

TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN LANG
ĐƠN VỊ: KHOA THƯƠNG MẠI

ĐỀ THI/ĐỀ BÀI, RUBRIC VÀ THANG ĐIỂM
THI KẾT THÚC HỌC PHẦN
Học kỳ 1, năm học 2023-2024

I. Thông tin chung

Tên học phần:	Phân tích khách hàng		
Mã học phần:	71BUSI40243	Số tin chỉ:	3
Mã nhóm lớp học phần:	231_71BUSI40243_01		
Hình thức thi: Báo cáo (có thuyết trình)	Thời gian làm bài:	14	ngày
<input type="checkbox"/> Cá nhân	<input checked="" type="checkbox"/> Nhóm		
<i>Quy cách đặt tên file</i>	<i>Mã học phần_Tên học phần_Mã nhóm học phần_Tên nhóm</i>		

II. Các yêu cầu của đề thi nhằm đáp ứng CLO

Ký hiệu CLO	Nội dung CLO	Hình thức đánh giá	Trọng số CLO trong thành phần đánh giá (%)	Câu hỏi thi số	Điểm số tối đa	Lấy dữ liệu đo lường mức đạt PLO/PI
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
CELO1	Giải thích được các kiến thức liên quan đến Khái niệm phân tích khách hàng, hành vi khách hàng, xác định nhu cầu của khách hàng, đo lường sự hài lòng của khách hàng	Báo cáo (có thuyết trình)	20%	Câu 2	2/10	ELO3 (S)
CELO2	Vận dụng các kiến thức đã học để xây dựng quy trình mua hàng, xác định điểm chạm để gia tăng khả năng mua hàng của khách hàng và duy trì lòng trung thành của khách hàng	Báo cáo (có thuyết trình)	30%	Câu 2	3/10	ELO4 (H)
CELO3	Vận dụng kiến thức đã học và có thể áp dụng thực tiễn trong công việc bán lẻ	Báo cáo (có thuyết trình)	10%	Câu 3	1/10	ELO4 (H)
CELO4	Vận dụng kỹ năng xử lý dữ liệu và phân tích dữ liệu nhằm phân tích các	Báo cáo (có thuyết trình)	10%	Câu 1	1/10	ELO 5,6 (S)

Ký hiệu CLO	Nội dung CLO	Hình thức đánh giá	Trọng số CLO trong thành phần đánh giá (%)	Câu hỏi thi số	Điểm số tối đa	Lấy dữ liệu đo lường mức đạt PLO/PI
	đặc điểm trong hành vi mua của khách hàng					
CELO5	Làm việc độc lập và làm việc nhóm hiệu quả; tổ chức công việc tốt; giao tiếp với người khác một cách hiệu quả (bằng ngôn ngữ, cử chỉ, điện thoại, văn bản,...); thuyết trình và nói trước đám đông một cách tự tin; vận dụng tốt khả năng tư duy phản biện và nhận xét	Báo cáo (có thuyết trình)	10%	Câu 1,2,3	1/10	ELO 5,6 (S)
CELO6	Trung thực, kiên trì, trách nhiệm trong học tập, công việc. Và khả năng học tập suốt đời	Báo cáo (có thuyết trình)	10%	Câu 1,2,3	1/10	ELO 9,10 (S)
CELO7	Tuân thủ quy định của pháp luật, của doanh nghiệp, tổ chức. Và tinh thần hợp tác	Báo cáo (có thuyết trình)	10%	Câu 1,2,3	1/10	ELO 9,10 (S)

III. Nội dung đề bài

1. Đề bài

Gian lận là hành vi không trung thực, sao chép sử dụng bài làm của người khác dưới mọi hình thức. Sinh viên vi phạm quy định về gian lận sẽ bị xử lý theo quy trình điều tra.

Các hành vi gian lận bao gồm sao chép thông tin từ nguồn khác mà không trích dẫn nguồn gốc, nộp bài làm chung như thành quả cá nhân, sao chép bài làm của các sinh viên khác hoặc mua bài làm của người khác để tự cho là mình đã hoàn thành công việc. Hình phạt sẽ được áp dụng đối với những sinh viên bị phát hiện gian lận theo quy định của Trường Đại học Văn Lang.

Tất cả các tài liệu sao chép hoặc trích dẫn từ bất kỳ nguồn nào, chẳng hạn như Internet hay sách, phải được trích dẫn và kèm theo thông tin đầy đủ về nguồn tài liệu tham khảo theo chuẩn APA.

