



Đại Học Quốc Gia TP.HCM
Trường Đại Học Bách Khoa
Khoa Quản Lý Công Nghiệp

Vietnam National University - HCMC
Ho Chi Minh City University of Technology
School of Industrial Management

ĐỀ CƯƠNG HỌC PHẦN *Course Syllabus*

1. Thông tin về học phần (*Course information*)

1.1. Thông tin tổng quan (*General information*)

- Tên học phần: **Tiếp thị căn bản**

Course title: Principle of Marketing

- Mã học phần (*Course ID*): **IM1019**

- Số tín chỉ (*Credits*): **3 (ETCS: 6)**

- Học kỳ áp dụng (*Applied from semester*): **20211**

- Tổ chức học phần (*Course format*):

Hình thức học tập (<i>Teaching/study type</i>)	Số tiết/giờ (<i>Hours</i>)	Số tín chỉ (<i>Credits</i>)	Ghi chú (<i>Notes</i>)
Lý thuyết (LT) (<i>Lectures</i>)	30		
Thảo luận (ThL)/Thực hành tại lớp (TH) (<i>Tutorial</i>)	0		
Thí nghiệm (TNg)/Thực tập xưởng (TT) (<i>Labs/Practices</i>)	0		
Bài tập lớn (BTL)/Đồ án (ĐA) (<i>Projects</i>)	45		
Tự học (<i>Self-study</i>)	105		
Khác (<i>Others</i>)	0		
Tổng cộng (Total)	136.17	3	

- Tỷ lệ đánh giá và hình thức kiểm tra/thi (*Evaluation form & ratio*)

Hình thức đánh giá (<i>Evaluation type</i>)	Tỷ lệ (<i>Ratio</i>)	Hình thức (<i>Format</i>)	Thời gian (<i>Duration</i>)
Thảo luận (ThL)/Thực hành tại lớp (TH) (<i>Tutorial</i>)	20%		
Thí nghiệm (<i>Labs/Practices</i>)			
Bài tập lớn (BTL)/Đồ án (ĐA) (<i>Projects</i>)	30%		
Kiểm tra (<i>Midterm Exam</i>)		-- (--)	-- phút (<i>minutes</i>)
Thi (<i>Final Exam</i>)	50%	Trắc nghiệm và tự luận (<i>MCQ & Constructed response</i>)	70 phút (<i>minutes</i>)
Tổng cộng (Total)	100%		

1.2. Điều kiện tiên quyết (Prerequisites)

HT/KN: Recommended, TQ: Prereq, SH: Coreq

Mã học phần (Course ID)	Tên học phần (Course title)	Tiên quyết (TQ)/song hành (SH) (Prerequisite - Prereq/Co - requisite - Coreq)
----------------------------	--------------------------------	--

1.3. Học phần thuộc khối kiến thức (Knowledge block)

- Kiến thức giáo dục đại cương (General education)
- Kiến thức giáo dục chuyên nghiệp (Professional education)
 - Kiến thức cơ sở ngành (Foundation)
 - Kiến thức ngành (Major)
 - Kiến thức chuyên ngành (Specialty)
 - Kiến thức Tốt nghiệp (Graduation)

1.4. Đơn vị phụ trách (Khoa/Bộ môn) (Unit in-charge)

Bộ môn / Khoa phụ trách (Department)	Tiếp Thị và Quản Lý - Khoa Quản Lý Công Nghiệp (School of Industrial Management)
Văn phòng (Office)	Phòng 107 Toà nhà B10, Số 268 Lý Thường Kiệt, P.14 Q.10 Tp.HCM Room 107 Building B10, 268 Lý Thường Kiệt Street, Ward 14, District 10, HCMC
Điện thoại (Phone number)	0283 8647256 - Ext 5613
Giảng viên phụ trách (Lecturer in-charge)	Bùi Huy Hải Bích
E-mail	bhhbich@hcmut.edu.vn

2. Mô tả học phần (Course description)

Tiếp Thị (hay Marketing) ở góc độ nào đó là các hoạt động của doanh nghiệp giúp kết nối doanh nghiệp với khách hàng nhằm thỏa mãn tốt nhất nhu cầu của khách hàng. Trong môn học này sinh viên sẽ đi vào tìm hiểu các chủ đề quan trọng như các khái niệm tiếp thị cơ bản, hành vi khách hàng, STP (chiến lược phân khúc, lựa chọn phân khúc khách hàng mục tiêu và định vị) và các chương trình phối thức tiếp thị 4P (Product, Price, Place, Promotion).

