

**Mẫu đề thi đáp ứng chuẩn đầu ra học phần (CLO) và phục vụ đo lường đánh giá mức đạt PLO/PI***(Phần dành cho giảng viên khi thiết kế đề thi và các cán bộ quản lý đào tạo)***TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN LANG  
KHOA THƯƠNG MẠI****ĐỀ THI CUỐI KỲ HỌC PHẦN  
Học kỳ 1, Năm học 2023-2024****I. Thông tin chung**

Học phần: Hành vi người tiêu dùng trực tuyến Số tín chỉ: 3  
Mã học phần: 71MRKT40423 Mã nhóm lớp học phần: 231\_71MRKT40423\_01  
Thời gian làm bài: 5 tuần kể từ ngày kết thúc học phần Hình thức thi: Báo cáo nhóm (Có thuyết trình)  
SV được tham khảo tài liệu: Có  Không   
Giảng viên nộp đề thi, đáp án: Lần 1  Lần 2

**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)
<b>CELO1</b>	Giải thích các khái niệm và điều khoản của Hành vi người tiêu dùng; phân tích các yếu tố chính ảnh hưởng đến hành vi của khách hàng, bao gồm văn hóa, xã hội, tâm lý và cá nhân	Báo cáo nhóm (Có thuyết trình)	50%	1	10	S
<b>CELO2</b>	Có kỹ năng phân tích quá trình đưa ra quyết định mua hàng của khách hàng		20%	1	10	S
<b>CELO3</b>	Có kỹ năng phân tích, thiết kế, xây dựng, triển khai, và quản trị các hệ thống thông tin ứng dụng trong thương mại điện tử		20%	1	10	S
<b>CELO4</b>	Có phẩm chất đạo đức nghề nghiệp, có trách nhiệm với bản thân và xã hội, kỷ luật, hợp tác, sáng tạo, và chuyên nghiệp trong công việc		10%	1	10	S
			<b>100%</b>		<b>10</b>	

(Phần công bố cho sinh viên)

### I. Thông tin chung

Học phần: Hành vi người tiêu dùng trực tuyến	Số tín chỉ: 3	
Mã học phần: 71MRKT40423	Mã nhóm lớp học phần: 231_71MRKT40423_01	
Thời gian làm bài: 5 tuần kể từ ngày kết thúc học phần	Hình thức thi: Báo cáo nhóm (Có thuyết trình)	
SV được tham khảo tài liệu:	Có <input checked="" type="checkbox"/>	Không <input type="checkbox"/>
Giảng viên nộp đề thi, đáp án	Lần 1 <input checked="" type="checkbox"/>	Lần 2 <input type="checkbox"/>

### II. Nội dung câu hỏi thi

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:**

Hãy tưởng tượng bạn là một nhà phân tích chiến lược kinh doanh cho một công ty đang bán sản phẩm trên môi trường trực tuyến. Hãy phân tích hành vi khách hàng của công ty và đề xuất chiến lược cải thiện kinh doanh trực tuyến cho sản phẩm mà nhóm chọn.

#### **Nội dung Câu hỏi 1:**

- Chọn 1 công ty/doanh nghiệp đang kinh doanh trực tuyến;
- Phân tích phân khúc/chân dung khách hàng hiện tại;
- Dùng phương pháp thu thập dữ liệu (phỏng vấn; khảo sát...) và phân tích các yếu tố bên trong và bên ngoài ảnh hưởng các bước trong quá trình mua hàng trực tuyến của khách

- hàng;
- Từ đó, đề xuất cải thiện kinh doanh bán hàng trực tuyến.

Các nội dung yêu cầu trong bản Báo Cáo:


<b>Tiêu đề</b>	<b>Nội dung yêu cầu</b>
Bìa (có Logo Văn Lang)	Tên và mã học phần; Tiêu đề bài báo cáo; Tên nhóm
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; giá trị sản phẩm mang lại.
Chương 2. Phân khúc khách hàng/chân dung khách hàng mục tiêu	Phân khúc/ Chân dung khách hàng trực tuyến của doanh nghiệp là ai?
Chương 3. 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 4. Phân tích quá trình ra quyết định mua hàng của khách hàng	Dựa trên số liệu đã thu thập từ phương pháp nghiên cứu nhóm chọn, xây dựng quá trình ra quyết định mua hàng trực tuyến của khách hàng và xác định: + 3 yếu tố bên trong (nhận thức, học hỏi, động cơ, tính cách, phong cách sống, niềm tin, hoặc thái độ...) ảnh hưởng đến quá trình; + 2 yếu tố bên ngoài (văn hóa, di động, mạng xã hội, hoặc nhóm tham khảo...) ảnh hưởng đến quá trình. Lưu ý: Cần nêu rõ các yếu tố sẽ ảnh hưởng đến từng bước trong quá trình ra quyết định mua hàng như thế nào.
Chương 5. Đề xuất cải thiện	Từ chân dung và quá trình ra quyết định của khách hàng đã phân tích chương 3 và 4, đề xuất cải thiện cho việc kinh doanh trực tuyến
Chương 6. Kết luận	
Tài liệu tham khảo	Theo chuẩn trích dẫn APA
Phụ lục	Bảng câu hỏi, kết quả nghiên cứu.....

**Quy định chung:**

- 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;
- Đây là bài tập nhóm.

*TP. Hồ Chí Minh, ngày 16 tháng 11 năm 2023*

**NGƯỜI DUYỆT ĐỀ**

---

**ThS. Nguyễn Hoàng Hải**

**GIẢNG VIÊN RA ĐỀ**

---

**ThS. Nguyễn Vũ Phương Thủy**