Bài làm sẽ được kiểm tra bằng phần mềm phát hiện gian lận. Bất kỳ hành động gian lận dưới mọi hình thức đều sẽ bị xem là vi phạm quy định thi cử.

Đặt vấn đề:

Sản phẩm thân thiện với môi trường đang trở thành một trong những mặt hàng được ưa chuộng trên toàn cầu (Baue và Dunstan, 2001). Tại Việt Nam, ngày càng nhiều người tiêu dùng ưu tiên sử dụng "sản phẩm thân thiện với môi trường," với mong muốn bảo vệ sức khỏe cho bản thân và gia đình, đồng thời đóng góp vào việc duy trì các nguồn tài nguyên và bảo vệ môi trường cho thế hệ sau. Sản phẩm thân thiện với môi trường định nghĩa là những sản phẩm được thiết kế, sản xuất với mục tiêu giảm thiểu tác động tiêu cực đến môi trường (Hockerts, 2015; Charter và Tischner, 2001). Ví dụ như: ống hút cỏ bàng, ống hút tinh bột, túi giấy...

Hãy tưởng tượng bạn là một nhà phân tích chiến lược kinh doanh cho một công ty đang bán sản phẩm thân thiện với môi trường. Hãy phân tích khách hàng và cải thiện chiến lược kinh doanh bán hàng cho sản phẩm mà nhóm chọn.

Câu hỏi: Sử dụng phương pháp nghiên cứu phù hợp (khảo sát; hoặc phỏng vấn...) để phân tích khách hàng của sản phẩm nhóm chọn và trả lời các câu hỏi sau:

Câu 1 (2 điểm): Phân tích chân dung khách hàng hiện tại là ai? (Xem thêm Slide bài giảng Chương 4)

- Nêu rõ lĩnh vực và sản phẩm kinh doanh nhóm chọn;
- Xác định chân dung khách hàng hiện tại (nhân khẩu học, địa lý, hành vi, tâm lý học).

Câu 2 (6 điểm): Dựa trên số liệu đã thu thập xây dựng lộ trình khách hàng (Xem thêm Slide bài giảng Chương 6):

- Các giai đoạn và bước mua hàng của khách hàng;
- Xác định các điểm chạm theo từng giai đoạn;
- Xác định các thách thức của khách hàng ở từng giai đoạn;
- Tìm kiếm những nỗi đau của khách hàng;
- Xác định và phân tích thông số đo lường (độ hài lòng, thái độ của khách hàng....) cho từng giai đoạn.

Câu 3 (2 điểm): Từ các phân tích trên, đề xuất cải thiện kinh doanh bán hàng mà nhóm đã chọn.

Tài liệu tham khảo

Charter, M., và Tischner, U. (2001). Sustainable solutions by product life-cycle management. International Journal of Sustainable Development & World Ecology, 8(3), 215-225.

Hockerts, K. (2015). Eco-Labels and Eco-Logos: The Global Market for Environmentally Friendly Products. Greenleaf Publishing.

Baue, W., & Dunstan, J. (2001). Green consumerism. Polity.

2. Hướng dẫn thể thức trình bày đề bài

- Đây là bài báo cáo nhóm.
- Định dạng: PDF;
- Font chữ: Times New Roman; Size: 13;
- Khoảng cách dòng: 1.0 (Single); Cân bằng 2 lề (Justify);
- Hình thức nộp: Tất cả thành viên nhóm Nộp bản mềm (soft copy) Bài Báo Cáo trên CTE của VLU;

- Cấu trúc bài báo cáo cần bao gồm các nội dung:

