

Số: 24/KH-MKT

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 16 tháng 09 năm 2022

KẾ HOẠCH

Thực tập tốt nghiệp Đợt 3 năm 2022 đối với sinh viên bậc Cao đẳng chính quy (Khóa C18, C19) Ngành Marketing, Chuyên ngành Quản trị Marketing

- Căn cứ Thông báo số 1360/TB-ĐHTCM-QLĐT ngày 29/07/2022 về thông báo về việc tổ chức Thực tập tốt nghiệp đối với sinh viên khóa C18, C19 đào tạo trình độ Cao đẳng hệ chính quy; xét công nhận tốt nghiệp đợt 3 năm 2022 đã được Ban Giám Hiệu phê duyệt.
- Căn cứ kế hoạch đào tạo của trường
- Căn cứ vào tình hình và khả năng thực hiện của khoa Marketing.

Khoa Marketing xây dựng kế hoạch thực tập cuối khóa và viết khóa luận tốt nghiệp cho sinh viên trình độ Cao đẳng ngành Marketing, chuyên ngành Quản trị Marketing như sau:

1. MỤC TIÊU

- Giúp sinh viên củng cố lại kiến thức, kỹ năng chuyên ngành đã được trang bị trong suốt thời gian học tập tại Trường.
- Vận dụng kiến thức, kỹ năng được trang bị vào nghiên cứu và giải quyết các vấn đề thực tiễn về Marketing ở các doanh nghiệp và trên thị trường.
- Rèn luyện khả năng tự nghiên cứu, tự học tập, tiếp cận với hoạt động Marketing trên thực tế và khả năng giải quyết những vấn đề Marketing trong thực tiễn.
- Thực tập kỹ năng nghề nghiệp các công việc Marketing, để sau khi tốt nghiệp có khả năng tay nghề vững vàng trong thực hiện công tác Marketing tại các doanh nghiệp.

2. YÊU CẦU

2.1. Đối với sinh viên

2.1.1. Yêu cầu về tinh thần, thái độ

- Trong thời gian thực tập và viết khóa luận tốt nghiệp, sinh viên phải có thái độ tích cực, tinh thần chủ động trong việc áp dụng các phương pháp nghiên cứu phù hợp để thu thập dữ liệu có liên quan đến đề tài, phân tích, đánh giá và viết khóa luận tốt nghiệp.
- Tuân thủ nghiêm các quy định, nội qui của tổ chức, doanh nghiệp - nơi sinh viên thực tập. Trong giao tiếp tại nơi thực tập, cần giữ thái độ khiêm tốn, cầu thị, tinh thần tích cực và sáng tạo.

- Sinh viên phải thực hiện nghiêm túc các yêu cầu của giảng viên hướng dẫn về thời gian, hình thức, cách thức gặp gỡ đã thống nhất và đăng ký với nhà trường, thực hiện các bước trong khung thời gian kế hoạch này từ nộp đề cương, bản thảo và khóa luận tốt nghiệp.

2.1.2 Yêu cầu về nhiệm vụ thực tập và viết khóa luận tốt nghiệp

Sinh viên sẽ thực tập tại các tổ chức/doanh nghiệp (gọi tắt là doanh nghiệp) kinh doanh và thực hiện các nhiệm vụ thực tập và viết khóa luận tốt nghiệp như sau:

(1) Tìm hiểu các hoạt động kinh doanh tại doanh nghiệp thực tập

- Tìm hiểu quá trình hình thành và phát triển của doanh nghiệp.
- Chức năng, nhiệm vụ, cơ cấu tổ chức của công ty, của bộ phận marketing, tìm hiểu yêu cầu năng lực từng vị trí trong bộ phận marketing của doanh nghiệp.
- Tìm hiểu sản phẩm, dịch vụ, công nghệ sản xuất.
- Điều kiện, tình hình và kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh trong những năm qua.

(2) Phân tích, đánh giá hoạt động quản trị Marketing tại doanh nghiệp

- Mô tả, phân tích và đánh giá qui trình hoạt động marketing tại doanh nghiệp.
- Phân tích thực trạng hoạch định và thực thi chiến lược/kế hoạch/chương trình marketing tại doanh nghiệp từ STP đến 4P/7P.
- Đo lường, đánh giá thực trạng thực thi chiến lược/kế hoạch/chương trình marketing tại doanh nghiệp.
- Đánh giá thực trạng công tác quản trị thương hiệu tại doanh nghiệp từ quy trình, cách thức triển khai.
- Phát hiện những điểm mạnh, yếu, những vấn đề tồn tại của doanh nghiệp cũng như chiến lược/kế hoạch/chương trình marketing tại doanh nghiệp.

(3) Đề xuất các chiến lược/kế hoạch/hoạt động/giải pháp Marketing cho doanh nghiệp

- Phân tích và dự báo các yếu tố môi trường, đặc điểm thị trường, viễn cảnh thị trường, cơ hội và thách thức cho doanh nghiệp, cho các hoạt động marketing.
- Hoạch định các chiến lược/kế hoạch/chương trình/giải pháp marketing cho doanh nghiệp.
- Lập kế hoạch nguồn lực tài chính, cơ sở vật chất, nhân sự... để thực hiện được các chiến lược/kế hoạch/giải pháp marketing cho doanh nghiệp đã đề xuất.
- Đề xuất các phương pháp kiểm tra, đo lường đánh giá các chiến lược/kế hoạch/giải pháp marketing đã đề xuất và các phương án dự phòng nếu các chiến lược/kế hoạch/giải pháp marketing không đạt được yêu cầu.
- Nêu ra những nhận xét hoặc kiến nghị đối với đơn vị thực tập.

(4) *Viết khóa luận tốt nghiệp*

- Sau thời gian tìm hiểu, khảo sát thực tế, sinh viên sẽ phải viết khóa luận tốt nghiệp hoàn chỉnh theo đề tài đã chọn dưới sự hướng dẫn của giảng viên được phân công.
- Sinh viên phải nắm được kỹ năng viết một khóa luận tốt nghiệp trên cơ sở các kỹ năng phân tích, đánh giá và vận dụng các công cụ hỗ trợ thích hợp.
- Nội dung và hình thức khóa luận tốt nghiệp phải thực hiện theo yêu cầu của Khoa (Xem phụ lục 1, phụ lục 2 kèm theo kế hoạch này).

