

TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN LANG

ĐƠN VỊ: KHOA QUẢN TRỊ KINH DOANH

**ĐỀ THI VÀ ĐÁP ÁN**  
**THI KẾT THÚC HỌC PHẦN**  
**Học kỳ 3 , năm học 2023 – 2024**

**I. Thông tin chung:**

Tên học phần:	QUẢN TRỊ SỰ THAY ĐỔI TRONG TỔ CHỨC		
Mã học phần:	71MANA30073	Số tín chỉ:	3
Mã nhóm lớp học phần:	233_71MANA30073_01 (K27Q)		
Hình thức thi: <b>Trắc nghiệm kết hợp Tự luận</b>	Thời gian làm bài:	<b>75</b>	phút
<i>Thí sinh được tham khảo tài liệu:</i>	<input type="checkbox"/> Có	<input checked="" type="checkbox"/> Không	

**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>CLO1</b>	Giải thích được các khái niệm và nguyên tắc cơ bản của quản trị sự thay đổi trong tổ chức, bao gồm: Các loại áp lực dẫn đến sự cần thiết phải thay đổi; Các nguyên tắc liên quan đến việc phát triển và truyền thông sự cần thiết phải thay đổi; Các mô hình tiêu biểu của sự thay đổi; Các ảnh hưởng đến sự thay đổi...	Trắc nghiệm	60%	1 – 30	6	
<b>CLO3</b>	Có kỹ năng phân tích, tổng hợp, tư duy phản biện khi vận dụng kiến thức học phần để nhận diện những loại hình thay đổi cần thiết trong tổ chức, làm cơ sở cho việc phát triển các chiến lược và kế hoạch quản lý sự thay đổi hiệu quả.	Tự luận	40%	4 câu	4	

### III. Nội dung câu hỏi thi

#### PHẦN TRẮC NGHIỆM (6 điểm/30 câu; 0.2 điểm/câu)

##### 1. Phát triển tổ chức là gì?

- A. Một chuỗi các thay đổi có kế hoạch và có hệ thống nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động của một tổ chức.
- B. Một số ít các thay đổi có kế hoạch và có hệ thống được thực hiện trong một doanh nghiệp đang hoạt động.
- C. Một loạt các thay đổi có kế hoạch nhưng không có hệ thống được thực hiện trong một tổ chức đang hoạt động.
- D. Một loạt các thay đổi có kế hoạch và không có hệ thống được thực hiện trong một tổ chức chưa hoạt động.

ANSWER: A

##### 2. Để hạn chế sự phản đối đối với sự thay đổi, nhà quản trị cần:

- A. Chuẩn bị kỹ lưỡng và giải quyết các mối lo ngại của nhân viên một cách hiệu quả.
- B. Không sợ hãi sự phản đối và đối mặt với nó một cách dứt khoát.
- C. Giúp nhân viên không sợ hãi sự thay đổi hoặc các hậu quả của nó.
- D. Cả hai ý trên đều sai.

ANSWER: A

##### 3. Yếu tố nào KHÔNG đúng về truyền thông?

- A. Bộ phận truyền thông không phải là yêu cầu bắt buộc trong mọi doanh nghiệp.
- B. Truyền thông là hoạt động thường xuyên và liên tục.
- C. Truyền thông đóng vai trò quan trọng trong hoạt động của tổ chức.
- D. Truyền thông là cần thiết để tạo dựng mối quan hệ tốt đẹp với các bên liên quan.

ANSWER: A

**4. Trong quá trình thực thi sự thay đổi, nhà quản trị nên:**

- A. Luôn theo sát phản ứng của nhân viên và đánh giá hiệu quả thực thi.
- B. Minh bạch và giải thích rõ ràng về quá trình thay đổi cho mọi thành viên.
- C. Cung cấp cam kết và bảo đảm lợi ích cho nhân viên để họ yên tâm tham gia thay đổi.
- D. Thực hiện đầy đủ cả ba bước trên.

