

TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN LANG
ĐƠN VỊ: KHOA DU LỊCH

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:	Marketing trong Khách sạn - Nhà hàng		
Mã học phần:	71HOSP30063	Số tín chỉ:	3
Mã nhóm lớp học phần:	241_71HOSP30063_01, 02, 03, 04		
Hình thức thi: Tiểu luận	Thời gian làm bài:	28	ngày
☐ Cá nhân	☒ Nhóm		
Quy cách đặt tên file	241_MKT_TENNHOM_TIEULUAN		

1. Format đề thi

- Font: Times New Roman
- Size: 13
- Quy ước đặt tên file đề thi/đề bài:
- + Mã học phần_Tên học phần_Mã nhóm học phần_TIEUL_De 1

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 Nhật 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	Tổng hợp được các kiến thức về marketing trong khách sạn – nhà hàng như kiến thức về thị trường, hành vi mua hàng của khách hàng B2C, marketing mix 4Ps/7Ps và thương hiệu nhằm thu hút khách hàng cho khách sạn – nhà hàng	Tiểu luận nhóm không thuyết trình	20%	Câu 1	2 điểm	PI 3.3
CLO2	Thiết kế được kế hoạch marketing phù hợp cho khách sạn – nhà hàng nhằm gia tăng sự hiện diện của khách sạn – nhà hàng trên thị trường	Tiểu luận nhóm không thuyết trình	20%	Câu 2	2 điểm	PI 3.3
CLO3	Thiết lập được các kỹ năng làm việc nhóm và hoàn thiện kế hoạch marketing trong khách sạn – nhà hàng nhằm hoàn thiện các kỹ năng cho công	Tiểu luận nhóm không thuyết trình	20%	Câu 3	2 điểm	PI 5.2

	việc trong tương lai.					
CLO4	Thành thạo trả lời các câu hỏi có liên quan đến marketing trong khách sạn – nhà hàng nhằm gia tăng cơ hội trong các kỳ phỏng vấn việc làm có liên quan đến marketing của khách sạn – nhà hàng.	Tiểu luận nhóm không thuyết trình	20%	Câu 4	2 điểm	PI 8.3
CLO5	Nhìn nhận giá trị của việc am hiểu các kiến thức và kỹ năng liên quan đến marketing trong khách sạn – nhà hàng nhằm tiếp tục phấn đấu, trau dồi và học tập suốt đời để nâng cao vị thế của bản thân.	Tiểu luận nhóm không thuyết trình	20%	Câu 5	2 điểm	PI 10.1

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) 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

Sinh viên lựa chọn đề 1 hoặc đề 2 để làm bài

Đề 1

Câu 1: Xác định phân khúc thị trường của khách sạn/ nhà hàng (2 điểm)

- 1.1 Xác định phân khúc thị trường (0.5 điểm)
- 1.2 Minh chứng cho phân khúc thị trường (0.5 điểm)
- 1.3 Xác định các Phương pháp tạo ra phân khúc thị trường (0.5 điểm)
- 1.4 Nêu chiến lược thị trường mục tiêu của khách sạn/ nhà hàng (0.5 điểm)

Câu 2: Kế hoạch marketing: Dịch vụ (product) và kênh phân phối (place) (2 điểm)

- 2.1 Xác định dịch vụ sẽ đưa vào kế hoạch marketing (0.5 điểm)
- 2.2 Lý do đưa dịch vụ vào kế hoạch marketing (0.5 điểm)
- 2.3 Phân tích các lớp của dịch vụ (0.5 điểm)
- 2.4 Xác định kênh phân phối sẽ đưa vào kế hoạch marketing (0.5 điểm)

Câu 3: Kế hoạch marketing: Chiêu thị (Promotion) và định giá (price) (2 điểm)