2.2. Yêu cầu đối với giảng viên hướng dẫn (GVHD)

- Giảng viên phải nắm chắc các qui định của Trường về thực tập tốt nghiệp và kế hoạch thực tập tốt nghiệp để phổ biến cho sinh viên thực hiện; Hướng dẫn sinh viên lập kế hoạch thực hiện thực tập tốt nghiệp và viết khóa luận, xây dựng đề cương nghiên cứu khóa luận tốt nghiệp đảm bảo yêu cầu chuyên môn và thời gian.
- Giảng viên gặp gỡ, hướng dẫn sinh viên đúng theo lịch đã đăng ký với nhà trường về thời gian, địa điểm và phổ biến đến sinh viên biết cách thức tiến hành.
- Giảng viên phải làm tốt công tác tư vấn, hướng dẫn cho sinh viên trong việc lựa chọn doanh nghiệp thực tập, nếu sinh viên khoa khấn trong việc tìm doanh nghiệp mà cần hỗ trợ thì cùng với Khoa hỗ trợ giới thiệu cho sinh viên doanh nghiệp.
- Hướng dẫn sinh viên chọn đề tài phù hợp, lựa chọn phương pháp nghiên cứu phù hợp và cơ sở lý thuyết, cơ sở thực tiễn phù hợp.
- Giảng viên phải hướng dẫn sinh viên cách thâm nhập thực tế, vận dụng tổng hợp kiến thức đã học để phân tích tình hình hoạt động của một doanh nghiệp, áp dụng các phương pháp nghiên cứu phù hợp để giải quyết những vấn đề thực tiễn đặt ra liên quan đến khóa luận tốt nghiệp.
- Giảng viên phải thể hiện đạo đức tác phong của giảng viên đặc biệt là sự tận tâm, nghiêm túc, khoa học trong ứng xử với sinh viên và ứng xử đúng mực trong quan hệ với cơ quan thực tập của sinh viên.
- Giảng viên phải bám sát quá trình thực tập sinh viên để hướng dẫn, giúp đỡ sinh viên kịp thời giải quyết những khó khăn nảy sinh, hoàn thành tốt khóa luận đúng thời hạn, đảm bảo công bằng và hài hòa giữa các sinh viên trong nhóm.
- Giảng viên phải đánh giá kết quả thực tập và khóa luận tốt nghiệp của sinh viên một cách khoa học, nghiêm túc, công bằng, chính xác.

3. CÁC DẠNG ĐỀ TÀI GỢI Ý

Do hoạt động quản trị Marketing tại các tổ chức/doanh nghiệp khá rộng, tùy vào tình hình thực tế của đơn vị, sinh viên có thể chọn một hoặc một số đề tài thực tập sau phục vụ trực tiếp cho việc hoàn thành khóa luận tốt nghiệp của mình:

1. Hoạch định chiến lược/kế hoạch marketing/chương trình của một doanh nghiệp/tổ chức trong các lĩnh vực sản xuất kinh doanh, dịch vụ cho giai đoạn 1-3 năm tới.
2. Lập kế hoạch, xây dựng chương trình marketing cho Chiến lược sản phẩm của doanh nghiệp.
3. Xây dựng chương trình phát triển sản phẩm mới hoặc cải tiến sản phẩm của doanh nghiệp.
4. Lập kế hoạch/ xây dựng chương trình truyền thông thương hiệu của doanh nghiệp.
5. Lập kế hoạch, xây dựng chương trình marketing cho Chiến lược phân phối sản phẩm của doanh nghiệp.
6. Lập kế hoạch/ xây dựng chương trình Quản trị hoạt động bán hàng của doanh nghiệp.
7. Lập kế hoạch, xây dựng chương trình truyền thông marketing (IMC) cho doanh nghiệp.
8. Lập kế hoạch, xây dựng chương trình marketing cho Chiến lược/hoạt động khuyến mãi, khuyến mại của doanh nghiệp.
9. Nghiên cứu các hoạt động PR của doanh nghiệp nhằm để tạo lập và phát triển thương hiệu / hoặc để giới thiệu SP mới/ hoặc để xử lý khủng hoảng
10. Các đề tài nghiên cứu định lượng liên quan đến hoạt động marketing tại doanh nghiệp

Ngoài các dạng đề tài trên, sinh viên có thể tự chọn các đề tài khác thuộc phạm vi lĩnh vực Marketing phù hợp với yêu cầu thực tế của doanh nghiệp và phải được sự đồng ý của giảng viên hướng dẫn (GVHD).

4. TỔ CHỨC THỰC HIỆN

4.1 Công tác chuẩn bị

- Sau khi kế hoạch thực tập đã được Ban Giám Hiệu phê duyệt, khoa sẽ phổ biến cho sinh viên để sinh viên liên hệ đơn vị thực tập và đăng kế hoạch lên web khoa marketing.
- Sinh viên đăng ký đề tài thực tập cho khoa thông qua giảng viên hướng dẫn.
- Thông báo danh sách các nhóm thực tập và GVHD.
- Sinh viên phải theo dõi thông báo của Khoa về phân nhóm và GVHD, gặp GVHD đúng thời hạn.

4.2 Tổ chức chỉ đạo thực tập, phân công giảng viên

Chịu trách nhiệm chỉ đạo thực tập

1. Trưởng khoa: TS. Bảo Trung
2. Thư ký khoa: ThS. Bùi Thị Thanh
3. Thư ký khoa: Cô Võ Thị Kim Ngân

Các giảng viên tham gia hướng dẫn thực tập: Căn cứ các quy định hiện hành của Nhà trường, Khoa Marketing sẽ chịu trách nhiệm phân công các giảng viên hướng dẫn đáp ứng được các yêu cầu về giảng viên hướng dẫn thực tập cuối khóa.

4.3 Chế độ trách nhiệm đối với giảng viên hướng dẫn thực tập

- Giảng viên hướng dẫn có trách nhiệm hướng dẫn sinh viên đăng ký đề tài và thực hiện các bước thực tập theo qui định.
- Có chế độ sinh hoạt chuyên môn thường kỳ đối với sinh viên và thông báo đến SV
- Chỉ định và hướng dẫn sinh viên tìm tài liệu và tra cứu tài liệu tham khảo phục vụ khóa luận tốt nghiệp.
- Báo cáo về bộ môn và khoa những trường hợp sinh viên vi phạm quy chế, qui định; những vướng mắc khó khăn hay vấn đề phát sinh trong quá trình hướng dẫn.
- Thu bài của sinh viên bao gồm bản cứng và các file mềm theo quy định;
- Gửi các sản phẩm liên quan đến khóa luận tốt nghiệp và bảng điểm về Khoa theo đúng thời gian quy định;
- Chấm báo cáo khóa luận cho sinh viên và nộp điểm về khoa đúng thời hạn. (có thể tham khảo ý kiến của doanh nghiệp)

4.4 Quản lý sinh viên trong thời gian thực tập

- Sinh viên phải tuân theo các chế độ qui định của đơn vị thực tập về giờ giấc, chế độ bảo mật tài liệu và an toàn lao động. Khi đến đơn vị thực tập sinh viên phải ăn mặc lịch sự, giao tiếp lễ phép, hoà nhã với cán bộ nhân viên tại nơi thực tập.
- Sinh viên không được thay đổi đề tài (hay địa điểm/ đơn vị thực tập) sau 03 tuần thực tập (kể từ thời điểm bắt đầu tính thời gian thực tập).
- Sau 04 tuần thực tập nếu sinh viên không đến đơn vị thực tập hoặc không gặp GVHD, sẽ phải dừng tiến độ thực tập và nhận điểm không (0) của điểm khóa luận tốt nghiệp.
- Sau 05 tuần thực tập nếu sinh viên chưa hoàn tất đề cương thực tập, sẽ phải dừng tiến độ thực tập và nhận điểm không (0) của điểm khóa luận tốt nghiệp.
- Không được tự ý vắng mặt tại đơn vị thực tập hoặc họp nhóm với GVHD mà không có lý do. Sinh viên nào vắng quá 03 lần các buổi họp nhóm với GVHD không có lý do chính đáng sẽ bị đình chỉ thực tập và nhận điểm không (0) của khóa luận tốt nghiệp.

