

ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN VÀ LỊCH TRÌNH GIẢNG DẠY

TRÌNH ĐỘ ĐÀO TẠO: ĐẠI HỌC LOẠI HÌNH ĐÀO TẠO: CHÍNH QUY

1. TÊN HỌC PHẦN: TIẾNG ANH NGÀNH MARKETING

Tiếng Việt: TIẾNG ANH NGÀNH MARKETING

Tiếng Anh: ENGLISH FOR MARKETING

Mã học phần: MKMA1112

Số tín chỉ: 3

2. BỘ MÔN PHỤ TRÁCH GIẢNG DẠY: MARKETING

3. ĐIỀU KIỆN HỌC TRƯỚC: MARKETING CĂN BẢN

4. MÔ TẢ HỌC PHẦN:

Học phần này được tiếp cận dưới góc độ sinh viên đã nắm vững kiến thức marketing căn bản. Thông qua các bài tập dưới nhiều hình thức khác nhau như các bài ngữ pháp (điền từ, phát triển từ, hoàn thành đoạn văn...), các bài đọc hiểu, học phần cung cấp những từ vựng, thuật ngữ, những cách diễn đạt và cấu trúc câu cơ bản trong lĩnh vực marketing bằng tiếng Anh. Theo đó, học phần này trang bị cho sinh viên vốn từ vựng, thuật ngữ và cấu trúc phổ biến phục vụ hoạt động học tập, nghiên cứu tài liệu, sách báo chuyên ngành về marketing bằng tiếng Anh.

5. MỤC TIÊU HỌC PHẦN:

- Củng cố những kiến thức cơ bản trong ngành marketing.
- Hiểu và có thể sử dụng các thuật ngữ, từ vựng thường dùng trong lĩnh vực marketing bằng tiếng Anh; có kỹ năng và ý thức sử dụng vốn từ vựng, các cấu trúc câu và cách diễn đạt bằng tiếng Anh về marketing vào việc đọc và biên dịch các tài liệu, bài báo khoa học bằng tiếng Anh liên quan đến marketing để phục vụ nghiên cứu chuyên môn.
- Giúp sinh viên rèn luyện kỹ năng đọc hiểu, khả năng làm việc độc lập và tinh thần làm việc theo nhóm.

6. NỘI DUNG HỌC PHẦN:

6.1. Phân bổ thời gian

Stt	Nội dung	Tổng số giờ	Trong đó		Ghi chú
			Lý thuyết	TL-KT	
1	Bài 1: Marketing Introduction	4	2	2	Cần phòng học được trang bị máy chiếu, loa đài đầy
2	Bài 2: Marketing	3	2	1	

Stt	Nội dung	Tổng số giờ	Trong đó		Ghi chú
			Lý thuyết	TL-KT	
	Environment				<i>đủ để thuận tiện cho việc triển khai bài tập tình huống và thảo luận nhóm.</i>
3	Bài 3: Marketing Information and Research	3	2	1	
4	Bài 4: Consumer Behaviour	4	2	2	
5	Bài 5: Segmentation, Targeting, Positioning	4	2	2	
6	Bài kiểm tra giữa kỳ	1	0	1	
7	Bài 6: Company and Marketing Strategy	2	1	1	
8	Bài 7: Product	4	2	2	
9	Bài 8: Price	3	2	1	
10	Bài 9: Place	4	2	2	
11	Bài 10: Promotion	4	2	2	
12	Trình bày bài tập nhóm	4		4	
	Cộng	40	19	21	

6.2. Nội dung chi tiết

BÀI 1: MARKETING INTRODUCTION

Bài 1 giúp người học nắm được các thuật ngữ, từ vựng, cấu trúc câu về những khái niệm cơ bản trong marketing, nắm được bức tranh tổng quan cho cả học phần theo quy trình thực hiện marketing.