ANSWER: A

**5. Thông điệp truyền tải cần xây dựng trên các nguyên tắc nào?**

- A. Sử dụng ngôn ngữ rõ ràng, chính xác và ngắn gọn để truyền tải nội dung một cách dễ hiểu và thiết kế thông điệp một cách hợp lý, hướng đến đối tượng mục tiêu.
- B. Sử dụng những từ ngữ rõ ràng, chính xác, ngắn gọn nhằm truyền tải nội dung một cách dễ hiểu.
- C. Thiết kế thông điệp một cách hợp lý, truyền đạt tới những người nghe mà mình muốn hướng đến.
- D. Cả hai ý trên đều sai.

ANSWER: A

**6. Phương pháp thiết kế lại tổ chức bao gồm:**

- A. Thay đổi cơ cấu tổ chức và quy trình làm việc để tối ưu hóa hiệu quả.
- B. Thay đổi cơ cấu tổ chức và đơn giản hóa công việc.
- C. Thay đổi quy trình làm việc và làm phong phú công việc.
- D. Không có đáp án nào đúng.

ANSWER: A

**7. Để dự đoán sự phản đối và đưa ra phương án hành động, nhà quản trị cần:**

- A. Phân tích các nguyên nhân dẫn đến phản đối, đưa ra giải pháp ngăn chặn và chuẩn bị các phương án ứng phó.

- B. Lường trước những sự chống đối để dự phòng chúng và đưa ra các giải pháp ngăn chặn hành vi chống đối làm cản trở quá trình thay đổi.
- C. Luôn hiểu rằng tại sao người ta phản đối sự thay đổi và cần phải làm gì để chế ngự những sự phản đối đó.
- D. Nhận thức được các hình thức khác nhau của sự chống đối.

ANSWER: A

**8. Tổ chức nên cung cấp thông tin cần thiết cho các bên liên quan, bao gồm:**

- A. Tất cả các đối tượng có liên quan đến sự phát triển và thành công của tổ chức, bao gồm nhân viên, nhà cung cấp, khách hàng và đối tác.
- B. Các nhân viên có trách nhiệm và nghĩa vụ với tổ chức.
- C. Các nhà cung cấp, khách hàng và đối tác của tổ chức.
- D. Giám đốc văn phòng và các trung tâm.

ANSWER: A

**9. Các phương tiện truyền thông được sử dụng ở kênh gián tiếp là gì?**

- A. Bản tin, thông báo, thư điện tử, website, mạng xã hội...
- B. Gặp gỡ trao đổi.
- C. Phỏng vấn.
- D. Thuyết trình truyền thống.

ANSWER: A

**10. Trong thang đo Likert Scale có 9 mức độ ảnh hưởng, mức -1 thể hiện điều gì?**

- A. Chống lại sự thay đổi nhưng không thể hiện tiêu cực.
- B. Trung lập (không phản đối cũng như không ủng hộ).
- C. Xây dựng rào cản chống lại thay đổi với vùng chức năng riêng.
- D. Ủng hộ nhưng không chủ động cung cấp sự hỗ trợ.

ANSWER: A

**11. “Việc chú ý tăng cường tương tác và thông tin kịp thời để phối hợp hành động thống nhất trong tổ chức” là biểu hiện của mục đích nào trong việc can thiệp giữa các nhóm?**

- A. Tạo sự đồng lòng và phối hợp hành động giữa các nhóm để giảm thiểu xung đột.
- B. Tìm ra rào cản chung giữa các nhóm.
- C. Họp giải quyết xung đột giữa các nhóm.
- D. Trao đổi thành viên giữa các nhóm.

ANSWER: A

**12. Trên thực tế, trong một số tổ chức, những thói quen cũ, cái bóng của quá khứ vẫn là một phần luôn hiện hữu. Nó thể hiện ở việc nào sau đây?**

- A. Sử dụng các công việc mô tả lỗi thời không còn phù hợp với sự phát triển của tổ chức.
- B. Phương pháp phỏng vấn tuyển dụng không đạt chất lượng sau khi phát triển tổ chức.
- C. Các tiêu chuẩn tuyển dụng không được cập nhật phù hợp với sự phát triển của tổ chức.
- D. Thiếu các cơ hội phát triển cá nhân thích hợp liên kết với tăng trưởng và phát triển của tổ chức.