- Không được tự ý thay đổi đề tài, đơn vị thực tập hoặc thay đổi GVHD mà chưa được sự đồng ý của GVHD và lãnh đạo Khoa.
- Kết thúc thực tập, sinh viên phải nộp các sản phẩm trong quá trình thực tập cho giảng viên hướng dẫn bao gồm: 01 bản cứng báo cáo thực tập (nếu thực tập tại 1 doanh nghiệp cụ thể phải có xác nhận, đánh giá của đơn vị thực tập), 01 bản cứng nhật ký thực tập; 01 file mềm dưới dạng file nén (gồm: khóa luận tốt nghiệp định dạng pdf, nhật ký thực tập định dạng pdf, dữ liệu gốc theo định dạng excel, file SPSS, AMOS, SmartPLS... cùng bảng khảo sát, link khảo sát và các tài liệu khác có liên quan đến quá trình thực tập và viết khóa luận tốt nghiệp).
- Đến thời hạn nộp khóa luận tốt nghiệp, Sinh viên nộp trễ hạn sẽ nhận điểm không (0) của điểm khóa luận tốt nghiệp.

4.5 Qui định về thời gian thực tập và viết khóa luận tốt nghiệp

4.5.1. Chuẩn bị, xét điều kiện, phân công giảng viên hướng dẫn viết khóa luận tốt nghiệp (KLTN)

NỘI DUNG	THỜI GIAN (từ ngày, đến ngày)	NGƯỜI THỰC HIỆN	NGƯỜI HỖ TRỢ/ HƯỚNG DẪN
1. Phòng QLĐT tổng hợp và gửi dữ liệu SV đăng ký làm KLTN cho khoa để lập kế hoạch	Từ 09/08/2022 đến 12/08/2022	Phòng Quản lý đào tạo	Khoa Marketing
2. Khoa lập kế hoạch triển khai thực tập: Tổ chức phổ biến kế hoạch thực tập cho SV, giới thiệu, định hướng danh mục đề tài, lĩnh vực nghiên cứu và phát phiếu đăng ký đề tài cho SV.	Từ 15/08/2022 đến 26/08/2022	Khoa Marketing	CVHT
3. Phòng quản lý đào tạo tổng hợp và gửi danh sách SV đủ điều kiện làm KLTN và đã hoàn tất học phí	Hạn chót 12/08/2022	Phòng quản lý đào tạo	Thư kí Khoa
4. Cấp giấy giới thiệu liên hệ thực tập cuối khóa cho SV	Từ 19/09/2022 đến 23/09/2022	Khoa Marketing	Thư ký khoa
5. Phân công GVHD thực tập cho SV, phê duyệt danh sách tên đề tài của SV và GVHD trong toàn đợt, thông báo cho GVHD và SV biết để triển khai thực tập	Từ 19/09/2022 đến 23/09/2022	Khoa Marketing	

4.5.2. Thực tập cuối khóa và viết khóa luận tốt nghiệp (8 tín chỉ)

Thời gian thực tập và viết khóa luận tốt nghiệp là 12 tuần tính từ ngày **26/09/2022** đến ngày **17/12/2022**. Kế hoạch thực hiện như sau:

NỘI DUNG	THỜI GIAN (từ ngày, đến ngày)	NGƯỜI THỰC HIỆN	NGƯỜI HỖ TRỢ/ HƯỚNG DẪN
1. Sinh viên đến đơn vị thực tập, SV gặp GVHD, xây dựng đề cương nghiên cứu (2 tuần)	Từ 26/09/2022 đến 09/10/2022	Sinh viên	GVHD
2. GV sửa đề cương (sơ bộ, chi tiết), SV hoàn chỉnh đề cương (1 tuần)	Từ 10/10/2022 đến 16/10/2022	Sinh viên	GVHD
3. SV đọc, tra cứu tài liệu tham khảo; Khảo sát, thu thập dữ liệu; Tập hợp và xử lý dữ liệu (3 tuần)	Từ 17/10/2022 đến 06/11/2022	Sinh viên	GVHD
4. SV viết bản thảo, GV sửa bản thảo (3 tuần)	Từ 07/11/2022 đến 27/11/2022	Sinh viên	GVHD
5. Sinh viên hoàn chỉnh bản thảo theo hướng dẫn của GV và bản in khóa luận tốt nghiệp cho GV sửa. (3 tuần)	Từ 28/11/2022 đến 18/12/2022	Sinh viên	GVHD
6. Sinh viên nộp khóa luận tốt nghiệp chính thức	Chậm nhất 20/12/2022	Sinh viên	GVHD
7. GV chấm điểm khóa luận tốt nghiệp và gửi kết quả về khoa.	Từ 21/12/2022 đến 23/12/2022	GVHD	Thư ký khoa
8. Chấm khóa luận tốt nghiệp	Từ 24/12/2022 đến 26/12/2022	Hội đồng chấm khóa luận tốt nghiệp	
9. Khoa tổng hợp điểm khóa luận tốt nghiệp, chuyển về Phòng khảo thí và quản lý chất lượng	Từ 27/12/2022 đến 30/12/2022	Thư ký Khoa	Phòng KT&QLCL

5. ĐÁNH GIÁ KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

5.1. Đánh giá quá trình thực tập của sinh viên

- Kết thúc đợt thực tập, giảng viên đánh giá sinh viên với các nội dung sau:
 - + Đánh giá về thái độ, năng lực tự chủ của sinh viên: Việc chấp hành qui định về thời gian gặp vào báo cáo định kì với giảng viên; Thái độ thực hiện các công việc chuyên môn do giảng viên hướng dẫn; Đạo đức, tác phong của sinh viên; Năng lực

tự học hỏi của sinh viên.

- + Đánh giá về sự tiến bộ của sinh viên về kỹ năng chuyên môn, kỹ năng mềm và kiến thức của sinh viên qua thời gian thực tập tốt nghiệp và viết khóa luận.
- + Tham khảo đánh giá của cơ quan thực tập.
- Việc đánh giá tình hình thực tập của sinh viên được thực hiện theo mẫu của Khoa. Với những trường hợp sinh viên vi phạm nghiêm trọng về đạo đức, tác phong, qui định của trường và cơ quan thực tập, giảng viên cần phải có văn bản báo cáo Trường Khoa.

