

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:	Tâm lý học trong kinh doanh		
Mã học phần:	71BUSI40273	Số tin chỉ:	3
Mã nhóm lớp học phần:	71BUSI40273_01, 02		
Hình thức thi: <b>Tiểu luận</b>	Thời gian làm bài:	<b>14</b>	ngày
<input type="checkbox"/> Cá nhân	<input checked="" type="checkbox"/> Nhóm		
<b>Quy cách đặt tên file</b>	Mã học phần_Tên học phần_Mã nhóm học phần_Tên nhóm		

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

(Phần này phải phối hợp với thông tin từ đề cương chi tiết của học phần)

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)
<b>CLO 1</b>	Nắm vững một cách có hệ thống kiến thức cập nhật về ứng dụng tâm lý trong kinh doanh	Tiểu luận	30%	1, 2	3/10	ELO 3.1 (S) ELO 4.1 (H)
<b>CLO 2</b>	Ứng dụng lý thuyết về nội dung và kỹ năng tâm lý trong các hành vi thương mại.	Tiểu luận	30%	1, 2	3/10	ELO 3.1 (S) ELO 4.1 (H)
<b>CLO 3</b>	Tìm kiếm thu thập, xử lý và phân tích thông tin, dữ liệu cần thiết phục vụ cho việc phân tích	Tiểu luận	20%	2	2/10	ELO 3.1 (S) ELO 4.1 (H)

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
	các hành vi thương mại với nhiều nhóm đối tượng mục tiêu.					
<b>CLO 4</b>	Phát triển kỹ năng cộng tác, làm việc nhóm, kỹ năng giao tiếp, thuyết trình.	Tiểu luận	5%	1, 2	0.5/10	ELO 5.3 (S) ELO 6 (S)
<b>CLO 5</b>	Phát triển kỹ năng chủ động, phân tích và giải quyết các vấn đề trong hoạt động kinh doanh.	Tiểu luận	5%	1, 2	0.5/10	ELO 5.3 (S) ELO 6 (S)
<b>CLO 6</b>	Rèn luyện kỹ năng ra quyết định.	Tiểu luận	5%	1, 2	0.5/10	ELO 5.3 (S)
<b>CLO 7</b>	Rèn luyện cho sinh viên hình thành được tinh thần trách nhiệm, sự kiên trì, sáng kiến và động lực thông qua việc thực hiện nghiêm túc các yêu cầu của môn học.	Tiểu luận	5%	1, 2	0.5/10	ELO 9.2 (S) ELO 10.1 (S)

### III. Nội dung đề bài

#### 1. Đề bài

**Câu 1 (5 điểm):**

#### **CHUYỂN ĐỔI VĂN HÓA Ở MICROSOFT DƯỚI THỜI SATYA NADELLA**

**Bối cảnh:**

Năm 2014, Satya Nadella đảm nhận vị trí Giám đốc điều hành của Microsoft lúc công ty đang phải đối mặt với những thách thức liên quan đến đổi mới, sự gắn kết của nhân viên và văn hóa phân cấp quyền lực mà một số người cho là ngọt ngào, gây khó khăn cho công việc của họ.

### ***Các vấn đề chính của Microsoft khi đó:***

- **Sự trì trệ trong đổi mới:** Microsoft được biết đến với các sản phẩm truyền thống của họ như Windows, Microsoft Office, vv... nhưng lại bị tụt hậu so với tốc độ đổi mới nhanh chóng của ngành công nghệ.
- **Sự thiếu gắn kết của nhân viên:** Cơ cấu phân cấp dẫn đến sự tách biệt trong nội bộ công ty và nhân viên cảm thấy chưa được trao quyền và không có sự gắn kết giữa các thành viên trong công ty.
- **Cần có sự thay đổi văn hóa:** Văn hóa doanh nghiệp cần thay đổi để thúc đẩy sự đổi mới, hợp tác và linh hoạt.

### ***Chiến lược theo phong cách lãnh đạo chuyển đổi của Satya Nadella:***

- **Lãnh đạo có tầm nhìn xa:** Nadella đưa ra tầm nhìn về "Mobile-First, Cloud-First", nhấn mạnh sự thay đổi hướng tới một công ty linh hoạt và sáng tạo hơn.
- **Trao quyền cho nhân viên:** Một sự thay đổi trong văn hóa doanh nghiệp đã được bắt đầu để trao quyền cho nhân viên. Nadella khuyến khích nhân viên phát triển tư duy của họ, trong đó việc học tập và đổi mới được đánh giá cao hơn tư duy cố định cũ kỹ.
- **Các sáng kiến thay đổi văn hóa doanh nghiệp:** Các chương trình như "One Microsoft" được giới thiệu nhằm phá bỏ rào cản, khuyến khích cộng tác và tạo ra một nền văn hóa hòa nhập hơn.
- **Lãnh đạo toàn diện:** Nadella nhấn mạnh khả năng lãnh đạo toàn diện, công nhận và đánh giá cao sự đa dạng. Ông ủng hộ sự đa dạng và hòa nhập và coi đó là điều cần thiết cho sự đổi mới.
- **Phát triển nhân viên:** Các chương trình như "Microsoft Learn" được giới thiệu nhằm thúc đẩy quá trình học tập và phát triển liên tục, phù hợp với lý thuyết về quyền tự quyết và thúc đẩy nhân viên chịu trách nhiệm về sự phát triển của họ.