ANSWER: A

**13. Câu nào KHÔNG đúng khi nói về “kênh thông tin bằng đối thoại”?**

- A. Thường ít khi nhận phản hồi trực tiếp so với các kênh khác.
- B. Có thể nhận và trả lời phản hồi nhanh chóng.
- C. Có thể giải thích mọi thắc mắc trong tập thể.
- D. Là kênh truyền thông hiệu quả.

ANSWER: A

**14. Các phương tiện truyền thông được sử dụng ở kênh trực tiếp là gì?**

- A. Gặp gỡ trao đổi, hội nghị, cuộc họp, thảo luận trực tiếp...
- B. Thư điện tử (email).
- C. Thông báo.
- D. Thư bưu điện.

ANSWER: A

**15. Ý nào sau đây KHÔNG đúng khi khảo sát để phản hồi?**

- A. Cần lưu tâm đến những người có khuynh hướng đồng tình.
- B. Cần lưu tâm đến những người chia sẻ trung thực.
- C. Cần lưu tâm đến câu hỏi mà mọi người thường quan tâm.
- D. Cần lưu tâm đến thời điểm khảo sát.

ANSWER: A

**16. Bất kỳ là thay đổi lớn hay nhỏ nhà quản trị cần phải:**

- A. Chuẩn bị kỹ lưỡng, lên kế hoạch chi tiết, giám sát chặt chẽ và đánh giá hiệu quả của quá trình thay đổi.
- B. Phải được kết nối chặt chẽ với các mục tiêu và lịch trình được thiết lập.
- C. Các kết quả của quá trình thay đổi nhà quản trị phải giám sát liên tục và thống nhất.
- D. Cải tiến tổ chức với mục đích mang lại cho con người nhiều lợi ích hơn nữa.

ANSWER: A

**17. Thay đổi đón đầu diễn ra khi nào?**

- A. Khi các nhà quản trị thực hiện những thay đổi tổ chức nhằm đón trước các sự kiện sắp xảy ra hoặc khi tổ chức bắt đầu tham gia vào một xu hướng mới.
- B. Khi tổ chức thực hiện những thay đổi cơ bản trong cách thức kinh doanh.
- C. Khi tổ chức bị buộc phải thay đổi để thích nghi với những thay đổi trong môi trường bên

trong và bên ngoài.

D. Tất cả các phương án đều đúng.

ANSWER: A

**18. Khi thiết kế lại cơ cấu tổ chức, yếu tố nào sau đây cần được ưu tiên hàng đầu?**

A. Định hình lại cách thức phân phối quyền lực, trách nhiệm và sự kiểm soát trong tổ chức.

B. Tập trung vào việc thay đổi cơ cấu bên trong tổ chức.

C. Thay đổi cách tổ chức các phòng ban và nhân sự.

D. Tất cả các ý đều sai.

ANSWER: A

**19. Việc kết hợp hai hay nhiều phương pháp thay đổi sẽ mang lại hiệu quả gì cho một chương trình thay đổi?**

A. Tăng cường hiệu quả, khắc phục hạn chế và khai thác tối ưu điểm mạnh của các phương pháp.

B. Khai thác được các điểm tối ưu trong các phương pháp.

C. Bù đắp những hạn chế của một phương pháp mang lại.

D. Cả ba ý đều sai.

ANSWER: A

**20. Các điểm tựa về vật chất được củng cố cho sự thay đổi đó là:**

A. Cung cấp thêm nguồn lực cho quá trình thay đổi, bao gồm tài chính, nhân lực, trang thiết bị...

B. So sánh kết quả đạt được với mục tiêu đặt ra cho chương trình thay đổi.

C. Đánh giá và giám sát tiến độ của chương trình thay đổi.

D. Sử dụng các phương pháp tối ưu hóa thời gian và hiệu quả của thay đổi.

ANSWER: A

**21. Khi tổ chức nhận thấy những mục tiêu và kế hoạch hoạt động của mình không đi đúng hướng hoặc có nguy cơ không hoàn thành, lúc đó nhà quản trị cần \_\_\_\_\_.**

