

## 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)	Quản trị Thương hiệu
- Tên học phần (tiếng Anh)	Brand Management
- Mã số học phần	MKTT1114
- Thuộc khối kiến thức	Ngành
- Số tín chỉ	3 (40 giờ, tương đương 48 tiết)
+ Số tiết lý thuyết	30
+ Số tiết thảo luận, thực hành	18
- Các học phần tiên quyết	Kinh tế vi mô 1

### 2. THÔNG TIN GIẢNG VIÊN:

Giảng viên: (Bộ môn Truyền thông Marketing)

Địa chỉ liên hệ: 1304, Nhà A1, Khoa Marketing

### 3. MÔ TẢ HỌC PHẦN

Quản trị Thương hiệu là học phần thuộc nhóm kiến thức ngành Marketing trong chương trình đào tạo đại học Ngành Marketing.

Mục đích của học phần: cung cấp tư duy hiện đại về quản trị thương hiệu, xây dựng hình ảnh công ty qua thương hiệu, cung cấp khả năng ra các quyết định về marketing liên quan đến thương hiệu. Ngoài ra, trong học phần này còn đề cập đến nội dung bảo vệ thương hiệu, quyền bảo hộ sở hữu trí tuệ đối với thương hiệu.

Nội dung học phần: giới thiệu cho sinh viên những kiến thức cơ bản về quản trị thương hiệu như: khái niệm, bản chất thương hiệu, đặc tính và nhận diện thương hiệu, định vị và hình ảnh thương hiệu. Trang bị cho sinh viên những kiến thức về xây dựng và phát triển thương hiệu trên thị trường, đặc biệt là những nguyên tắc xây dựng và phát triển thương hiệu trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế.

### 4. TÀI LIỆU THAM KHẢO

[1] Nguyễn Quang Dũng (2017), *Slides bài giảng Quản trị Thương hiệu*, ĐH Kinh tế Quốc dân.

[2] Kevein Lane Keller (2008), *Strategy Brand Management*, NXB Pearson Prentice Hall, 3th, edition

[3] Nguyễn Quốc Thịnh, Nguyễn Thành Trung (2005), *Thương hiệu với nhà quản lý*, NXB Văn hóa Thông tin Hà Nội.

### 5. MỤC TIÊU HỌC PHẦN (COURSE GOALS)

Mục tiêu	Mô tả mục tiêu	CDR-PLOs	Trình độ năng lực
[1]	[2]	[3]	[4]
G1	Hiểu các thuật ngữ liên quan đến thương hiệu: góc độ pháp lý và góc độ marketing	CDR2.1.1	II
G2	Nắm được những kiến thức nền tảng về quản trị thương hiệu cho doanh nghiệp.	CDR2.2.1	II

G3	Hiểu biết về môi trường marketing để xây dựng tầm nhìn, kế hoạch, mục tiêu chiến lược thương hiệu. Đánh giá được những tác động ảnh hưởng từ các yếu tố của môi trường marketing đến quản trị thương hiệu	CĐR2.2.1	III
G4	Có khả năng tích hợp những kiến thức & kỹ năng xây dựng định hướng giá trị thương hiệu, chiến lược định vị, đặc tính và hình ảnh thương hiệu và hệ thống nhận diện thương hiệu	CĐR2.4.1	IV
G5	Có khả năng ứng dụng kiến thức và kỹ năng vào quản trị các hoạt động truyền thông thương hiệu và quản lý thương hiệu theo thời gian	CĐR2.7.1	IV

## 6. CHUẨN ĐẦU RA HỌC PHẦN (COURSE LEARNING OUTCOMES)

**Bảng 6.1. Năng lực người học học phần (CLO)**

CĐR	CLOS	Mô tả năng lực người học	Trình độ năng lực
[1]	[2]	[3]	[4]
2.1.1	CLO1.1.1	Mô tả các thuật ngữ liên quan đến quản trị thương hiệu ở góc độ pháp lý và góc độ marketing	II
	CLO1.1.2	Tóm tắt các tài liệu có liên quan đến bài giảng quản trị thương hiệu	II
	CLO1.1.3	Hiểu được những khái niệm căn bản của quản trị thương hiệu	II
	CLO1.1.4	Tổng hợp những kiến thức nền tảng về tổ chức vận hành hoạt động quản trị thương hiệu ở một doanh nghiệp	II
2.2.1	CLO2.2.1	Có khả năng phân tích nắm bắt được môi trường marketing	III
	CLO2.2.2	Hiểu được ảnh hưởng của các yếu tố từ môi trường liên quan đến các hoạt động quản trị thương hiệu	III
	CLO2.2.3	Sử dụng thông tin và chuyển đổi kiến thức quản trị thương hiệu đưa ra các định hướng về quản trị thương hiệu.	III
2.4.1	CLO4.2.1	Tổng hợp thông tin để đưa ra cho các quyết định cụ thể chiến lược thương hiệu: xây dựng giá trị, đặc tính, định vị và hình ảnh thương hiệu cho một doanh nghiệp	IV
	CLO4.2.2	Phân tích, đánh giá tình huống để đưa ra các quyết định về chiến lược thương hiệu.	IV
2.7.1	CLO7.1.1	Ứng dụng được các kiến thức có thể đưa ra các đề xuất về quản lý thương hiệu theo thời gian.	IV
	CLO7.1.2	Khả năng ứng dụng các kiến thức được học để giải quyết các vấn đề quản trị thương hiệu trong những tình huống cụ thể.	IV