5.2. Đánh giá khóa luận tốt nghiệp của sinh viên

Kết quả thực tập viết khóa luận tốt nghiệp của sinh viên được đánh giá dựa trên 02 nội dung: (1) Quá trình thực hiện các bước thực tập: viết đề cương, đọc tài liệu, thực hiện chương trình, kế hoạch thực tập, thu thập xử lý dữ liệu, hoàn thành khóa luận tốt nghiệp đúng thời hạn..v.v...và (2) Kết quả viết khóa luận tốt nghiệp. Hình thức trình bày khóa luận tốt nghiệp phải thực hiện theo đúng qui định của Khoa và Trường.

- Điểm đánh giá khóa luận tốt nghiệp gồm có: điểm đánh giá quá trình thực tập chiếm 40% (do GVHD quyết định) và điểm viết khóa luận tốt nghiệp chiếm 60% (do giảng viên hướng dẫn chấm và giảng viên phản biện chấm), được tính theo thang điểm 10 (mười), làm tròn đến 0,5 theo quy định hiện hành của Nhà trường.
- Điểm đánh giá khóa luận tốt nghiệp là điểm trung bình có trọng số của các điểm đánh giá quá trình thực tập và điểm viết khóa luận tốt nghiệp, theo thang điểm 10 (mười), làm tròn đến 0,5 theo quy định hiện hành của Nhà trường và quy về thang điểm chữ theo quy định hiện hành.

Quy định cụ thể về việc đánh giá điểm quá trình thực tập và điểm viết khóa luận tốt nghiệp và các phiếu điểm được Khoa Marketing đính kèm trong phần phụ lục 3, 4, 5, 6 của kế hoạch này.

6. TỔNG KẾT ĐỢT THỰC TẬP VÀ VIẾT KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

- 6.1. Sau khi kết thúc thực tập, Khoa sẽ tiến hành tổng kết, rút kinh nghiệm toàn đợt thực tập.
- 6.2. Khoa kết hợp với Trung tâm Tuyển sinh và Quan hệ doanh nghiệp giúp sinh viên gửi thư cảm ơn đến các cơ quan, doanh nghiệp đã tạo điều kiện giúp đỡ Sinh viên thực tập.

BAN GIÁM HIỆU

TRƯỜNG KHOA

TS. BẢO TRUNG

PHỤ LỤC

PHỤ LỤC 1: HƯỚNG DẪN LẬP ĐỀ CƯƠNG VÀ VIẾT KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP DÀNH CHO SINH VIÊN BẬC CAO ĐẲNG KHOA MARKETING

PHỤ LỤC 2: MỘT SỐ MẪU ĐÍNH KÈM KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

PHỤ LỤC 3: HƯỚNG DẪN CHẤM ĐIỂM QUÁ TRÌNH CHO SINH VIÊN THỰC TẬP VÀ VIẾT KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

PHỤ LỤC 4: PHIẾU ĐÁNH GIÁ QUÁ TRÌNH CHO SINH VIÊN THỰC TẬP VÀ VIẾT KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

PHỤ LỤC 5: HƯỚNG DẪN ĐÁNH GIÁ KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

PHỤ LỤC 6: PHIẾU ĐÁNH GIÁ BÀI VIẾT KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

PHỤ LỤC 1:

HƯỚNG DẪN LẬP ĐỀ CƯƠNG VÀ VIẾT KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP DÀNH CHO SINH VIÊN BẠC CAO ĐẲNG KHOA MARKETING

1. Về kết cấu khóa luận tốt nghiệp

- (1) Trang bìa chính (**Xem mẫu đính kèm**)
- (2) Trang bìa lót (**Xem mẫu đính kèm**)
- (3) Trang “Nhận xét của giảng viên hướng dẫn”
- (4) Trang “Xác nhận của đơn vị thực tập” (**Xem mẫu đính kèm – chú ý phải có chữ ký của lãnh đạo và con dấu tròn của đơn vị thực tập**)
- (5) Trang “Lời cảm ơn”
- (6) Trang “Lời cam đoan”
- (7) Trang tóm tắt nội dung báo cáo (abstract), từ khóa (key words); Mã Jel (Jel code)
- (8) Mục lục
- (9) Danh mục bảng
- (10) Danh mục hình
- (11) Danh mục chữ viết tắt
- (12) Phần nội dung của khóa luận tốt nghiệp: Gồm Lời mở đầu, 4 chương và Kết luận (**phần nội dung KLTN trình bày trong 70 trang ± 7**)
- (13) Tài liệu tham khảo
- (14) Phụ lục (Nếu có)
- (15) Báo cáo kiểm tra đạo văn (Bằng phần mềm DoIt hoặc các phần mềm khác)

Lưu ý

- **Trang bìa chính** (giấy cứng) và trang bìa phụ (giấy thường) kèm theo.
- **Trang “Lời cảm ơn”**: Lời cảm ơn cần chân thành, không khuôn sáo, chỉ nên dành cho những người thực sự giúp đỡ việc hoàn thành khóa luận tốt nghiệp này, do đó không nên liệt kê ra quá nhiều người, làm mất ý nghĩa của lời cảm ơn.
- **Mục lục** Đối với khóa luận tốt nghiệp, mục lục chỉ liệt kê tối đa 3 cấp.

Lưu ý: Sinh viên nên dùng chức năng tạo mục lục tự động *Insert + Index and Tables + Table of Contents* của phần mềm *MS-Word* và tạo danh mục bảng, danh mục hình tự động.

- **Phần nội dung**: Chú ý hình thức trình bày và đánh số chương mục

2. Về nội dung khóa luận tốt nghiệp

Phần nội dung báo cáo khóa luận tốt nghiệp từ 70 trang \pm 7 trang (không kể phần phụ lục). Nội dung chính khóa luận tốt nghiệp gồm những phần sau:

LỜI MỞ ĐẦU: Phần này SV trình bày rõ *lý do chọn đề tài, mục tiêu nghiên cứu, phương pháp nghiên cứu, giới hạn nghiên cứu, kết cấu của khóa luận*

1. *Lý do chọn đề tài:* Cần làm rõ tính thời sự về quản trị ở đơn vị của vấn đề được chọn (có thể là những vấn đề yếu kém, bức xúc của đơn vị; hoặc những vấn đề đang là sự thành công, thế mạnh của đơn vị; hoặc có thể là vấn đề mà người thực tập có điều kiện thâm nhập sâu, có nhiều thông tin...). Lý do chọn đề tài cần trả lời các câu hỏi: cái gì (what), tại sao (why) và thì sao (what if).

2. *Mục tiêu nghiên cứu:* Mục tiêu nghiên cứu là một phát biểu ngắn gọn và rõ ràng thể hiện các mục tiêu cụ thể của người viết để giải quyết vấn đề nghiên cứu. Mục tiêu nghiên cứu là cơ sở để lựa chọn: Lý thuyết sử dụng ở phần cơ sở lý luận; Nguồn số liệu và phương pháp nghiên cứu; Đề xuất các giải pháp giải quyết vấn đề. Mục tiêu nghiên cứu phải phù hợp với tên đề tài.

