

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 2, năm học 2023-2024**

**I. Thông tin chung**

Tên học phần:	<b>Phương Pháp Nghiên Cứu</b>		
Mã học phần:	72MRKT20413	Số tín chỉ:	3
Mã nhóm lớp học phần:	232_72MRKT20413_01		
Hình thức thi: <b>Dự án</b>	Thời gian làm bài:	<b>30</b>	Phút/ ngày
<input checked="" type="checkbox"/> Cá nhân		<input type="checkbox"/> Nhóm	
<b>Quy cách đặt tên file</b>	<i>Student ID_Student  Name_232_772MRKT20413_01_Group  Name_Final</i>		

Giảng viên nộp đề thi, đáp án bao gồm cả **Lần 1 và Lần 2 trước ngày 15/03/2024.**

**1. Format đề thi**

- Font: Times New Roman
- Size: 13
- Quy ước đặt tên file đề thi/đề bài:
- + Student ID\_Student Name\_232\_772MRKT20413\_01\_Group Name\_Final

**2. Giao nhận đề thi**

Sau khi kiểm duyệt đề thi, đáp án/rubric. **Trưởng Khoa/Bộ môn** gửi đề thi, đáp án/rubric về Trung tâm Khảo thí qua email: [khaothivanlang@gmail.com](mailto:khaothivanlang@gmail.com) bao gồm file word và file pdf (**nén lại và đặt mật khẩu file nén**) và nhắn tin + họ tên người gửi qua số điện thoại **0918.01.03.09** (Phan Nhất Linh).

## 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>CLO2</b>	Viết đề xuất nghiên cứu thị trường, bao gồm các phần sau: giới thiệu, phạm vi công việc, phương pháp, kế hoạch phân tích dữ liệu, tiến độ dự án và đồng thời gian	Viết dự án	50/50	Cho 4 nội dung: 1. Tóm tắt 2. Mục tiêu nghiên cứu và câu hỏi nghiên cứu 3. Giới thiệu (công ty, ngành sách nói, thị trường sách nói) 4. Cơ sở lý thuyết	4	PI3.1
<b>CLO3</b>	Mô tả và biết khi nào nên sử dụng các kỹ thuật nghiên cứu thị trường định lượng chính: lựa chọn đối tượng nghiên cứu, thiết kế bảng câu hỏi	Viết dự án	50/50	Cho 4 nội dung: 1. Phương pháp nghiên cứu, 2. Kết luận, 3. Chi phí nghiên cứu 4. Thời gian 5. Trích dẫn)	6	PI 4.1

### Chú thích các cột:

(1) Chỉ liệt kê các CLO được đánh giá bởi đề thi kết thúc học phần (tương ứng như đã mô tả trong đề cương chi tiết học phần). Lưu ý không đưa vào bảng này các CLO không dùng bài thi kết thúc học phần để đánh giá (có một số CLO được bố trí đánh giá bằng bài kiểm tra giữa kỳ, đánh giá qua dự án, đồ án trong quá trình học hay các hình thức đánh giá quá trình khác chứ không bố trí đánh giá bằng bài thi kết thúc học phần). Trường hợp một số CLO vừa được bố trí đánh giá quá trình hay giữa kỳ vừa được bố trí đánh giá kết thúc học phần thì vẫn đưa vào cột (1)

(2) Nêu nội dung của CLO tương ứng.

(3) Hình thức kiểm tra đánh giá có thể là: trắc nghiệm, tự luận, dự án, đồ án, vấn đáp, thực hành trên máy tính, thực hành phòng thí nghiệm, báo cáo, thuyết trình, ..., phù hợp với nội dung của CLO và mô tả trong đề cương chi tiết học phần.

(4) Trọng số mức độ quan trọng của từng CLO trong đề thi kết thúc học phần do giảng viên ra đề thi quy định (mang tính tương đối) trên cơ sở mức độ quan trọng của từng CLO. Đây là cơ sở để phân phối tỷ lệ % số điểm tối đa cho các câu hỏi thi dùng để đánh giá các CLO tương ứng, bảo đảm CLO quan trọng hơn thì được đánh giá với điểm số tối đa lớn hơn. Cột (4) dùng để hỗ trợ cho cột (6).

(5) Liệt kê các câu hỏi thi số (câu hỏi số ... hoặc từ câu hỏi số... đến câu hỏi số...) dùng để kiểm tra người học đạt các CLO tương ứng.

(6) Ghi điểm số tối đa cho mỗi câu hỏi hoặc phần thi.

(7) Trong trường hợp đây là học phần cốt lõi - sử dụng kết quả đánh giá CLO của hàng tương ứng trong bảng để đo lường đánh giá mức độ người học đạt được PLO/PI - cần liệt kê ký hiệu PLO/PI có liên quan vào hàng tương ứng. Trong đề cương chi tiết học phần cũng cần mô tả rõ CLO tương ứng của học phần này sẽ được sử dụng làm dữ liệu để đo lường đánh giá các PLO/PI. Trường hợp học phần không có CLO nào phục vụ việc đo lường đánh giá mức độ đạt PLO/PI thì để trống cột này.

### III. Nội dung đề bài

#### 1. Đề bài

Giả sử bạn đang công ty Fonos đề xuất xây dựng một kế hoạch nghiên cứu định lượng để tìm hiểu nhận thức và thái độ của sinh viên trường ĐH Văn Lang sử dụng ứng dụng sách nghe Fonos.