- A. Thực hiện những can thiệp kịp thời để điều chỉnh hoặc thay đổi kế hoạch trước đó.
- B. Có những động thái thay đổi để điều chỉnh hoặc thay đổi kế hoạch trước đó.
- C. Có những động thái can thiệp để điều chỉnh hoặc không cần thay đổi kế hoạch trước đó.
- D. Không có đáp án nào đúng.

ANSWER: A

**22. Trong khi phân tích thực trạng, ý nào sau đây KHÔNG cần xem xét?**

- A. Cần thay đổi hay không cần thay đổi.
- B. Cần thay đổi toàn bộ hay từng phần.
- C. Thời điểm nào nên bắt đầu.
- D. Chuẩn bị đón nhận các cơn sóng xảy ra.

ANSWER: A

**23. Bài học kinh nghiệm thành công của CEO trên thế giới về mô hình tổ chức trong hoạt động doanh nghiệp là gì?**

- A. Luôn thay đổi để thích nghi với thị trường và trở thành đối thủ cạnh tranh mạnh mẽ.
- B. Thay đổi vượt lên cả loại hình nghề nghiệp.
- C. Luôn luôn học hỏi từ các mô hình tiên tiến.
- D. Đột phá trong công nghệ sản xuất để có thể thiết kế, sản xuất chế tạo với chi phí thấp.

ANSWER: A



**24. Nguyên nhân nào dẫn đến thay đổi thất bại?**

- A. Kết hợp nhiều nguyên nhân, bao gồm: thiếu sự hỗ trợ từ lãnh đạo, thiếu kế hoạch rõ ràng, thiếu sự tham gia của nhân viên, thiếu sự truyền thông hiệu quả...
- B. Nhóm dẫn dắt thay đổi không có quyền lực.
- C. Thiếu công tác truyền thông.
- D. Thiếu kết quả ngắn hạn.

ANSWER: A

**25. Khi đánh giá hiện trạng để lựa chọn hình thức thay đổi, những yếu tố môi trường nào cần được xem xét kỹ lưỡng nhất?**

- A. Khách hàng, công nghệ, đối thủ cạnh tranh và đội ngũ nhân viên
- B. Môi trường bên trong, bên ngoài, vi mô, vĩ mô, đối thủ cạnh tranh.
- C. Môi trường vi mô và vĩ mô.
- D. Môi trường bên trong và bên ngoài.

ANSWER: A

**26. Để mọi người hiểu thông điệp và thực hiện các hành động mà thông điệp đưa ra, nhà quản trị cần đảm bảo nội dung của thông điệp như thế nào?**

- A. Truyền tải thông điệp một cách rõ ràng, dễ hiểu và xác nhận rằng tổ chức đã thực hiện đầy đủ các bước truyền thông hiệu quả.
- B. (i) Cần có sự xác nhận rằng tổ chức thực hiện đầy đủ tất cả các bước chính của quá trình truyền thông và đã đạt được hiệu quả.
- C. (ii) Thông điệp được di chuyển một cách có hiệu quả nhất, nghĩa là nhanh nhất, rộng khắp và mọi người đều hiểu những gì họ cần thực hiện.
- D. Cả hai ý (i) và (ii) đều sai.

ANSWER: A

**27. Nguyên tắc nào KHÔNG đề cập trong thiết lập mục tiêu?**

- A. Thỏa mãn mọi thành viên
- B. Đo lường được
- C. Thực tế
- D. Dễ hiểu, dễ nhớ

ANSWER: A

**28. Câu nào sau đây mô tả ĐÚNG về hiệu ứng Domino?**

- A. Một phản ứng chuỗi bắt đầu từ một điểm và ảnh hưởng đến các điểm kế tiếp theo một chuỗi liên hoàn.
- B. Hiệu ứng chống đối.
- C. Phản ứng không hài lòng xảy ra trong đám đông.
- D. Phản ứng tốt của tập thể.