1.1. What is marketing?

1.2. Market basic definitions

- 1.2.1. Needs, wants, demands
- 1.2.2. Cost, value, expectation
- 1.2.3. Market offering
- 1.2.4. The Marketing Process

1.3. Marketing strategy and the marketing plan

- 1.3.1. Marketing environment
- 1.3.2. STP and Marketing strategy
- 1.3.3. Developing marketing plan

1.4. The Marketing Mix 4Ps

Tài liệu tham khảo của bài:

- Phillip Kotler, Gary Amstrong “Principles of Marketing”, Pearson Education Limited, 2018, Chapter 1
- Sylee Gore, “English for Marketing and Advertising”, Oxford University Press, 2011
- Cate Farrall, Marianne Lindsley, “Professional English in Use – Marketing”, Cambridge Education, 2008.

BÀI 2: MARKETING ENVIRONMENT

Bài này giới thiệu các thuật ngữ và cấu trúc câu về các yếu tố môi trường ảnh hưởng đến doanh nghiệp: môi trường vi mô, môi trường vĩ mô và xu hướng phản ứng với các yếu tố đó của doanh nghiệp.

2.1. The Company's Microenvironment

- 2.1.1. Company
- 2.1.2. Competitors
- 2.1.3. Intermediaries
- 2.1.4. Publics
- 2.1.5. Suppliers
- 2.1.6. Customers

2.2. The Company's Macroenvironment

- 2.2.1. Demography
- 2.2.2. Technological
- 2.2.3. Political
- 2.2.4. Cultural
- 2.2.5. Natural
- 2.2.6. Economic

2.3. SWOT analysis

Tài liệu tham khảo của bài:

- Phillip Kotler, Gary Amstrong “Principles of Marketing”, Pearson Education Limited, 2018, Chapter 3
- Sylee Gore, “English for Marketing and Advertising”, Oxford University Press, 2011
- Cate Farrall, Marianne Lindsley, “Professional English in Use – Marketing”, Cambridge Education, 2008.

BÀI 3: MARKETING INFORMATION AND RESEARCH

Bài 3 tập hợp các thuật ngữ, từ vựng và cấu trúc sử dụng trong việc quản lý và sử dụng các thông tin marketing, nghiên cứu marketing, các loại nghiên cứu, phân tích các kết quả nghiên cứu phục vụ cho việc ra quyết định marketing.

3.1. Marketing Information & Customer Insights

- 3.1.1. Customer insights
- 3.1.2. Marketing Information System

3.2. Developing Marketing Information

- 3.2.1. Sources of information
- 3.2.2. Marketing Research
 - The process
 - Research approaches

Tài liệu tham khảo của bài:

- Phillip Kotler, Gary Amstrong “Principles of Marketing”, Pearson Education Limited, 2018, Chapter 3
- Sylee Gore, “English for Marketing and Advertising”, Oxford University Press, 2011
- Cate Farrall, Marianne Lindsley, “Professional English in Use – Marketing”, Cambridge Education, 2008

BÀI 4: CONSUMER BEHAVIOR

Bài 4 trang bị cho sinh viên từ vựng và cấu trúc câu liên quan đến hành vi của người tiêu dùng. Các mô hình, quy trình trong việc mua hàng, các yếu tố ảnh hưởng tới hành vi mua của người tiêu dùng.

4.1. Model of Consumer Behavior

4.2. Characteristics Affecting Consumer Behavior

- 4.2.1. Cultural factors
- 4.2.2. Social factors
- 4.2.3. Personal factors
- 4.2.4. Psychological factors

4.3. The Buyer Decision Process

- For products with high involvement purchase
- For new products

Tài liệu tham khảo của bài:

- Phillip Kotler, Gary Amstrong “Principles of Marketing”, Pearson Education Limited, 2018, Chapter 5
- Sylee Gore, “English for Marketing and Advertising”, Oxford University Press, 2011
- Cate Farrall, Marianne Lindsley, “Professional English in Use – Marketing”, Cambridge Education, 2008,