Tiêu đề	Nội dung yêu cầu
Bìa (có Logo Văn Lang)	Logo, tên trường, tên đề tài, tên nhóm, tên lớp học, tên giảng viên hướng dẫn.
Thông tin nhóm	Tên thành viên, Mã số sinh viên, Điểm đóng góp – Tự đánh giá
Tóm tắt	
Mục lục	
Chương 1. Tổng quan về doanh nghiệp	1.1 Lĩnh vực hoạt động 1.2 Sản phẩm kinh doanh
Chương 2. Phương pháp nghiên cứu	Tóm tắt mục tiêu và phương pháp nghiên cứu nhóm chọn (Định lượng hay Định tính; Khảo sát hay Phỏng vấn...)
Chương 3. Phân tích chân dung khách hàng	Dựa trên số liệu nhóm thu thập được, vẽ chân dung khách hàng hiện tại của doanh nghiệp
Chương 4. Xây dựng hành trình khách hàng	Dựa trên số liệu đã thu thập xây dựng lộ trình khách hàng và xác định: <ul style="list-style-type: none"> - Các giai đoạn và bước mua hàng của khách hàng; - Xác định các điểm chạm theo từng giai đoạn; - Xác định các thắc mắc của khách hàng ở từng giai đoạn; - Tìm kiếm những nỗi đau của khách hàng; - Xác định và phân tích thông số đo lường cho từng giai đoạn.
Chương 5. Đề xuất cải thiện	Từ chân dung và hành trình khách hàng, đề xuất cải thiện cho việc kinh doanh
Chương 6. Kết luận	
Tài liệu tham khảo	Danh mục tài liệu tham khảo theo chuẩn trích dẫn APA
Phụ lục	

3. Rubric và thang điểm

Rubric Báo cáo

Tiêu chí	Trọng số (%)	Tốt Từ 8 - 10 điểm	Khá Từ 6 – dưới 8 điểm	Trung bình Từ 4 – dưới 6 điểm	Yếu Dưới 4 điểm
Nội dung	20%	Phong phú hơn yêu cầu	Đầy đủ theo yêu cầu	Khá đầy đủ, còn thiếu một số nội dung quan trọng	Thiếu nhiều nội dung quan trọng

Tiêu chí	Trọng số (%)	Tốt Từ 8 - 10 điểm	Khá Từ 6 – dưới 8 điểm	Trung bình Từ 4 – dưới 6 điểm	Yếu Dưới 4 điểm
	30%	Chính xác và các nội dung yêu cầu đều thể hiện tính liên kết chặt chẽ về mặt nội dung	Khá chính xác, các nội dung yêu cầu khá liên kết chặt chẽ về mặt nội dung, còn vài sai sót nhỏ	Tương đối chính xác, các nội dung yêu cầu tương đối liên kết về mặt nội dung, còn một số sai sót	Thiếu chính xác, thiếu liên kết về mặt nội dung, nhiều sai sót quan trọng
Cấu trúc bài	10%	Báo cáo được xây dựng theo hình thức báo cáo assignment tiêu chuẩn (ví dụ: tóm tắt, phần tổng quan giới thiệu, các phương pháp tiến hành, kết quả, phân tích và kết luận). Phần tóm tắt được trình bày đầu tiên làm cho người đọc dễ dàng theo dõi phần còn lại của báo cáo.	Các yếu tố quan trọng của một báo cáo tiêu chuẩn đều hiện diện, tuy nhiên còn vài chỗ phi tiêu chuẩn. Trình tự các ý tưởng được trình bày đôi chỗ sai sót nhưng nhìn chung không gây khó hiểu cho người đọc.	Các yếu tố quan trọng của một báo cáo tiêu chuẩn đều hiện diện, tuy nhiên chúng vẫn còn được xây dựng dưới dạng hình thức phi tiêu chuẩn. Ngoài ra, trình tự các ý tưởng được trình bày đôi chỗ còn gây khó hiểu cho người đọc.	Các yếu tố quan trọng của một báo cáo tiêu chuẩn không được trình bày hoặc trình bày không đạt yêu cầu (về hình thức và trình tự).
Năng lực phân tích	20%	Các kết quả được phân tích một cách cẩn thận, khoa học và khách quan. Các phần giải thích được tạo ra thông qua việc sử dụng các công thức, mô hình hay các lý thuyết phù hợp	Phân tích chi tiết đủ để hỗ trợ người học hiểu có sử dụng các công thức, mô hình hay các lý thuyết, nhưng còn vài chỗ chưa phù hợp.	Phân tích chi tiết đủ để hỗ trợ người học hiểu nhưng chúng không được làm nổi bật thông qua việc sử dụng các công thức, mô hình hay các lý thuyết phù hợp	Phân tích quá sơ sài và không đầy đủ dẫn đến người đọc không thể đánh giá được giá trị của các phần giải thích các kết quả.
Sử dụng ngôn ngữ: cách dùng từ và cấu trúc câu	10%	Sử dụng ngôn ngữ chính xác, dễ hiểu	Sử dụng ngôn ngữ chính xác, dễ hiểu, có lỗi chính tả, lỗi đặt câu	Sử dụng ngôn ngữ dễ hiểu nhưng còn lỗi chính tả, lỗi đặt câu	Sử dụng ngôn ngữ chưa chính xác, khó hiểu