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

**Bảng 7.3. Đánh giá học phần**

Hình thức đánh giá	Nội dung	Thời điểm	NLNH học phần	Tiêu chí đánh giá	Tỷ lệ (%)
[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[6]
Chuyên cần	Ý thức	Tuần 1-13	CLO1.1.1- CLO1.1.4 CLO2.3.1- CLO2.3.4	Đi học đúng giờ	10%
	Năng lực			Tích cực tương tác	
	Thái độ			Tham gia	
Bài tập cá nhân/kiểm tra (phân tích tình huống)	Chủ đề (yêu cầu lựa chọn tình huống)	Tuần 2 -6	CLO2.2.1	Kết cấu và nội dung Hình thức trình bày	20%
	Nội dung giải quyết		CLO2.2.2 CLO2.2.3		
	Nhận xét		CLO4.2.1 CLO4.2.2		
Bài tập nhóm	Lựa chọn tình huống	Tuần 7 - 13	CLO2.2.1 CLO4.2.1	Cơ sở và tính khả thi vấn đề xác định Kết quả phân tích Mức độ hợp tác trong thành viên nhóm Hiệu quả đánh giá	20%
	Xác định vấn đề thương hiệu				
	Phân tích thực trạng chiến lược thương hiệu				
	Đánh giá chiến lược thương hiệu				
	Đề xuất chiến lược thương hiệu		CLO7.1.1 CLO7.1.2	Tính khả thi của đề xuất	
Kiểm thi cuối kỳ	Ôn tập	Theo lịch của nhà trường	CLO1.1.1- CLO1.1.4 CLO2.2.1 CLO2.2.2 CLO2.2.3 CLO4.2.1 CLO7.1.1 CLO7.1.2	Câu hỏi luận Bài tập tình huống	50%

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

### 8.1 Nội dung giảng dạy

#### Chương 1: Tổng quan về thương hiệu

- 1.1 Sự ra đời và phát triển thương hiệu
- 1.2 Khái niệm thương hiệu
- 1.3 Phạm vi thương hiệu
- 1.4 Vai trò, chức năng và nhiệm vụ của thương hiệu

## **Chương 2: Chiến lược thương hiệu**

- 2.1 Bản chất chiến lược thương
- 2.2 Nội dung chất chiến lược thương hiệu
- 2.3 Quản trị quá trình xây dựng chiến lược
- 2.4 Các loại hình phát triển chiến lược

## **Chương 3: Giá trị thương hiệu**

- 1.1 Khái quát chung về giá trị thương hiệu
- 1.2 Cơ sở xây dựng giá trị thương hiệu
- 1.3 Các phương pháp đánh giá giá trị thương hiệu

## **Chương 4: Định vị thương hiệu**

- 4.1 Khái niệm định vị thương hiệu
- 4.2 Hoạt động trọng tâm
- 4.3 Quá trình định vị thương hiệu

## **Chương 5: Đặc tính thương hiệu**

- 5.1 Quan niệm đặc tính thương hiệu
- 5.2 Các khía cạnh đặc tính thương hiệu
- 5.3 Quyết định đặc tính thương hiệu

## **Chương 6: Hình ảnh thương hiệu**

- 6.1 Quan niệm hình ảnh thương hiệu
- 6.2 Nhân tố ảnh hưởng đến xây dựng hình ảnh thương hiệu
- 6.3 Nguyên tắc xây dựng hình ảnh thương hiệu

## **Chương 7: Hệ thống nhận diện thương hiệu**

- 7.1 Khái quát về hệ thống nhận diện thương hiệu
- 7.2 Bản sắc hệ thống nhận diện thương hiệu
- 7.3 Hệ thống nhận diện thương hiệu trong truyền thông

## **Chương 8: Truyền thông thương hiệu**

- 8.1 Bản chất khuếch trương thương hiệu
- 8.2 Các nhân tố chi phối hoạt động khuếch trương thương hiệu
- 8.3 Tiến trình khuếch trương thương hiệu

## **Chương 9: Duy trì, khai thác, phát triển và bảo vệ thương hiệu**

- 9.1 Duy trì thương hiệu
- 9.2 Khai thác thương hiệu

## **Chương 10: Thương hiệu cá nhân**

- 10.1 Tổng quan về thương hiệu cá nhân
- 10.2 Xây dựng & phát triển thương hiệu cá nhân

