1]); Đọc thêm các nội dung liên quan ở các tài liệu [2], [3], [4]. - Phần chuẩn bị trên lớp: trả lời câu hỏi, thảo luận nhóm, làm bài tập	
7	Chương 5: Thiết kế thương hiệu 5.1 Tiêu chuẩn thiết kế các yếu tố thương hiệu 5.2 Đặt tên thương hiệu 5.3 Tên thương hiệu tập đoàn 5.4 Logo và biểu tượng đặc trưng 5.5 Tính cách thương hiệu	1 0.5 0.5 0.5 0.5	- Nắm bắt được các tiêu chuẩn thiết kế thương hiệu - Thực hiện được 1 quy trình thiết kế thương hiệu: Đặt tên, logo & biểu tượng đặc trưng, tính cách, câu khẩu hiệu, nhạc hiệu, bao bì...	CLO5	<i>(như trên)</i>	- Phần chuẩn bị ở nhà: Đọc trước nội dung (Chương 6) (tài liệu [1]); Đọc thêm các nội dung liên quan ở các tài liệu [2], [3], [4]. - Phần chuẩn bị trên lớp: trả lời câu hỏi, thảo luận nhóm, làm bài tập	

8	Chương 5 (tiếp theo) 5.6 Câu khẩu hiệu 5.7 Nhạc hiệu 5.8 Bao bì và thương hiệu doanh nghiệp 5.9 Đăng ký nhãn hiệu	0.5 0.5 1 1	(<i>như trên</i>) - Đăng kí được nhãn hiệu	CLO5	(<i>như trên</i>)	- Phần chuẩn bị ở nhà: Đọc trước nội dung (Chương 6) (tài liệu [1]); Đọc thêm các nội dung liên quan ở các tài liệu [2], [3], [4]. - Phần chuẩn bị trên lớp: trả lời câu hỏi, thảo luận nhóm, làm bài tập	
9	Chương 6: Truyền thông thương hiệu 6.1 Thông điệp giao tiếp và thái độ khách hàng 6.2 Lựa chọn phương tiện giao tiếp Marketing 6.3 Quảng cáo sự khác biệt thương hiệu 6.4 Quản lí các đối tác quảng cáo	1 1 0.5 0.5	- Phân tích được thông điệp giao tiếp với khách hàng - Lựa chọn được phương tiện giao tiếp marketing - Quảng cáo sự khác biệt thương hiệu - Quản lí được các đối tác quảng cáo	CLO6	(<i>như trên</i>)	- Phần chuẩn bị ở nhà: Đọc trước nội dung (Chương 7) (tài liệu [1]); Đọc thêm các nội dung liên quan ở các tài liệu [2], [3], [4]. - Phần chuẩn bị trên lớp: trả lời câu hỏi, thảo luận nhóm, làm bài tập	
10	Chương 6 (tiếp theo) 6.5 Lập ngân sách Marketing 6.6 Các xu hướng quảng cáo và tiếp thị mới 6.7 Các công cụ Marketing trực tuyến quan trọng	1 1 1	- Lập được ngân sách marketing - Nắm bắt các xu hướng quảng cáo và tiếp thị mới	CLO6	(<i>như trên</i>)	- Phần chuẩn bị ở nhà: Đọc trước nội dung (Chương 7) (tài liệu [1]); Đọc thêm các nội dung liên quan ở các tài	A2.2

			- Nắm bắt được các công cụ trực tuyến quan trọng			liệu [2], [3], [4]. - Phần chuẩn bị trên lớp: trả lời câu hỏi, thảo luận nhóm, làm bài tập	
Theo lịch thi	Kiểm tra cuối kì						A3

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
Giáo trình chính				
1	Hoàng Thị Dung	2020	<i>Bài giảng quản trị chiến lược</i>	Trường Đại học Quảng Bình
Sách, giáo trình tham khảo				
2	Bùi Văn Quang	2019	<i>Quản lý thương hiệu – Lý thuyết và thực tiễn</i>	NXB Lao động – Xã hội/ Hà Nội
3	Lê Đăng Lãng	2019	<i>Quản trị thương hiệu</i>	NXB Đại học quốc gia Tp. Hồ Chí Minh
4	Phạm Thị Lan Hương	2019	<i>Quản trị thương hiệu</i>	NXB Tài chính

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	Giảng đường A	<i>Bảng đen, Projector, máy tính cá nhân</i>	1	<i>Chương 1</i>
2	Giảng đường A	<i>Bảng đen, Projector, máy tính cá nhân</i>	1	<i>Chương 2</i>
3	Giảng đường A	<i>Bảng đen, Projector, máy tính cá nhân</i>	1	<i>Chương 3</i>
4	Giảng đường A	<i>Bảng đen, Projector, máy tính cá nhân</i>	1	<i>Chương 4</i>
5	Giảng đường A	<i>Bảng đen, Projector, máy tính cá nhân</i>	1	<i>Chương 5</i>
6	Giảng đường A	<i>Bảng đen, Projector, máy tính cá nhân</i>	1	<i>Chương 6</i>

9. Rubric đánh giá

9.1 Đánh giá chuyên cần (Attendance Check)

Rubric 1: Chuyên cần (Class Attendance)

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: Bài tập (Work Assignment)

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.	20%
Trình bày bài tập	Kém	Còn rất nhiều lỗi	Còn nhiều lỗi	Tương đối tốt	Rất tốt	30%
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.	50%

9.3 Đánh giá thuyết trình (Oral Presentation)

Rubric 4: Thuyết trình (Oral Presentation)

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.	50%
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.	25%
Thuyết trình	Trình bày không logic, vượt quá thời gian quy định. Sử dụng thuật ngữ không đúng, phát âm không rõ, giọng nói nhỏ. Người nghe không hiểu.	Bài trình bày đầy đủ. Giọng nói nhỏ, phát âm còn một số từ không rõ, sử dụng thuật ngữ phức tạp, chưa có tương tác với người nghe khi trình bày.	Phần trình bày có bố cục 3 phần rõ ràng. Giọng nói vừa phải, rõ 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.	Phần trình bày ngắn gọn, dễ hiểu. Sử dụng các thuật ngữ đơn giản, dễ hiểu. 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.	Phần trình bày ngắn gọn. Bố cục rõ ràng. Giọng nói rõ ràng, lưu loát. thu 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.	25%

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