

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

- Phân bổ giờ tín chỉ đối với các hoạt động:

+ Lý thuyết: 28 tiết

+ Bài tập, kiểm tra : 14 tiết

+ Thực hành và thảo luận nhóm 06 tiết

+ Tự học: 90 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: Giảng viên chính

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

2. Các môn học tiên quyết: Không

3. Mục tiêu của học phần:

3.1. Mục tiêu chung

Học phần Quản trị thương hiệu cung cấp 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

3.2. Mục tiêu cụ thể

Hệ thống hóa được các kiến thức căn bản về quản trị thương hiệu

Khả năng phân tích và hiện thực hóa quy trình xây dựng và quảng bá thương hiệu cho các doanh nghiệp;

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;

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)

4.1. Nội dung chuẩn đầu ra học phần:

Sau khi học xong học phần, sinh viên có thể:

*Về kiến thức:

CLO1: 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

CLO2: 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.

***Về kỹ năng:**

CLO3: Tổng hợp thông tin phục vụ cho việc ra quyết định liên quan đến hoạt động quản trị thương hiệu của một tổ chức.

CLO4: Thực hiện thuyết trình, giao tiếp và làm việc nhóm hiệu quả.

***Về năng lực tự chủ, tự chịu trách nhiệm:**

CLO5: Có tư duy khoa học, 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.

4.2. Ma trận nhất quán giữa chuẩn đầu ra học phần (CLO) với chuẩn đầu ra chương trình đào tạo (PLO):

CLO	PLO 1	PLO 2	PLO 3	PLO 4	PLO 5	PLO 6	PLO 7	PLO 8	PLO 9	PLO 10	PLO 11	PLO 12	PLO 13
CLO 1			H										
CLO 2				H									
CLO 3										H			
CLO 4							H	H					
CLO5												H	
TỔNG HỢP TOÀN BỘ HỌC PHẦN			H	H			H	H		H		H	

Trong đó:

Mức độ đóng góp của CLO và PLO được xác định cụ thể như sau:

L (Low) – CLO có đóng góp ít vào PLO

M (Medium) – CLO có đóng góp vừa vào PLO

H (High) – CLO có đóng góp nhiều vào PLO

4.3. Ma trận nhất quán giữa phương pháp dạy học với chuẩn đầu ra học phần (CLO)

	CLO1	CLO2	CLO3	CLO4	CLO5
Phương pháp thuyết giảng	H	H	H		H
Phương pháp phát vấn	H	H	H	H	
Phương pháp dạy học nhóm, cặp (thảo luận, làm bài tập, bài tập lớn theo nhóm)	H	H	H	H	H
Hướng dẫn tự học	M	M	M		M
Thuyết trình tích cực	H	H	H	H	H

4.4. Ma trận nhất quán giữa phương pháp, hình thức kiểm tra, đánh giá với chuẩn đầu ra học phần (CLO)

Phương pháp đánh giá	CLO 1	CLO 2	CLO 3	CLO 4	CLO 5
Chuyên cần (mức độ đầy đủ tham gia các buổi học, bài tập về nhà, tự học, phát biểu, thái độ học độ)	M	M	M	M	H
Vấn đáp	M	M	H	H	
Viết (tự luận, trắc nghiệm)	H	H	H	H	
Thảo luận, tình huống, đóng vai	H	H	H	H	M

5. 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.

6. 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.

7. Mô tả tóm tắt nội dung 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.

8. 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	Chương 1: Tổng quan quản trị thương hiệu <i>1.1. Khái niệm, chức năng, vai trò của thương hiệu</i>	2	1	0	5	CLO1 CLO2 CLO4	Thuyết giảng, Phát vấn,	SV đọc trước

	<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>						Giải quyết vấn đề	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 CLO2 CLO4	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 CLO2 CLO3 CLO4	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>	2	1	0	5	CLO1 CLO2	Thuyết giảng,	SV đọc

	<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>					CLO4	<p>Phát vấn, Giải quyết vấn đề</p> <p>Bài tập tình huống</p>	<p>trước giờ</p> <p>trình SV</p> <p>tham gia trả lời câu hỏi trên lớp</p> <p>SV làm BT nhóm</p>
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 CLO2 CLO5	<p>Thuyết giảng, Phát vấn, Giải quyết vấn đề</p>	<p>SV đọc trước giờ</p> <p>trình SV</p> <p>tham gia trả lời câu hỏi trên lớp</p>
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	CLO3 CLO4 CLO5	<p>Thuyết giảng, Phát vấn, Giải quyết vấn đề</p>	<p>SV đọc trước giờ</p> <p>trình SV</p> <p>tham gia trả lời câu hỏi trên lớp</p>
Bài 7	<p>Chương 4: Bảo vệ thương hiệu</p> <p>4.1 Bảo hộ các yếu tố thương hiệu</p>	2	0	1	5	CLO2 CLO4 CLO5	<p>Thuyết giảng, Phát vấn,</p>	<p>SV đọc trước</p>

	<p>4.1.1: Mục đích và luật đăng ký bảo hộ thương hiệu</p> <p>4.1.2 Qui 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>						Giải quyết vấn đề	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	CLO2 CLO3 CLO4	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 CLO2 CLO3	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>	2	1	0	5	CLO1 CLO2 CLO4	Thuyết giảng, Phát vấn,	SV đọc trước

	5.2.2 Quá trình xúc tiến riêng thương hiệu tổng thể 5.2.3 Các công cụ xúc tiến riêng thương hiệu Làm bài tập tình huống về các công cụ xúc tiến						Giải quyết vấn đề	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	CLO2 CLO3 CLO4 CLO5	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 CLO2 CLO5	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			

9. Cơ sở vật chất phục vụ giảng dạy:

- Tên giảng đường:
- Danh mục trang thiết bị (bao gồm cả phương tiện công nghệ): máy chiếu, laptop, bút dạ viết bảng, phấn, bút chỉ slide.

