|  |  |
| --- | --- |
| **TRƯỜNG ĐẠI HỌC QUẢNG BÌNH** | **CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM** |
| **Khoa Kinh tế - Du lịch** |  **Độc Lập - Tự Do - Hạnh Phúc** |
|  |  |

|  |
| --- |
| **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:** 03 |
| **1.5. Phân bố thời gian:**  |  |
| **-** Lý thuyết:  | 30 tiết |
| - Bài tập và Thảo luận nhóm:  | 15 tiết |
| - Tự học:  | 90 tiết |
| **1.6. Các giảng viên phụ trách học phần:** |  |
| - Giảng viên phụ trách chính:  | ThS. Hoàng Thị Dụng |
| - Danh sách giảng viên cùng giảng dạy: | ThS. Phan Nữ Ý AnhThS. 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 cơn 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 CĐR 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. Tuần5: Chương 1, 2 | 30% |  | CLO 1CLO 2 |  |
| A1.2. Tuần 10: Chương 3, 4 | 30% |  | CLO 3CLO 4 |
|  |  | A1.3. Tuần 15:Chương 5, 6 | 40% |  | CLO 5CLO 6 |  |
| A5. Đánh giá cuối kỳ | 60% | Bài ktra cuối kỳ: Thi viết |  |  | CLO 1CLO 2CLO 3CLO 4CLO 5CLO 6 |  |

