

CHƯƠNG TRÌNH TRÌNH ĐỘ ĐẠI HỌC
NGÀNH ĐÀO TẠO: CÔNG NGHỆ RAU HOA QUẢ VÀ CẢNH QUAN

ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN
Nguyên lý marketing và hệ thống thị trường Rau-Hoa-Quả (Principles of marketing and horticulture market systems)

I. Thông tin về học phần

- Mã học phần: RQ02015
- Học kỳ: 3
- Số tín chỉ: **Tổng số tín chỉ 2** (Lý thuyết: 2 - Thực hành: 0 - Tự học: 6)
- Tự học: 6 TC
- Giờ tín chỉ đối với các hoạt động học tập: 2 tín chỉ (30 tiết)
 - + Nghe giảng lý thuyết trên lớp: 25 tiết
 - + Thảo luận trên lớp: 5 tiết
- Tự học: 90 tiết
- Đơn vị phụ trách học phần:
 - Bộ môn: Marketing
 - Khoa: Kế toán và Quản trị kinh doanh
- Học phần thuộc khối kiến thức

Đại cương <input type="checkbox"/>		Chuyên ngành <input checked="" type="checkbox"/>					
Bắt buộc <input type="checkbox"/>	Tự chọn <input type="checkbox"/>	Cơ sở ngành <input checked="" type="checkbox"/>		Chuyên ngành <input type="checkbox"/>		Chuyên sâu <input type="checkbox"/>	
		Bắt buộc <input checked="" type="checkbox"/>	Tự chọn <input type="checkbox"/>	Bắt buộc <input type="checkbox"/>	Tự chọn <input type="checkbox"/>	Bắt buộc <input type="checkbox"/>	Tự chọn <input type="checkbox"/>

- Học phần học song hành:
- Học phần học trước (chi 1 học phần): RQ02003-Nguyên lý kinh tế vi mô và vĩ mô
- Ngôn ngữ giảng dạy: tiếng Anh Tiếng Việt

II. Chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo mà học phần đáp ứng

* Các chuẩn đầu ra và chỉ báo của chương trình đào tạo mà học phần đóng góp:

Chuẩn đầu ra của CTĐT	Chỉ báo của chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo
Sau khi hoàn tất chương trình, sinh viên có thể:	
<i>Kiến thức chung</i>	
CDR1. Áp dụng kiến thức khoa học tự nhiên, môi trường, xã hội và sự hiểu biết về các vấn đề đương đại vào ngành công nghệ rau hoa quả và cảnh quan	1.3. Áp dụng kiến thức khoa học XH và sự hiểu biết về các vấn đề đương đại vào ngành CN RHQ & CQ
<i>Kỹ năng chuyên môn</i>	

Chuẩn đầu ra của CTĐT Sau khi hoàn tất chương trình, sinh viên có thể:	Chỉ báo của chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo
CĐR7. Nghiên cứu thị trường nội địa và thế giới để phát triển các sản phẩm rau hoa quả và cảnh quan đáp ứng các yêu cầu về sức khỏe cộng đồng, môi trường và kinh tế.	7.1. Phân tích thị trường nội địa. 7.2. Phân tích thị trường thế giới. 7.3. Đề xuất các chiến lược phát triển sản phẩm rau hoa quả và cảnh quan đáp ứng yêu cầu về sức khỏe cộng đồng, môi trường và kinh tế Việt Nam và hướng đến thị trường thế giới.
<i>Năng lực tự chủ và trách nhiệm</i>	
CĐR10. Thể hiện sự sẵn sàng học tập suốt đời, có tinh thần đổi mới và sáng tạo để đáp ứng với sự thay đổi nhanh của KH&CN.	10.2. Sẵn sàng học tập khi có cơ hội học tập, bồi dưỡng kiến thức và năng lực.