### ***Kết quả:***

**Hồi sinh việc đổi mới sáng tạo:** Microsoft trở nên linh hoạt và sáng tạo hơn. Các sáng kiến như Azure và Microsoft 365 đã trở thành những ý tưởng dẫn đầu trong thị trường riêng của chúng.

**Sự tham gia của nhân viên được cải thiện:** Điểm số gắn kết của nhân viên được cải thiện đáng kể. Xếp hạng Glassdoor của công ty đã tăng lên, cho thấy mức độ hài lòng trong công việc tăng lên.

**Chuyển đổi văn hóa doanh nghiệp:** Văn hóa doanh nghiệp tại Microsoft trở nên hợp tác và hòa nhập hơn, tập trung vào việc học hỏi liên tục và khả năng thích ứng.

**Hoạt động tài chính:** Hiệu quả tài chính của Microsoft trở nên tích cực hơn dưới sự lãnh đạo của Nadella, cho thấy tác động của việc chuyển đổi văn hóa doanh nghiệp tới hiệu quả kinh doanh.

### **Câu hỏi a (3 điểm)**

Đánh giá phong cách lãnh đạo của Satya Nadella tại Microsoft. Cách tiếp cận của ông phù hợp với các nguyên tắc của phong cách lãnh đạo chuyển đổi (transformational leadership) như thế nào?

**Câu hỏi b (2 điểm)**

Xem xét mối liên hệ giữa sự chuyển đổi văn hóa tại Microsoft và tình hình tài chính cũng như hoạt động trên thị trường của công ty. Cho biết các khía cạnh tâm lý tại nơi làm việc góp phần cải thiện kết quả kinh doanh như thế nào?

**Câu 2 (5 điểm)**

Tết Nguyên Đán 2024 đang đến gần, hãy chọn, phân tích và tạo một chiến dịch kinh doanh sử dụng mô hình 4P cho một sản phẩm bất kỳ phù hợp cho ngày Tết. Lưu ý cần sử dụng các yếu tố sau để lý giải cho quyết định kinh doanh của nhóm:

1. Áp dụng các lý thuyết tâm lý như thuyết nhu cầu của Maslow hoặc quy trình ra quyết định để hiểu cách người tiêu dùng có thể cảm nhận và đánh giá sản phẩm này
2. Áp dụng các lý thuyết động lực (vd: Lý thuyết hai yếu tố của Herzberg, thuyết công bằng của Adams) để xem xét cách sản phẩm phù hợp với động cơ và nhu cầu của người tiêu dùng trong dịp Tết.
3. Sử dụng các lý thuyết có liên quan khác như Emotional Marketing, các chiến thuật tâm lý trong hành vi tiêu dùng đã học để có thể thuyết phục mua sản phẩm.

**2. Hướng dẫn thể thức trình bày đề bài**

Yêu cầu format bài tiểu luận:

- Font chữ: Arial hoặc Times New Roman
- Size: 13
- Canh lề: Canh đều
- Spacing: 1.15 lines

Yêu cầu số lượng trang tối thiểu:

- Phần A, câu a: 2 trang
- Phần A, câu b: 1.5 trang
- Phần B: 5 trang

**3. Rubric và thang điểm**

<b>Tiêu chí</b>	<b>Không đạt</b>	<b>Trung bình</b>	<b>Khá</b>	<b>Tốt</b>
Nội dung	Nội dung sơ sài, chỉ mang tính chất liệt kê. (2)	Nội dung tương đối đầy đủ, có lập luận và phân tích (4)	Nội dung đầy đủ, có lập luận và phân tích. (6)	Nội dung đầy đủ, phong phú, được phân tích kỹ càng với các lập luận chặt chẽ và có bằng chứng

<b>Tiêu chí</b>	<b>Không đạt</b>	<b>Trung bình</b>	<b>Khá</b>	<b>Tốt</b>
				vững vàng hỗ trợ. (8)
Hình thức	Sai rất nhiều lỗi chính tả và đánh máy (0.25)	Sai khá nhiều lỗi chính tả và đánh máy (0.5)	Sai một vài lỗi chính tả và đánh máy (0.75)	Không có lỗi chính tả và lỗi hình thức đánh máy. (1)
Văn phong	Chỉ dùng các cấu trúc câu đơn giản, vốn từ ít, văn phong chưa rõ ràng, thiếu tính logic. (0.25)	Sử dụng cấu trúc câu, vốn từ, văn phong viết tiểu luận ở mức trung bình, chưa đủ mạch lạc. (0.5)	Sử dụng cấu trúc câu, vốn từ, văn phong viết tiểu luận ở mức khá, vẫn còn lỗi logic ở vài chỗ. (0.75)	Thể hiện văn phong xuất sắc và giọng văn trong bài ấn tượng; hành văn rõ ràng, mạch lạc (1)

TP. Hồ Chí Minh, ngày 30 tháng 11 năm 2023

Người duyệt đề

Giảng viên ra đề




**TS. Hoàng Chí Cương**

**Nguyễn Ngọc Như Quỳnh**