

-----***-----

-----***-----

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

Hệ đào tạo: Đại học chính quy

Ngành: Kinh doanh thương mại

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 KDTM
 - Các học phần tiên quyết: Không
 - Học phần học trước: Quản trị học, Marketing CB
 - Học phần song hành: Không
 - Phân bổ giờ tín chỉ đối với các hoạt động: 100 tiết
 - + Lý thuyết: 23 tiết
 - + Thảo luận nhóm, thực hành: 12 tiết
 - + Kiểm tra: 1 tiết
 - + Tự học: 64 tiết
 - Bộ môn phụ trách học phần: Kinh doanh thương mại
 - Giảng viên phụ trách học phần dự kiến:
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:
CSO1.1	Sử dụng 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.
CSO2.1	Phân tích và hiện thực hóa quy trình xây dựng và quảng bá thương hiệu cho các doanh nghiệp;
CSO2.2	Tự tin giao tiếp thông qua quá trình đọc hiểu, thuyết trình, lắng nghe; Làm việc độc lập; Xây dựng, tổ chức, điều hành nhóm làm việc hiệu quả.
CSO3.1	Có năng lực làm việc khoa học, lập kế hoạch quản trị, khả năng đưa ra kết luận chuyên môn; khả năng tự học, tự nghiên cứu nâng cao trình độ chuyên môn; Tìm tòi và sáng tạo, khả năng chịu áp lực công việc, khả năng làm việc nhóm và giải quyết các vấn đề phát sinh, tự tin và kiên trì theo đuổi mục tiêu.

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

Mục tiêu học phần	CDR học phần	Mô tả chuẩn đầu ra học phần <i>Hoàn thành học phần này, người học thực hiện được:</i>	CDR của CTĐT	Mức độ
<i>CDR về kiến thức:</i>				
CSO1.2	CLO1.1	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	2
	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.	PLO1.3	3
<i>CDR về kỹ năng:</i>				
CSO2.2	CLO2.1	Thực hiện được các kế hoạch liên quan đến hoạt động quản trị thương hiệu của một tổ chức.	PLO2.5	3
CSO2.3	CLO2.2	Thực hiện kỹ năng thuyết trình, giao tiếp và làm việc nhóm hiệu quả.	PLO2.3	3
<i>CDR về năng lực tự chủ và trách nhiệm:</i>				
CSO3.1	CLO3.1	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

X	Thuyết trình tích cực	x	Làm việc nhóm	x	Giải quyết vấn đề	□	Dạy học theo dự án
X	Thảo luận/Semina	x	Phát vấn	□	Đóng vai	x	Thuyết giảng
□	Tiểu luận/Bài tập lớn	x	Tình huống	□	Thực tập	x	Tự học
□	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>Giới thiệu ĐCCT Phân nhóm học tập và HD làm việc nhóm Chương 1: Tổng quan quản trị thương hiệu 1.1. Khái niệm, chức năng, vai trò của thương hiệu 1.1.1: Khái niệm, chức năng của thương hiệu 1.1.2: Vai trò của thương hiệu 1.2. Các thành tố và phân loại thương hiệu 1.2.1: Các thành tố thương hiệu 1.2.2: Phân loại thương hiệu</p>	2	1	0	5	CLO1.1 CLO1.2 CLO2.1	Thuyết giảng, Phát vấn	SV đọc trước giáo trình và TLTK, SV tham gia trả lời câu hỏi trên lớp
Bài 2	<p>1.3. Quản trị thương hiệu 1.3.1 Khái niệm, sơ đồ quản trị thương hiệu 1.3.2 Khái quát nội dung quản trị thương hiệu Làm bài tập tìm hiểu về một số thương hiệu</p>	2	1	0	6	CLO1.1 CLO1.2 CLO2.1	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	6	CLO1.1 CLO1.2 CLO2.1	Thuyết giảng, Phát vấn, Tình huống	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 CLO2.2	Thuyết giảng, Phát vấn, Giải quyết vấn đề Bài tập	SV đọc trước giáo trình SV tham gia trả lời câu hỏi trên lớp SV làm BT
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>Bài tập về thiết kế thương hiệu</p>	2	1	0	6	CLO1.1 CLO1.2 CLO2.1	Thuyết giảng, Phát vấn, Giải quyết vấn đề	SV đọc trước giáo trình SV tham gia làm BT tại 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	Thuyết giảng, Phát vấn, Tình huống	SV đọc trước giáo trình SV tham gia giải quyết tình huống
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	1	0	5	CLO1.1 CLO1.2 CLO2.2	Thuyết giảng, Phát vấn, Tình huống	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> <p>Kiểm tra 1 tiết</p>	1	1	1	5	CLO1.1 CLO1.2 CLO2.1 CLO2.2	Thuyết giảng, Phát vấn, Thảo luận	SV đọc trước giáo trình, thảo luận và làm bài KT
Bài 9	<p>Chương 5: Định vị và chiến lược marketing</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>Thuyết trình nhóm về định vị thương hiệu và phương pháp định vị thương hiệu</p>	2	1	0	5	CLO1.1 CLO1.2 CLO2.2	Thuyết giảng, Phát vấn, Thuyết trình tích cực	SV đọc trước giáo trình SV tham gia làm việc nhóm