3. *Phương pháp nghiên cứu:* Cần nêu rõ phương pháp nghiên cứu mà tác giả sẽ sử dụng trong đề tài.

4. *Đối tượng và Phạm vi nghiên cứu:* Cần nêu rõ đối tượng và phạm vi nghiên cứu của báo cáo.

5. *Giới hạn nghiên cứu của đề tài:* Do vấn đề rộng, hoặc do điều kiện thu thập thông tin khó khăn nên tác giả cần nêu rõ phạm vi nghiên cứu của mình đối với vấn đề được chọn. Giới hạn nghiên cứu này cần được thể hiện rõ qua tên đề tài được chọn.

6. *Kết cấu của khóa luận:* Trình bày các đề mục chính của khóa luận tốt nghiệp.

(Đối với KLTN phần này trình bày tối đa không quá 3 trang)

CHƯƠNG 1. GIỚI THIỆU QUÁ TRÌNH HÌNH THÀNH VÀ PHÁT TRIỂN TỔ CHỨC/ DOANH NGHIỆP:

Mục đích của phần này nhằm làm cho người đọc báo cáo có cái nhìn tổng quát về đơn vị mà sinh viên đến thực tập. Cần trình bày ngắn gọn những vấn đề sau:

- Giới thiệu quá trình hình thành và phát triển tổ chức/doanh nghiệp (tên đơn vị, địa chỉ trụ sở chính và các đơn vị trực thuộc, quá trình hình thành và các mốc quan trọng trong quá trình phát triển)
- Nhiệm vụ, chức năng và định hướng phát triển của tổ chức/doanh nghiệp
- Giới thiệu công nghệ sản xuất sản phẩm chính hoặc quá trình hoạt động chính
- Giới thiệu cơ cấu tổ chức và nhân sự của tổ chức/doanh nghiệp, đặc biệt là của bộ phận marketing

- Các kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh của tổ chức/doanh nghiệp trong thời gian gần đây (ít nhất 3 năm).

- Nêu khái quát tình hình quản trị doanh nghiệp trên tất cả các mặt hiện nay của doanh nghiệp

(Nên dùng các sơ đồ, bảng, biểu minh họa)

Cuối phần, phải có kết luận chung về nội dung đã phân tích ở trên.

CHƯƠNG 2. CƠ SỞ LÝ LUẬN CỦA ĐỀ TÀI NGHIÊN CỨU:

Mục đích của phần này là trình bày những vấn đề lý thuyết đã học ***liên quan đến nội dung đề tài đã chọn***, làm cơ sở đối chiếu với thực tế để tìm hiểu, đánh giá tính hợp lý hay bất hợp lý của việc vận dụng ở đơn vị. Cần lưu ý, không phải sự khác biệt với lý thuyết nào cũng là không hợp lý cũng như không phải việc rập khuôn lý thuyết nào cũng hợp lý. Tính hợp lý ở đây thể hiện ở sự phù hợp của việc vận dụng lý thuyết với bối cảnh và tình hình cụ thể của tổ chức/doanh nghiệp.

Phần này phải trình bày hết sức ngắn gọn, đi thẳng vào những vấn đề lý thuyết có liên quan (đối với KLTN tối đa không quá 10 trang)

Cuối phần, phải có kết luận chung về nội dung đã giới thiệu ở trên.

CHƯƠNG 3. THỰC TRẠNG(vấn đề của đề tài được chọn)..... CỦA DN:

Mỗi sinh viên sẽ đi sâu tìm hiểu và tham gia một hoặc một vài hoạt động thuộc các lĩnh vực của tổ chức/doanh nghiệp.

Trong phần này, SV phải mô tả rõ bộ phận marketing của công ty từ sơ đồ tổ chức, trình độ năng lực, phân tích và đánh giá quy trình marketing của công ty đang thực hiện và làm rõ thực trạng về vấn đề được chọn làm đề tài của mình. Khi trình bày có thể dẫn dắt từ các vấn đề có liên quan nhưng ***nhất thiết phải làm rõ đánh giá của mình về vấn đề của đề tài đang viết*** (dùng số liệu, bảng biểu, đồ thị, sơ đồ ... minh họa). Phải làm cho người đọc thấy được tình hình hiện nay, mặt mạnh, mặt yếu, cơ hội, thách thức... của vấn đề được chọn làm đề tài. Tiến hành quá trình phân tích, diễn giải, lập luận thật sắc bén và súc tích.

Phần này là trọng tâm của đề tài nên SV phải đầu tư thật kỹ, số trang chiếm ít nhất 2/3 tổng số trang của đề tài.

Việc sử dụng bảng, biểu ... cần đưa vào phù hợp với nội dung đang trình bày (có thể là bảng photo các tài liệu gốc của tổ chức/doanh nghiệp)

Cuối phần này phải có nội dung tóm lược, đánh giá rõ ràng.

CHƯƠNG 4. NHẬN XÉT, GIẢI PHÁP, KIẾN NGHỊ:

Để có giải pháp, kiến nghị hợp lý yêu cầu sinh viên có nghiên cứu thị trường để đánh giá xu hướng thị trường, triển vọng thị trường; khách hàng, đánh giá đối thủ cạnh tranh, kết hợp với phần đánh giá thực trạng ở chương trước để thiết lập mục tiêu marketing và giải

pháp phù hợp đạt mục tiêu đưa ra. Mục tiêu của phần này là trình bày tóm tắt những nhận xét kết luận của SV thực tập về vấn đề của đề tài thực tập, từ đó đưa ra những kiến nghị nhằm nâng cao kết quả và hiệu quả của vấn đề quản trị nghiên cứu. Các giải pháp cần cụ thể, phù hợp, có thể đánh giá được bằng các chỉ tiêu cụ thể, tránh các giải pháp chung chung và không rõ ràng, hoặc các giải pháp chỉ mang tính lý thuyết. (Chương 4 nên trình bày trong khoảng 7 – 12 trang)

Cuối phần, phải có kết luận chung về nội dung đã phân tích ở trên.

PHẦN KẾT LUẬN: Phần này nêu một số kiến nghị để thực hiện các giải pháp nêu ra trong đề tài (nếu có). Ngoài ra, phần này có thể viết kết luận đóng lại vấn đề (tóm tắt những gì khóa luận đã làm được, những đóng góp của khóa luận) hoặc mở vấn đề (những hướng nghiên cứu có thể tiếp tục để phát triển vấn đề). (Phần kết luận nên trình bày trong khoảng 1 – 2 trang)

3. Phụ lục:

Phần này bao gồm những nội dung cần thiết nhằm minh họa hoặc hỗ trợ cho nội dung khóa luận như: số liệu, mẫu biểu, tranh ảnh, đồ thị...

Phụ lục không được dày hơn phần chính của khóa luận.