Marketing in an aspect is a series of activities done by a business, connecting that business with customers in order to satisfy the customer's demand. In this course students are expected to understand and explore important issues including Marketing basic concepts, Customer Behavior, Segmentation-Targeting-Positioning (STP) and Marketing Mix Programs 4P (Product, Pricing, Place, Promotion)

3. Giáo trình và tài liệu học tập (Course materials)

Tài liệu giảng dạy/Textbook:

- [1] Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Principles of Marketing (17th Global Edition).
- [2] Kotler, P., & Keller, K. L. (2015). *Marketing management, global edition*. Pearson Education UK.
- [3] Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Quản trị Marketing*. Nhà xuất bản Hồng Đức

Tài liệu tham khảo/Other references:

- [1] Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). Marketing 4.0. Moving from Traditional to Digital, Published by John Wiley&Sons. Inc., Hoboken, New Jersey, 32.
- [2] Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2016). Digital marketing: strategy, implementation and practice, 6th.
- [3] Bài đọc thêm – do giảng viên cung cấp

Tài liệu giảng dạy/Textbook:

- [1] Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Principles of Marketing (17th Global Edition).
- [2] Kotler, P., & Keller, K. L. (2015). *Marketing management, global edition*. Pearson Education UK.

Tài liệu tham khảo/Other references:

[1] Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0. Moving from Traditional to Digital*, Published by John Wiley&Sons. Inc., Hoboken, New Jersey, 32.

[2] Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2016). *Digital marketing: strategy, implementation and practice*, 6th.

4. Mục tiêu và kết quả học tập mong đợi (Goals and Learning outcomes)

4.1. Mục tiêu của học phần (Course goals)

Môn học nhằm cung cấp cho sinh viên ngành quản lý công nghiệp những kiến thức nền tảng cơ bản của lý thuyết tiếp thị hiện đại cũng như phương pháp tiếp cận để giải quyết các vấn đề tiếp thị của doanh nghiệp. Sau khi hoàn thành môn học, sinh viên có thể:

- Hiểu rõ các tình huống và hoạt động tiếp thị của công ty;
- Phân tích và đưa ra các giải pháp cho các vấn đề tiếp thị.

The course provides School of Industrial Management students with a foundation of modern marketing theory and approaches to solve companies' marketing issues.

Upon the completion of this course, students will be able to:

- *Understand cases and marketing activities of a business*
- *Analyse and provide solutions for marketing issues*

4.2. Chuẩn đầu ra học phần (Course learning outcomes)

L.O.1 - Giải thích được các khái niệm và quy trình marketing căn bản
(*Explain concepts and basic marketing process.*)

L.O.2 - Thảo luận giải pháp cho các vấn đề tiếp thị tại doanh nghiệp
(*Discuss solutions for marketing issues*)

L.O.3 - Thể hiện kỹ năng làm việc nhóm và thuyết trình tốt
(*Demonstrate good teamwork and presentation skills*)

L.O.4 - Quan tâm đến sự khác biệt của hoạt động tiếp thị giữa các doanh nghiệp.
(*Pay attention to differences in marketing among institutions.*)

5. Phương thức giảng dạy và học tập (Teaching and assessment methods)

5.1. Phương thức giảng dạy (Teaching methods)

STT (No.)	Phương thức giảng dạy (Teaching methods)
1	Phương pháp học tập tích hợp (Blended learning)

5.2. Phương pháp giảng dạy (Teaching activities)

Loại hoạt động (Assessment methods)	Tên loại hoạt động (Components activities)	Nội dung (Content)
--	---	-----------------------

Loại hoạt động (Assessment methods)	Tên loại hoạt động (Components activities)	Nội dung (Content)
AIC-Hoạt động trong lớp (Activity in class)	A.O.1 - Hoạt động trong lớp (In-class assignments)	Hoạt động trong lớp (In-class assignments)
GPJ-Project nhóm (Group project)	A.O.2 - Dự án nhóm (Group project)	Dự án nhóm (Group project)
GPJ-Project nhóm (Group project)	A.O.2.1 - Dự án nhóm - Hỏi đáp (Group project - Q&A)	Dự án nhóm - Hỏi đáp (Group project - Q&A)
GPJ-Project nhóm (Group project)	A.O.2.2 - Dự án nhóm - Thuyết trình (Group project - Presentation)	Dự án nhóm - Thuyết trình (Group project - Presentation)
EXM-Thi cuối kỳ (Final exam)	A.O.3 - Thi cuối kỳ (Final exam)	Thi cuối kỳ (Final exam)

