

## ĐỀ CƯƠNG HỌC PHẦN CHI TIẾT

(Ban hành kèm theo quyết định số QĐ/ĐHKTQD, ngày tháng năm 2019)

### 1. THÔNG TIN TỔNG QUÁT (GENERAL INFORMATION)

- Tên học phần (tiếng Việt)	Chuyên đề thực tập Ngành Marketing
- Tên học phần (tiếng Anh)	Internship Report on Marketing
- Mã số học phần	MKMA1162
- Thuộc khối kiến thức	Chuyên ngành
- Số tín chỉ	10
+ Số giờ lý thuyết	0
+ Số giờ thực hành	150
- Các học phần tiên quyết	75% số tín chỉ chuyên ngành, trong đó có Quản trị marketing, Hành vi người tiêu dùng, Nghiên cứu Marketing, và Đề án Chuyên ngành.

### 2. THÔNG TIN GIẢNG VIÊN: Các giảng viên Bộ môn Marketing

### 3. MÔ TẢ HỌC PHẦN (COURSE DESCRIPTIONS)

Chuyên đề thực tập là công trình nghiên cứu độc lập của sinh viên, giúp đánh giá kiến thức, năng lực của sinh viên đã tích lũy trong suốt thời gian học tập và khả năng ứng dụng vào thực tế.

Học phần “Chuyên đề thực tập” yêu cầu sinh viên đến thực tập tại một doanh nghiệp/tổ chức cụ thể trong thời gian ít nhất 15 tuần. Sinh viên cần chọn một vấn đề liên quan tới thực tiễn marketing của tổ chức đó; nghiên cứu, tìm hiểu thực trạng vấn đề và các yếu tố ảnh hưởng đến các giải pháp giải quyết vấn đề, từ đó đề xuất các giải pháp phù hợp.

Chủ đề được lựa chọn có thể liên quan tới nghiên cứu hành vi người tiêu dùng, hành vi đối tác kinh doanh, phát hiện xu hướng thay đổi của nhu cầu thị trường. Phạm vi nghiên cứu có thể gắn với một sản phẩm, thương hiệu, một nhóm khách hàng... hoặc một vấn đề về marketing, bán hàng, truyền thông, quảng cáo, thương hiệu, kênh phân phối hay quản trị lực lượng bán hàng của các doanh nghiệp nói chung. Trong suốt quá trình thực tập, sinh viên làm việc dưới sự hướng dẫn của giảng viên và sự chỉ đạo, hướng dẫn của cán bộ hướng dẫn tại doanh nghiệp.

## 4. TÀI LIỆU THAM KHẢO

### *Giáo trình*

1. Trần Minh Đạo (2014), Giáo trình marketing căn bản, NXB ĐH Kinh tế Quốc dân.
2. Nguyễn Viết Lâm (2007), Nghiên cứu Marketing, NXB Thống kê.
3. Trương Đình Chiến (2004), Giáo trình Quản trị Marketing, NXB ĐH Kinh tế Quốc dân.
4. Trương Đình Chiến (2010), Quản trị kênh phân phối, NXB ĐH Kinh tế Quốc dân.
5. Vũ Huy Thông (2016), Hành vi người tiêu dùng, NXB ĐH Kinh tế Quốc dân.
6. Vũ Huy Thông, Vũ Minh Đức (2018), Quản trị bán hàng, NXB ĐH Kinh tế Quốc dân.
7. Phạm Thị Huyền, Nguyễn Hoài Long (2018), Marketing dịch vụ, NXB ĐH Kinh tế Quốc dân.
8. Và các tài liệu khác, tùy theo chủ đề sinh viên lựa chọn.

**Phần mềm:** [1] IBM, SPSS, 20.0 trở lên

## 5. MỤC TIÊU HỌC PHẦN

**Bảng 5.1. Mục tiêu học phần**

Mục tiêu	Mô tả mục tiêu	CDR của CTĐT	Trình độ năng lực
[1]	[2]	[3]	[4]
G1	Giúp sinh viên gắn lý thuyết về marketing và quản trị marketing với thực hành, làm quen với môi trường thực tế	PLO2.1.1 PLO2.1.2	IV
G2	Thực hành các kiến thức và kỹ năng marketing đã được học để lập được kế hoạch nghiên cứu và tìm hiểu các vấn đề liên quan tới công việc thuộc chức năng marketing của cơ sở thực tập	PLO2.2.1	V
G3	Phân tích được thực trạng hành vi hoặc các yếu tố ảnh hưởng tới hành vi của cá nhân/tổ chức liên quan; hoặc phân tích được thực trạng và kết quả hoạt động marketing tại tổ chức/doanh nghiệp	PLO2.3.1	VI
		PLO2.4.1	V
G4	Phát hiện và xác định nguyên nhân, đề xuất giải pháp cho những vấn đề cụ thể thuộc lĩnh vực marketing do thực tiễn đặt ra đối với cơ sở thực tập.	PLO2.7.1	V
G5	Rèn luyện tác phong, kỹ năng làm việc chuyên nghiệp, độc lập và sáng tạo để sinh viên có thể đảm đương được những vị trí nghề nghiệp cụ thể trong lĩnh vực marketing.	PLO2.5.1	V

