

TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN LANG
KHOA: THƯƠNG MẠI

ĐỀ THI KẾT THÚC HỌC PHẦN
Học kỳ 2, năm học 2023 - 2024

Mã học phần: 71MRKT40243

Tên học phần: MARKETING KHÁCH HÀNG TỔ CHỨC

Mã nhóm lớp học phần: 232_71MRKT40243_01 và 232_71MRKT40243_02

Thời gian làm bài (ngày): 14 ngày (từ 02/5 đến hết ngày 16/5/2024)

Hình thức thi: **Tiểu luận nhóm (không thuyết trình), nộp 2 loại file PPT và WORD**

Cách thức nộp bài (Giảng viên ghi rõ yêu cầu): CTE

Gợi ý:

- Bài nhóm trên file word (60% điểm) và file ppt (40% điểm), upload file lên CTE, nếu dung lượng không đủ thì 2 loại file này trên đường dẫn drive gắn bài làm nhóm (chỉ nộp 1 file word có link)

Format nội dung đề thi:

- Font: Times New Roman, Size: 13 (file word, 50 trang): 60% điểm
- File PPT: 40% điểm (tối đa 30 slide)

Đề bài:

Lập kế hoạch B2B marketing từ 1 doanh nghiệp được chỉ định đến 1 doanh nghiệp khách hàng bất kỳ

Hướng dẫn sinh viên trình bày: 50 trang nội dung WORD

(15%) **PHẦN 1: GIỚI THIỆU CÔNG TY** (Bên bán: Cty của nhóm- gọi bên A):

- 1 Lịch sử phát triển, tầm nhìn, sứ mệnh, giá trị/xếp hạng thương hiệu (nếu có) (0.25 điểm)
- 2 Môi trường vĩ mô PESTLE và 5 áp lực cạnh tranh M. Porter (0.5 điểm)
- 3 Môi trường vi mô SWOT (0.25 điểm)
- 4 Mô tả tóm tắt hoạt động doanh nghiệp (0.5 điểm)

(10%) **PHẦN 2: GIỚI THIỆU CÔNG TY** (bên mua- B):

- 1 Lịch sử phát triển, tầm nhìn, sứ mệnh, giá trị/xếp hạng thương hiệu (nếu có) (0.5 điểm)
- 2 Mô tả tóm tắt hoạt động doanh nghiệp mua hàng (0.5 điểm)

(20%) **PHẦN 3: GIỚI THIỆU NGÀNH HÀNG KINH DOANH**

- 1 Danh sách & Mô tả chi tiết tất cả các danh mục sản phẩm kinh doanh (0.5 điểm)
- 2 Phân tích thị trường ngành hàng (0.5 điểm)
- 3 Phân tích đối thủ cạnh tranh trong ngành hàng (0.5 điểm)
- 4 Phân tích lợi thế cạnh tranh của công ty bán hàng (0.5 điểm)

(15%) **PHẦN 4: TỔ CHỨC MUA VÀ QUY TRÌNH MUA CỦA BÊN MUA**

- 1 Cá nhân, nhóm, tổ chức có ảnh hưởng đến quyết định mua hàng của tổ chức mua (0.5 điểm)
- 2 Các yếu tố môi trường ngoài ảnh hưởng đến quyết định mua hàng của tổ chức (1 điểm)

(40%) **PHẦN 5: HOẠT ĐỘNG MARKETING 6 tháng cuối 2024**

- 1 Tạo các chương trình marketing để phục vụ cho hoạt động kinh doanh B2B (3.5 điểm)
- 2 Chi phí, tiến độ thực hiện (0.5 điểm)

Tiêu chí chấm điểm và thang điểm (Rubric):

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
Cấu trúc bài	10 %	Cấu trúc bài đủ 90%-100% yêu cầu đề thi	Cấu trúc bài đủ 70%-89% yêu cầu đề thi	Cấu trúc bài đủ 50%-69% yêu cầu đề thi	Cấu trúc bài dưới 50% yêu cầu đề thi
Nội dung	50 %	Chính xác, khoa học, có dẫn chứng rõ ràng, ít nhất 3 ví dụ	Khá chính xác, khoa học, có dẫn chứng rõ ràng, ít nhất 2 ví dụ, còn vài sai sót nhỏ	Tương đối chính xác, khoa học, có dẫn chứng, ít nhất 1 ví dụ, còn một số sai sót	Thiếu chính xác, khoa học, không có dẫn chứng, nhiều sai sót quan trọng
Quan điểm	30 %	Thể hiện rõ quan điểm và sự sáng tạo	Thể hiện khá rõ quan điểm và sự sáng tạo	Thể hiện tương đối rõ quan điểm, không sáng tạo	Không thể hiện được quan điểm, không sáng tạo
Hình thức trình bày	10 %	Tuân thủ 90%-100% yêu cầu trình bày của đề thi	Tuân thủ 70%-89% yêu cầu trình bày của đề thi	Tuân thủ 50%-69% yêu cầu trình bày của đề thi	Tuân thủ dưới 50% yêu cầu trình bày của đề thi

Ngày biên soạn: 22/3/2024

Giảng viên biên soạn đề thi: Võ Hồng Hạnh

Ngày kiểm duyệt: 29/3/2024

Trưởng (Phó) Khoa/Bộ môn kiểm duyệt đề thi: ThS. Nguyễn Văn Tâm

Sau khi kiểm duyệt đề thi, **Trưởng (Phó) Khoa/Bộ môn** gửi về Trung tâm Khảo thí qua email: khaothivanlang@gmail.com bao gồm file word và file pdf.