III. Mục tiêu và kết quả học tập mong đợi

* Mục tiêu:

- Học phần nhằm cung cấp cho người học những kiến thức cơ bản về marketing vận dụng trong ngành rau hoa quả như nội dung tiến trình phân đoạn thị trường và các thành phần của Marketing hỗn hợp. Bên cạnh đó, người học được trang bị kiến thức liên quan đến đặc điểm thị trường rau hoa quả.

- Học phần nhằm rèn luyện cho người học kỹ năng làm việc nhóm và phân tích vấn đề.

- Học phần hình thành cho người học ý thức tự học và thái độ học tập tích cực.

* Kết quả học tập mong đợi của học phần:

Học phần đóng góp cho Chuẩn đầu ra sau đây của CTĐT theo mức độ sau:

I – Giới thiệu (Introduction); P – Thực hiện (Practice); R – Củng cố (Reinforce); M – Đạt được (Master)

Mã HP	Tên HP	Mức độ đóng góp của học phần cho CĐR của CTĐT				
		1.3	7.1	7.2	7.3	10.2
RQ02015	Nguyên lý marketing và HT TTRHQ	P	P	P	P	I

Ký hiệu	KQHTMĐ của học phần Hoàn thành học phần này, sinh viên	CĐR của CTĐT
Kiến thức		
K1	<i>Áp dụng</i> kiến thức về marketing để phân tích nội dung chiến lược marketing hỗn hợp trong doanh nghiệp ngành rau hoa quả và phân tích thị trường rau hoa quả	1.3 (P)
Kỹ năng		
K2	<i>Phân tích</i> đặc điểm thị trường rau hoa quả nội địa	7.1 (P)
K3	<i>Phân tích</i> thị trường xuất khẩu rau hoa quả của Việt Nam	7.2 (P)
K4	<i>Đề xuất</i> khung chiến lược marketing hỗn hợp cho doanh nghiệp SXKD rau hoa quả đáp ứng yêu cầu thị trường	7.3 (P)
Năng lực tự chủ và trách nhiệm		
K5	<i>Thể hiện</i> hiện sự sẵn sàng học tập khi được giao nhiệm vụ và khi có cơ hội nâng cao trình độ.	10.2 (I)

IV. Mô tả nội dung vắn tắt của học phần:

RQ02015. Nguyên lý marketing và hệ thống thị trường Rau-Hoa-Quả (Principles of marketing and horticulture market systems). (2: 2-0-6). Tổng quan về marketing; Phân đoạn thị trường, lựa chọn thị trường mục tiêu và định vị sản phẩm (STP); Quyết định về sản phẩm; Quyết định về giá bán; Quyết định về phân phối sản phẩm; Quyết định về xúc tiến hỗn hợp; Thị trường rau hoa quả.

V. Phương pháp giảng dạy và học tập

1. Phương pháp giảng dạy:

Bảng 1: Phương pháp giảng dạy

PPGD \ KQHTMD	K1	K2	K3	K4	K5
Trình chiếu & thuyết trình	x			x	x
Giao tiểu luận	x	x	x	x	x
Làm việc nhóm		x	x	x	x
Hỏi đáp	x				x

2. Phương pháp học tập:

- Đọc và chuẩn bị bài trước khi lên lớp
- Nghe giảng
- Tự học, tự nghiên cứu tài liệu
- Tham gia thảo luận
- Tiểu luận
- Làm việc nhóm

VI. Nhiệm vụ của sinh viên

- Chuyên cần: Tất cả sinh viên đăng ký học phần này phải tham dự các tiết học trên lớp, số tiết học vắng tối đa không quá 1/3 tổng số giờ lên lớp lý thuyết.
- Chuẩn bị bài ở nhà: Tất cả sinh viên tham dự học phần này phải đọc tài liệu, chuẩn bị bài theo yêu cầu của giảng viên.
- Làm tiểu luận: sinh viên được phân chia thành các nhóm chuẩn bị tiểu luận theo chủ đề được phân công.
- Thi cuối kì: Sinh viên phải tham dự 01 bài thi cuối kỳ (nếu không dự, sinh viên không có điểm để đánh giá).