BÀI 5: SEGMENTATION – TARGETING – POSITIONING

Bài 5 trang bị cho sinh viên từ vựng và cấu trúc câu liên quan đến quá trình phân đoạn thị trường, lựa chọn thị trường mục tiêu và định vị doanh nghiệp/ sản phẩm

5.1. Market Segmentation

- 5.1.1. Market Segmentation Bases
- 5.1.2. Requirements for effective segmentation

5.2. Targeting

- 5.2.1. Evaluating Market Segments
- 5.2.2. Selecting Target Market Segments
- 5.2.3. Market Targeting

5.3. Differentiation and Positioning

Tài liệu tham khảo của bài:

- Phillip Kotler, Gary Amstrong “Principles of Marketing”, Pearson Education Limited, 2018, Chapter 7
- Sylee Gore, “English for Marketing and Advertising”, Oxford University Press, 2011
- Cate Farrall, Marianne Lindsley, “Professional English in Use – Marketing”, Cambridge Education, 2008.

BÀI 6: COMPANY AND MARKETING STRATEGIES

Bài này giới thiệu các từ vựng, thuật ngữ liên quan đến công tác phát triển kế hoạch chiến lược của công ty nói chung và marketing nói riêng.

6.1. Strategic Planning

6.2. Designing Business Portfolio

6.2.1. Analyzing the current business portfolio

6.2.2. Develop strategies for growth and downsizing

6.3. Planning Marketing

Tài liệu tham khảo của bài:

- Phillip Kotler, Gary Amstrong “Principles of Marketing”, Pearson Education Limited, 2018, Chapter 2
- Sylee Gore, “English for Marketing and Advertising”, Oxford University Press, 2011
- Cate Farrall, Marianne Lindsley, “Professional English in Use – Marketing”, Cambridge Education, 2008.

BÀI 7: PRODUCTS

Bài này tập trung giới thiệu từ vựng, thuật ngữ về sản phẩm và thương hiệu. Các vấn đề liên quan đến sản phẩm của một doanh nghiệp, quá trình phát triển thương hiệu, sản phẩm mới.

7.1. Products and Services, Market Offerings

7.1.1. Product, services and experiences

7.1.2. Levels of products and services

7.1.3. Product and Services Classifications

Consumer products

Industrial products

Organizations, Persons, Places and Ideas

7.1.4. Product and service decisions

7.1.5. Services Marketing

7.2. New – Product Development

7.2.1. New Product Development Process

7.2.2. Product Life – Cycle Strategies

Tài liệu tham khảo của bài:

- Phillip Kotler, Gary Amstrong “Principles of Marketing”, Pearson Education Limited, 2018, Chapter 8,9
- Sylee Gore, “English for Marketing and Advertising”, Oxford University Press, 2011
- Cate Farrall, Marianne Lindsley, “Professional English in Use – Marketing”, Cambridge Education, 2008.

BÀI 8: PRICE

Trong bài này, sinh viên sẽ tìm hiểu những thuật ngữ, cấu trúc và từ vựng về giá, các loại chi phí, các phương pháp định giá, các chiến lược giá: sản phẩm mới, danh mục sản phẩm, điều chỉnh giá và thay đổi giá.

8.1. Pricing Strategies

- 8.1.1. Customer value – based pricing
- 8.1.2. Cost – based pricing
- 8.1.3. Competition – based pricing

8.2. Pricing considerations

8.3. Pricing approaches

- 8.3.1. New – Product pricing
- 8.3.2. Product – Mix Pricing
- 8.3.3. Price Adjustment

Tài liệu tham khảo của bài:

- Phillip Kotler, Gary Amstrong “Principles of Marketing”, Pearson Education Limited, 2018, Chapter 10,11
- Sylee Gore, “English for Marketing and Advertising”, Oxford University Press, 2011
- Cate Farrall, Marianne Lindsley, “Professional English in Use – Marketing”, Cambridge Education, 2008.

