

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 2024-2025

I. Thông tin chung

Tên học phần:	Quản trị quan hệ khách hàng		
Mã học phần:	71MRKT40303	Số tín chỉ:	3
Mã nhóm lớp học phần:	241_71MRKT40303_01, 02, 03, 04, 05, 06, 07, 08, 09, 10, 11, 12, 14		
Hình thức thi: Tiểu luận	Thời gian làm bài:	15	ngày
☐ Cá nhân	☒ Nhóm		
Quy cách đặt tên file	Mã lớp học phần_TIEULUAN_Tên nhóm		

1. Format đề thi

- Font: Times New Roman
- Size: 13
- Quy ước đặt tên file đề thi/đề bài:
- + Mã lớp học phần_TIEULUAN_Tên nhóm

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 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)
CLO1	Vận dụng kiến thức về khách hàng như nghiên cứu hành vi khách hàng và cơ sở lý thuyết về quản trị quan hệ khách hàng.	Thuyết trình	40%	Phần 1, 2	4.0	
CLO2	Vận dụng kiến thức về quản trị quan hệ vào hoạt động quản trị quan hệ khách hàng	Thuyết trình	30%	Phần 3	3.0	
CLO3	Sử dụng tốt các phương pháp, công cụ định tính và định lượng để phục vụ công tác nghiên cứu và quản lý hoạt động CRM của doanh nghiệp hoặc tổ chức	Thuyết trình	30%	Phần 4	3.0	

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) 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 đạt PLO/PI thì để trống cột này.

III. Nội dung đề bài

1. Đề bài:

Kế Hoạch Quản Trị Quan Hệ Khách Hàng tại Doanh Nghiệp

2. Hướng dẫn thể thức trình bày đề bài:

Phần I: Tổng quan về doanh nghiệp

1. Lịch sử hình thành
2. Mục tiêu, Nhiệm vụ, Tầm nhìn
3. Sản phẩm / dịch vụ
4. Đặc điểm cạnh tranh
5. Chiến lược kinh doanh của DN
6. Chiến lược khách hàng
7. Đặc tính của khách hàng
8. Các cơ hội CRM
9. Các nguồn lực của DN

Phần II: Cơ sở lý thuyết xây dựng kế hoạch CRM

1. Mô hình CRM
2. Mô hình công nghệ CRM
3. Mô hình nguồn nhân lực CRM
4. Mô hình các hoạt động CRM
5. Các thông tin / dữ liệu cần thu thập

Phần III: Báo cáo kết quả nghiên cứu thị trường

1. Thông tin xây dựng kế hoạch công nghệ CRM
2. Thông tin xây dựng kế hoạch nguồn nhân lực CRM
3. Thông tin xây dựng kế hoạch hoạt động CRM
4. Phân tích kế hoạch CRM

Phần IV: Kế hoạch quản trị quan hệ khách hàng

1. Mục tiêu
2. Chiến lược CRM
3. Kế hoạch công nghệ CRM
4. Kế hoạch nguồn nhân lực CRM
5. Kế hoạch hoạt động CRM
6. Kế hoạch đánh giá

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	10 %	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

	20 %	Chính xác, khoa học	Khá chính xác, khoa học, còn vài sai sót nhỏ	Tương đối chính xác, khoa học, còn một số sai sót	Thiếu chính xác, khoa học, nhiều sai sót quan trọng
Cấu trúc bài	10 %	Cấu trúc bài và slide rất hợp lý	Cấu trúc bài và slide khá hợp lý	Cấu trúc bài và slide tương đối hợp lý	Cấu trúc bài và slide chưa hợp lý
Tính trực quan	10 %	Rất trực quan và thẩm mỹ	Khá trực quan và thẩm mỹ	Tương đối trực quan và thẩm mỹ	Ít/Không trực quan và thẩm mỹ
Kỹ năng trình bày	20 %	Dẫn dắt vấn đề và lập luận lô cuốn, thuyết phục. Tương tác tốt với người nghe	Trình bày rõ ràng nhưng chưa lô cuốn, lập luận khá thuyết phục. Tương tác với người nghe khá tốt	Khó theo dõi nhưng vẫn có thể hiểu được các nội dung quan trọng. Có tương tác với người nghe nhưng chưa tốt	Trình bày không rõ ràng, người nghe không thể hiểu được các nội dung quan trọng. Không tương tác với người nghe.
Quản lý thời gian	10 %	Làm chủ thời gian và hoàn toàn linh hoạt điều chỉnh theo tình huống	Hoàn thành đúng thời gian, thỉnh thoảng có linh hoạt điều chỉnh theo tình huống	Quá giờ, thỉnh thoảng có điều chỉnh theo tình huống nhưng không linh hoạt	Quá giờ, không điều chỉnh theo tình huống
Trả lời câu hỏi	10 %	Các câu hỏi đều được trả lời đầy đủ, rõ ràng và thỏa đáng	Trả lời đúng đa số câu hỏi, nêu được định hướng phù hợp với những câu chưa trả lời được	Trả lời đúng một số câu hỏi, chưa nêu được định hướng phù hợp với những câu chưa trả lời được	Không trả lời được đa số câu hỏi
Sự phối hợp trong nhóm	10 %	Nhóm phối hợp tốt, thực sự chia sẻ và hỗ trợ nhau trong khi thuyết trình và trả lời	Nhóm có phối hợp khi thuyết trình và trả lời nhưng chưa đồng bộ	Nhóm ít phối hợp khi thuyết trình và trả lời câu hỏi	Không thể hiện sự kết nối trong nhóm

Người duyệt đề

ThS. Nguyễn Văn Tâm

TP. Hồ Chí Minh, ngày 20 tháng 11 năm 2024

Giảng viên ra đề

ThS. Vũ Văn Hải