

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

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

ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN QUẢN TRỊ QUAN HỆ KHÁCH HÀNG

Hệ đào tạo: Đại học chính quy

Ngành: Kinh doanh thương mại

1. Thông tin chung về học phần

- Tên học phần: **QUẢN TRỊ QUAN HỆ KHÁCH HÀNG (Customer Relationship Management)**

- Mã học phần: DQK.02.36

- Số tín chỉ: 02

- Vị trí của học phần trong CTĐT: Kiến thức ngành, tự chọn

- Đối tượng học: Sinh viên chuyên ngành KDTM

- Các học phần tiên quyết: Không

- Học phần học trước: Marketing căn bản (DQK.01.06), Quản trị học (DQK.02.09)

- Học phần song hành: Không

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

+ Lý thuyết: 23 tiết

+ Thảo luận nhóm, tình huống: 12 tiết

+ Kiểm tra: 1 tiết

+ Tự học: 64 tiết

- Bộ môn phụ trách học phần: **Bộ môn 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: 098.269.9851, Email: thongthai@fbu.edu.vn

2. Mô tả học phần

Học phần Quản trị quan hệ khách hàng cung cấp cho người học kiến thức về các khía cạnh của quản trị quan hệ khách hàng (CRM) bao gồm các khái niệm, đặc điểm và những tư tưởng về khách hàng, quản trị quan hệ khách hàng; cơ sở dữ liệu khách hàng; hệ thống và tiến trình quản trị quan hệ khách hàng. Nhận diện được khách hàng theo các tiêu thức khác nhau, khai thác và phân tích được cơ sở dữ liệu khách hàng; hiểu được hoạt động CRM thông qua quy trình tự động hoá các hoạt động Marketing, bán hàng, chăm sóc khách hàng; thiết lập hệ thống CRM trong doanh nghiệp và các giải pháp nhằm triển khai hệ thống CRM.

3. Mục tiêu của học phần:

Mục tiêu học phần	Mô tả mục tiêu học phần
CSO1.1	Có khả năng vận dụng lý luận về khách hàng và các hoạt động quản trị quan hệ khách hàng để triển khai các hoạt động thực tiễn trong doanh nghiệp.
CSO2.1	Có kỹ năng xây dựng chiến lược quan hệ khách hàng, đánh giá và điều chỉnh hoạt động quản trị quan hệ khách hàng.
CSO2.2	Giao tiếp, thuyết trình và lắng nghe có hiệu quả; có khả năng làm việc độc lập; xây dựng, tổ chức, điều hành nhóm làm việc hiệu quả.
CSO3.1	Có năng lực làm việc khoa học, sáng tạo, hình thành quan điểm đúng đắn về nghề nghiệp, thái độ học tập tích cực, rèn luyện bản thân, phát huy được khả năng tư duy sáng tạo, độc lập và năng lực tự học.

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>				
CSO1.1	CLO1.1	Hiểu được các kiến thức tổng quan về khái niệm, bản chất, vai trò, đặc điểm của các nội dung trong quản trị quan hệ khách hàng.	PLO1.4	2
	CLO1.2	Vận dụng các kiến thức về quản trị quan hệ khách hàng vào phân tích và lập kế hoạch chiến lược Marketing, bán hàng và hoạt động chăm sóc khách hàng, giải quyết xung đột và làm tăng sự hài lòng của khách hàng.	PLO1.4	3
<i>CDR về kỹ năng:</i>				
CSO2.1	CLO2.1	Tổng hợp cơ sở dữ liệu và tiến trình quản trị quan hệ khách hàng để giải quyết tình huống về marketing, bán hàng và chăm sóc khách hàng.	PLO2.4	2
	CLO2.2	Lựa chọn chương trình chăm sóc khách hàng hiệu quả.	PLO2.5	2
<i>CDR về năng lực tự chủ và trách nhiệm:</i>				
CSO3.1	CLO3.1	Hình thành ý thức trách nhiệm xã hội và đạo đức nghề nghiệp trong kinh doanh.	PLO3.2	3

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

6. Học liệu:

Tài liệu chính:

- PGS.TS. Trương Đình Chiến – TS. Nguyễn Hoài Long, *Giáo trình Quản trị quan hệ khách hàng*, NXB ĐH Kinh tế quốc dân, 2018.

Tài liệu tham khảo:

- Trương Đình Chiến (Chủ biên) (2013), *Giáo trình Quản trị Marketing*, NXB Đại học Kinh tế Quốc dân.