VII. Đánh giá và cho điểm

1. Thang điểm: 10

2. Điểm trung bình của học phần là tổng điểm của các rubric nhân với trọng số tương ứng của từng rubric

3. Phương pháp đánh giá

Bảng 2. Ma trận đánh giá

KQHTMD	K1	K2	K3	K4	K5	Thời gian/tuần học
Đánh giá quá trình (40%)						
Rubric 1. Tham dự lớp (10%)	x				x	Cả kỳ học
Rubric 2. Làm việc nhóm (Để tính điểm cho cá nhân tham gia tiểu luận nhóm)	x	x	x	x	x	Cả kỳ học

Rubric 3. Tiểu luận nhóm (30%)	x	x	x	x	x	Từ tuần 4 đến cuối kỳ học
Đánh giá cuối kì (60%)						
Rubric 4. Thi cuối kì (60%)	x					Theo lịch thi của Học viện

Các rubric đánh giá

Rubric 1: Tham dự lớp

Tiêu chí	Trọng số (%)	Tốt 8,5-10 điểm	Khá 6,5-8,4 điểm	Trung bình 4-6,4 điểm	Kém 0-3,9 điểm
Thái độ tham dự	50	Luôn chú ý và tham gia các hoạt động	Khá chú ý, có tham gia	Có chú ý, ít tham gia	Không chú ý/không tham gia
Thời gian tham dự	50	Tham dự 75% buổi học trở lên	Tham dự từ 50 - 75% buổi học	Tham dự từ 30 - 50% buổi học	Tham dự dưới 30% buổi học

Rubric 2: Làm việc nhóm

Tiêu chí	Trọng số (%)	Tốt 8,5-10 điểm	Khá 6,5-8,4 điểm	Trung bình 4-6,4 điểm	Kém 0-3,9 điểm
Thời gian tham gia họp nhóm	15	Chia đều cho số lần họp nhóm			
Thái độ tham gia	15	Tích cực kết nối các thành viên trong nhóm	Kết nối tốt với thành viên khác	Có kết nối nhưng đôi khi còn lơ là, phải nhắc nhở	Không kết nối
Ý kiến đóng góp	20	Sáng tạo/rất hữu ích	Hữu ích	Tương đối hữu ích	Không hữu ích
Thời gian giao nộp sản phẩm	20	Đúng hạn	Trễ ít, không gây ảnh hưởng đến chất lượng chung	Trễ nhiều, có gây ảnh hưởng đến chất lượng chung nhưng có thể khắc phục	Không nộp/Trễ gây ảnh hưởng lớn đến chất lượng chung, không thể khắc phục
Chất lượng sản phẩm giao nộp	30	Sáng tạo/Đáp ứng tốt yêu cầu của nhóm	Đáp ứng khá tốt yêu cầu của nhóm	Đáp ứng một phần yêu cầu của nhóm, có điều chỉnh theo góp ý	Không sử dụng được

Cách sử dụng:

- GV giải thích Rubric cho tất cả SV trước khi tổ chức SV làm việc nhóm
- Mỗi SV được nhóm đánh giá theo các tiêu chí của Rubric này. Cuối kỳ, nhóm trưởng tập hợp điểm của từng thành viên, ký xác nhận và gửi lại cho GV. SV vắng buổi họp đánh giá của nhóm xem như không có ý kiến về kết quả đánh giá.
- GV chấm điểm bài làm của nhóm và căn cứ vào kết quả đánh giá của nhóm về mỗi SV để tính thành điểm riêng của SV (*điểm đánh giá của nhóm cho mỗi thành viên được quy thành %, ví dụ: 9 điểm tương đương 90%*). Công thức tính điểm cá nhân như sau:

$$\text{Điểm cá nhân} = \text{Điểm bài làm của nhóm} \times \text{Kết quả nhóm đánh giá cá nhân}$$