BÀI 9: PLACE

Chương này giới thiệu các thuật ngữ, cấu trúc, từ vựng liên quan tới bản chất, các quyết định liên quan đến thiết kế và quản lý kênh phân phối, hậu cần và chuỗi cung ứng.

9.1. The nature and importance of marketing channel

9.2. Functions of marketing channel

9.3. Design a marketing channel

9.4. Channel behavior and Organization

9.5. Marketing system

9.6. Channel Design Decisions

Tài liệu tham khảo của bài:

- Phillip Kotler, Gary Amstrong “Principles of Marketing”, Pearson Education Limited, 2018, Chapter 12,13
- Sylee Gore, “English for Marketing and Advertising”, Oxford University Press, 2011
- Cate Farrall, Marianne Lindsley, “Professional English in Use – Marketing”, Cambridge Education, 2008.

BÀI 10: PROMOTIONS

Trong bài 8, sinh viên sẽ được tìm hiểu các thuật ngữ, từ vựng, cấu trúc tiếng Anh thông dụng liên quan đến hoạt động truyền thông nói chung, phương tiện truyền thông, mạng internet và marketing lan truyền.

10.1. Advertising

- 10.2.1. TV and radio
- 10.2.2. Outdoor advertising
- 10.2.3. The press
- 10.2.4. Internet advertising

10.2. Sales promotions and displays

- 10.3.1. Sales promotions
- 10.3.2. Point of purchase (POP) or point of sale (POS) display.

10.3. Direct mail and email

10.4. Corporate communications

- 10.6.1. The goal of corporate communications
- 10.6.2. Corporate values and identity
- 10.6.3. The tools of CC

10.5. Public relations

10.6. Events and sports sponsorship

Tài liệu tham khảo của bài:

- Phillip Kotler, Gary Amstrong “Principles of Marketing”, Pearson Education Limited, 2018, Chapter 15,16, 17
- Sylee Gore, “English for Marketing and Advertising”, Oxford University Press, 2011
- Cate Farrall, Marianne Lindsley, “Professional English in Use – Marketing”, Cambridge Education, 2008.

6. LỊCH TRÌNH GIẢNG DẠY

Tuần	Buổi (2 tiết/buổi)	Nội dung giảng dạy	Tài liệu sử dụng	Hoạt động học tập và giảng dạy	Yêu cầu đối với sinh viên
1	1	Bài 1: Marketing Introduction	Slide 1	<ul style="list-style-type: none"> - Giới thiệu về HP + thông báo lịch trình giảng dạy, học tập - Giảng chương 1 và cho SV làm bài tập luyện tập. - Chia lớp thành nhóm. 5-7 thành viên/nhóm. Thông báo bài tập thuyết trình cuối kỳ. - Nêu yêu cầu của bài tập nhóm: Thời gian nộp báo cáo, thời gian thuyết trình (cách thức chọn thứ tự thuyết trình – bốc thăm). Nguyên tắc thuyết trình, đặt câu hỏi, trả lời câu hỏi. Phương thức chấm điểm thuyết trình (cơ cấu điểm, yêu cầu, tiêu chí ...) 	<ul style="list-style-type: none"> - Đi học đúng giờ và tham gia thảo luận - Không gây ảnh hưởng tới người khác - Lấy danh sách sinh viên. Yêu cầu sinh viên tự chọn nhóm và đăng ký chủ đề. - Ôn tập lại các từ vựng, thuật ngữ, đã học và luyện tập ở bài 1.
	2		Bài tập 1		
2	3	Bài 2: Marketing Environment	Slide 2	<ul style="list-style-type: none"> - Kiểm tra ngắn phần kiến thức bài 1 đã học - Giảng lý thuyết bài 2 	<ul style="list-style-type: none"> - Đi học đúng giờ và tham gia phát biểu trên lớp
		Bài 2:	Bài tập	<ul style="list-style-type: none"> - SV làm bài tập 	<ul style="list-style-type: none"> - Tham gia thảo

