

**ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN
QUẢN TRỊ THƯƠNG HIỆU**

Hệ đào tạo: Đại học chính quy

Ngành: Quản trị kinh doanh

1. Thông tin chung về học phần

- Tên học phần: **QUẢN TRỊ THƯƠNG HIỆU (Brand management)**
- Mã học phần: DQK.02.17
- Số tín chỉ: 02
- Vị trí của học phần trong CTĐT: Kiến thức ngành, bắt buộc
- Đối tượng học: Sinh viên ngành QTKD
- Các học phần tiên quyết: Marketing CB
- Học phần học trước: Quản trị học
- Học phần song hành: Không
- Phân bổ giờ tín chỉ đối với các hoạt động:

+ Lý thuyết: 23 tiết

+ Thảo luận nhóm, thực hành: 12 tiết

+ Kiểm tra: 1 tiết

+ Tự học: 60 tiết

- Bộ môn phụ trách học phần: Kinh doanh thương mại

- Giảng viên phụ trách học phần:

Họ và tên: Nguyễn Thông Thái

Chức danh: Trưởng bộ môn KDTM

Thông tin liên hệ: ĐT: 0982969851; Email: nguyenthongthai@fbu.edu.vn

2. Mô tả học phần:

Môn học Quản trị thương hiệu sẽ giới thiệu khái quát kiến thức tổng quan về thương hiệu và công tác quản trị thương hiệu. Sinh viên sẽ được tìm hiểu các nội dung trong hoạt động xây dựng thương hiệu, đăng ký bảo hộ, phát triển và khai thác thương hiệu. Dựa trên kiến thức đã được trang bị, sinh viên sẽ ứng dụng vào thực tế nhằm phân tích và đề xuất chiến lược quản trị thương hiệu cho một thương hiệu cụ thể trên thị trường.

3. Mục tiêu của học phần:

Mục tiêu học phần	Mô tả mục tiêu học phần Học phần nhằm cung cấp cho người học:
CSO 1.1	Kiến thức về thương hiệu, quy trình xây dựng thương hiệu, tài sản thương hiệu, công tác đăng ký bảo hộ thương hiệu, các chiến lược phát triển và khai thác thương hiệu.
CSO 2.1	Khả năng phân tích và hiện thực hóa quy trình xây dựng và quảng bá thương hiệu cho các doanh nghiệp;

CSO 2.2	Kỹ năng làm việc nhóm và thuyết trình, kỹ năng tìm kiếm, tổng hợp phân tích và đánh giá thông tin, kỹ năng lập kế hoạch và tổ chức công việc;
CSO 3.1	Trách nhiệm, uy tín, đạo đức trong xây dựng và quảng bá thương hiệu, có tác phong chuyên nghiệp của nhà quản trị thương hiệu, thái độ lịch thiệp, chuẩn mực với khách hàng và công chúng.

4. Chuẩn đầu ra của học phần (CLO – Courses Learning Outcomes)

Mục tiêu học phần	CĐR học phần	Mô tả chuẩn đầu ra học phần <i>Hoàn thành học phần này, người học thực hiện được:</i>	CĐR của CTĐT	Mức độ
<i>CĐR về kiến thức:</i>				
CSO 1.2	CLO 1.1	Giải thích được các nội dung cơ bản về thương hiệu và quản trị thương hiệu của tổ chức, quy trình xây dựng và quảng bá thương hiệu.	PLO1.3	3
	CLO1.2	Vận dụng kiến thức để giải quyết các vấn đề liên quan đến quản trị thương hiệu của một tổ chức, từ công tác đăng ký bảo hộ đến các chiến lược phát triển và khai thác thương hiệu.	PLO1.5	3
<i>CĐR về kỹ năng:</i>				
CSO 2.2	CLO 2.1	Tổng hợp thông tin phục vụ cho việc ra quyết định liên quan đến hoạt động quản trị thương hiệu của một tổ chức.	PLO2.4	3
CSO2.3	CLO2.2	Thực hiện kỹ năng thuyết trình, giao tiếp và làm việc nhóm hiệu quả.	PLO2.3	3
<i>CĐR về năng lực tự chủ và trách nhiệm:</i>				
CSO 3.1	CLO 3.1	Hoàn thành chiến lược xây dựng và quảng bá thương hiệu đúng thời hạn; hình thành tác phong chuyên nghiệp của nhà quản trị thương hiệu; thể hiện thái độ lịch thiệp, chuẩn mực với khách hàng và công chúng.	PLO3.1	3

Mức đóng góp: nhiều (3); trung bình (2); ít (1); không (-).