## 6. NĂNG LỰC NGƯỜI HỌC Ở CẤP ĐỘ HỌC PHẦN

Năng lực người học PLO <sub>x1.x2.x3</sub>	CDR	Mô tả năng lực người học	Trình độ năng lực
[1]	[2]	[3]	[4]
PLO2.1.1	CLO1.1.1	Hiểu được cơ bản về nội hàm bản chất của khía cạnh marketing mà tác giả lựa chọn	IV
PLO2.1.2	CLO1.1.2	Hiểu được thực tế hoạt động của tổ chức/doanh nghiệp	IV
	CLO1.1.3	Xác định được các khía cạnh hoạt động marketing tại cơ sở thực tập	V
PLO2.2.1	CLO2.2.1	Xây dựng được kế hoạch nghiên cứu	V
	CLO2.2.2	Phân tích vấn đề và thu thập thông tin thứ cấp phục vụ nghiên cứu	V
	CLO2.2.3	Xác định được thị trường, đối thủ cạnh tranh và giá trị lợi ích mà tổ chức/doanh nghiệp cung ứng	V
	CLO2.2.4	Nắm được các hoạt động marketing mà tổ chức/doanh nghiệp đang thực hiện	V
PLO2.3.1	CLO3.3.1	Thiết kế được các công cụ nghiên cứu thị trường cần thiết phục vụ thu thập thông tin giải quyết vấn đề nghiên cứu	V
	CLO3.3.2	Thực hành việc thu thập thông tin hướng tới việc giải quyết vấn đề nghiên cứu	V
	CLO3.3.3	Sử dụng được phần mềm phân tích dữ liệu thống kê (định lượng) hoặc phân tích định tính để phân tích thông tin và dữ liệu đã thu thập	V
PLO2.4.1	CLO4.3.1	Phân tích được thực trạng vấn đề nghiên cứu dưới góc nhìn marketing	IV
	CLO4.3.2	Xác định được những nguyên nhân cơ bản dẫn tới vấn đề mà cơ sở thực tập gặp phải từ góc nhìn marketing	IV
	CLO4.3.3	Đánh giá những kết quả đạt được từ hoạt động marketing đang có	VI
PLO2.5.1	CLO5.5.1	Rèn luyện kỹ năng giao tiếp bằng văn bản	V
	CLO5.5.2	Rèn luyện kỹ năng giao tiếp, thuyết trình	V
	CLO5.5.3	Rèn luyện kỹ năng làm việc chuyên nghiệp, độc lập, sáng tạo, tuân thủ và nghiêm túc	V
	CLO5.5.4	Rèn luyện các kỹ năng phục vụ việc theo đuổi nghề	V

		nghiệp marketing	
PLO2.7.1	CLO7.4.1	Nhận dạng được những bất cập của vấn đề nghiên cứu dưới góc nhìn marketing	V
	CLO7.4.2	Đề xuất một số giải pháp giải quyết vấn đề nghiên cứu dưới góc nhìn marketing	V

## 7. ĐÁNH GIÁ HỌC PHẦN (COURSE ASSESSMENT)

Hình thức đánh giá	Nội dung	Thời điểm	NLNH học phần	Tiêu chí đánh giá	Tỷ lệ (%)
[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[6]
Đánh giá của GVHD	Báo cáo thực tập tổng hợp	Tuần thứ 5	CLO1.1.1-1.1.3 CLO2.1.1-2.1.4		20%
	Báo cáo thực tập chuyên đề	Cuối kỳ	Tất cả các CLO	Đầy đủ, logic	26.7%
		Cuối kỳ		Dung lượng,	
		Cả kỳ		Sự có mặt Giao tiếp thường xuyên và chuẩn tắc	
Đánh giá của GVPB 1 và 2	Kết cấu và nội dung	Cuối kỳ	Tất cả các CLO	Ý tưởng chủ đề sáng tạo, phù hợp với marketing	53.3%
				Tên và mục tiêu nghiên cứu phù hợp	
				Phương pháp nghiên cứu phù hợp	
				Dữ liệu phong phú, cập nhật	
				Phân tích thú vị	
				Kết cấu logic, chặt chẽ	
				Giải quyết được vấn đề	
				Kiến nghị logic	
	Hình thức trình bày			Format chuẩn theo yêu cầu	
				Dung lượng phù hợp	
				Ít lỗi đánh máy	
				Câu và đoạn văn đúng ngữ pháp, logic và rõ ý	
				Tiêu đề và nội dung phù	