5.3. Hình thức đánh giá (Assessment methods)

Chuẩn đầu ra chi tiết (Learning outcome)	Hoạt động đánh giá (Evaluation activities)
L.O.1-Giải thích được các khái niệm và quy trình marketing căn bản (Explain concepts and basic marketing process.)	A.O.1-Hoạt động trong lớp (In-class assignments) A.O.3-Thi cuối kỳ (Final exam)
L.O.2-Thảo luận giải pháp cho các vấn đề tiếp thị tại doanh nghiệp (Discuss solutions for marketing issues)	A.O.2.1-Dự án nhóm - Hỏi đáp (Group project - Q&A) A.O.2.2-Dự án nhóm - Thuyết trình (Group project - Presentation)
L.O.3-Thể hiện kỹ năng làm việc nhóm và thuyết trình tốt (Demonstrate good teamwork and presentation skills)	A.O.2.1-Dự án nhóm - Hỏi đáp (Group project - Q&A) A.O.2.2-Dự án nhóm - Thuyết trình (Group project - Presentation)
L.O.4-Quan tâm đến sự khác biệt của hoạt động tiếp thị giữa các doanh nghiệp. (Pay attention to differences in marketing among institutions.)	A.O.1-Hoạt động trong lớp (In-class assignments) A.O.3-Thi cuối kỳ (Final exam)

5.4. Hướng dẫn cách học (Study guidelines)

Phương pháp học:

- Sinh viên đọc bài trước khi đến lớp
- Lên lớp nghe giảng, đặt câu hỏi, thảo luận tình huống, làm bài tập nhóm
- Sinh viên sẽ được tổ chức thành nhóm 6-7 người để làm bài tập lớn
- Truy cập vào e-learning để cập nhật thông tin, tài liệu từ giảng viên, từ sinh viên trong lớp. Cùng tham gia diễn đàn.

● Đánh giá:

Môn học được đánh giá như sau:

- Bài tập trên lớp: 20% online +offline
- Bài tập lớn: 30% online +offline
- Thi cuối kỳ: 50%
- Sinh viên vắng bài tập nào thì 0 điểm bài đó
- Sinh viên không làm việc trong buổi thuyết trình bài tập lớn trước lớp thì sẽ bị 0 điểm bài tập lớn.

Learning strategies:

- Preview the lecture before class time
- Attend the lecture, ask questions, discussion case study, do group assignments
- Form groups of 6-7 members to work on group project

- Log in to e-learning to update information, learning materials from the lecturer and other students, join discussion panel

• *Assessment scheme:*

The course will be evaluated as below:

- *Assignments: 20% online + offline*
- *Group project: 30% online + offline*
- *Final exam: 50%*

- *Student will be marked zero for the assignment that he/she was absent*
- *Students who do not participate in the presentation will be marked zero for group project*

6. Nội dung chi tiết của học phần (Course content)

L.O. Chuẩn đầu ra chi tiết (Detailed learning outcomes)

A. Hoạt động đánh giá (Assessment activity)

Lec. Hoạt động dạy Giảng viên (Lecturer)

Stu. Hoạt động học Sinh viên (Student)

Buổi (Session)	Nội dung (Content)	Hoạt động dạy và học (Lecturing)
1	<p>Giới thiệu về môn học</p> <ul style="list-style-type: none"> - Thông tin Thầy/Cô - Các vấn đề liên quan đến môn học - Cách thức dạy, học và đánh giá <p>Đại cương</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Cơ sở của marketing 2. Các tư tưởng chủ đạo trong marketing 3. Vai trò của marketing 4. Quá trình quản trị marketing <p>(An introduction to subject - Lecturer's information - Some issues related to subject - Method of teaching, learning and assessment</p> <p>General</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Concept Principle of marketing 2. Marketing management orientations 3. The role of marketing 4. Marketing management process 5. Competitive strategies 	<ul style="list-style-type: none"> • L.O.1 [A.O.1 , A.O.3] <ul style="list-style-type: none"> ◦ Lec: - Trình bày các slide chương 1 - Cho ví dụ/tình huống/video minh họa - Đặt câu hỏi cho sinh viên thảo luận, trả lời Về nhà: - Cập nhật thông tin liên quan đến môn học trên e-learning, giải đáp thắc mắc của sinh viên - Chuẩn bị chương 2 (- Teach chapter 1 - Provide examples/cases/video - Make a topic for students to discuss and find answers After class: - Update information on e-learning, answer student's concerns - Prepare chapter 2) ◦ Stu: - Nghe giảng - Thảo luận tình huống và trả lời các câu hỏi của thầy/cô Về nhà: - Truy cập e-learning download tài liệu - Chuẩn bị ý tưởng cho bài tập lớn (- Listen to lecture - Participate in class Homework: - Download study materials from e-learning - Prepare ideas for group project)