Rubric 3. Tiểu luận nhóm

Tiêu chí		Trọng số %	Tốt 8,5-10 điểm	Khá 6,5-8,4 điểm	Trung bình 4-6,4 điểm	Kém 0-3,9 điểm
Cấu trúc		05	Cân đối, hợp lý	Khá cân đối, hợp lý	Tương đối cân đối, hợp lý	Không cân đối, thiếu hợp lý
Nội dung	Nêu vấn đề	10	Phân tích rõ ràng tầm quan trọng của vấn đề	Phân tích khá rõ ràng tầm quan trọng của vấn đề	Phân tích tương đối rõ ràng tầm quan trọng của vấn đề	Phân tích chưa rõ ràng tầm quan trọng của vấn đề
	Nền tảng lý thuyết	10	Trình bày quan điểm lý thuyết phù hợp	Trình bày quan điểm lý thuyết khá phù hợp	Trình bày quan điểm lý thuyết tương đối phù hợp	Trình bày chưa rõ quan điểm lý thuyết phù hợp
	Các nội dung thành phần	40	Thực hiện được rất đầy đủ và rõ ràng các mục tiêu nghiên cứu đề ra, có số liệu minh họa phong phú	Thực hiện được khá đầy đủ và rõ ràng các mục tiêu nghiên cứu đã đề ra, có số liệu minh họa khá phù hợp	Thực hiện được tương đối đầy đủ các mục tiêu nghiên cứu đã đề ra, số liệu tương đối đầy đủ	Chưa thực hiện đầy đủ các mục tiêu nghiên cứu đề ra, không có số liệu minh họa hợp lý
	Lập luận	10	Hoàn toàn chặt chẽ, logic	Khá chặt chẽ, logic; còn sai sót nhỏ không gây ảnh hưởng	Tương đối chặt chẽ, logic; có phần chưa đảm bảo gây ảnh hưởng	Không chặt chẽ, logic
	Kết luận	15	Phù hợp và đầy đủ	Khá phù hợp và đầy đủ	Tương đối phù hợp và đầy đủ	Không phù hợp và đầy đủ
Hình thức trình bày (font, căn lề, format...)	Format	05	Nhất quán về format trong toàn bài	Vài sai sót nhỏ về format	Vài chỗ không nhất quán	Rất nhiều chỗ không nhất quán
	Lỗi chính tả	05	Không có lỗi chính tả	Một vài lỗi nhỏ	Lỗi chính tả khá nhiều	Lỗi rất nhiều và do sai chính tả và đánh máy cầu thả

Rubric 4. Thi cuối kỳ

Nội dung thi	Chỉ báo thực hiện của học phần được đánh giá qua câu hỏi	KQHTMĐ của môn học được đánh giá qua câu hỏi
Tổng quan về marketing	- Trình bày khái niệm về marketing và một số thuật ngữ liên quan đến marketing - Phân biệt các quan điểm định hướng kinh doanh - Mô tả các yếu tố ảnh hưởng tới hành vi người tiêu dùng	K1
Phân đoạn thị trường, lựa chọn thị trường mục	-Trình bày khái niệm phân đoạn thị trường, thị trường mục tiêu và định vị sản phẩm trên thị trường - Giải thích tại sao phải phân đoạn và định vị thị trường	K1

tiêu và định vị thị trường (STP)	- Mô tả các tiêu thức phân đoạn thị trường, cách lựa chọn thị trường mục tiêu và định vị sản phẩm	
Quyết định marketing về sản phẩm, giá bán, phân phối và xúc tiến hỗn hợp	- Trình bày khái niệm về sản phẩm, giá cả, phân phối và xúc tiến hỗn hợp theo quan điểm marketing - Phác họa những nội dung cơ bản trong các quyết định về sản phẩm, giá bán, phân phối sản phẩm và xúc tiến hỗn hợp	K1
Thị trường rau hoa quả	- Giải thích đặc điểm của RHQ, cầu, cung và giá cả RHQ, thị trường RHQ. - Phân tích những yếu tố ảnh hưởng đến cầu, cung và giá cả RHQ	K1