ANSWER: A

**29. “Chương trình thay đổi cao nhất, toàn diện nhất, và triệt để nhất” – là nói đến chương trình thay đổi nào?**

- A. Chương trình tái cấu trúc tổ chức, bao gồm thay đổi cơ cấu, quy trình, văn hóa,...
- B. Chương trình cắt giảm chi phí.
- C. Chương trình thay đổi văn hóa tổ chức.
- D. Chương trình thay đổi cơ cấu.

ANSWER: A

**30. Chống đối có thể dưới hình thức \_\_\_\_.**

- A. Các đáp án đều đúng
- B. Phê phán
- C. Im lặng
- D. Kháng cự công khai

ANSWER: A

## **PHẦN TỰ LUẬN (04 điểm)**

### **Hành trình từ giai đoạn bùng nổ đến Vua Mạng xã hội**

TikTok, ứng dụng chia sẻ video ngắn đang làm mưa làm gió trên toàn cầu, đã có một hành trình đầy biến động để vươn lên vị trí thống trị như hiện nay. Xuất hiện năm 2016 với cái tên Douyin tại thị trường Trung Quốc, TikTok nhanh chóng thu hút sự chú ý của giới trẻ nhờ những video ngắn vui nhộn, dễ tạo trend và khả năng lan truyền chóng mặt. Tuy nhiên, con đường chinh phục thị trường toàn cầu của TikTok không hề bằng phẳng. Ứng dụng này phải đối mặt với vô số thử thách: sự cạnh tranh khốc liệt từ các mạng xã hội đình đám như YouTube, Instagram, Snapchat, những lo ngại về nội dung không phù hợp với trẻ em và vấn đề kiểm duyệt nội dung tại một số quốc gia.

Để vượt qua những khó khăn này, TikTok đã không ngừng thay đổi và thích nghi. Họ đã đầu tư mạnh vào việc phát triển thuật toán, nhằm tối ưu hóa việc hiển thị nội dung phù hợp với sở thích của mỗi người dùng, tạo ra trải nghiệm cá nhân hóa và tăng cường sự tương tác. Việc cải thiện thuật toán giúp TikTok giữ chân người dùng lâu hơn, đồng thời đẩy mạnh sự lan truyền của các video, tạo ra những trào lưu viral thu hút sự chú ý của cộng đồng mạng.

Bên cạnh việc nâng cấp thuật toán, TikTok cũng rất chú trọng đến việc kiểm soát nội dung. Họ đã tăng cường đội ngũ kiểm duyệt, áp dụng các công cụ tự động lọc nội dung phản cảm, xóa bỏ các tài khoản vi phạm chính sách và tích cực hợp tác với các tổ chức bảo vệ trẻ em. Điều này giúp TikTok khẳng định cam kết của mình trong việc mang đến một môi trường an toàn và lành mạnh cho người dùng, đặc biệt là đối tượng trẻ tuổi.

Để mở rộng thị trường và tiếp cận với nhiều người dùng hơn, TikTok đã chủ động thực hiện chiến lược quốc tế hóa. Họ đã đầu tư vào việc bản địa hóa ứng dụng, dịch thuật nội dung và hợp tác với các KOLs (Key Opinion Leader) địa phương để tạo dựng cộng đồng người dùng tại mỗi quốc gia. TikTok đã thành công trong việc tạo ra một nền tảng mạng xã hội toàn cầu, kết nối mọi người từ khắp nơi trên thế giới.

Ngoài ra, TikTok còn liên tục cập nhật các tính năng mới để thu hút và giữ chân người dùng. Họ đã phát triển các tính năng như live stream, duet, effect... cho phép người dùng tạo ra những

video sáng tạo, thú vị và tương tác với nhau. Những tính năng này không chỉ góp phần tăng cường sự tương tác và giải trí cho người dùng mà còn tạo ra những xu hướng mới, thúc đẩy sự phát triển và lan tỏa của TikTok.