Buổi (Session)	Nội dung (Content)	Hoạt động dạy và học (Lecturing)
2	<p>Môi trường và thông tin marketing</p> <ol style="list-style-type: none"> Môi trường tiếp thị Hệ thống thông tin marketing Quá trình nghiên cứu marketing <p>(Marketing environment and information 1. Marketing environment 2. Marketing information system 3. Marketing research process)</p>	<ul style="list-style-type: none"> L.O.1 [A.O.1 , A.O.3] <ul style="list-style-type: none"> Lec: - Ôn nội dung chương 1 - Trình bày các slide chương 2 - Cho ví dụ/tình huống/video minh họa - Đặt câu hỏi cho sinh viên thảo luận, trả lời - Hướng dẫn sinh viên làm bài tập nhóm trên lớp - Hướng dẫn sinh viên làm bài tập lớn về nhà Về nhà: - Chuẩn bị chương 3 - Trả lời thắc mắc cho sinh viên trên elearning (- Review chapter 1 - Teach chapter 2 - Provide examples/cases/video - Make a topic for students to discuss and find answers - Give instructions for group assignment in class - Give instructions for group project After class: - Prepare chapter 3 - Answer students' concerns on e-learning) Stu: - Nghe giảng - Thảo luận tình huống và trả lời các câu hỏi của thầy/cô - Làm bài tập nhóm Về nhà: - Chuẩn bị bài chương 3 - Làm bài tập lớn (- Listen to lecture - Participate in class - Work on group assignment 1 Homework: - Prepare chapter 3 - Work on group project)
3-4	<p>Chương 3: Hành vi mua hàng</p> <ol style="list-style-type: none"> Mô hình hành vi mua hàng Các yếu tố ảnh hưởng hành vi mua Quá trình ra quyết định mua hàng Quá trình chấp nhận sản phẩm mới <p>(Buying behavior 1. Model of consumer behavior 2. Factors Affecting Consumer Behavior 3. The buyer decision process 4. The buyer decision process for new product)</p>	<ul style="list-style-type: none"> L.O.1 [A.O.1 , A.O.3] <ul style="list-style-type: none"> Lec: - Ôn nội dung chương 2 - Trình bày các slide chương 3 - Cho ví dụ/tình huống/video minh họa - Đặt câu hỏi cho sinh viên thảo luận, trả lời - Hướng dẫn sinh viên làm bài tập nhóm trên lớp - Hướng dẫn sinh viên làm bài tập lớn về nhà Về nhà: - Chuẩn bị chương 4 - Trả lời thắc mắc cho sinh viên trên elearning (- Review chapter 2 - Teach chapter 3 - Provide examples/cases/video - Make a topic for students to discuss and find answers - Give instructions for group assignment in class - Give instructions for group project After class: - Prepare chapter 4 - Answer students' concerns on e-learning) Stu: - Nghe giảng - Thảo luận tình huống và trả lời các câu hỏi của thầy/cô - Làm bài tập nhóm Về nhà: - Chuẩn bị bài chương 4 - Làm bài tập lớn (- Listen to lecture - Participate in class - Work on group assignment 2 Homework: - Prepare chapter 4 - Work on big project)
5-6	<p>Thị trường & cạnh tranh</p> <ol style="list-style-type: none"> Phân khúc thị trường Chọn thị trường mục tiêu Định vị sản phẩm Phân tích đối thủ cạnh tranh Các loại chiến lược cạnh tranh trong marketing <p>(Market & Competition 1. Market segmentation 2. Targeting 3. Positioning 4. Competitors analysis 5. Competitive strategy)</p>	<ul style="list-style-type: none"> L.O.4 [A.O.1 , A.O.3] <ul style="list-style-type: none"> Lec: - Ôn nội dung chương 3 - Trình bày các slide chương 4 - Cho ví dụ/tình huống/video minh họa - Đặt câu hỏi cho sinh viên thảo luận, trả lời - Hướng dẫn sinh viên làm bài tập nhóm trên lớp - Hướng dẫn sinh viên làm bài tập lớn về nhà Về nhà: - Chuẩn bị chương 5 - Trả lời thắc mắc cho sinh viên trên elearning (- Review chapter 3 - Teach chapter 4 - Provide examples/cases/video - Make a topic for students to discuss and find answers - Give instructions for group assignment in class - Give instructions for group project After class: - Prepare chapter 5 - Answer students' concerns on e-learning) Stu: - Nghe giảng - Thảo luận tình huống và trả lời các câu hỏi của thầy/cô - Làm bài tập nhóm Về nhà: - Chuẩn bị bài chương 5 - Làm bài tập lớn (- Listen to lecture - Participate in class - Work on group assignment 3 Homework: - Prepare chapter 5 - Work on group project)

