

Hà Nội, ngày 10 tháng 8 năm 2022

## **KẾ HOẠCH VIẾT ĐỀ ÁN NGÀNH**

*Dành cho sinh viên ngành Marketing Khóa 62*

### **1. Mô tả học phần, mục đích, yêu cầu**

#### **1.1. Mô tả học phần**

Đề án ngành Marketing là học phần tập trung vào việc nâng cao khả năng ứng dụng kiến thức chuyên ngành cơ bản mà sinh viên đã tích lũy được. Dưới sự hướng dẫn của giảng viên, sinh viên phải chọn một vấn đề thuộc lĩnh vực marketing (ưu tiên những vấn đề thực tiễn) và tìm cách giải quyết vấn đề đó một cách khoa học dựa trên những kiến thức chuyên ngành đã được học theo hai hướng: ứng dụng thực tiễn và nghiên cứu một vấn đề. Với hướng thực tiễn, sinh viên chọn một vấn đề thực tiễn và giải quyết vấn đề đó dựa trên những kiến thức chuyên ngành đã được học. Với hướng nghiên cứu, sinh viên lựa chọn một vấn đề nghiên cứu, thiết kế và thực hiện cuộc nghiên cứu marketing. Giảng viên có trách nhiệm hỗ trợ về mặt chuyên môn và giám sát quá trình nghiên cứu và viết Đề án ngành Marketing.

#### **1.2. Mục đích**

Thực hiện Chương trình đào tạo ngành Marketing theo học chế tín chỉ, Khoa Marketing tổ chức cho sinh viên K62 thực hiện viết Đề án ngành Marketing, nhằm các mục đích sau đây:

- Hệ thống hóa và ứng dụng lý thuyết các học phần chuyên ngành đã học vào thực tiễn
- Bước đầu rèn luyện khả năng tìm hiểu, phát hiện và giải quyết một vấn đề thực tiễn marketing dựa trên những lý thuyết của các môn học chuyên ngành
- Áp dụng tư duy phản biện (phân tích, so sánh, suy luận và diễn giải, đánh giá) ở mức độ đơn giản cho vấn đề thực tế.
- Rèn luyện để sinh viên có kỹ năng giao tiếp, trình bày bằng văn bản một báo cáo khoa học ngành Marketing.
- Bước đầu thực hành nghiên cứu marketing và ứng dụng lý thuyết nghiên cứu marketing trong việc thực hiện một dự án nghiên cứu cụ thể.

#### **1.3. Yêu cầu**

Trong thời gian viết đề án môn học, sinh viên phải tuân thủ các yêu cầu chủ yếu sau đây:

- Chấp hành nghiêm chỉnh quy chế của trường và kế hoạch của khoa về việc viết đề án môn học.
- Sinh viên/học viên có trách nhiệm tham dự đầy đủ các buổi gặp gỡ với giảng viên hướng dẫn và có trách nhiệm thực hiện đầy đủ các yêu cầu của giảng viên hướng dẫn đúng thời hạn. Trong trường hợp nghỉ học do lý do bất khả kháng thì phải có giấy tờ chứng minh đầy đủ và hợp lý.

- Sinh viên không nộp các sản phẩm (đề cương sơ bộ, đề cương chi tiết ...) sau 3 ngày theo đúng thời hạn, được coi như không nộp bài. Sinh viên nộp muộn: mỗi ngày nộp muộn bị trừ 1 điểm.
- Sinh viên không được thông qua đề cương sơ bộ, đề cương chi tiết không được quyền nộp báo cáo cuối cùng.
- Nêu cao tinh thần tích cực suy nghĩ, chịu khó tìm tòi, học hỏi, chủ động sáng tạo trong quá trình viết đề án; đảm bảo nộp đề án đúng thời gian quy định.

## **2. Quy định về đề tài**

### **2.1. Yêu cầu về nội dung**

- Đề tài phải thuộc phạm vi kiến thức các môn học chuyên ngành marketing mà sinh viên đã và đang được giới thiệu.
- Đề tài phải có mục tiêu nghiên cứu rõ ràng, phù hợp với tầm mức của đề án chuyên ngành, không quá rộng hoặc quá hẹp.
- Đề tài phải tổng kết được cơ sở lý thuyết về một chủ đề thuộc về marketing. Nội dung này là bắt buộc ở Báo cáo Đề án chuyên ngành.
- Đề tài được chọn cần gắn với điều kiện ứng dụng của Việt Nam, đi sâu vào một khía cạnh lý thuyết được ứng dụng trong thực tế nhằm giúp sinh viên giải quyết bản chất vấn đề sinh viên đã lựa chọn. Nội dung cần mang tính thời sự, cập nhật các vấn đề lý thuyết mới và/hoặc gắn với tình hình thực tiễn hiện tại của các doanh nghiệp Việt Nam về vấn đề nghiên cứu.
- Nội dung trong báo cáo không được trùng lặp với các công trình nghiên cứu đã được nghiên cứu và công bố trước đây (thông qua kết quả check turnitin dưới 25%).
- Nội dung đảm bảo tính khoa học và thực tiễn:
  - Tìm hiểu thực tế vận dụng marketing ở một doanh nghiệp hoạt động tại thị trường Việt Nam.
  - Vấn đề nghiên cứu là một vấn đề marketing cụ thể (đã được giới thiệu trong chương trình học): phân tích bối cảnh/môi trường marketing để tìm ra cơ hội kinh doanh; phân tích xu hướng và quy luật vận hành của thị trường để tìm ra cách thức mà doanh nghiệp cần thích ứng trong các hoạt động marketing của mình; nghiên cứu nhu cầu, mong muốn hay hành vi mua của khách hàng mục tiêu; chiến lược định vị và khác biệt hoá; chiến lược thương hiệu; quy trình thiết kế và marketing sản phẩm mới; chính sách bao gói, dịch vụ bổ sung cho sản phẩm; chính sách định giá; chính sách dùng giá để đối phó với cạnh tranh; thiết kế và quản trị kênh phân phối; chính sách dành cho thành viên kênh; quản lý đội ngũ bán hàng; đào tạo kỹ năng bán hàng; chính sách truyền thông; các hoạt động quảng cáo; chiến dịch viral marketing; các hoạt động marketing online; chiến lược nội dung và sự hiện diện điện tử của doanh nghiệp...
  - Từ các phân tích cần thiết, tác giả sẽ rút ra các bài học kinh nghiệm và/hoặc đề xuất giải pháp giúp doanh nghiệp có hoạt động marketing tốt hơn (về khía cạnh đã nghiên cứu).