## **Chương 11: Thương hiệu quốc gia**

11.1 Tổng quan về thương hiệu quốc gia

11.2 Phạm vi, quy mô của thương hiệu quốc gia

11.3 Chiến lược xây dựng thương hiệu quốc gia

## **Chương 12: Thương hiệu toàn cầu**

12.1 Tổng quan về thương hiệu toàn cầu

12.2 Cơ sở xây dựng thương hiệu toàn cầu

12.3 Chiến lược xây dựng thương hiệu toàn cầu

### **8.2 Kế hoạch giảng dạy**

<b>Tuần</b>	<b>Nội dung</b>	<b>NLNH học phần</b>	<b>Hoạt động dạy và học</b>	<b>Bài đánh giá</b>
<b>[1]</b>	<b>[2]</b>	<b>[3]</b>	<b>[4]</b>	<b>[5]</b>
1	Chương 1	CLO1.1.1 CLO1.1.2 CLO1.1.3	Học ở lớp - Thuyết giảng Học ở nhà, đọc trước chương 2 Thảo luận	Bài tập nhỏ trên lớp Bài thi cuối kỳ
2	Chương 2	CLO2.1.1 CLO2.1.2	Học ở lớp - Thuyết giảng Thảo luận	Bài tập nhỏ trên lớp Bài thi cuối kỳ
3	Chương 2	CLO2.1.1 CLO2.1.2	Học ở nhà, đọc trước chương 3 Học ở lớp - Thuyết giảng Thảo luận - Trình bày	Bài tập nhỏ trên lớp Bài thi cuối kỳ
4	Chương 3	CLO4.1.1 CLO5.1.1	Học ở lớp - Thuyết giảng Học ở nhà, đọc trước chương 4 Thảo luận - Trình bày	Bài tập nhỏ trên lớp Bài kiểm tra Bài thi cuối kỳ
5	Chương 4	CLO5.1.1 CLO5.1.2	Học ở nhà Học ở lớp - Thuyết giảng Thảo luận - Trình bày Học ở nhà, đọc trước chương 5	Bài tập nhỏ trên lớp Bài thi cuối kỳ
6	Chương 5	CLO4.1.1 CLO5.1.1 CLO5.1.2	Học ở lớp - Thuyết giảng Học ở nhà trước chương 6 Thảo luận - Trình bày	Bài tập nhỏ trên lớp Bài thi cuối kỳ
7	Chương 6	CLO4.1.1 CLO5.1.1 CLO5.1.2	Học ở nhà, đọc trước chương 7 Học ở lớp - Thuyết giảng Thảo luận - Trình bày	Bài tập nhỏ trên lớp Bài thi cuối kỳ
8	Chương 7	CLO2.1.2 CLO4.1.1 CLO5.1.1	Học ở lớp - Thuyết giảng Học ở nhà đọc trước chương 8 Thảo luận - Trình bày	Bài tập nhỏ trên lớp Bài thi cuối kỳ
9	Chương 8	CLO5.1.1 CLO5.1.2	Học ở lớp - Thuyết giảng Thuyết giảng - Thảo luận Trình bày	Bài tập nhỏ trên lớp Bài thi cuối kỳ

10	Chương 9	CLO7.1.1 CLO7.1.2	Học ở nhà đọc trước chương 9 Học ở lớp - Thuyết giảng Thảo luận - Trình bày	Bài tập nhỏ trên lớp Bài thi cuối kỳ
11	Chương 10	CLO5.1.2	Học ở nhà Học ở lớp - Thuyết giảng Thảo luận - Trình bày	Bài tập nhỏ trên lớp Bài thi cuối kỳ
	Chương 11	CLO7.1.1 CLO7.1.2	Học ở nhà Học ở lớp - Thuyết giảng Thảo luận - Trình bày	Bài tập nhỏ trên lớp Bài thi cuối kỳ
12	Chương 12	CLO5.1.2 CLO7.1.1 CLO7.1.2	Học ở nhà Học ở lớp - Thuyết giảng Thảo luận - Trình bày	Bài tập nhỏ trên lớp Bài thi cuối kỳ
13	Báo cáo bài tập nhóm			Câu hỏi ngắn Thảo luận

## 9. QUY ĐỊNH CỦA HỌC PHẦN

### 9.1 Quy định về tham dự lớp học

- Sinh viên/học viên có trách nhiệm tham dự đầy đủ các buổi học. Trong trường hợp nghỉ học do lý do bất khả kháng thì phải có giấy tờ chứng minh đầy đủ và hợp lý.
- Sinh viên được phép vắng theo đúng Quy chế (không quá 3 buổi/lớp) 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.
- Sinh viên phải hoàn thành các bài kiểm tra và tham gia đầy đủ bài tập nhóm, thuyết trình, kết quả mỗi điểm thành phần không dưới 5.

### 9.2 Quy định về hành vi lớp học

- 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 đi học đúng giờ quy định; đi trễ quá 10 phút sau khi giờ học bắt đầu sẽ không được tham dự buổi học.
- Sinh viên không được làm ồn, gây ảnh hưởng đến người khác trong quá trình học; không ăn uống, nhai kẹo cao su, sử dụng các thiết bị như điện thoại, máy nghe nhạc trong giờ học.
- Máy tính xách tay, máy tính bảng chỉ được thực hiện vào mục đích ghi chép bài giảng, tính toán phục vụ bài giảng, bài tập, tuyệt đối không dùng vào việc khác.

**Trường ĐH Kinh tế Quốc dân**

**Trưởng Bộ môn**

**TS. Nguyễn Quang Dũng**