Buổi (Session)	Nội dung (Content)	Hoạt động dạy và học (Lecturing)
7-8	<p>Sản phẩm</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Khái niệm, đặc tính và phân loại sản phẩm 2. Chiến lược khác biệt hóa sản phẩm/dịch vụ 3. Họ và nhóm sản phẩm (Quan hệ sản phẩm và thương hiệu) 4. Phát triển sản phẩm mới 5. Vòng đời sản phẩm <p>(Product 1. Product characteristics & classifications 2. Product and services differentiation strategy 3. Product line & mix (Product and brand relationships) 4. New product development 5. Product life cycle strategies)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • L.O.1 [A.O.1 , A.O.3] <ul style="list-style-type: none"> ◦ Lec: - Ôn nội dung chương 4 - Trình bày các slide chương 5 - Cho ví dụ/tình huống/video minh họa - Đặt câu hỏi cho sinh viên thảo luận, trả lời - Hướng dẫn sinh viên làm bài tập nhóm trên lớp - Hướng dẫn sinh viên làm bài tập lớn về nhà Về nhà: - Chuẩn bị chương 6 - Trả lời thắc mắc cho sinh viên trên elearning (- Review chapter 4 - Teach chapter 5 - Provide examples/cases/video - Make a topic for students to discuss and find answers - Give instructions for group assignment in class - Give instructions for group project After class: - Prepare chapter 6 - Answer students' concerns on e-learning) ◦ Stu: - Nghe giảng - Thảo luận tình huống và trả lời các câu hỏi của thầy/cô - Làm bài tập nhóm Về nhà: - Chuẩn bị bài chương 6 - Làm bài tập lớn (- Listen to lecture - Participate in class - Work on group assignment 4 Homework: - Prepare chapter 6 - Work on group project)
9-10	<p>Giá</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Khái niệm 2. Các yếu tố ảnh hưởng việc định giá 3. Các phương pháp định giá 4. Các chính sách định giá và thay đổi giá <p>(Price 1. Concept 2. Factors affect pricing 3. Pricing methodologies 4. Initiating and responding to price changes)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • L.O.1 [A.O.1 , A.O.3] <ul style="list-style-type: none"> ◦ Lec: - Ôn nội dung chương 5 - Trình bày các slide chương 6 - Cho ví dụ/tình huống/video minh họa - Đặt câu hỏi cho sinh viên thảo luận, trả lời - Hướng dẫn sinh viên làm bài tập nhóm trên lớp - Hướng dẫn sinh viên làm bài tập lớn về nhà Về nhà: - Chuẩn bị chương 7 - Trả lời thắc mắc cho sinh viên trên elearning (- Review chapter 5 - Teach chapter 6 - Provide examples/cases/video - Make a topic for students to discuss and find answers - Give instructions for group assignment in class - Give instructions for group project After class: - Prepare chapter 7 - Answer students' concerns on e-learning) ◦ Stu: - Nghe giảng - Thảo luận tình huống và trả lời các câu hỏi của thầy/cô - Làm bài tập nhóm Về nhà: - Chuẩn bị bài chương 7 - Làm bài tập lớn (- Listen to lecture - Participate in class - Work on group assignment 5 Homework: - Prepare chapter 7 - Work on group project)
11-12	<p>Phân phối</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Khái niệm 2. Vai trò của kênh phân phối và nhà phân phối trung gian 3. Quy trình thiết kế hệ thống phân phối 4. Quản trị hệ thống phân phối 5. Mâu thuẫn, hợp tác và cạnh tranh 6. Thương mại điện tử và trên điện thoại di động <p>(Place 1. Concept 2. The role of marketing channels 3. Distribution system design 4. Distribution system management 5. Conflict 6. E-commerce and M-commerce marketing practices)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • L.O.1 [A.O.1 , A.O.3] <ul style="list-style-type: none"> ◦ Lec: - Ôn nội dung chương 6 - Trình bày các slide chương 7 - Cho ví dụ/tình huống/video minh họa - Đặt câu hỏi cho sinh viên thảo luận, trả lời - Hướng dẫn sinh viên làm bài tập nhóm trên lớp - Hướng dẫn sinh viên làm bài tập lớn về nhà Về nhà: - Chuẩn bị chương 8 - Trả lời thắc mắc cho sinh viên trên elearning (- Review chapter 6 - Teach chapter 7 - Provide examples/cases/video - Make a topic for students to discuss and find answers - Give instructions for group assignment in class - Give instructions for group project After class: - Prepare chapter 8 - Answer students' concerns on e-learning) ◦ Stu: - Nghe giảng - Thảo luận tình huống và trả lời các câu hỏi của thầy/cô - Làm bài tập nhóm Về nhà: - Chuẩn bị bài chương 8 - Làm bài tập lớn (- Listen to lecture - Participate in class - Work on group assignment 6 Homework: - Prepare chapter 8 - Work on group project)