5. Học liệu:

Tài liệu bắt buộc:

PGS.TS Đào Thị Minh Thanh, Ths Nguyễn Quang Tuấn, Quản trị thương hiệu, 2022, NXB Tài Chính.

Tài liệu tham khảo:

- TS. Phạm Thị Lan Hương, PGS.TS. Lê Thế Giới, TS. Lê Thị Minh Hằng, Quản trị thương hiệu, NXB Tài Chính.
- Nguyễn Quốc Thịnh, Nguyễn Thành Trung (2012) *Thương hiệu với nhà quản lý*, Nhà XB Lao động-Xã hội.
- Slides bài giảng của giảng viên.

6. Các phương pháp dạy và học áp dụng cho học phần

<input checked="" type="checkbox"/>	Thuyết trình tích cực	<input checked="" type="checkbox"/>	Làm việc nhóm	<input checked="" type="checkbox"/>	Giải quyết vấn đề	<input type="checkbox"/>	Dạy học theo dự án
<input checked="" type="checkbox"/>	Thảo luận/Semina	<input checked="" type="checkbox"/>	Phát vấn	<input type="checkbox"/>	Đóng vai	<input checked="" type="checkbox"/>	Thuyết giảng
<input type="checkbox"/>	Tiểu luận/Bài tập lớn	<input checked="" type="checkbox"/>	Tình huống	<input type="checkbox"/>	Thực tập	<input checked="" type="checkbox"/>	Tự học
<input type="checkbox"/>	Phương pháp khác						

7. Nội dung chi tiết học phần

Bài dạy	Nội dung giảng dạy	Hoạt động giảng dạy				CDR	Hoạt động dạy	Hoạt động học
		LT	BT, TL, N, TH	KT	Tự học	CLO		
Bài 1	<p>Chương 1: Tổng quan quản trị thương hiệu</p> <p>1.1. Khái niệm, chức năng, vai trò của thương hiệu</p> <p>1.1.1: Khái niệm, chức năng của thương hiệu</p> <p>1.1.2: Vai trò của thương hiệu</p> <p>1.2. Các thành tố và phân loại thương hiệu</p> <p>1.2.1: Các thành tố thương hiệu</p> <p>1.2.2: Phân loại thương hiệu</p> <p>Làm bài tập tình huống theo yêu cầu của giảng viên</p>	2	1	0	5	CLO1.1 CLO1.2 CLO2.1 CLO2.2 CLO3.1	Thuyết giảng, Phát vấn, Giải quyết vấn đề	SV đọc trước giáo trình SV tham gia trả lời câu hỏi trên lớp
Bài 2	<p>1.3. Quản trị thương hiệu</p> <p>1.3.1 Khái niệm, sơ đồ quản trị thương hiệu</p> <p>1.3.2 Khái quát nội dung quản trị thương hiệu</p> <p>Làm bài tập tìm hiểu về một số thương hiệu</p>	2	1	0	5	CLO1.1 CLO1.2 CLO2.1 CLO2.2 CLO3.1	Thuyết giảng, Phát vấn, Giải quyết vấn đề	SV đọc trước giáo trình SV tham gia trả lời câu hỏi trên lớp