Hành trình của TikTok không chỉ là câu chuyện về sự thành công của một ứng dụng mạng xã hội, mà còn là minh chứng cho khả năng thích nghi và đổi mới của một thương hiệu trong một thị trường cạnh tranh khốc liệt. TikTok đã chứng minh rằng để thành công, một ứng dụng mạng xã hội cần phải liên tục lắng nghe người dùng, nắm bắt xu hướng và tạo ra những giá trị độc đáo.

Với chiến lược phát triển linh hoạt, TikTok đã vượt qua mọi thử thách để trở thành một trong những ứng dụng mạng xã hội phổ biến nhất thế giới, thu hút hàng tỷ người dùng và tạo ra những tác động văn hóa đáng kể.

### **Câu hỏi:**

1. TikTok đã phải đối mặt với những thách thức nào để vươn lên vị trí thống trị như hiện nay và tác động của chúng đến sự phát triển của TikTok? (01 điểm)
2. Bài viết nêu rõ TikTok đã phải "rã đông" (Unfreeze) hiện trạng để thích nghi với những thay đổi của thị trường. Hãy nêu ít nhất 2 thay đổi chính mà TikTok đã thực hiện trong giai đoạn này và lý do tại sao những thay đổi này cần thiết. (01 điểm)
3. Sau khi "rã đông" (Unfreeze), TikTok đã thực hiện những chiến lược và hành động nào trong giai đoạn "Thay đổi" (Change) để thích nghi với môi trường cạnh tranh và đáp ứng nhu cầu của người dùng? (01 điểm)
4. Sau giai đoạn "thay đổi" (Change), TikTok cần phải "Làm đông" (Refreeze) những thay đổi đã thực hiện để tạo dựng vị thế vững chắc trên thị trường. Hãy nêu ít nhất 2 hành động chính mà TikTok đã thực hiện để củng cố những thay đổi trong giai đoạn này. (01 điểm)

-----**HẾT**-----

## ĐÁP ÁN PHẦN TỰ LUẬN VÀ THANG ĐIỂM

Phần câu hỏi	Nội dung đáp án	Thang điểm	Ghi chú
<b>I. Trắc nghiệm</b>		<b>6.0</b>	
Câu 1 – 30		0.2	
<b>II. Tự luận</b>		<b>4.0</b>	
Nội dung 1.	<p>Nêu được 3 thách thức chính mà TikTok phải đối mặt và phân tích rõ ràng và chi tiết về từng thách thức, nêu rõ tác động của chúng đối với sự phát triển của TikTok:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Cạnh tranh:</b> Các đối thủ cạnh tranh như YouTube, Instagram, Snapchat đã có thị phần lớn, cơ sở hạ tầng vững chắc, và lượng người dùng đông đảo. TikTok phải đối mặt với việc thu hút người dùng và cạnh tranh về nội dung, tính năng, và trải nghiệm người dùng. (0.25 điểm)</li> <li>- <b>Nội dung:</b> TikTok bị chỉ trích về nội dung không phù hợp, gây ảnh hưởng đến người dùng trẻ tuổi. Việc kiểm soát nội dung, lọc thông tin độc hại và bảo vệ trẻ em là điều vô cùng quan trọng đối với sự phát triển của TikTok (0.25 điểm)</li> <li>- <b>Kiểm duyệt:</b> TikTok đã phải đối mặt với nhiều vấn đề về kiểm duyệt nội dung ở một số quốc gia, ảnh hưởng đến việc tiếp cận và phát triển thị trường toàn cầu. (0.25 điểm)</li> </ul> <p>Phân tích logic và thuyết phục về mối liên hệ giữa các thách thức và tác động của chúng, sự cần thiết phải thay đổi để tồn tại và phát triển của TikTok. Đồng thời thể</p>	1.0	