Tuần	Buổi (2 tiết/buổi)	Nội dung giảng dạy	Tài liệu sử dụng	Hoạt động học tập và giảng dạy	Yêu cầu đối với sinh viên
	4	Marketing Environment	2	<ul style="list-style-type: none"> luyện tập - Cho sinh viên thực hành trên bài tập tình huống (bản đọc hoặc xem video) 	<ul style="list-style-type: none"> luận trong các bài tập trên lớp - Ôn tập lại các từ vựng, thuật ngữ, đã học và luyện tập ở bài 2.
		Bài 3: Marketing Information and Research	Slide 3	<ul style="list-style-type: none"> - Kiểm tra ngắn kiến thức đã học tại bài 2 - Giảng lý thuyết bài 3 	<ul style="list-style-type: none"> - Đi học đúng giờ và tham gia phát biểu trên lớp
3	5	Bài 3: Marketing Information and Research	Slide 3 + Bài tập 3	<ul style="list-style-type: none"> - SV làm bài tập luyện tập - Cho sinh viên thực hành trên bài tập tình huống (bản đọc hoặc xem video) 	<ul style="list-style-type: none"> - Tham gia thảo luận trong các bài tập trên lớp - Ôn tập lại các từ vựng, thuật ngữ, đã học và luyện tập ở bài 3
		Bài 4: Consumer Behavior	Slides 4	<ul style="list-style-type: none"> - Kiểm tra ngắn kiến thức đã học tại bài 3 - Giảng lý thuyết bài 4 	<ul style="list-style-type: none"> - Đi học đúng giờ và tham gia phát biểu trên lớp
4	7	Bài 4: Consumer Behavior	Bài tập 4	<ul style="list-style-type: none"> - SV làm bài tập luyện tập - Cho sinh viên thực hành trên bài tập tình huống (bản đọc hoặc xem video) 	<ul style="list-style-type: none"> - Tham gia thảo luận trong các bài tập trên lớp - Ôn tập lại các từ vựng, thuật ngữ, đã học và luyện tập ở bài 4
		Bài 5: Segmentation, Targeting, Positioning	Slide 5	<ul style="list-style-type: none"> - Kiểm tra ngắn kiến thức đã học tại bài 4 - Giảng lý thuyết 	<ul style="list-style-type: none"> - Đi học đúng giờ và tham gia phát biểu trên lớp

Tuần	Buổi (2 tiết/buổi)	Nội dung giảng dạy	Tài liệu sử dụng	Hoạt động học tập và giảng dạy	Yêu cầu đối với sinh viên
				bài 5	
5	9	Bài 5: Segmentation, Targeting, Positioning	Bài tập 5	<ul style="list-style-type: none"> - SV làm bài tập luyện tập - Cho sinh viên thực hành trên bài tập tình huống (bản đọc hoặc xem video) 	<ul style="list-style-type: none"> - Tham gia thảo luận trong các bài tập trên lớp - Ôn tập lại các từ vựng, thuật ngữ, đã học và luyện tập ở bài 5
	10	Bài kiểm tra giữa kỳ	Không	<ul style="list-style-type: none"> - SV làm bài kiểm tra trong thời gian 60 phút 	<ul style="list-style-type: none"> - SV làm bài kiểm tra cá nhân - Không sử dụng tài liệu, không trao đổi bài
		Bài 6: Company and Marketing Strategy	Slide 6	<ul style="list-style-type: none"> - Nhắc SV về thời hạn nộp và yêu cầu của bài tập thuyết trình nhóm - Giảng lý thuyết bài 6 	<ul style="list-style-type: none"> - Đi học đúng giờ và tham gia phát biểu trên lớp
6	11	Bài 6: Company and Marketing Strategy	Bài tập 6	<ul style="list-style-type: none"> - SV làm bài tập luyện tập - Cho sinh viên thực hành trên bài tập tình huống (bản đọc hoặc xem video) 	<ul style="list-style-type: none"> - Tham gia thảo luận trong các bài tập trên lớp - Ôn tập lại các từ vựng, thuật ngữ, đã học và luyện tập ở bài 6
		Bài 7: Product	Slides 7	<ul style="list-style-type: none"> - Kiểm tra ngắn kiến thức đã học tại bài 6 - Giảng lý thuyết bài 7 	<ul style="list-style-type: none"> - Đi học đúng giờ và tham gia phát biểu trên lớp
	12	Bài 7: Product	Slides 7	<ul style="list-style-type: none"> - Giảng lý thuyết bài 7 	<ul style="list-style-type: none"> - Đi học đúng giờ và tham