## 2.2. Phương thức lựa chọn đăng ký và giao nhận đề tài

Sinh viên có thể lựa chọn một trong hai phương thức sau:

- Phương thức thứ nhất: Sinh viên chọn một sản phẩm/thương hiệu/doanh nghiệp để tìm hiểu họ đã và đang ứng dụng marketing như thế nào. Sinh viên được đăng ký nghiên cứu chủ đề dưới sự hướng dẫn của giảng viên đã được phân công.
- Phương thức thứ hai: Sinh viên chọn doanh nghiệp/thương hiệu hoặc vấn đề về marketing quan tâm nghiên cứu, giảng viên hướng dẫn sẽ giao đề tài phù hợp với điều kiện và sở trường của sinh viên.

Trong đó khuyến khích sinh viên thực hiện theo phương thức thứ nhất.

## 3. Yêu cầu về hình thức

- Đề án chuyên ngành phải được trình bày theo đúng quy định chung của trường và khoa, số lượng trang tối thiểu 25 trang tiêu chuẩn chưa kể phần phụ lục; phông chữ Times New Roman, cỡ chữ 13, cách dòng 1,3; kiểu gõ Unicode, cách lề trên/dưới/phải 2cm, lề trái 3,5cm; số trang đánh ở giữa, trên đầu trang.
- Kết cấu của Báo cáo Đề án chuyên ngành nên được chia thành các Chương và được chia tách thành các trang riêng biệt.
- Nên sơ đồ hóa, vẽ biểu đồ hoặc hình để minh họa. Tiêu đề của các bảng, biểu, sơ đồ, hình minh họa đặt trước nội dung, chữ in đậm, căn chính giữa. Nguồn gốc số liệu, bảng, biểu, sơ đồ được đặt dưới nội dung, dùng chữ in nghiêng, căn phải.

## 4. Lộ trình thực hiện

Tổng quỹ thời gian theo quy định là 02 tuần chuẩn bị và 10 tuần làm việc chính thức từ 22/08/2022 đến 30/10/2022, được phân bổ cụ thể như sau:

Tuần	Thời gian	Công việc
<b>CB</b>	08/08 đến 21/08	Khoa tiến hành phân công, công bố nhóm sinh viên và GVHD SV hình thành ý tưởng về đề tài đề án chuyên ngành.
<b>1</b>	22/08-28/08	SV chủ động liên lạc để được gặp GVHD trình bày ý tưởng đề tài, nghe hướng dẫn chọn đề tài, thống nhất lịch làm việc, đăng ký tên đề tài. Sinh viên viết đề cương sơ bộ, bao gồm các nội dung: Tên đề tài và vấn đề nghiên cứu của đề tài; Lý do lựa chọn và mục đích nghiên cứu; Đối tượng nghiên cứu, Mục tiêu nghiên cứu; Phương pháp nghiên cứu; Kết cấu dự kiến của đề tài: Cấu trúc các phần/chương và mục lớn, mục nhỏ và ý chính của mỗi mục của đề án.
<b>2-3</b>	29/08-11/09	GV chỉnh sửa đề cương sơ bộ, gửi lại để SV viết đề cương chi tiết theo yêu cầu của GVHD; GVHD chỉnh sửa đề cương chi tiết và gửi lại SV.
<b>4-9</b>	12/09-23/10	Sinh viên viết bản thảo. GVHD chỉnh sửa và trả bản thảo.
<b>10</b>	24/10-30/10	Sinh viên hoàn thiện bản sạch, nộp bản sạch để GVHD chấm

	<b>04/11</b>	GVHD nộp kết quả phiếu chấm và Bảng điểm nhóm về cho Bộ môn.
--	--------------	--

*\*Ghi chú: lịch làm việc cụ thể có thể sẽ có những điều chỉnh nhất định so với lịch chung và sẽ được GVHD trao đổi với riêng từng nhóm, đảm bảo lịch nộp kết quả đúng thời hạn.*

Đề nghị: - Sinh viên thực hiện nghiêm chỉnh bản kế hoạch này

-Giảng viên hướng dẫn dựa vào kế hoạch chung để triển khai lịch trình thực hiện các công việc cụ thể cho sinh viên thuộc nhóm mình phụ trách và nộp kết quả chấm kèm đề án của sinh viên đúng thời hạn.

**TRƯỜNG KHOA**

**PGS.TS. Vũ Huy Thông**