Bài 3	<p>Chương 2: Phân tích thương hiệu</p> <p>2.1. Phân tích môi trường và thị trường</p> <p>2.1.1: Phân tích môi trường kinh doanh</p> <p>2.1.2. Phân tích thị trường doanh nghiệp</p> <p>2.2. Phân tích vòng đời thương hiệu</p> <p>2.2.1. Xác định thương hiệu</p> <p>2.2.2. Nhận biết thương hiệu</p> <p>2.2.3. Trải nghiệm khi mua hàng</p> <p>2.2.4. Trải nghiệm khi sử dụng</p> <p>2.2.5. Trải nghiệm khi là thành viên</p> <p>Làm bài tập tình huống về phân tích vòng đời sản phẩm</p>	2	1	0	5	CLO1.1 CLO1.2 CLO2.1 CLO2.2 CLO3.1	Thuyết giảng, Phát vấn, Giải quyết vấn đề	SV đọc trước giáo trình SV tham gia trả lời câu hỏi trên lớp
Bài 4	<p>2.3. Phân tích liên kết thương hiệu</p> <p>2.3.1. Khái niệm và phân loại liên kết thương hiệu</p> <p>2.3.2. Đo lường, đánh giá sức mạnh liên kết thương hiệu</p> <p>2.3.2. Các nguyên tắc phát triển liên kết thương hiệu</p> <p>Làm bài tập về đo lường, đánh giá sức mạnh liên kết thương hiệu</p>	2	1	0	5	CLO1.1 CLO1.2 CLO2.1 CLO2.2 CLO3.1	Thuyết giảng, Phát vấn, Giải quyết vấn đề Bài tập tình huống	SV đọc trước giáo trình SV tham gia trả lời câu hỏi trên lớp SV làm BT nhóm

Bài 5	<p>Chương 3: Chiến lược và thiết kế thương hiệu</p> <p>3.1 Các chiến lược thương hiệu</p> <p>3.1.1 Khái niệm, mục tiêu chiến lược thương hiệu</p> <p>3.1.2 Các chiến lược gắn thương hiệu</p> <p>Thực hành về thiết kế thương hiệu</p>	2	1	0	5	CLO1.1 CLO1.2 CLO2.1 CLO2.2 CLO3.1	Thuyết giảng, Phát vấn, Giải quyết vấn đề	SV đọc trước giáo trình SV tham gia trả lời câu hỏi trên lớp
Bài 6	<p>3.2 Thiết kế thương hiệu</p> <p>3.2.1 Các yêu cầu và quá trình thiết kế hệ thống nhận diện thương hiệu</p> <p>3.2.2 Thiết kế các thành tố thương hiệu</p> <p>3.2.3 Nhất thể hóa các tín hiệu nhận biết thương hiệu</p> <p>Làm bài tập tình huống</p>	2	1	0	5	CLO1.1 CLO1.2 CLO2.1 CLO2.2 CLO3.1	Thuyết giảng, Phát vấn, Giải quyết vấn đề	SV đọc trước giáo trình SV tham gia trả lời câu hỏi trên lớp
Bài 7	<p>Chương 4: Bảo vệ thương hiệu</p> <p>4.1 Bảo hộ các yếu tố thương hiệu</p> <p>4.1.1: Mục đích và luật đăng ký bảo hộ thương hiệu</p> <p>4.1.2 Quy trình bảo hộ thương hiệu</p> <p>4.1.3 Bảo vệ quyền đối với thương hiệu</p> <p>Làm bài tập tình huống</p>	2	0	1	5	CLO1.1 CLO1.2 CLO2.1 CLO2.2 CLO3.1	Thuyết giảng, Phát vấn, Giải quyết vấn đề	SV đọc trước giáo trình SV tham gia trả lời câu hỏi trên lớp

Bài 8	<p>4.2 Các biện pháp tạo rào cản chống xâm phạm thương hiệu</p> <p>4.2.1 Hàng rào kỹ thuật</p> <p>4.2.2 Các rào cản kinh tế - tâm lý</p> <p>Bài tập thảo luận về các rào cản chống xâm phạm thương hiệu</p>	2	1	0	5	CLO1.1 CLO1.2 CLO2.1 CLO2.2 CLO3.1	Thuyết giảng, Phát vấn, Giải quyết vấn đề BT tình huống	SV đọc trước giáo trình SV tham gia trả lời câu hỏi trên lớp SV làm bài tập nhóm
Bài 9	<p>Chương 5: Định vị và xúc tiến thương hiệu</p> <p>5.1 Định vị thương hiệu</p> <p>5.1.1: Khái niệm, bản chất và vai trò của định vị thương hiệu</p> <p>5.1.2 Quá trình định vị thương hiệu</p> <p>5.1.3 Các phương pháp cơ bản định vị thương hiệu</p> <p>5.1.4 Tái định vị thương hiệu</p> <p>Bài tập về định vị thương hiệu và phương pháp định vị thương hiệu</p>	2	1	0	5	CLO1.1 CLO1.2 CLO2.1 CLO2.2 CLO3.1	Thuyết giảng, Phát vấn, Giải quyết vấn đề	SV đọc trước giáo trình SV tham gia trả lời câu hỏi trên lớp
Bài 10	<p>5.2 Xúc tiến thương hiệu</p> <p>5.2.1 Khái niệm và các loại xúc tiến thương hiệu</p> <p>5.2.2 Quá trình xúc tiến riêng thương hiệu tổng thể</p> <p>5.2.3 Các công cụ xúc tiến riêng thương hiệu</p> <p>Làm bài tập tình huống về các công cụ xúc tiến</p>	2	1	0	5	CLO1.1 CLO1.2 CLO2.1 CLO2.2 CLO3.1	Thuyết giảng, Phát vấn, Giải quyết vấn đề	SV đọc trước giáo trình SV tham gia trả lời câu hỏi trên lớp