Tuần	Buổi (2 tiết/buổi)	Nội dung giảng dạy	Tài liệu sử dụng	Hoạt động học tập và giảng dạy	Yêu cầu đối với sinh viên
				<ul style="list-style-type: none"> - SV làm bài tập luyện tập - Cho sinh viên thực hành trên bài tập tình huống (bản đọc hoặc xem video) 	<ul style="list-style-type: none"> gia phát biểu trên lớp - Tham gia thảo luận trong các bài tập trên lớp
7	13	Bài 7: Product	Bài tập 7	<ul style="list-style-type: none"> - SV làm bài tập luyện tập - Cho sinh viên thực hành trên bài tập tình huống (bản đọc hoặc xem video) 	<ul style="list-style-type: none"> - Tham gia thảo luận trong các bài tập trên lớp - Ôn tập lại các từ vựng, thuật ngữ, đã học và luyện tập ở bài 7
		Bài 8: Price	Slide 8	<ul style="list-style-type: none"> - Kiểm tra ngắn kiến thức đã học tại bài 7 - Giảng lý thuyết bài 8 	<ul style="list-style-type: none"> - Đi học đúng giờ và tham gia phát biểu trên lớp
	14	Bài 8: Price	Bài tập 8	<ul style="list-style-type: none"> - SV làm bài tập luyện tập - Cho sinh viên thực hành trên bài tập tình huống (bản đọc hoặc xem video) 	<ul style="list-style-type: none"> - Tham gia thảo luận trong các bài tập trên lớp - Ôn tập lại các từ vựng, thuật ngữ, đã học và luyện tập ở bài 8
8	15	Bài 9: Place	Slide 9	<ul style="list-style-type: none"> - Kiểm tra ngắn kiến thức đã học tại bài 8 - Giảng lý thuyết bài 9 	<ul style="list-style-type: none"> - Đi học đúng giờ và tham gia phát biểu trên lớp
	16	Bài 9: Place	Bài tập 9	<ul style="list-style-type: none"> - SV làm bài tập luyện tập - Cho sinh viên thực hành trên 	<ul style="list-style-type: none"> - Tham gia thảo luận trong các bài tập trên lớp

Tuần	Buổi (2 tiết/buổi)	Nội dung giảng dạy	Tài liệu sử dụng	Hoạt động học tập và giảng dạy	Yêu cầu đối với sinh viên
				bài tập tình huống (bản đọc hoặc xem video)	- Ôn tập lại các từ vựng, thuật ngữ, đã học và luyện tập ở bài 9
9	17	Bài 10: Promotion	Slide 10	<ul style="list-style-type: none"> - Kiểm tra ngắn kiến thức đã học tại bài 9 - Giảng lý thuyết bài 10 	- Đi học đúng giờ và tham gia phát biểu trên lớp
	18	Bài 10: Promotion	Bài tập 10	<ul style="list-style-type: none"> - SV làm bài tập luyện tập - Cho sinh viên thực hành trên bài tập tình huống (bản đọc hoặc xem video) - Nhắc lại các yêu cầu của bài tập nhóm đã phổ biến từ đầu. - Giải đáp các thắc mắc nếu có của SV cho bài tập thuyết trình nhóm. 	<ul style="list-style-type: none"> - Tham gia thảo luận trong các bài tập trên lớp - Ôn tập lại các từ vựng, thuật ngữ, đã học và luyện tập ở bài 9 - Hoàn thiện bài tập nhóm và nộp đúng hạn - Chuẩn bị cho buổi thuyết trình
10	19	Thực hành, thảo luận	Không	<ul style="list-style-type: none"> - SV thuyết trình bài tập nhóm - Mỗi nhóm thuyết trình tối đa trong 15 phút. - Thời gian hỏi đáp cho các nhóm tối đa 10 phút <i>(thời lượng quy định có thể thay đổi linh hoạt)</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Đến sớm, chuẩn bị các thiết bị phục vụ thuyết trình trước giờ vào lớp - Sắp xếp sẵn slides của các nhóm thuyết trình trong buổi học, tránh tình trạng phải chờ