Hình thức đánh giá	Nội dung	Thời điểm	NLNH học phần	Tiêu chí đánh giá	Tỷ lệ (%)
				hợp	
				Sơ đồ và biểu đồ hóa kết quả nghiên cứu	
				Trích dẫn tài liệu đúng, đủ, dẫn chiếu khớp	
	Tuân thủ quy định khác			Nộp đúng thời hạn	
	Có kèm kết quả turnitin dưới 20%				
	Nhận xét của CSTĐ thể hiện tinh thần thái độ tốt				

## 8. KẾ HOẠCH GIẢNG DẠY (LESSON PLAN)

Tuần/ Buổi học	Nội dung	NLNH học phần	Hoạt động dạy và học	Bài đánh giá
[1]	[2]	[3]	[4]	[5]
Tuần 1	Gặp gỡ, trao đổi về nội dung, phương thức làm việc. Định hướng chọn đề tài	CLO5.5.3 CLO5.5.4	Giáo viên hướng dẫn và đưa ra các yêu cầu chung đối với chuyên đề thực tập; thống nhất lịch làm việc	Báo cáo thực tập tổng hợp (20%)
Tuần 2-4	Phân tích, đánh giá chủ đề, chọn chủ đề. Định hướng xây dựng đề cương sơ bộ	CLO1.1.1- CLO1.1.3 CLO2.2.1- CLO2.2.4	Sinh viên chọn đề tài và làm đề cương sơ bộ. Giảng viên góp ý tên đề tài và đề cương sơ bộ	
Tuần 5	Phân tích đánh giá đề cương sơ bộ. Định hướng xây dựng đề cương chi tiết	CLO3.3.1- CLO3.3.3 CLO4.3.1- CLO4.3.3	Sinh viên lập đề cương chi tiết và thông qua giảng viên	
Tuần 6-7	Phân tích đánh giá đề cương chi tiết. Định hướng xây dựng đề cương nghiên cứu, xây dựng bảng hỏi	CLO3.3.1- CLO3.3.3 CLO4.3.1- CLO4.3.3	Sinh viên lập đề cương nghiên cứu, lập bảng câu hỏi hoặc hướng dẫn phỏng vấn	

Tuần 8-9	Thu thập dữ liệu, phân tích dữ liệu	CLO5.5.1- CLO5.5.4	Sinh viên thu thập và phân tích dữ liệu	
Tuần 10-13	Viết bản thảo Chuyên đề thực tập tốt nghiệp	CLO7.4.1- CLO7.4.2	Sinh viên viết bản thảo	
Tuần 14	Gặp gỡ, trao đổi về bản thảo		Giảng viên đọc, góp ý, chỉnh sửa bản thảo	
Tuần 15	Hoàn thiện báo cáo Khóa luận tốt nghiệp		Sinh viên hoàn thiện và nộp bản sạch	Báo cáo thực tập chuyên đề 80%

## **9. QUY ĐỊNH CỦA HỌC PHẦN (COURSE REQUIREMENTS AND EXPECTATION)**

### **9.1 Quy định về tham dự lớp học**

- Sinh viên/học viên có trách nhiệm tham dự đầy đủ các buổi gặp giáo viên hướng dẫn và làm việc theo yêu cầu của doanh nghiệp. Trong trường hợp không gặp mặt/ làm việc với giáo viên hướng dẫn do lý do bất khả kháng thì phải có giấy tờ chứng minh đầy đủ và hợp lý.
- Sinh viên vắng quá 3 buổi học dù có lý do hay không có lý do đều bị coi như không hoàn thành khóa học và phải đăng ký học lại.

### **9.2 Quy định về việc nộp bài**

- Học phần được thực hiện trên nguyên tắc tôn trọng người học và người dạy. Mọi hành vi làm ảnh hưởng đến quá trình dạy và học đều bị nghiêm cấm.
- Sinh viên phải nộp kèm kết quả chạy turnitin kiểm tra độ trùng lặp của Khóa luận tốt nghiệp có xác nhận bởi giáo viên hướng dẫn, đính kèm ngay sau Lời cam đoan.
- Sinh viên thực tập tại cơ sở cần có giấy xác nhận thực tập và nhận xét của cơ sở thực tập, đính kèm ngay sau Phần Kết luận.
- Sinh viên có trách nhiệm lưu đề cương chi tiết và bản thảo có bút tích của GVHD để phục vụ công tác thanh tra.
- Sinh viên không nộp bài tập và báo cáo sau 5 ngày theo đúng thời hạn, coi như không nộp bài. Mỗi ngày nộp muộn bị trừ 1 điểm. Sinh viên không được thông qua đề cương sơ bộ hoặc đề cương chi tiết không được quyền nộp báo cáo cuối cùng.

**Trường ĐH Kinh tế Quốc dân**

**Trưởng bộ môn**

**PGS.TS. Phạm Thị Huyền**