Bảng 3. Chỉ báo thực hiện các kết quả học tập mong đợi của học phần

(Chỉ dùng cho các hoạt động đánh giá, thi giữa kì, và thi cuối kì theo hình thức trắc nghiệm, tự luận)

KQHTMĐ	Chỉ báo thực hiện KQHTMĐ
K1	- Chi báo 1: Trình bày tiến trình phân khúc thị trường (STP) - Chi báo 2: Phác họa đầy đủ các nội dung cơ bản của Marketing hỗn hợp trong doanh nghiệp - Chi báo 3: Giải thích đặc điểm của cung, cầu, giá cả và thị trường rau hoa quả - Chi báo 4: Phân tích các yếu tố ảnh hưởng tới cung, cầu và giá cả rau hoa quả

4. Các yêu cầu, quy định đối với học phần

- Sinh viên phải tham gia đầy đủ, đúng tiến độ các yêu cầu của giảng viên. Nếu nghỉ quá 1/3 số buổi học trên lớp sẽ không được dự thi cuối kỳ; giao nộp bài đúng thời hạn quy định; không chuẩn bị bài tiểu luận sẽ bị điểm 0.

- Yêu cầu về đạo đức: Sinh viên phải có thái độ học tập và ý thức kỷ luật tốt, không vào lớp muộn, không nói chuyện hay làm việc riêng trong giờ học. Nếu không đến dự lớp được phải có giấy xin phép. Cư xử đúng mực với mọi người.

VIII. Tài liệu học tập

*** Giáo trình, bài giảng**

+ Nguyễn Văn Phương (2021). Giáo trình marketing căn bản. NXB Học viện Nông nghiệp.

*** Các tài liệu tham khảo khác**

+ Herry Beckwith (2018). Bán mà như không: Marketing thực chiến trong thời 4.0. NXB Hồng Đức

+ Kotler, Philip; Gary Armstrong (2016). Principle of Marketing. Upper Saddle, N.J. ; Pearson

+ Trần Hữu Cường (2012). Từ marketing đến chuỗi giá trị nông sản và thực phẩm: Cơ sở lý luận và thực tiễn. Nhà xuất bản Chính trị Quốc gia – Sự thật

*** Các nghiên cứu, kết quả nghiên cứu**

+ Nguyễn Thị Phương Anh (2020). Nghiên cứu hành vi tiêu dùng rau an toàn của các hộ gia đình trên địa bàn phường Phúc Lợi, quận Long Biên, thành phố Hà Nội. NXB Học viện Nông nghiệp Việt Nam (khóa luận)

+ Bùi Trọng Trường (2018). Giải pháp phát triển sản xuất rau an toàn trên địa bàn huyện Mộc Châu, tỉnh Sơn La. NXB Học viện Nông nghiệp Việt Nam (luận văn thạc sỹ)

+ Vũ Thị Lệ Giang (2014). Đánh giá nhu cầu tiêu dùng rau an toàn của người dân trên địa bàn thành phố Hải Dương. NXB Học viện Nông nghiệp Việt Nam (luận văn thạc sỹ)

+ Nguyễn Trọng Dũng (2010). Nghiên cứu hệ thống thị trường rau của thành phố Thái Bình. NXB Học viện Nông nghiệp Việt Nam (luận văn thạc sỹ)