Nếu có nhiều hơn một phụ lục, các phụ lục phải được đánh số và đặt tên. Ví dụ:

PHỤ LỤC 1: Chiến lược phát triển của doanh nghiệp

PHỤ LỤC 2: Một số hình ảnh minh họa

PHỤ LỤC 3: Các bảng khảo sát (nếu có)

4. Trích dẫn và tài liệu tham khảo

- Tất cả các trích dẫn trong bài phải phù hợp và theo chuẩn APA (Sinh viên nên sử dụng chế độ References trong phần mềm Microsoftword để trích dẫn và liệt kê danh mục tài liệu tham khảo tự động theo chuẩn APA).

- Tài liệu tham khảo chỉ liệt kê các tài liệu đã được người viết có trích dẫn trong bài để thực hiện khóa luận tốt nghiệp. Các trích dẫn và tài liệu tham khảo theo chuẩn APA đã được hướng dẫn tại website của khoa, mục nghiên cứu khoa học theo đường link dưới đây:

<https://khoamarketing.ufm.edu.vn/vi/huong-dan-nckh/huong-dan-trich-dan-va-tai-lieu-tham-khao-theo-chuan-apa>

5. Về hình thức trình bày khóa luận tốt nghiệp

- Khóa luận phải được trình bày ngắn gọn, rõ ràng, hành văn mạch lạc, in ấn sạch sẽ, không được tẩy xóa, có đánh số trang, đánh số bảng biểu, hình vẽ, đồ thị, công thức.

- Thuật ngữ khoa học cần được sử dụng chính xác.

- Áp dụng chung cho toàn khóa luận tốt nghiệp: Giấy khổ A4, in 2 mặt. Nếu sử dụng bảng biểu giấy khổ A3 thì gấp giấy lại thành các trang có khổ nhỏ hơn A4.

- Định lề trang giấy:

Top	: 3,5 cm	Bottom	: 3,0 cm
Left	: 3,5 cm	Right	: 2,0 cm
Header	: 0,0 cm	Footer	: 0,5 cm

- Font chữ: Times New Roman; Size: 13. Dẫn dòng (Line spacing): Multiple: 1,25 (trừ các bảng, hình có thể single và size chữ nhỏ hơn). Khoảng cách giữa các mục, tiểu mục và các đoạn: paragraph: Before: 12 pt; After: 0 pt.

- Các bảng biểu trình bày theo chiều ngang khổ giấy thì đầu bảng là lề trái của trang.

- Số thứ tự trang: đánh máy ở chính giữa và phía dưới mỗi trang.

Đánh số trang cho các phần lời cảm ơn, lời mở đầu, mục lục, danh mục bảng, danh mục hình, danh mục các chữ viết tắt (nếu có) sẽ đánh số thứ tự trang theo i, ii, ... (chữ la mã in thường).

Đánh số trang cho phần nội dung từ 1 bắt đầu từ trang tóm tắt (abstract) cho đến hết tài liệu tham khảo.

Số thứ tự trang ở phần phụ lục đánh theo chữ a, b, c (in thường), bắt đầu từ chữ a.

- Lưu ý không ghi chú thêm bất cứ nội dung gì ở đầu và cuối mỗi trang (không ghi gì ở phần footer/header).

- *Cách đánh chương mục*: Khóa luận bắt buộc dùng số Ả Rập như: 1, 2, 3, ... (không được dùng số la mã I, II, trừ số trang ở phần đầu như liệt kê ở trên). Dùng chế độ Heading tối đa 3 cấp, ví dụ như sau:

CHƯƠNG 1:..... (Heading 1 - SIZE 16, căn giữa, chữ chương 1 ở riêng 1 dòng trên)

1.1. Tiêu đề cấp 2 size 14, in đậm (Heading 2)

1.1.1 . Tiêu đề cấp 3 size 13 như văn bản nhưng in đậm (Heading 3)

- Các mục và tiểu mục được đánh số bằng các nhóm hai hoặc ba chữ số, cách nhau một dấu chấm: số thứ nhất chỉ số chương, số thứ hai chỉ số mục, số thứ ba chỉ số tiểu mục (không nên chia tiểu mục quá 3 chữ số). Dưới các tiểu mục 3 chữ số, trong trường hợp cần dùng “Bullet”, phải dùng dấu gạch ngang (-), dưới gạch ngang là các dấu cộng (+), không dùng các ký hiệu khác

6. Viết tắt

- Chỉ viết tắt những từ hoặc cụm từ là danh từ, không dài quá và được sử dụng ít nhất 05 lần trong khóa luận.

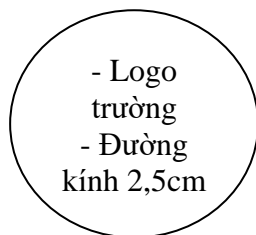
- Viết tắt các từ nước ngoài phải theo quy định quốc tế.
- Nếu dùng nhiều từ viết tắt, phải lập bảng các chữ viết tắt ở đầu khóa luận, xếp theo thứ tự ABC của chữ viết tắt.
- Nếu dùng ít từ viết tắt, có thể viết toàn bộ cụm từ xuất hiện lần đầu với chữ viết tắt trong ngoặc đơn mà không cần lập bảng các chữ viết tắt. Sau đó sử dụng chữ viết tắt này

7. Đánh số thứ tự bảng, hình

- Đánh theo số chương và thứ tự của bảng, hình trong chương (Ví dụ: Bảng 2.3 là bảng thứ 3 trong chương 2, công thức 3.2 là công thức thứ 2 trong chương 3).
- Sau số bảng là tên của bảng
- Chú ý ghi đầy đủ đơn vị tính (nếu có). Thứ nguyên (đơn vị đo lường) cần theo tiêu chuẩn Việt Nam.
- Phải ghi nguồn của thông tin trong bảng. Cách ghi giống như trích dẫn tài liệu tham khảo và ghi ở bên dưới bảng.
- Bảng danh mục bảng biểu, hình vẽ, đồ thị, công thức phải có số trang (giống như mục lục). Nếu Khóa luận có nhiều công thức thì không cần đưa các công thức này vào bảng danh mục.

PHỤ LỤC 2: MỘT SỐ MẪU ĐÍNH KÈM KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

TRƯỜNG ĐẠI HỌC TÀI CHÍNH - MARKETING
KHOA MARKETING



NGUYỄN VĂN A
Lớp:..... MSSV:.....

PHÁT TRIỂN KÊNH PHÂN PHỐI CHO
CÔNG TY ABC NĂM 2020

KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

NGÀNH:

CHUYÊN NGÀNH.....

Thành phố Hồ Chí Minh - Năm 2021

TRƯỜNG ĐẠI HỌC TÀI CHÍNH - MARKETING

KHOA MARKETING



NGUYỄN VĂN A
Lớp:..... MSSV:.....

**KẾ HOẠCH PHÁT TRIỂN KÊNH PHÂN PHỐI
CHO CÔNG TY ABC NĂM 2020**

KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

NGÀNH.....