- 3.1 Xác định các công cụ chiêu thị sẽ đưa vào kế hoạch marketing (0.5 điểm)
- 3.2 Lý do của việc lựa chọn các công cụ nêu trên (0.5 điểm)
- 3.3 Xác định mục tiêu của chiến dịch chiêu thị (0.5 điểm)
- 3.4 Xác định mức giá sẽ đưa vào kế hoạch marketing (0.5 điểm)

Câu 4: Xây dựng bảng câu hỏi về giá trị thương hiệu (customer-based brand equity) (2 điểm)

- 3.1 Đảm bảo đủ 4 yếu tố của giá trị thương hiệu (0.5 điểm)
- 3.2 Đảm bảo số lượng câu hỏi cho từng yếu tố (0.5 điểm)
- 3.3 Tính phù hợp của từng câu hỏi đối với khách sạn/ nhà hàng (0.5 điểm)
- 3.4 Trình bày bảng câu hỏi (0.5 điểm)

Câu 5: Trình bày báo cáo và Tài liệu tham khảo (2 điểm)

- 4.1 Trình bày báo cáo (1 điểm)
 - 4.1.1 Trình bày không sai font và size (0.5 điểm)
 - 4.1.2 Trình bày đúng quy chuẩn báo cáo (0.5 điểm)

4.2 Tài liệu tham khảo (1 điểm)

4.2.1 Trích dẫn từ hơn 10 nguồn tài liệu đáng tin cậy (0.5 điểm)

4.2.2 Trình bày trích dẫn đúng chuẩn APA 6 (0.5 điểm)

Đề 2

Câu 1: Xác định phân khúc thị trường của khách sạn/ nhà hàng (2 điểm)

1.1 Xác định phân khúc thị trường (0.5 điểm)

1.2 Minh chứng cho phân khúc thị trường (0.5 điểm)

1.3 Xác định các Phương pháp tạo ra phân khúc thị trường (0.5 điểm)

1.4 Nêu chiến lược thị trường mục tiêu của khách sạn/ nhà hàng (0.5 điểm)

Câu 2: Kế hoạch marketing: Dịch vụ (product) và kênh phân phối (place) (2 điểm)

2.1 Xác định dịch vụ sẽ đưa vào kế hoạch marketing (0.5 điểm)

2.2 Lý do đưa dịch vụ vào kế hoạch marketing (0.5 điểm)

2.3 Phân tích các lớp của dịch vụ (0.5 điểm)

2.4 Xác định kênh phân phối sẽ đưa vào kế hoạch marketing (0.5 điểm)

Câu 3: Kế hoạch marketing: Chiêu thị (Promotion) và định giá (price) (2 điểm)

3.1 Xác định các công cụ chiêu thị sẽ đưa vào kế hoạch marketing (0.5 điểm)

3.2 Lý do của việc lựa chọn các công cụ nêu trên (0.5 điểm)

3.3 Xác định mục tiêu của chiến dịch chiêu thị (0.5 điểm)

3.4 Xác định mức giá sẽ đưa vào kế hoạch marketing (0.5 điểm)

Câu 4: Phân tích cạnh tranh (2 điểm)

3.1 Xác định được các đối thủ cạnh tranh (0.5 điểm)

3.2 Lý do lựa chọn đối thủ cạnh tranh (0.5 điểm)

3.3 Các dịch vụ của đối thủ cạnh tranh (0.5 điểm)

3.4 Các biện pháp/ chiến lược để cạnh tranh với các đối thủ (0.5 điểm)

Câu 5: Trình bày báo cáo và Tài liệu tham khảo (2 điểm)

4.1 Trình bày báo cáo (1 điểm)

4.1.1 Trình bày không sai font và size (0.5 điểm)

4.1.2 Trình bày đúng quy chuẩn báo cáo (0.5 điểm)

4.2 Tài liệu tham khảo (1 điểm)

4.2.1 Trích dẫn từ hơn 10 nguồn tài liệu đáng tin cậy (0.5 điểm)

4.2.2 Trình bày trích dẫn đúng chuẩn APA 6 (0.5 điểm)

2. Hướng dẫn thể thức trình bày

Báo cáo tiểu luận:

- Trang bìa
- Mục lục
- Danh mục hình ảnh
- Danh mục bảng
- Danh mục biểu đồ
- Nội dung bài
- Tài liệu tham khảo

3. Rubric và thang điểm

Tiêu chí	Trọng số %	Tốt Từ 8 – 10đ	Khá Từ 6 – dưới 8đ	Trung bình Từ 4 – dưới 6đ	Yếu Dưới 4đ
Nội dung “Giới thiệu”	15%	Trình bày được dòng thương hiệu, market segment hoặc thị trường mục tiêu mà nhà hàng – khách sạn đang tập trung cùng với lý do hợp lý	Trình bày được market segment hoặc thị trường mục tiêu mà nhà hàng – khách sạn đang tập trung cùng với lý do hợp lý; nhưng không nhìn nhận được dòng thương hiệu của nhà hàng – khách sạn	Trình bày được market segment hoặc thị trường mục tiêu của nhà hàng – khách sạn; nhưng không có lý do. Bên cạnh đó, dòng thương hiệu của nhà hàng – khách sạn cũng không được đề cập.	Không Trình bày được market segment hoặc thị trường mục tiêu và dòng thương hiệu của nhà hàng – khách sạn
Nội dung “marketing plan”	40%	Áp dụng được mô hình marketing 4Ps/7Ps để xây dựng marketing plan cùng với lý do	Áp dụng được mô hình marketing 4Ps/7Ps để xây dựng marketing plan nhưng	Chưa áp dụng được mô hình marketing 4Ps/7Ps để xây dựng marketing plan; tuy nhiên, có thể	Không xây dựng được marketing plan

		hợp lý cho việc áp dụng	không có lý do	hiện được sự am hiểu về các thành phần cần có của một marketing plan	
Nội dung “đo lường customer-based brand equity”	15%	Hình thành được bảng khảo sát đo lường customer-based brand equity với số lượng observation item hợp lý	Hình thành được bảng khảo sát đo lường customer-based brand equity với số lượng observation item không hợp lý	Hình thành được một phần bảng khảo sát đo lường customer-based brand equity (không đủ 4 yếu tố)	Không Hình thành được bảng khảo sát đo lường customer-based brand equity
Trình bày báo cáo	15%	Font – size chữ đồng nhất, canh lề đều từ đầu đến cuối, có đầy đủ chương mục của một báo cáo tiểu luận, gần như không xuất hiện lỗi chính tả	Font – size đôi khi còn không đồng nhất, canh lề chưa đều, tuy nhiên, có trình bày đúng format của báo cáo và cũng ít lỗi chính tả xuất hiện	Font – size không đồng nhất, không thực hiện canh lề văn bản, thiếu các thành phần của văn bản báo cáo, nhiều lỗi chính tả	Không trình bày được văn bản báo cáo, không canh lề, font – size không đồng nhất
Tài liệu tham khảo	15%	Trích dẫn trên 10 nguồn tài liệu từ các nguồn đáng tin cậy và trình bày danh mục Tài liệu tham	Trích dẫn 6-9 nguồn tài liệu từ các nguồn đáng tin cậy và trình bày danh mục Tài liệu tham khảo đúng	Trích dẫn ít hơn 5 nguồn tài liệu, 1-2 tài liệu đến các nguồn không đáng tin cậy và trình bày danh mục	Không có trích dẫn, không có danh mục Tài liệu tham khảo

		khảo đúng format APA6	format APA6	Tài liệu tham khảo đúng format APA6	
	100%				

TP. Hồ Chí Minh, ngày tháng năm 2024

Người duyệt đề

Giảng viên ra đề

ThS. Nguyễn Thị Ngọc Linh

ThS. Trần Đức Trung