Bài 10	5.2 Chiến lược marketing nhằm tạo dựng thương hiệu 5.2.1 Chiến lược sản phẩm 5.2.2 Chiến lược giá 5.2.3 Chiến lược phân phối 5.2.4 Chiến lược xúc tiến hỗn hợp Thuyết trình bài tập nhóm	2	1	0	5	CLO1.1 CLO1.2 CLO2.1 CLO2.2	Thuyết giảng, Phát vấn, Thuyết trình tích cực	SV đọc trước giáo trình SV tham gia làm việc nhóm
Bài 11	Chương 6: Giá trị thương hiệu và phát triển 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 nhóm đánh giá thương hiệu của một số doanh nghiệp	2	1	0	6	CLO1.1 CLO1.2 CLO2.1 CLO2.2 CLO3.1	Thuyết giảng, Phát vấn, Thuyết trình tích cực	SV đọc trước giáo trình SV tham gia thuyết trình và phản biện BTN
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 6.3 Giải pháp phát triển thương hiệu 6.3.1 Mở rộng thương hiệu 6.3.2 Xây dựng văn hóa doanh nghiệp 6.3.3 Quản trị quan hệ khách hàng 6.3.4 Truyền thông thương hiệu 6.3.5 Giải pháp khác Bài tập về định vị thương hiệu	2	1	0	5	CLO1.1 CLO1.2 CLO2.1 CLO2.2	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	64			
Tổng số giờ định mức		23	12	1				

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	CLO3.1	100%
01 bài kiểm tra tự luận 50 phút giữa kỳ	30	Tự luận/trắc nghiệm	Đáp án/Rubric	CLO1.1 CLO1.2 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	CLO1.1 CLO1.2 CLO2.2	20% 30% 50%
Bài thi hết học phần (60 phút)	60	Tự luận	Rubric	CLO1.1, CLO1.2, CLO2.1	30% 40% 30%

9.3. Các Rubric đánh giá kết quả học tập

9.3.1 Rubric đánh giá chuyên cần

Tiêu chí đánh giá	Mức chất lượng	Thang điểm
<ul style="list-style-type: none"> - Tham gia học tập trên lớp đạt trên 90% số tiết học - Tham gia tích cực thảo luận trên lớp - Làm đủ số BTVN 	Mức A (Vượt quá mong đợi)	8,5 - 10
<ul style="list-style-type: none"> - Tham gia học tập trên lớp đạt trên 90% số tiết học - Ít tham gia thảo luận trên lớp - Làm từ 50% BTVN trở lên 	Mức B (Đáp ứng được mong đợi)	7,0 - 8,4
<ul style="list-style-type: none"> - Tham gia học tập trên lớp đạt từ 80-85% số tiết học - Không tham gia thảo luận trên lớp - Làm dưới 50% BTVN 	Mức C (Đạt)	5,5 - 6,9
<ul style="list-style-type: none"> - Tham gia học tập trên lớp đạt từ 80-85% số tiết học - Không tham gia thảo luận trên lớp - Không làm BTVN 	Mức D (Đạt, song cần cải thiện)	4,0 - 5,4
<ul style="list-style-type: none"> - Tham gia học tập trên lớp dưới 80% số tiết học 	Mức F (Không đạt)	Dưới 4,0

9.3.2 Các Rubric đánh giá thảo luận nhóm

Tiêu chí đánh giá	CDR	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	CLO2.2	10%	Đẹp, khoa học, không lỗi chính tả	-----	-----	Đơn điệu, không khoa học, nhiều lỗi chính tả	
Kỹ năng thuyết trình	CLO2.2	20%	Rõ ràng, tự tin, thuyết phục, giao lưu người nghe	-----	-----	Nói nhỏ, không tự tin, không giao lưu người nghe	
Nội dung	CLO1.2 CLO2.1	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	CLO1.2 CLO2.1	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	CLO2.2	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 10 tháng 09 năm 2023

Viện trưởng



PGS.TS Hoàng Văn Hải

Trưởng bộ môn



TS. Nguyễn Thông Thái

Người soạn đề cương



TS. Nguyễn Thông Thái