Bài 11	Chương 6: Đánh giá và định giá trị thương hiệu 6.1: Đánh giá thương hiệu 6.1.1: Các yếu tố cấu thành sức mạnh thương hiệu 6.1.2: Các phương pháp đánh giá thương hiệu Bài tập thuyết trình đánh giá thương hiệu của một số doanh nghiệp	2	1	0	5	CLO1.1 CLO1.2 CLO2.1 CLO2.2 CLO3.1	Thuyết giảng, Phát vấn, Giải quyết vấn đề	SV đọc trước giáo trình SV tham gia trả lời câu hỏi trên lớp
Bài 12	6.2: Định giá trị thương hiệu 6.2.1 Khái niệm và mô hình giá trị thương hiệu 6.2.2 Các phương pháp định giá trị thương hiệu Bài tập về định vị thương hiệu	2	1	0	5	CLO1.1 CLO1.2 CLO2.1 CLO2.2 CLO3.1	Thuyết giảng, Phát vấn, Giải quyết vấn đề	SV đọc trước giáo trình SV tham gia trả lời câu hỏi trên lớp
Tổng số tiết		23	12	1	60			

8. Nhiệm vụ của sinh viên

- Nghiên cứu trước giáo trình, tài liệu theo chương.
- Tham gia đầy đủ các giờ lên lớp: Tối thiểu 80% số tiết học trên lớp.
- Tham gia thảo luận tại lớp.
- Làm bài tập cá nhân, bài tập nhóm được giao
- Tham gia làm bài kiểm tra giữa kỳ.
- Tham gia thi kết thúc học phần.

9. Đánh giá kết quả học tập và cho điểm

9.1. Thang điểm đánh giá

Đánh giá theo thang điểm 10, sau đó được quy đổi sang thang điểm chữ và thang điểm 4 theo Quy chế đào tạo hiện hành.

9.2. Phương thức đánh giá

Thành phần đánh giá	Trọng số (%)	Hình thức đánh giá	Công cụ đánh giá	CLO	Trọng số CLO trong thành phần đánh giá (%)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)

Điểm chuyên cần	10	Đánh giá quá trình	Rubric	CLO 3.1	
01 bài kiểm tra 50 phút giữa kỳ	30	Trắc nghiệm	Thang điểm đánh giá	CLO1.1, CLO1.2, CLO1.3	40% 30% 30%
01 bài kiểm tra tự luận 50 phút giữa kỳ		Tự luận	Rubric	CLO1.2 CLO1.3 CLO2.1	30% 20% 50%
01 đánh giá tổng hợp bài tập nhóm		SV báo cáo kết quả thực hiện nhiệm vụ trong nhóm theo sự phân công của Trưởng nhóm.	Rubric	CLO1.2 CLO2.1 CLO2.2	20% 30% 50%
Bài thi hết học phần (90 phút)	60	Tự luận	Thang điểm đánh giá	CLO1.1, CLO1.2, CLO1.3 CLO2.1	10% 30% 20% 40%