IX. Nội dung chi tiết của học phần

Tuần	Nội dung	KQHTMĐ của học phần
	Chương 1: Tổng quan về marketing	
1	A/ Các nội dung chính trên lớp: (4 tiết) Nội dung GD lý thuyết: (3,5 tiết) 1.1. Khái niệm về marketing 1.2. Một số khái niệm, thuật ngữ cơ bản liên quan đến marketing 1.3. Các quan điểm định hướng kinh doanh 1.4. Hành vi người tiêu dùng Nội dung semina/thảo luận: (0,5 tiết) Yếu tố ảnh hưởng tới hành vi người tiêu dùng	K1
	B/Các nội dung cần tự học ở nhà: (12 tiết) Đọc tài liệu và trả lời tóm tắt các câu hỏi giảng viên yêu cầu.	K1, K5
	Chương 2: Phân đoạn thị trường, lựa chọn thị trường mục tiêu và định vị sản phẩm	
2 & 3	A/ Các nội dung chính trên lớp: (4 tiết) Nội dung GD lý thuyết: (3,5 tiết) 2.1. Phân đoạn thị trường 2.2. Lựa chọn thị trường mục tiêu 2.3. Định vị sản phẩm trên thị trường Nội dung semina/thảo luận: (0,5 tiết) Phân đoạn và định vị thị trường của doanh nghiệp SXKD RHQ	K1
	B/Các nội dung cần tự học ở nhà: (12 tiết) Đọc bài giảng và trả lời tóm tắt các câu hỏi giảng viên yêu cầu. Sưu tầm các tài liệu về liên quan đến nội dung chương	K1, K5
	Chương 3: Quyết định về sản phẩm	
4 & 5	A/ Các nội dung chính trên lớp: (5 tiết) Nội dung GD lý thuyết: (4 tiết) 3.1. Khái niệm 3.2. Các quyết định về nhãn hiệu, bao gói và dịch vụ hỗ trợ 3.3. Chu kỳ sống của sản phẩm Nội dung semina/thảo luận: (1 tiết) Quyết định về nhãn hiệu, bao gói, dịch vụ hỗ trợ của cơ sở SX kinh doanh RHQ	K1
	B/Các nội dung cần tự học ở nhà: (15 tiết) Đọc tài liệu và trả lời tóm tắt các câu hỏi giảng viên yêu cầu Sưu tầm tài liệu về chiến lược sản phẩm của một cơ sở SXKD RHQ, phân tích nội dung và nhận xét	K1, K5
	Chương 4: Quyết định về giá bán	
5 & 6	A/ Các nội dung chính trên lớp: (5 tiết) Nội dung GD lý thuyết: (4 tiết)	K1