Chuyên ngành.....

Lớp.....

GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN

.....

Thành phố Hồ Chí Minh - Năm 2021

CỘNG HOÀ XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM

Độc lập – Tự do – Hạnh phúc

----- oOo -----

NHẬN XÉT CỦA DOANH NGHIỆP THỰC TẬP

Doanh nghiệp:.....

Địa chỉ:

Số điện thoại: Số fax:

Trang web:

Nhận xét:

Anh (chị): Lớp:MSSV:.....

đã thực tập tại công ty trong khoảng thời gian từ..... đến.....

Đã thể hiện:

Việc chấp hành qui định tại doanh nghiệp:.....

.....

Thái độ:.....

.....

Năng lực chuyên môn:.....

.....

Năng lực mềm:.....

.....

Kiến thức:

.....

Ngàythángnăm

(Chữ ký của đại diện doanh nghiệp và đóng dấu)

CỘNG HOÀ XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập – Tự do – Hạnh phúc

----- o0o -----

NHẬN XÉT CỦA GIÁNG VIÊN HƯỚNG DẪN

(Phần này dành cho GV hướng dẫn trực tiếp ghi nhận xét về SV thực tập)

Ngàythángnăm
(Họ tên của giảng viên hướng dẫn)

KẾT QUẢ CHẤM KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

GV chấm KLTN 1	GV chấm KLTN 2
<i>(Điểm số và chữ ký)</i>	<i>(Điểm số và chữ ký)</i>

LỜI CẢM ƠN

(Bold, size16, in hoa)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

LỜI CAM ĐOAN

(Bold, size16, in hoa)

Tôi xin cam đoan Khóa luận tốt nghiệp này là do tự bản thân thực hiện có sự hỗ trợ từ giảng viên hướng dẫn và không sao chép các công trình nghiên cứu của người khác. Các dữ liệu thông tin thứ cấp sử dụng trong Khóa luận là có nguồn gốc và được trích dẫn rõ ràng.

Tôi xin chịu hoàn toàn trách nhiệm về lời cam đoan này!

Sinh viên

(Ký và ghi rõ họ và tên)

TÓM TẮT (ABSTRACT)

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

Từ khóa (key words):

Mã Jel:

MỤC LỤC

(Bold, size16, in hoa)

LỜI MỞ ĐẦU (Bold, size 14, in hoa)	Trang
CHƯƠNG 1. (Bold, size 14, in hoa)	...
1.1. (Bold, size 13)	...
1.1.1. (Bold, Italic, size 13)	...
1.1.2. (Bold, Italic, size 13)	...
1.2.(Bold, size 13)	...
1.2.1. (Bold, Italic, size 13)	...
1.2.2.(Bold, Italic, size 13)	...
CHƯƠNG 2. (Bold, size 14, in hoa)	...
v.v.....	

DANH MỤC VIẾT TẮT

(Bold, size14, in hoa)

Ký hiệu viết tắt (Bold, size size 13)	Tên đầy đủ (Bold, size size 13)
....

DANH MỤC CÁC BẢNG BIỂU, HÌNH VẼ, ĐỒ THỊ, CÔNG THỨC

(Bold, size 14, in hoa)

Bảng 1.1 (size 13).....	Trang
Bảng 1.2	
Hình 1.1	
...	

PHỤ LỤC 3:

HƯỚNG DẪN CHẤM ĐIỂM QUÁ TRÌNH CHO SINH VIÊN THỰC TẬP VÀ VIẾT KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

TRƯỜNG ĐẠI HỌC
TÀI CHÍNH - MARKETING
KHOA MARKETING

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập – Tự do – Hạnh phúc

TP. Hồ Chí Minh, ngày.....tháng..... Năm

HƯỚNG DẪN CHẤM ĐIỂM QUÁ TRÌNH CHO SINH VIÊN THỰC TẬP VÀ VIẾT KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

I. Thang điểm và tiêu chí đánh giá

1. Thái độ/năng lực tự chủ, tự chịu trách nhiệm của sinh viên (4,0 điểm)

- Thái độ chấp hành nội quy, qui định của trường và đơn vị thực tập.
- Thái độ tích cực của sinh viên trong quá trình thực tập, làm khóa luận tốt nghiệp
- Thái độ đối với giảng viên trong quá trình thực tập và làm khóa luận tốt nghiệp
- Sự tích cực học hỏi.
- Tinh thần đoàn kết, hỗ trợ lẫn nhau trong nhóm, trong lớp.
- Trách nhiệm xã hội, đạo đức nghề nghiệp.

2. Kỹ năng (2,0 điểm)

- Kỹ năng cứng (kỹ năng nghề nghiệp).
- Kỹ năng mềm.

3. Kiến thức (2,0 điểm)

- Kiến thức chuyên môn.
- Kiến thức thực tế.

4. Đánh giá sự tiến bộ của sinh viên trong thời gian thực tập (2,0 điểm)

- Sự tiến bộ của sinh viên về thái độ, kỹ năng và kiến thức của sinh viên trong quá trình thực tập.

5. Đánh giá của doanh nghiệp/cơ quan thực tập (nếu có)

- Đánh giá của doanh nghiệp (nếu có) là tiêu chí tham khảo để đánh giá vào các tiêu chí từ 1 đến 4 ở trên.

II. Hình thức đánh giá và chấm điểm:

- Giảng viên hướng dẫn căn cứ vào mức độ thực tế thực hiện của sinh viên, đưa ra những đánh giá, nhận xét về ưu, nhược điểm của sinh viên (theo mẫu 3).
- Chấm điểm quá trình theo thang điểm 10 và làm tròn đến 0,5 theo quy định hiện hành của Nhà trường.

III. Điểm quá trình: Điểm quá trình do giảng viên hướng dẫn chấm là *tổng điểm của các điểm thành phần và làm tròn đến 0,5 theo quy định hiện hành của Nhà trường.*

KHOA MARKETING

PHỤ LỤC 4:
PHIẾU ĐÁNH GIÁ QUÁ TRÌNH CHO SINH VIÊN
THỰC TẬP VÀ VIẾT KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

TRƯỜNG ĐẠI HỌC
TÀI CHÍNH - MARKETING
KHOA MARKETING

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập – Tự do – Hạnh phúc

PHIẾU ĐÁNH GIÁ BÀI VIẾT KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

I. Thông tin chung

- Họ và tên sinh viên:Lớp:

- Tên đề tài:

- Họ và tên giảng viên hướng dẫn:

II. Nhận xét về quá trình thực tập và viết khóa luận

Tiêu chí/Điểm tối đa	Nhận xét	Điểm
Thái độ <i>Tối đa (4,0 điểm)</i>		
Kỹ năng <i>Tối đa (2,0 điểm)</i>		
Kiến thức <i>Tối đa (2,0 điểm)</i>		
Sự tiến bộ <i>Tối đa (2,0 điểm)</i>		
Tổng điểm		
Điểm làm tròn:.....(Viết bằng chữ:.....)		