#### Thông tin công ty Fonos

Được thành lập vào năm 2020 bởi Oscar Jesionek và Xuan Nguyen, Fonos nhanh chóng trở thành công ty dẫn đầu trong lĩnh vực sách nói tại Việt Nam nhờ âm thanh chất lượng cao, được diễn đọc bởi các giọng đọc chuyên nghiệp cũng như mối quan hệ đối tác chiến lược với nhiều nhà xuất bản lớn trong nước như NXB Trẻ, Thái Hà Books, Alphabooks, Nhã Nam,... Thư viện sách nói của Fonos hiện đang phục vụ thính giả với hàng trăm đầu sách bán chạy nhất từ các tác giả trong nước và quốc tế. Đặc biệt, tất cả tác phẩm sách đều sở hữu bản quyền. Thư viện nội dung phong phú là thế mạnh và nền tảng vững chắc giúp Fonos có sự bứt phá mạnh về doanh thu.

Năm 2021, công ty ghi nhận doanh thu gấp 7 lần và đà tăng trưởng này tiếp tục được duy trì trong năm nay. Fonos đang nhận được sự ủng hộ mạnh mẽ từ người dùng, với hơn 130.000 tài khoản sử dụng trong tháng 10/2022.

Fonos cũng là ứng dụng có doanh thu top đầu Việt Nam ở mảng sách, trên cả hai kho ứng dụng Apple và Google trong nhiều tháng. Theo các nghiên cứu gần đây, doanh thu của Fonos chiếm phần lớn thị phần trong doanh số bán sách nói tại Việt Nam.

Bên cạnh đó, gần đây Fonos vừa huy động thành công 1,8 triệu USD trong vòng gọi vốn Pre-Series A từ North Base Media, cùng các nhà đầu tư như: AngelCentral, Vietcetera Innovators Fund, và Orvel Ventures.

Với khoản vốn vừa nhận được, phía Fonos cho biết sẽ tiếp tục mở rộng sang mảng Podcast trong năm 2023 và phát triển thêm thư viện nội dung.

Thị trường nội dung âm thanh ở Đông Nam Á đã trở nên hấp dẫn hơn. Không chỉ những tên tuổi lớn như: Spotify và Apple Podcasts, mà ngay cả những startup như Clubhouse, cũng đang giúp các doanh nghiệp địa phương kiếm tiền.

Với dân số hơn 90 triệu người, cùng với tỷ lệ sử dụng điện thoại thông minh nằm trong top 10 toàn cầu, Việt Nam là một trong những thị trường phát triển nhanh nhất cho nội dung số trên thiết bị di động.

Dữ liệu eMarketer 2019 cho thấy, số lượng người nghe âm thanh kỹ thuật số vượt hơn 300 triệu người ở khắp các quốc gia, bao gồm Indonesia, Malaysia, Philippines, Singapore, Thái Lan và Việt Nam.

Nội dung bài nghiên cứu Marketing chi tiết như sau:

1. Tóm tắt – 0.5 điểm
2. Mục tiêu nghiên cứu và câu hỏi nghiên cứu – 1 điểm
3. Giới thiệu (công ty, ngành sách nói, thị trường sách nói) – 1 điểm
4. Cơ sở lý thuyết – 1.5 điểm
  - 3.1 Lý thuyết về thái độ, hành vi
  - 3.2 Khung nghiên cứu
5. Phương pháp nghiên cứu – 2 điểm
  - 4.1. Phương pháp nghiên cứu
  - 4.2 Mẫu và cách lấy mẫu
  - 4.3 Bảng câu hỏi khảo sát
  - 4.4 Phương pháp phân tích
6. Kết luận – 1 điểm
7. Chi phí nghiên cứu – 1 điểm
8. Thời gian – 1 điểm
9. Trích dẫn – 1 điểm

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

### **Bài làm**

sinh viên trình bày bài làm của mình, sử dụng

- font Times New Romans,
- size 12,
- cách dòng 1.15,
- cách đoạn 6pt và
- canh đều 2 biên (tổ hợp phím Ctrl+J)
- trích nguồn theo kiểu Harvard/APA reference (tác giả, năm) khi sử dụng các nguồn thông tin từ sách, báo, internet,...

Vui lòng xóa nội dung này trong bài làm).

### **Reference List/ Mục lục tham khảo**

(sinh viên lập Reference list cho các nguồn thông tin đã trích dẫn (tác giả, năm) trong bài. Việc sử dụng nhiều nguồn thông tin tham khảo và trích dẫn đúng giúp bài làm có giá trị

hơn, thể hiện kỹ năng nghiên cứu và lựa chọn thông tin. Sử dụng trang web [www.citethisforme.com](http://www.citethisforme.com) để tạo trang mục lục đúng chuẩn Harvard. (John Cousins, Kevin O’Gorman, Marc Stierand, 2010)  
Vui lòng xóa thông tin này trong bài làm.

### 3. Rubric và thang điểm

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
	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	Phân tích chi tiết đủ để hỗ trợ người học hiểu có sử dụng các công thức, mô hình	Phân tích chi tiết đủ để hỗ trợ người học hiểu nhưng chúng không được làm nổi bật thông	Phân tích quá sơ sài và không đầy đủ dẫn đến người đọc không thể đánh giá được giá trị

		thích được tạo ra thông qua việc sử dụng các công thức, mô hình hay các lý thuyết phù hợp	hay các lý thuyết, nhưng còn vài chỗ chưa phù hợp.	qua việc sử dụng các công thức, mô hình hay các lý thuyết phù hợp	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 không đáng kể	Sử dụng ngôn ngữ dễ hiểu nhưng còn lỗi chính tả, lỗi đặt câu	Sử dụng ngôn ngữ chưa chính xác, khó hiểu
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

**Người duyệt đề**



**TH.S Nguyễn Trần Hải Ngân**

*TP. Hồ Chí Minh, ngày 20 tháng 3 năm 2024*

**Giảng viên ra đề**



**TS Mã Bích Tiên**