***b. Yêu cầu đối với học phần***

*Sinh viên phải tham dự >=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)** | **CĐR của bài học (chương)/ chủ đề** | **Lquan đến CĐR nào ở bảng 4.1** | PP giảng dạy , tài liệu và cở sở vật chất, thiết bị cần thiêt để đạt CĐR | 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 hiệu1.2 Các chức năng của thương hiệu1.3 Vai trò của thương hiệu | 111 | - Nắm rõ các quan điểm về thương hiệu- Trình bày được chức năng, vai trò của thương hiệu | CLO1 | - Giải thích cụ thể- Thuyết giảng- Câu hỏi gợi mở- Giải quyết v.đề- Học theo t. huống- 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 1 (tiếp theo)**1.4 Quy trình xây dựng thương hiệu**Chương 2: Tài sản thương hiệu; Định vị thương hiệu**2.1 Các thành phần tài sản thương hiệu | 21 | - Nắm được quy trình xây dựng thương hiệu- Liệt kê các thành phần tài sản thương hiệu | CLO1CLO2 | *(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 | **Chương 2 *(tiếp theo)***2.1 *(tiếp theo)*2.2 Thương hiệu và tài sản thương hiệu | 12 | *(tiếp theo)*- 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 |  |
| 4 | **Chương 2 *(tiếp theo)*** 2.3 Những yêu cầu cần thiết để định vị thương hiệu2.4 Các bước định vị thương hiệu | 21 | - Nắm bắt được những yêu cầu cần thiết khi định vị thương hiệu- Trình bày được các bước định vị thương hiệu | CLO2 | *(như trên)* | - 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 |  |
| 5 | **Chương 2 *(tiếp theo)***2.4 *(tiếp theo)*2.5 Các chiến lược định vị thương hiệu  | 12 | *(như trên)*- Đánh giá các chiến lược định vị thương hiệu | CLO2 |  |  | A2.1 |
| 6 | **Chương 3: Kiến trúc thương hiệu**3.1 Các mô hình kiến trúc thương hiệu  | 3 | - Phân tích được các mô hình kiến trúc thương hiệu | CLO3 |  |  |  |
| 7 | **Chương 3 *(tiếp theo)***3.2 Quản trị danh mục thương hiệu3.3 Phát triển các chiến lược thương hiệu | 21 | - Quản trị danh mục và phát triển các chiến lược thương hiệu | CLO3 |  |  |  |
| 8 | **Chương 3 *(tiếp theo)***3.3 *(tiếp theo)***Chương 4: Hệ thống nhận diện thương hiệu**4.1 Hệ thống nhận diện của các doanh nghiệp4.2 Cấu trúc hệ thống nhận diện thương hiệu | 111 | *(như trên)*- Nắm bắt được hệ thống nhận diện nói chung của doanh nghiệp- Phân tích cấu trúc nhận diện thương hiệu | CLO3CLO4 | *(như trên)* | - 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 |  |
| 9 | **Chương 4 *(tiếp theo)***4.3 Hệ thống nhận diện hữu hình và hệ thống nhận diện vô hình4.4 Ứng dụng hệ thống nhận diện thương hiệu | 12 | - Đánh giá hệ thống nhận diện hữu hình và vô hình- Ứng dụng được hệ thống nhận diện thương hiệu | CLO4 | *(như trên)* | - Phần chuẩn bị ở nhà:Đọc trước nội dung (Chương 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 |  |
|  10 | **Chương 4 *(tiếp theo)***4.5 Quản lý hệ thống nhận diện thương hiệu**Chương 5: Thiết kế thương hiệu**5.1 Tiêu chuẩn thiết kế các yếu tố thương hiệu | 21 | - Quản lý được hệ thống nhận diện thương hiệu- Nắm bắt được các tiêu chuẩn thiết kế thương hiệu | CLO4CLO5 | *(như trên)* | - 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 | A2.2 |
| 11 | **Chương 5 *(tiếp theo)***5.2 Đặt tên thương hiệu5.3 Tên thương hiệu tập đoàn5.4 Logo và biểu tượng đặc trưng | 111 | - 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 | *(như trên)* | - 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 |  |
| 12 | **Chương 5 *(tiếp theo)***5.5 Tính cách thương hiệu5.6 Câu khẩu hiệu5.7 Nhạc hiệu5.8 Bao bì và thương hiệu doanh nghiệp | 10.50.51 | *(như trên)* | CLO5 |  |  |  |
| 13 | **Chương 5 *(tiếp theo)***5.9 Đăng ký nhãn hiệu**Chương 6: Truyền thông thương hiệu**6.1 Thông điệp giao tiếp và thấu hiểu khách hàng6.2 Lựa chọn phương tiện giao tiếp Marketing | 111 | - Đăng kí được nhãn hiệu- Phân tích được thông điệp giao tiếp với khách hàng- Lựa chọn được phương tiện giao tiếp marketing | CLO5CLO6 | *(như trên)* | - 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 |  |
| 14 | **Chương 6 *(tiếp theo)***6.3 Quảng cáo sự khác biệt thương hiệu6.4 Quản lí các đối tác quảng cáo6.5 Lập ngân sách Marketing | 111 | - Quảng cáo sự khác biệt thương hiệu- Quản lí được các đối tác quảng cáo- Lập được ngân sách marketing | CLO6 | *(như trên)* | - 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 |  |
| 15 | **Chương 6 *(tiếp theo)***6.6 Các xu hướng quảng cáo và tiếp thị mới6.7 Các công cụ Marketing trực tuyến quan trọng | 1.51.5 | - Nắm bắt các xu hướng quảng cáo và tiếp thị mới- Nắm bắt được các công cụ trực tuyến quan trọng | CLO6 |  |  | A2.3 |
| 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 Dụng | 2020 | *Bài giảng quản trị chiến lược* | Trường Đại học Quảng Bình |
|  | **Sách, giáo trình tham khảo** |
| 2 | Bùi Văn Quang | 2019 | *Quản lý thương hiệu – Lý thuyết và thực tiễn* | NXB Lao động – Xã hội/ Hà Nội |
| 3 | Lê Đăng Lăng | 2019 | *Quản trị thương hiệu* | NXB Đại học quốc gia Tp. Hồ Chí Minh |
| 4 | Phạm Thị Lan Hương | 2019 | *Quản trị thương hiệu* | 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** | *Bảng đen, Projector, máy tính cá nhân* | *1* | *Chương 1* |
| *2* | **Giảng đường A** | *Bảng đen, Projector, máy tính cá nhân* | *1* | *Chương 2* |
| *3* | **Giảng đường A** | *Bảng đen, Projector, máy tính cá nhân* | *1* | *Chương 3* |
| *4* | **Giảng đường A** | *Bảng đen, Projector, máy tính cá nhân* | *1* | *Chương 4* |
| *5* | **Giảng đường A** | *Bảng đen, Projector, máy tính cá nhân* | *1* | *Chương 5* |
| *6* | **Giảng đường A** | *Bảng đen, Projector, máy tính cá nhân* | *1* | *Chương 6* |

**9. Rubric đánh giá**

**9.1 Đánh giá chuyên cần (Attendace Check)**

 **Rubric 1: Chuyên cần (Class Attendace)**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **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)** |
|
|
| Chuyêncần | 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 góptại lớp | Không tham giahoạt động gì tạilớp | Hiếm khi tham gia phát biểu,đóng gớp cho bài học tại lớp.Đóng góp không hiệu quả. | Thỉnh thoảng tham gia phát biểu,trao đổi ý kiến tại lớp. Phát biểuít khi có hiệu quả. | Thường xuyên phát biểu và trao đổiý kiến liên quan đến bài học. Cácđóng góp cho bài học là hiệu quả. | Tham gia tích cực các hoạt độngtại lớp: phát biểu, trao đổi ý kiếnliên quan đến bài học. Các đónggóp rất hiệu quả. | **50%** |
|
|
|
|