- Sile bài giảng của giảng viên

7. 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	□	Tình huống	□	Thực tập	x	Tự học
□	Phương pháp khác						

8. Kế hoạch giảng dạy:

Bài dạy	Bài dạy	Nội dung giảng dạy				CDR	HD dạy	HD học
		LT	TH, TL	KT	Tự học			
Bài 1	Giới thiệu về mục tiêu, vị trí, tài liệu tham khảo của học phần; Công bố cách thức, phương pháp đánh giá của Học phần; Chia nhóm làm việc. Chương 1: Tổng quan về quản trị quan hệ khách hàng 1.1. Tổng quan về quản trị quan hệ khách hàng 1.1.1 Quá trình hình thành và phát triển của Quản trị quan hệ khách hàng 1.1.2 Một số khái niệm cơ bản của Quản trị quan hệ khách hàng 1.2. Hệ thống và tiến trình CRM 1.2.1. Vai trò của hệ thống CRM 1.2.2. Chức năng của hệ thống CRM Bài tập tình huống					CLO1.1 CLO3.1	+ Giảng giải, trình chiếu làm rõ thực chất quản trị CRM. + Trình chiếu, giảng giải các nội dung chủ yếu của quản trị CRM	+ Đọc trước tài liệu; + Lắng nghe, ghi chép và giải quyết các vấn đề. + Làm bài tập tình huống
		2	1	0	5			
Bài	1.3. Các yếu tố ảnh	2	1	0	5	CLO1.1	+ Trình	+ Đọc trước tài

2	<p>hướng đến quản trị quan hệ khách hàng</p> <p>1 3 1 Mối quan hệ lâu bền với khách hàng</p> <p>1 3 2 Quy trình sản phẩm</p> <p>1 3 3 Trách nhiệm của doanh nghiệp</p> <p>1.4. Mối quan hệ giữa Quản trị quan hệ khách hàng với các hoạt động quản trị khác trong doanh nghiệp</p> <p>1 4 1 CRM với Marketing</p> <p>4 2 Bán hàng với CRM</p> <p>1 4 3 Truyền thông với CRM</p> <p>1 4 4 Dịch vụ khách hàng với CRM</p> <p>1.4.5. Con người với CRM</p> <p>Thảo luận nhóm</p>					<p>CLO2.2</p> <p>CLO3.1</p>	<p>chiều, giảng giải các nội dung cơ bản của quản trị CRM.</p> <p>+ Thảo luận</p>	<p>liệu;</p> <p>+ Lắng nghe, ghi chép và giải quyết các vấn đề.</p> <p>+ Thực hiện nhiệm vụ theo nhóm.</p>
Bài 3	<p>Chương 2. Dịch vụ khách hàng trong quản trị quan hệ khách hàng</p> <p>2.1. Bản chất và vai trò của dịch vụ khách hàng</p> <p>2 1 1 Bản chất của dịch vụ khách hàng</p> <p>2 1 2 Vai trò của dịch vụ khách hàng</p> <p>2.2. Các cấp độ của dịch vụ khách hàng</p> <p>2 2 1 Khách hàng mua hàng lần đầu</p> <p>2 2 2 Khách hàng mua hàng lặp lại</p> <p>2.2.3. Khách hàng trung thành</p> <p>2.3. Lựa chọn hình thức dịch vụ khách hàng/bán hàng</p> <p>2 3 1 Hồ sơ Pyramid</p> <p>2 3 2 Hồ sơ Hourglass</p> <p>2 3 3 Hồ sơ Hexagon</p>	2	1	0	5	<p>CLO1.2</p> <p>CLO2.1</p> <p>CLO2.2</p> <p>CLO3.1</p>	<p>+ Giải thích làm rõ các khái niệm và bản chất dịch vụ trong QT CRM.</p> <p>+ Phát vấn</p> <p>+ Tổ chức lớp học theo nhóm và giao nhóm chuẩn bị nhiệm vụ thảo luận</p> <p>+ Giao bài tập về nhà.</p>	<p>+ Đọc trước tài liệu</p> <p>+ Lắng nghe, ghi chép và giải quyết các vấn đề.</p> <p>+ Suy nghĩ, trả lời câu hỏi.</p> <p>+ Nghiên cứu, trả lời về trình tự hoạch định yêu cầu nguyên vật liệu.</p> <p>+ Thực hiện nhiệm vụ thảo luận theo nhóm.</p> <p>+ Làm bài tập cá nhân</p>