10. Kiểm tra, đánh giá kết quả học tập:

10.1. Phương pháp, hình thức kiểm tra, đánh giá:

Hình thức đánh giá	Phần trăm	Yêu cầu chung, mục đích, cơ sở lý luận, minh chứng
1. Chuyên cần (kiểm tra đánh giá thường xuyên trên lớp: 01 điểm)	10%	Yêu cầu chung: <ul style="list-style-type: none"> Sinh viên có mặt, tham gia đầy đủ 100% buổi học, giờ học. Sinh viên tích cực phát biểu. Mục đích: <ul style="list-style-type: none"> Đánh giá thái độ học tập: sự chăm chỉ, nghiêm túc, kỷ luật, sự hào hứng, say mê học tập.
2. Thuyết trình và thảo luận nhóm (01 bài)	10 %	Yêu cầu: <ul style="list-style-type: none"> Sinh viên thảo luận, làm việc theo nhóm theo các chủ đề được giao. Sinh viên thuyết trình tích cực, phân biện và trả lời các câu hỏi của GV và các nhóm SV khác. Điểm của sinh viên sẽ được đánh giá là điểm của nhóm được phân bổ trên mức độ đóng góp của các thành viên. Mục đích: <ul style="list-style-type: none"> Giúp sinh viên hệ thống lại kiến thức, phát triển kỹ năng phân tích, kỹ năng thuyết trình, trình bày vấn đề bằng văn bản, kỹ năng lập luận, kỹ năng phối hợp và làm việc nhóm.
3. Kiểm tra giữa kỳ (trắc nghiệm/tự luận) (1 bài)	20%	Yêu cầu: <ul style="list-style-type: none"> Sinh viên thực hiện bài kiểm tra trong khoảng thời gian nhất định. Mục đích: <ul style="list-style-type: none"> Ghi nhớ kiến thức đã học. Có biện pháp cải tiến phương pháp học tập để đạt kết quả tốt hơn vào cuối kỳ.
4. Thi hết học phần (tự luận) (90 phút)	60%	Yêu cầu chung: <ul style="list-style-type: none"> Sinh viên nghiên cứu kỹ các mục tiêu của bài tập cần đạt. Đọc, ghi nhớ tài liệu để có cơ sở lý thuyết cho bài tập phân tích tình huống. Mục đích: <ul style="list-style-type: none"> Khuyến khích sinh viên chủ động tìm tòi, nghiên cứu. Tăng cường khả năng quan sát, tư duy và lập luận logic và phê phán.

10.2. Miêu tả chi tiết các bài kiểm tra trong kỳ, bài thi hết học phần và bộ tiêu chí đánh giá

Tiêu chí đánh giá (Rubrics định tính cho bài thi hết học phần tự luận)

Tiêu chí đánh giá	Mức chất lượng	Thang điểm
Nội dung đầy đủ, trả lời đúng 100% câu hỏi. Có phân tích mở rộng (phân tích đúng hướng và đủ ý). Trình bày rõ ràng, diễn đạt ngắn gọn, xúc tích, logic. Không có lỗi về thuật ngữ chuyên môn. Không có lỗi chính tả.	Xuất sắc	9 - 10
Trả lời đúng 70-80% câu hỏi. Có mở rộng, phân tích đúng hướng nhưng chưa đủ ý. Trình bày rõ ràng, diễn đạt logic. Còn lỗi chính tả.	Khá – Giỏi	7- 8
Trả lời đúng 50-60% câu hỏi. Không phân tích. Trình bày không rõ ý, chưa logic. Còn lỗi chính tả.	Trung bình	5 - 6
Trả lời sai, lạc đề, hoặc phần trả lời đúng dưới mức 50% câu hỏi. Không làm hết câu hỏi, bỏ nội dung hơn 50%. Không hiểu câu hỏi. Mắc nhiều lỗi về thuật ngữ chuyên môn (5-6 lỗi). Nhiều lỗi chính tả.	Yếu	3 - 4
Trả lời sai, lạc đề, phần trả lời đúng dưới mức 20%. Không làm hết câu hỏi, bỏ đến 80% nội dung. Không hiểu câu hỏi. Không hiểu các thuật ngữ chuyên môn cơ bản, mắc nhiều lỗi về thuật ngữ chuyên môn (trên 6 lỗi). Diễn đạt không rõ ý. Nhiều lỗi chính tả.	Kém	0 - 2

10.3. Chính sách trong đánh giá chuyên cần:

- Sinh viên vắng mặt quá 20% số buổi sẽ không được làm bài thi kết thúc học phần.
- Có điểm thưởng cho sinh viên tích cực phát biểu, ham học hỏi, có sự sáng tạo trong thảo luận, tranh biện.

Hà Nội, ngày 31 tháng 10 năm 2019

Trưởng khoa



TS. Phạm Phan Dũng

Trưởng bộ môn



TS. Nguyễn Thông Thái

Người soạn đề cương



TS. Nguyễn Thông Thái