	<p>hiện sự hiểu biết sâu sắc về bối cảnh và hành trình phát triển của TikTok.</p> <p>(0.25đ)</p>		
Nội dung 2.	<p>Nêu được ít nhất 2 thay đổi chính để "Rã đông" (Unfreeze) hiện trạng của TikTok.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Nhận thức rõ ràng về vấn đề:</b> TikTok phải xác định rõ các thách thức, phân tích điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội, mối đe dọa của mình. (0.25 điểm)</li> <li>- <b>Thay đổi tư duy và chiến lược:</b> TikTok phải thay đổi tư duy từ một ứng dụng giải trí đơn thuần sang một nền tảng mạng xã hội với mục tiêu kết nối và tương tác. (0.25 điểm)</li> </ul> <p>Phân tích rõ ràng và chi tiết về mỗi thay đổi, giải thích lý do tại sao những thay đổi này cần thiết để "rã đông". (0.25 điểm)</p> <p>Phân tích liên kết logic giữa các thay đổi và mục tiêu "rã đông" của TikTok, thể hiện sự hiểu biết về mô hình Lewin và vai trò của giai đoạn này. (0.25 điểm)</p>	1.0	
Nội dung 3.	<p>Nêu được các chiến lược hoặc hành động chính trong giai đoạn "thay đổi" (Change), giải thích cách thức chúng giúp TikTok thích nghi với môi trường cạnh tranh và đáp ứng nhu cầu của người dùng, sự liên kết logic giữa các chiến lược/hành động và mục tiêu "thay đổi" của TikTok.</p> <p>Phân tích cụ thể và thuyết phục về các chiến lược và hành động trong giai đoạn "thay đổi" (Change), thể</p>	1.0	

	<p>hiện sự hiểu biết về mô hình Lewin và vai trò của giai đoạn này.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Cải thiện thuật toán:</b> TikTok đã cải thiện thuật toán của mình để đưa ra nội dung phù hợp hơn với sở thích của người dùng, tăng cường sự tương tác và giữ chân người dùng. (0.25 điểm)</li> <li>- <b>Tăng cường kiểm duyệt nội dung:</b> TikTok đã tăng cường kiểm duyệt nội dung để loại bỏ nội dung độc hại, bảo vệ người dùng, đặc biệt là trẻ em. (0.25 điểm)</li> <li>- <b>Mở rộng thị trường:</b> TikTok đã mở rộng thị trường sang các quốc gia mới, tăng cường sự hiện diện và ảnh hưởng toàn cầu. (0.25 điểm)</li> <li>- <b>Phát triển các tính năng mới:</b> TikTok liên tục cập nhật các tính năng mới, như live stream, duet, effect... để thu hút và giữ chân người dùng. (0.25 điểm)</li> </ul>		
Nội dung 4.	<p>Nêu được 2 hành động chính để "Làm đông" (Refreeze) những thay đổi, giải thích cách thức chúng giúp TikTok củng cố những thay đổi, biến chúng thành một phần văn hóa của ứng dụng và tạo dựng vị thế vững chắc trên thị trường...</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Tạo dựng cộng đồng người dùng mạnh mẽ:</b> TikTok đã xây dựng một cộng đồng người dùng gắn kết, khuyến khích tương tác, chia sẻ, và tạo ra những trào lưu viral. (0.25 điểm)</li> <li>- <b>Thúc đẩy văn hóa sáng tạo:</b> TikTok khuyến khích người dùng tạo ra nội dung độc đáo, sáng tạo, đồng thời</li> </ul>	1.0	

	<p>kết nối với các thương hiệu và tổ chức để tạo ra những chiến dịch truyền thông hiệu quả. (0.25 điểm)</p> <p>Phân tích sự liên kết logic giữa các hành động và mục tiêu "Làm đông" (Refreeze) của TikTok., thể hiện sự hiểu biết về mô hình Lewin và vai trò của giai đoạn này. (0.5 điểm)</p>		
	<b>Điểm tổng</b>	<b>10.0</b>	

*TP. Hồ Chí Minh, ngày 29 tháng 06 năm 2024*

**Người duyệt đề**

**Giảng viên ra đề**

**Nguyễn Vũ Huy**

**Phạm Thiên Vũ**