Tuần	Buổi (2 tiết/buổi)	Nội dung giảng dạy	Tài liệu sử dụng	Hoạt động học tập và giảng dạy	Yêu cầu đối với sinh viên
				<i>tùy vào số lượng nhóm và số thành viên trong mỗi nhóm)</i>	đợi quá lâu khi các nhóm sau lên thuyết trình. - Nghiêm túc trình bày, giữ trật tự trong khi các nhóm khác thuyết trình - Chú ý theo dõi và đặt ra các câu hỏi cho nhóm thuyết trình

7. GIÁO TRÌNH:

Chưa có, sử dụng bài giảng của giảng viên

8. TÀI LIỆU THAM KHẢO:

- Phillip Kotler, Gary Amstrong, “*Principles of Marketing*”, Pearson Education Limited, 2018
- Sylee Gore, “*English for Marketing and Advertising*”, Oxford University Press, 2011
- Cate Farrall, Marianne Lindsley, “*Professional English in Use – Marketing*”, Cambridge Education, 2008.

9. PHƯƠNG PHÁP ĐÁNH GIÁ HỌC PHẦN:

- Dự lớp, thảo luận trên lớp: 10% - Đánh giá dựa trên mức độ chuyên cần và nhiệt tình của sinh viên trong lớp học tại các buổi học trên lớp. Điểm chuyên cần nếu vượt điểm tối đa có thể quy đổi theo tỷ lệ để cộng vào điểm bài kiểm tra giữa kỳ hoặc điểm cá nhân trong bài thuyết trình nhóm.
- Bài tập kiểm tra: 20% - Đánh giá dựa trên kết quả bài kiểm tra giữa kỳ.
- Bài tập nhóm: 20% - Đánh giá dựa trên thái độ làm việc nhóm, kết quả hoàn thành công việc được giao và các đóng góp cá nhân trong quá trình học tập và thảo luận
- Thi cuối kỳ: 50% - Đánh giá trên cơ sở bài thi cuối kỳ.
 - o Điều kiện được dự thi cuối kỳ: sinh viên phải tham dự tối thiểu 70% số tiết của học phần;

- Hình thức thi: Bài thi viết trong thời gian dự kiến là 90 phút. Kiểu đề thi có thể thay đổi theo quy định của nhà trường nhưng sẽ được thông báo sớm trong quá trình học và không muộn hơn 3 tuần trước khi thi cuối kỳ.
- Lưu ý: Sinh viên không được sử dụng tài liệu khi làm bài.

10. GIẢNG VIÊN

- Giảng viên phụ trách môn học: ThS. Trần Thị Việt Hà
- Giảng viên tham gia giảng dạy: ThS. Hoàng Đức, ThS. Đinh Vân Oanh, Ths. Phạm Kim Thanh, Ths. Trần Hồng Nhung, Ths. Hoàng Ngọc Vinh Hạnh.

Hà Nội, ngày tháng năm 2019

TRƯỞNG BỘ MÔN

HIỆU TRƯỞNG

PGS.TS PHẠM THỊ HUYỀN

PGS.TS PHẠM HỒNG CHƯƠNG