	<p>4.1. Bản chất và vai trò của giá cả trong kinh doanh 4.2. Các yếu tố ảnh hưởng đến định giá 4.3. Tiến trình xác định mức giá ban đầu 4.4. Các kiểu chiến lược định giá Nội dung semina/thảo luận: (1 tiết) Phương pháp định giá bán của doanh nghiệp SX kinh doanh RHQ</p>	K1, K5
	<p>B/Các nội dung cần tự học ở nhà: (15 tiết) Đọc tài liệu và trả lời tóm tắt các câu hỏi giảng viên yêu cầu Sưu tầm tài liệu về chiến lược giá của 1 DN SXKD RHQ, phân tích nội dung và nhận xét</p>	K1, K4, K5
	Chương 5: Quyết định về phân phối sản phẩm	
7	<p>A/ Các nội dung chính trên lớp: (3 tiết) Nội dung GD lý thuyết: (2,5 tiết) 5.1. Khái niệm và vai trò 5.2. Cấu trúc kênh phân phối 5.3. Các kiểu kênh phân phối 5.4. Quản trị kênh phân phối hàng hóa Nội dung semina/thảo luận: (0,5 tiết) Kênh phân phối sản phẩm của cơ sở SX kinh doanh RHQ</p>	K1
	<p>B/Các nội dung cần tự học ở nhà: (9 tiết) Đọc tài liệu và trả lời tóm tắt các câu hỏi giảng viên yêu cầu Sưu tầm tài liệu về kênh phân phối của cơ sở SXKD RHQ, phân tích nội dung và nhận xét</p>	K1, K4, K5
	Chương 6: Quyết định về xúc tiến hỗn hợp	
8 &9	<p>A/ Các nội dung chính trên lớp: (4 tiết) Nội dung GD lý thuyết: (3 tiết) 6.1. Khái niệm 6.2. Quảng cáo 6.3. Khuyến mại 6.4. Quan hệ công chúng 6.5. Bán hàng cá nhân Nội dung semina/thảo luận: (1 tiết) Hoạt động xúc tiến hỗn hợp của cơ sở SX kinh doanh RHQ</p>	K1
	<p>B/Các nội dung cần tự học ở nhà: (12 tiết) Đọc tài liệu và trả lời tóm tắt các câu hỏi giảng viên yêu cầu Làm tiểu luận liên quan đến chiến lược marketing hỗn hợp cho DN SXKD RHQ</p>	K1, K4, K5
	Chương 7: Thị trường rau hoa quả	
9 &10	<p>A/ Các nội dung chính trên lớp: (5 tiết) Nội dung GD lý thuyết: (4 tiết) 7.1. Đặc điểm của rau hoa quả (RHQ) 7.2. Cầu RHQ 7.2.1. Khái niệm và đặc điểm của cầu 7.2.2. Những yếu tố ảnh hưởng đến cầu RHQ 7.3. Cung RHQ 7.3.1. Khái niệm và đặc điểm của cung 7.3.1. Các yếu tố ảnh hưởng đến cung RHQ 7.4. Giá cả RHQ</p>	K1

	7.4.1. Đặc điểm 7.4.2. Các yếu tố ảnh hưởng tới giá RHQ 7.5. Chức năng và đặc trưng cơ bản của thị trường RHQ 7.6. Nguồn thông tin nghiên cứu thị trường RHQ Nội dung semina/thảo luận: (1 tiết) Đặc điểm cung và giá cả RHQ ở Việt Nam	K1, K5
	B/Các nội dung cần tự học ở nhà: (15 tiết) Đọc tài liệu và trả lời tóm tắt các câu hỏi giảng viên yêu cầu Làm tiểu luận phân tích đặc điểm thị trường RHQ ở Việt Nam và tìm hiểu thị trường xuất khẩu RHQ của Việt Nam	K2, K3, K5

X. Yêu cầu của giảng viên đối với học phần:

- Yêu cầu của giảng viên về điều kiện để tổ chức giảng dạy học phần:

+ Phòng học cần được trang bị đầy đủ ánh sáng, 01 máy projector, 01 máy tính, 01 màn chiếu, 01 micro, 01 bảng và phấn.

+ Phòng học cần đầy đủ bàn ghế cho sinh viên, thoáng mát vào mùa hè và ấm vào mùa đông.

- Yêu cầu của giảng viên đối với sinh viên:

+ Sinh viên nghỉ học quá 1/3 tổng số tiết trên lớp sẽ không được dự thi kết thúc học phần.

+ Sinh viên cần chuẩn bị bài và tham gia làm việc nhóm theo yêu cầu của giảng viên.

+ Sinh viên phải sử dụng phần mềm học trực tuyến (MS TEAM, E-learning) để trao đổi, chia sẻ thông tin.