	<p>2.4. Cảm bầy của hồ sơ dịch vụ khách hàng</p> <p>2 4 1 Tập trung vào phần đỉnh</p> <p>2 4 2 Tập trung vào cửa trước</p> <p>Thảo luận nhóm</p>							
Bài 4	<p>Chương 3. Hoạch định chiến lược quản trị quan hệ khách hàng</p> <p>3.1. Cơ sở xây dựng chiến lược quản trị quan hệ khách hàng</p> <p>3 1 1 Phân tích chiến lược kinh doanh</p> <p>3 1 2 Phân tích chiến lược khách hàng</p> <p>3 1 3 Phân tích ngành và môi trường cạnh tranh</p> <p>3.2. Phát triển chiến lược Quản trị quan hệ khách hàng</p> <p>3 2 1 Chiến lược bán hàng lấy sản phẩm làm trọng tâm</p> <p>3 2 2 Chiến lược quản lý dịch vụ và hỗ trợ</p> <p>Thảo luận nhóm</p>	2	1	0	5	<p>CLO1.2</p> <p>CLO2.1</p> <p>CLO2.2</p> <p>CLO3.1</p>	<p>+ Thuyết giảng</p> <p>+ Phát vấn</p> <p>+ Tổ chức lớp học theo</p> <p>+ Giao bài tập về nhà.</p>	<p>+ Đọc trước tài liệu</p> <p>+ Lắng nghe, ghi chép và giải quyết các vấn đề.</p> <p>+ Tham gia phản biện</p> <p>+ Thực hiện nhiệm vụ thảo luận nhóm</p> <p>+ Làm bài tập cá nhân</p>
Bài 5	<p>3 2 3 Chiến lược lấy khách hàng làm trọng tâm</p> <p>3 2 4 CRM cá nhân hóa</p> <p>3.3. Xây dựng chiến lược CRM</p> <p>3 3 1 Lựa chọn người tham gia</p> <p>3 3 2 Chuẩn bị cho cuộc họp đầu tiên</p> <p>3 3 3 Họp xây dựng chiến lược CRM</p> <p>3 3 4 Xác định các chiến lược tiềm năng</p> <p>3 3 5 Lựa chọn chiến lược CRM</p> <p>6.1.4. Các yêu cầu khi</p>	2	1	0	5	<p>CLO1.2</p> <p>CLO2.1</p> <p>CLO2.2</p> <p>CLO3.1</p>	<p>+ Giải thích làm rõ các khái niệm.</p> <p>+ Nêu vấn đề phát vấn:</p> <p>+ Tổ chức lớp học theo nhóm và giao nhóm chuẩn bị nhiệm vụ</p>	<p>+ Đọc trước tài liệu;</p> <p>+ Lắng nghe, ghi chép và giải quyết các vấn đề;</p> <p>+ Thực hiện nhiệm vụ theo nhóm.</p> <p>+ Làm bài tập cá nhân Chương 2.</p>

	xây dựng và lựa chọn các phương án công suất Bài tập tình huống						thảo luận + Giao bài tập cá nhân.	
Bài 6	<p>Chương 4. Quản trị cơ sở dữ liệu khách hàng</p> <p>4.1 Dữ liệu và thông tin</p> <p>4.1.1 Tầm quan trọng của dữ liệu thông tin trong CRM</p> <p>4.1.2 Các loại dữ liệu thông tin cần thu thập</p> <p>4.1.3 Giải mã thông tin</p> <p>4.2. Quản trị cơ sở dữ liệu khách hàng</p> <p>4.2.1 Sự hợp tác của nhân viên</p> <p>4.2.2. Chia sẻ cơ sở dữ liệu</p> <p>4.2.3 Chi tiết cơ sở dữ liệu</p> <p>4.2.4 Khai thác dữ liệu</p> <p>4.3. Vấn đề pháp lý và đạo đức trong sử dụng dữ liệu, thông tin</p> <p>4.3.1 Vấn đề pháp lý</p> <p>4.3.2. Các quy tắc đạo đức</p> <p>Thảo luận nhóm</p>	2	1	0	5	<p>CLO1.2</p> <p>CLO2.1</p> <p>CLO2.2</p> <p>CLO3.1</p>	<p>+ Thuyết giảng</p> <p>+ Nêu vấn đề cho cá nhân nhóm và hướng dẫn sinh viên giải quyết vấn đề.</p> <p>+ Tổ chức lớp học theo nhóm và giao nhóm chuẩn bị nhiệm vụ thảo luận:</p> <p>+ Giao bài tập cá nhân</p>	<p>+ Đọc trước tài liệu</p> <p>+ Lắng nghe, ghi chép và giải quyết các vấn đề.</p> <p>+ Thực hiện nhiệm vụ theo nhóm và cá nhân.</p> <p>+ Làm bài tập cá nhân</p>
Bài 7	<p>Chương 4. Quản trị cơ sở dữ liệu khách hàng (tiếp)</p> <p>4.4. Công cụ thu thập thông tin khách hàng</p> <p>4.4.1 Nguồn thông tin và dữ liệu</p> <p>4.4.2 Các công cụ thu thập thông tin hữu hiệu</p> <p>4.4.3 Độ tin cậy của thông tin</p> <p>Thảo luận nhóm</p> <p>Kiểm tra</p>	2	1	1	5	<p>CLO1.2</p> <p>CLO2.1</p> <p>CLO2.2</p> <p>CLO3.1</p>	<p>+ Thuyết giảng</p> <p>+ Tổ chức lớp học theo nhóm và giao nhóm chuẩn bị nhiệm vụ thảo luận</p> <p>+ Giao bài tập cá nhân.</p>	<p>+ Đọc trước tài liệu.</p> <p>+ Lắng nghe, ghi chép và giải quyết các vấn đề.</p> <p>+ Quan sát, lắng nghe, ghi chép.</p> <p>+ Thực hiện nhiệm vụ theo nhóm.</p> <p>+ Làm bài kiểm tra</p> <p>+ Làm bài tập cá nhân</p>