TP. Hồ Chí Minh, ngày tháng năm 2020

Giảng viên hướng dẫn

PHỤ LỤC 5:

HƯỚNG DẪN ĐÁNH GIÁ KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

TRƯỜNG ĐẠI HỌC
TÀI CHÍNH - MARKETING
KHOA MARKETING

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập – Tự do – Hạnh phúc

TP. Hồ Chí Minh, ngày tháng năm 2020

HƯỚNG DẪN ĐÁNH GIÁ KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

(Áp dụng cho dạng đề tài: Ứng dụng Marketing, chiến lược Marketing trong doanh nghiệp)

I. Thang điểm và tiêu chí đánh giá

1. Hình thức và kết cấu khóa luận (1,0 điểm)

- Tên đề tài rõ ràng, ngắn gọn, hợp lý.
- Trình bày rõ ràng, sạch, đẹp và đúng.
- Bảng, hình rõ đẹp, khoa học.
- Lỗi chính tả, lỗi đặt câu không đáng kể.
- Trình bày trích dẫn và liệt kê tài liệu tham khảo khoa học, đầy đủ và đúng.
- Bố cục chặt chẽ, mạch lạc.
- Kết cấu hợp lý, phù hợp với đề tài nghiên cứu.

2. Tổng quan về đề tài (0,5 điểm)

- Làm rõ tính cấp thiết của đề tài.
- Mục tiêu của đề tài được xác định rõ ràng, cụ thể.
- Đối tượng, phạm vi nghiên cứu, ý nghĩa của nghiên cứu trình bày rõ ràng, hợp lý.

3. Cơ sở lý thuyết (1,0 điểm)

- Cơ sở lý thuyết phù hợp, logic với các phần thực trạng và đề xuất của đề tài. Chỉ đưa những vấn đề lý thuyết mà các chương sau có sử dụng đến, không đưa thừa.
- Các cơ sở lý thuyết đáng tin cậy (chú ý tính cập nhật trong 5 năm gần nhất).

- Thể hiện được khung lý thuyết (framework) của vấn đề nghiên cứu (kế hoạch marketing/chiến lược marketing/thương hiệu...) logic với những yếu tố làm cơ sở đề xuất.

4. Phương pháp nghiên cứu (1 điểm)

- Phương pháp nghiên cứu phù hợp với mục tiêu đề ra.
- Đề tài có thực hiện khảo sát làm cơ sở đề xuất. Khảo sát hợp lý, kết quả làm cơ sở đề xuất.

5. Kết quả nghiên cứu (5,5 điểm)

- Có nghiên cứu, đánh giá các yếu tố môi trường, thị trường, triển vọng thị trường, có dự báo thị trường.
- Có đánh giá các đối thủ cạnh tranh, khách hàng, các bên liên quan làm cơ sở đề xuất.
- Có đánh giá thực trạng doanh nghiệp và hoạt động marketing của họ một cách đầy đủ, hợp lý làm cơ sở đề xuất.
- Đưa ra được mục tiêu một cách cụ thể, rõ ràng, đo lường được và khả thi.
- Đề xuất được chiến lược/kế hoạch hay chương trình hành động... phù hợp với tên đề tài và hợp lý với các phân tích, đánh giá các phần trên.
- Các đề xuất ở chương 3 phù hợp với cơ sở lý thuyết được trình bày ở chương 1 và cơ sở thực tiễn ở chương 2.

6. Kết luận (0,5 điểm)

- Kết luận ngắn gọn, súc tích, đáp ứng được mục tiêu đề ra, phù hợp với kết quả thu được.
- Đề nghị hợp lý.

7. Tính sáng tạo và triển vọng của đề tài (0,5 điểm)

- Đề tài có khả năng áp dụng, có tính khả thi.

II. Hình thức chấm và đánh giá:

- Giảng viên căn cứ vào mức độ hoàn thành của khóa luận, đưa ra những đánh giá,
- Chấm điểm bài viết khóa luận theo thang điểm 10 và làm tròn đến 0,5 theo quy định hiện hành của Nhà trường.

III. Điểm bài viết của khóa luận tốt nghiệp:

- Điểm bài viết khóa luận do từng giảng viên chấm là **tổng điểm của 7 điểm thành phần**.

- Điểm bài viết của khóa luận là **Trung bình cộng** của điểm do giảng viên hướng dẫn chấm và điểm do giảng viên phản biện chấm.
 - ✓ Trong trường hợp điểm của giảng viên hướng dẫn và điểm của giảng viên chấm phản biện chênh lệch nhau $> 1,0$ điểm thì hai giảng viên phải chấm đối thoại và thống nhất để lấy điểm cuối cùng.
 - ✓ Nếu giảng viên hướng dẫn và giảng viên chấm phản biện sau đối thoại và chấm lại mà điểm vẫn chênh lệch $> 1,0$ điểm thì khoa sẽ bố trí giảng viên độc lập chấm lại. Khi đó, điểm của bài viết khóa luận sẽ là điểm trung bình của 3 giảng viên chấm.

IV. Điểm khóa luận tốt nghiệp

- Điểm đánh giá khóa luận tốt nghiệp là điểm trung bình có trọng số của các điểm quá trình thực tập (40%) và điểm bài viết khóa luận tốt nghiệp (60%).
- Điểm đánh giá khóa luận theo thang điểm 10, làm tròn đến 0,5 theo quy định hiện hành của Nhà trường.

KHOA MARKETING

PHỤ LỤC 6:

PHIẾU ĐÁNH GIÁ BÀI VIẾT KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

TRƯỜNG ĐẠI HỌC
TÀI CHÍNH - MARKETING
KHOA MARKETING

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập – Tự do – Hạnh phúc

PHIẾU ĐÁNH GIÁ BÀI VIẾT KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

(Áp dụng cho dạng đề tài ứng dụng Marketing, chiến lược marketing trong doanh nghiệp)

I. Thông tin chung

- Họ và tên sinh viên: Lớp:
- Tên đề tài:
-
- Họ và tên: Là giảng viên: Hướng dẫn Phản biện

II. Nhận xét và đánh giá khóa luận

Tiêu chí/Điểm tối đa	Nhận xét	Điểm
Hình thức và kết cấu khóa luận <i>Tối đa (1,0 điểm)</i>		
Tổng quan về đề tài <i>Tối đa (0,5 điểm)</i>		
Cơ sở lý thuyết <i>Tối đa (1,0 điểm)</i>		
Phương pháp nghiên cứu <i>Tối đa (1,0 điểm)</i>		
Kết quả nghiên cứu <i>Tối đa (5,5 điểm)</i>		
Kết luận <i>Tối đa (0,5 điểm)</i>		
Tính sáng tạo, triển vọng ứng dụng <i>Tối đa (0,5 điểm)</i>		
Tổng điểm		
Điểm làm tròn:(Viết bằng chữ:.....)		

TP. Hồ Chí Minh, ngày tháng năm 20..

Giảng viên đánh giá