**Rubric 2: Tham gia thực hành (Practice 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)** |
|
|
| Ý thức, thái độ | Không có ý thức thực hành | GV còn phải nhở trong thực hiện nhiệm vụ của thực hành và không có tương tác với GV, SV | Có ý thức thực hành và không có tương tác với GV, SV | Có ý thức thực hành nhưng ít tương tác với GV, SV | Rất có ý thức thực hành và tương tác với GV, SV | **30%** |
|
| Nhiệm vụ được giao | Không hoàn thành (<30%) | Hoàn thành <50% khối lượng công việc thực hành | Hoàn thành <70% khối lượng công việc thực hành | Hoàn thành <90% khối lượng công việc thực hành | Hoàn thành >=90% khối lượng công việc thực hành | **70%** |
|
|
|
|

**9.2 Đánh giá bài tập (Work Assigment)**

**Rubric 3: Bài tập (Work Assigment)**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **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 lượngđược giao). Đúng thời gian quyđịnh. | **20%** |
|
|
|
|
| Trình bàybài tập | Kém | Còn rất nhiều lỗi | Còn nhiều lỗi | Tương đối tốt | Rất tốt | **30%** |
| Nội dung bàitập | Không có bài tập | Nội dung bài tập không đầyđủ, một số không đúng theoyêu cầu nhiệm vụ. | Nội dung bài tập đầy đủ, đúng vớiyêu cầu nhiệm vụ nhưng chưahợp lý. Còn một số sai sót. | Nội dung bài tập đầy đủ, hợplý, đúng theo yêu cầu nhiệmvụ. Nội dung đúng, rõ ràng. | Nội dung bài tập đầy đủ, hợp lý,đúng theo yêu cầu nhiệm vụ. Tínhtoán logic, chi tiết và rõ ràng, hoàntoàn 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 dungbáo cáo | Không có nội dunghoặc nội dung khôngphù 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. Sửdụng thuật ngữ đơn giản, dễ hiểu.Hình ảnh minh họa, trình bày còn hạn chế.  | Nội dung phù hợp với yêu cầu. Sửdụng thuật ngữ đơn giản, dễ hiểu. Hìnhảnh minh họa rõ ràng, đẹp, phong phú. | **50%** |
| Trìnhbày slide | Slide trình bày quá sơsài, không đủ số lượngtheo quy định | Slide trình bày với sốlượng phù hợp, sử dụngtừ ngữ và hình ảnh rõràng | Slide trình bày với bố cục logic, rõ ràng, gồm 3 phần (introduction, body and conclusion) | Slide trình bày với bố cục logic, rõràng, gồm 3 phần, thể hiện sựthành thạo trong trình bày | Slide trình bày với bố cục logic, rõràng, gồm 3 phần. Thuật ngữ sử dụngđơn giản dễ hiểu. Thể hiện sự thànhthạo trong trình bày và ngôn ngữ. | **25%** |
| Thuyếttrình | Trình bày không logic,vượt quá thời gian quyđịnh. Sử dụng thuậtngữ không đúng, phátâm không rõ, giọngnói nhỏ. Người nghekhông hiểu. | Bài trình bày đầy đủ.Giọng nói nhỏ, phát âmcòn một số từ không rõ,sử dụng thuật ngữ phứctạp, chưa có tương tácvới người nghe khi trìnhbày. | Phần trình bày có bố cục 3 phầnrõ ràng. Giọng nói vừa phải, rõràng, dễ nghe, thời gian trình bàyđúng quy định, thỉnh thoảng cótương tác với người nghe. Ngườinghe có thể hiểu và kịp theo dõinội dung trình bày. | Phần trình bày ngắn gọn, dễ hiểu.Sử dụng các thuật ngữ đơn giản, dễhiểu. Bố cục rõ ràng. Giọng nói rõràng, lưu loát. Thời gian trình bàyđúng quy định. Tương tác tốt vớingười nghe. Người nghe có thểhiểu được nội dung trình bày. | Phần trình bày ngắn gọn. Bố cục rõràng. Giọng nói rõ ràng, lưu loát. thuhút sự chú ý của người nghe, tương táctốt với người nghe. Người nghe có thểhiểu và theo kịp tất cả nội dung trìnhbày. Thời gian trình bày đúng quyđịnh. | **25%** |

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

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| *Quảng Bình, ngày….tháng….năm 2021*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Trưởng khoa** | **Trưởng bộ môn** | **Người biên soạn** |

 |
|  |