<p>Bài 8</p>	<p>Chương 5. Quản trị quan hệ khách hàng với truyền thông marketing, bán hàng và marketing trực tiếp, trực tuyến 5.1. Quản trị quan hệ khách hàng với truyền thông Marketing, bán hàng 5.1.1 Khái quát về truyền thông Marketing 5.1.2 Quảng cáo 5.1.3 Quan hệ công chúng (PR) 5.1.4 Bán hàng cá nhân 5.1.5. Khuyến mại (Xúc tiến bán hàng) 5.2 Marketing trực tiếp và marketing trực tuyến 5.2.1 Marketing trực tiếp 5.2.2 Marketing trực tuyến (Internet marketing) Thảo luận nhóm BTVN</p>	<p>2</p>	<p>0</p>	<p>1</p>		<p>CLO1.2 CLO2.1 CLO2.2 CLO3.1</p>	<p>+ Thuyết giảng, giải quyết vấn đề</p>	<p>+ Đọc trước tài liệu + Lắng nghe, ghi chép và giải quyết các vấn đề. + Thực hiện nhiệm vụ theo nhóm. + Làm bài tập cá nhân</p>
<p>Bài 9</p>	<p>Chương 6. Duy trì sự hài lòng của khách hàng và quản trị xung đột 6.1. Tổ chức hoạt động chăm sóc khách hàng 6.1.1 Khái niệm chăm sóc khách hàng 6.1.2 Vai trò của công tác chăm sóc khách hàng 6.1.3 Các nguyên tắc thiết kế chương trình chăm sóc khách hàng 6.1.4 Các phương thức chăm sóc khách hàng 6.1.5 Tổ chức bộ phận chăm sóc khách hàng trong doanh nghiệp Thảo luận nhóm</p>	<p>2</p>	<p>1</p>	<p>0</p>	<p>6</p>	<p>CLO1.2 CLO2.1 CLO2.2 CLO3.1</p>	<p>+ Thuyết giảng + Nêu vấn đề cho cá nhân, nhóm và hướng dẫn sinh viên giải quyết vấn đề + Giao bài tập về phương pháp hoạch định tổng hợp</p>	<p>+ Đọc trước tài liệu + Lắng nghe, ghi chép và giải quyết các vấn đề. + Thực hiện nhiệm vụ theo nhóm. + Làm bài tập cá nhân</p>