Tiêu chí	Trọng số (%)	Tốt Từ 8 - 10 điểm	Khá Từ 6 – dưới 8 điểm	Trung bình Từ 4 – dưới 6 điểm	Yếu Dưới 4 điểm
			không đáng kê		
Tính trực quan	10%	Trình bày rõ ràng, sạch đẹp	Trình bày khá rõ ràng, sạch đẹp	Trình bày tương đối rõ ràng, sạch đẹp	Trình bày không rõ ràng, sạch đẹp

Rubric Thuyết trình

Tiêu chí	Trọng số (%)	Tốt Từ 8 - 10 điểm	Khá Từ 6 – dưới 8 điểm	Trung bình Từ 4 – dưới 6 điểm	Yếu Dưới 4 điểm
Nội dung	10%	Phong phú hơn yêu cầu	Đầy đủ theo yêu cầu	Khá đầy đủ, còn thiếu một số nội dung quan trọng	Thiếu nhiều nội dung quan trọng
	20%	Chính xác, và khoa học, các nội dung yêu cầu đều thể hiện tính liên kết chặt chẽ về mặt nội dung	Khá chính xác, khoa học, các nội dung yêu cầu khá liên kết chặt chẽ về mặt nội dung, còn vài sai sót nhỏ	Tương đối chính xác, và khoa học, các nội dung yêu cầu tương đối liên kết về mặt nội dung, còn một số sai sót	Thiếu chính xác, khoa học, thiếu liên kết về mặt nội dung, nhiều sai sót quan trọng
Cấu trúc bài	10%	Cấu trúc bài và slide rất hợp lý	Cấu trúc bài và slide khá hợp lý	Cấu trúc bài và slide tương đối hợp lý	Cấu trúc bài và slide chưa hợp lý
Tính trực quan	10%	Rất trực quan và thẩm mỹ	Khá trực quan và thẩm mỹ	Tương đối trực quan và thẩm mỹ	Ít/Không trực quan và thẩm mỹ
Kỹ năng trình bày	20%	Dẫn dắt vấn đề và lập luận lô cuốn, thuyết phục. Tương tác tốt với người nghe	Trình bày rõ ràng nhưng chưa lô cuốn, lập luận khá thuyết phục. Tương tác với người nghe khá tốt	Khó theo dõi nhưng vẫn có thể hiểu được các nội dung quan trọng. Có tương tác với người nghe nhưng chưa tốt	Trình bày không rõ ràng, người nghe không thể hiểu được các nội dung quan trọng. Không tương tác với người nghe.
Quản lý thời gian	10%	Làm chủ thời gian và hoàn toàn linh hoạt điều chỉnh theo tình huống	Hoàn thành đúng thời gian, thỉnh thoảng có linh hoạt điều chỉnh theo tình huống	Quá giờ, thỉnh thoảng có điều chỉnh theo tình huống nhưng không linh hoạt	Quá giờ, không điều chỉnh theo tình huống
Trả lời câu hỏi	10%	Các câu hỏi đều được trả lời đầy đủ, rõ ràng và thỏa đáng	Trả lời đúng đa số câu hỏi, nêu được định hướng phù hợp với những câu chưa trả lời được	Trả lời đúng một số câu hỏi, chưa nêu được định hướng phù hợp với những câu chưa trả lời được	Không trả lời được đa số câu hỏi

Tiêu chí	Trọng số (%)	Tốt Từ 8 - 10 điểm	Khá Từ 6 – dưới 8 điểm	Trung bình Từ 4 – dưới 6 điểm	Yếu Dưới 4 điểm
Sự phối hợp trong nhóm	10%	Nhóm phối hợp tốt, thực sự chia sẻ và hỗ trợ nhau trong khi thuyết trình và trả lời	Nhóm có phối hợp khi thuyết trình và trả lời nhưng chưa đồng bộ	Nhóm ít phối hợp khi thuyết trình và trả lời câu hỏi	Không thể hiện sự kết nối trong nhóm

TP. Hồ Chí Minh, ngày 1 tháng 12 năm 2023

NGƯỜI DUYỆT ĐỀ

GIẢNG VIÊN RA ĐỀ




TS. Hoàng Chí Cương

ThS. Nguyễn Vũ Phương Thủy