9.3. Các Rubric đánh giá kết quả học tập

9.3.1 Rubric đánh giá chuyên cần

Tiêu chí	Tỷ lệ	Mức chất lượng				Điểm
		Rất tốt	Tốt	Đạt yêu cầu	Không đạt	
		10 – 8.5	8.4 – 7.0	6.9 – 5.0	4.9 – 0.0	
Mức độ tham dự theo TKB	50%	Tham dự >90% buổi học	Tham dự 85 - 90% buổi học	Tham dự 80 – 85 % buổi học	Tham dự < 80% buổi học	
Mức độ tham gia hoạt động học tập	50%	Nhiệt tình trao đổi, phát biểu, trả lời nhiều câu hỏi, có ý thức, thái độ học tập tích cực	Có đặt/trả lời > 2 câu hỏi, có ý thức, thái độ học tập khá	Có đặt/trả lời ít nhất 1 câu hỏi, có ý thức, thái độ học tập trung bình	Không tham gia thảo luận, trả lời, đóng góp, có ý thức, thái độ học tập thiếu tích cực	

9.3.2 Các Rubric đánh giá thảo luận nhóm

Tiêu chí đánh giá	CĐR	Trọng số	Mức chất lượng				Điểm
			Giỏi	Khá	Trung bình	Yếu, kém	
			8.5 - 10	7,0 - 8,4	5,0 - 6,9	Dưới 4,0	

Hình thức	CLO 2.2	10%	Đẹp, khoa học, không lỗi chính tả	-----	Đơn điệu, không khoa học, nhiều lỗi chính tả	
Kỹ năng thuyết trình	CLO 2.2	20%	Rõ ràng, tự tin, thuyết phục, giao lưu người nghe	-----	Nói nhỏ, không tự tin, không giao lưu người nghe	
Nội dung	CLO 1.2 CLO 2.1	10% 20%	Đáp ứng 80%- 100% yêu cầu	Đáp ứng 70%- 80% yêu cầu	Đáp ứng 50%- 70% yêu cầu	Đáp ứng dưới 50% yêu cầu
Phản biện	CLO 1.2 CLO 2.1	10% 10%	Trả lời đúng tất cả các câu hỏi, đặt trên 5 câu hỏi cho các nhóm khác	Trả lời đúng trên 2/3 số câu hỏi, đặt từ 3-5 câu hỏi cho các nhóm	Trả lời đúng trên 1/2 số câu hỏi, đặt từ 1-3 câu hỏi cho nhóm khác	Trả lời đúng dưới 1/2 số câu hỏi, không đặt được câu hỏi nào
Tham gia thực hiện	CLO 2.2	20%	100% thành viên tham gia thực hiện/trình bày	80% thành viên tham gia thực hiện/trình bày	60% thành viên tham gia thực hiện/trình bày	40% thành viên tham gia thực hiện/trình bày
Tổng điểm						

9.3.3. Các Rubric đánh giá bài kiểm tra tự luận trong kỳ và thi tự luận hết học phần

Tiêu chí đánh giá của từng câu hỏi trong đề thi	Mức chất lượng	Thang điểm %
Nội dung đủ, trả lời đúng 100% câu hỏi. Trình bày rõ ràng, diễn đạt ngắn gọn, súc tích, logic. Mắc 1-2 lỗi về thuật ngữ chuyên môn.	Mức A (Vượt quá mong đợi)	85 - 100
Trả lời đúng 70-80% câu hỏi. Trình bày rõ ràng, diễn đạt logic. Mắc ít lỗi (3-5) lỗi về thuật ngữ chuyên môn. Có khá nhiều lỗi chính tả.	Mức B (Đáp ứng được mong đợi)	70 - 84
Trả lời đúng 50-60% câu hỏi. Trình bày không rõ ý, chưa logic. Mắc lỗi về thuật ngữ chuyên môn (trên 5 lỗi). Nhiều lỗi chính tả.	Mức C (Đạt)	55 - 69

Trả lời đúng 40-50% câu hỏi. Không làm hết câu hỏi, bỏ nội dung hơn 60%. Trình bày tối nghĩa, diễn đạt không rõ ý. Mắc nhiều lỗi về thuật ngữ chuyên môn. Nhiều lỗi chính tả.	Mức D (Đạt, song cần cải thiện)	40 – 54
Các trường hợp còn lại	Mức F (Không đạt)	Dưới 40

Hà Nội, ngày 02 tháng 11 năm 2022

Viện trưởng



PGS.TS Hoàng Văn Hải

Trưởng bộ môn



TS. Nguyễn Thông Thái

Người soạn đề cương



TS. Nguyễn Thông Thái