<p>Bài 10</p>	<p>Chương 6. Duy trì sự hài lòng của khách hàng và quản trị xung đột (tiếp) 6.3. Xây dựng văn hóa dịch vụ khách hàng trong doanh nghiệp 6.3.1 Đào tạo nhân viên về CRM 6.3.2 Cung cấp dịch vụ khách hàng hiệu quả 6.3.3 Luôn nghĩ đến khách hàng Bài tập nhóm</p>	<p>2</p>	<p>1</p>	<p>0</p>	<p>6</p>	<p>CLO1.2 CLO2.1 CLO2.2 CLO3.1</p>	<p>+ Thuyết giảng + Phát vấn + Tổ chức lớp học theo nhóm và giao nhóm chuẩn bị nhiệm vụ thảo luận + Giao bài tập về nhà.</p>	<p>+ Đọc trước tài liệu + Lắng nghe, ghi chép và giải quyết các vấn đề. + Nghiên cứu, trả lời về trình tự hoạch định yêu cầu nguyên vật liệu. + Tham gia thảo luận nhóm.</p>
<p>Bài 11</p>	<p>Chương 7: Kiểm tra, đánh giá và điều chỉnh hoạt động quản trị quan hệ khách hàng 7.1. Vị trí và nội dung việc kiểm tra, đánh giá và điều chỉnh hoạt động CRM 7.1.1 Tầm quan trọng của các hoạt động kiểm tra, đánh giá và điều chỉnh hoạt động CRM 7.1.2 Các nội dung cần đánh giá 7.2. Các giai đoạn đánh giá hoạt động CRM 7.2.1 Nghiên cứu đánh giá các ảnh hưởng bên ngoài 7.2.2 Nghiên cứu đánh giá các ảnh hưởng bên trong Thảo luận nhóm</p>	<p>2</p>	<p>1</p>	<p>0</p>	<p>6</p>	<p>CLO1.2 CLO2.1 CLO2.2 CLO3.1</p>	<p>+ Thuyết giảng + Tổ chức lớp học theo nhóm và giao nhóm chuẩn bị nhiệm vụ + Giao bài tập cá nhân</p>	<p>+ Đọc trước tài liệu + Lắng nghe, ghi chép và giải quyết các vấn đề. + Thực hiện nhiệm vụ theo nhóm. + Làm bài tập cá nhân</p>
<p>Bài 12</p>	<p>Chương 7. Kiểm tra, đánh giá và điều chỉnh hoạt động quản trị quan hệ khách hàng (tiếp) 7.3 Các tiêu chuẩn đánh</p>	<p>2</p>	<p>1</p>	<p>0</p>	<p>6</p>	<p>CLO1.2 CLO2.1 CLO2.2 CLO3.1</p>	<p>+ Giải thích làm rõ nội dung của bài học + Nêu vấn</p>	<p>+ Đọc trước tài liệu + Lắng nghe, ghi chép và giải quyết các vấn đề.</p>

<i>giá hoạt động CRM</i> 7.3.1 <i>Đánh giá hiệu quả của hệ thống CRM</i> 7.3.2 <i>Đánh giá CRM về hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp</i> 7.3.4 <i>Đánh giá CRM với marketing và bán hàng</i> 7.3.5 <i>Dự báo về thị trường và khách hàng</i> 7.4. Điều chỉnh chiến lược và hoạt động CRM 7.4.1 <i>Cân nhắc việc thay đổi chiến lược</i> 7.4.2 <i>Các bước đưa ra quyết định điều chỉnh chiến lược</i> 7.4.3 <i>Những nội dung công việc cần làm</i> 7.4.4 <i>Những điều cần ghi nhớ</i>						đề cho cá nhân, nhóm và hướng dẫn sinh viên giải quyết vấn đề liên quan đến bài học. + Tổ chức lớp học theo nhóm và giao nhóm chuẩn bị nhiệm vụ thảo luận	+ Thực hiện nhiệm vụ theo nhóm. + Làm bài tập cá nhân
Tổng	23	12	1	64			

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,	
01 bài kiểm tra 50 phút giữa kỳ	30	Trắc nghiệm	Thang điểm đánh giá	CLO1.1, CLO1.2, CLO2.1,	30% 20% 40%

				CLO3.1,	10%
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, CLO2.1, CLO2.2,	20% 10% 20% 50%
Bài thi hết học phần (60 phút)	60	Tự luận	Thang điểm đánh giá	CLO1.1, CLO1.2, CLO2.1, CLO2.2,	30% 20% 30% 20%

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	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	10%	Rõ ràng, tự tin, thuyết phục, giao lưu người nghe	-----	Nói nhỏ, không tự tin, không giao lưu người nghe	
Nội dung	CLO1.1 CLO1.2 CLO2.1	15% 5% 15%	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	CLO1.1 CLO1.2 CLO2.1 CLO2.2	5% 5% 5% 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 25 tháng 10 năm 2022

Viện trưởng



PGS.TS. Hoàng Văn Hải

Trưởng bộ môn



TS. Nguyễn Thông Thái

Người soạn đề cương



TS. Nguyễn Thông Thái