TRƯỞNG BỘ MÔN

(Ký và ghi rõ họ tên)

Trần Thị Lưu Hương

P. TRƯỞNG KHOA

(Ký và ghi rõ họ tên)

TS. Nguyễn Hải Núi

Hà Nội, ngày 20 tháng 7 năm 2022

GIẢNG VIÊN BIÊN SOẠN

(Ký và ghi rõ họ tên)

TS. Chu Thị Kim Loan

TS. GIÁM ĐỐC

(Ký và ghi rõ họ tên)

PHÓ GIÁM ĐỐC
GS.TS. Phạm Văn Cường

**PHỤ LỤC: DANH SÁCH GIẢNG VIÊN, GIẢNG VIÊN HỖ TRỢ CÓ THỂ THAM GIA
GIẢNG DẠY HỌC PHẦN**

Giảng viên phụ trách môn học

Họ và tên: Chu Thị Kim Loan	Học hàm, học vị: GVC. TS
Địa chỉ cơ quan: Bộ môn Marketing, Khoa Kế toán và QTKD	Điện thoại liên hệ: 0766117968
Email: ctkloan@vnua.edu.vn	Trang web:
Cách liên lạc với giảng viên: Qua email hoặc gặp mặt trực tiếp tại văn phòng bộ môn (thống nhất lịch gặp qua email hoặc điện thoại trước)	

Giảng viên hỗ trợ môn học/trợ giảng

Họ và tên: Đỗ Thị Tuyết Mai	Học hàm, học vị: Thạc sĩ
Địa chỉ cơ quan: Bộ môn Marketing, Khoa Kế toán và QTKD	Điện thoại liên hệ: 097 660 6388
Email: dotuyetmai88@gmail.com	Trang web:
Cách liên lạc với giảng viên: Qua email hoặc gặp mặt trực tiếp tại văn phòng bộ môn (thống nhất lịch gặp qua email hoặc điện thoại trước)	

BẢNG TÓM TẮT TƯƠNG THÍCH GIỮA KQHTMĐ, DẠY- HỌC VÀ ĐÁNH GIÁ

KQHTMĐ	K1	K2	K3	K4	K5
DẠY VÀ HỌC					
Trình chiếu & thuyết trình	x				x
Làm việc nhóm	x	x	x	x	x
Hỏi đáp	x				x
Tiểu luận	x	x	x	x	x
ĐÁNH GIÁ					
Rubric 1. Tham dự lớp (10%)	x				x
Rubric 2. Làm việc nhóm (Để tính điểm cho cá nhân)	x	x	x	x	x
Rubric 3. Tiểu luận nhóm (30%)	x	x	x	x	x
Rubric 4. Thi cuối kì (60%)	x				

CÁC LẦN CẢI TIẾN ĐỀ CƯƠNG

Sau khi thực hiện cải tiến lớn về CĐR và CTĐT được ban hành, hàng năm các môn học đều rà soát và thực hiện các cải tiến nhỏ ở một trong các lĩnh vực sau (nhưng không thay đổi KQHTMĐ của học phần):

- Rà soát và cập nhật nội dung và kiến thức học phần, bài giảng theo xu hướng của ngành
 - Rà soát và cập nhật phương pháp giảng dạy và phương pháp đánh giá (rubric)
 - Rà soát và cập nhật tài liệu tham khảo
 - Bổ sung các kết quả nghiên cứu khoa học của giảng viên, học viên vào bài giảng
- Lần 1: 7/ 2018
- Cập nhật CĐR, chuyển tải CĐR vào môn học.
 - Cải tiến phương pháp đánh giá theo rubric
 - Kết cấu lại các chương cho cân đối hơn
- Lần 2: 7/ 2019
- Bổ sung thêm học liệu e-learning
 - Giảm bớt nội dung nhỏ ở chương 3 và 6 để tăng thời gian trao đổi, đồng thời phù hợp với thời lượng học phần 30 tiết; cập nhật nội dung cho sát thực tế.
- Lần 3: 7/ 2020
- Rà soát và cập nhật phương pháp đánh giá theo rubric (tiểu luận nhóm, thi cuối kỳ)
- Lần 4: 7/ 2021
- Rà soát nội dung và phân bổ lại số tiết cho phù hợp hơn; cập nhật tài liệu tham khảo, bổ sung tài liệu học tập là các kết quả nghiên cứu của học viên cao học, sinh viên