Buổi (Session)	Nội dung (Content)	Hoạt động dạy và học (Lecturing)
13-14	<p>Truyền Thông</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Khái niệm truyền thông trong marketing 2. Vai trò của truyền thông 3. Các hoạt động chức năng của truyền thông 4. Quản trị truyền thông <p>(Promotion 1. Concept 2. The role of marketing communications 3. Communication functions 4. Managing the integrated marketing communications process)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • L.O.1 [A.O.1 , A.O.3] <ul style="list-style-type: none"> ◦ Lec: - Ôn nội dung chương 7 - Trình bày các slide chương 8 - Cho ví dụ/tình huống/video minh họa - Đặt câu hỏi cho sinh viên thảo luận, trả lời - Hướng dẫn sinh viên làm bài tập nhóm trên lớp - Hướng dẫn sinh viên làm bài thuyết trình bài tập lớn Về nhà: - Trả lời thắc mắc cho sinh viên trên elearning (- Review chapter 7 - Teach chapter 8 - Provide examples/cases/video - Make a topic for students to discuss and find answers - Give instructions for group assignment in class - Give instructions for group project After class: - Answer students' concerns on e-learning) ◦ Stu: - Nghe giảng - Thảo luận tình huống và trả lời các câu hỏi của thầy/cô - Làm bài tập nhóm Về nhà: - Chuẩn bị bài thuyết trình (- Listen to lecture - Participate in class - Work on group assignment 7 Homework: - Prepare group presentation)
15	<p>Sinh viên trình bày bài tập lớn (Group presentation)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • L.O.2 [A.O.2.1 , A.O.2.2] <ul style="list-style-type: none"> ◦ Lec: - Phân biện - Góp ý cho sinh viên về: nội dung, hình thức, các tổ chức nhóm, phong cách khi trình bày, cách trả lời phân biện,... - Những bài học rút ra từ dự án của các nhóm - Ôn tập và giải đáp thắc mắc trước khi thi cuối kỳ Về nhà: > Chuẩn bị đề thi cuối kỳ > Tổng kết điểm bài tập nhóm (- Feedback on contents and display, teamwork arrangement, presentation, how the group answer audiences' concerns, etc. - Lessons from the final works of each group - Review and clear up students' doubts before final exam After class: - Prepare final exam quiz - Final grading group assignments) ◦ Stu: - Thuyết trình theo nhóm - Phân biện nhóm khác - Đặt câu hỏi những vấn đề liên quan đến lý thuyết (- Group presentation - Ask questions about other groups presentations - Ask theoretical questions) • L.O.3 [A.O.2.2 , A.O.2.1] <ul style="list-style-type: none"> ◦ Lec: - Lắng nghe và đặt câu hỏi cho bài thuyết trình nhóm (Listen to group presentations and raise questions) ◦ Stu: Trình bày bài tập nhóm và trả lời các câu hỏi (Present group project and answer questions)

7. Yêu cầu khác về học phần (Other course requirements and expectations)

8. Biên soạn và cập nhật đề cương (Editing information)

- Đề cương được biên soạn vào năm học học kỳ (Syllabus edited in year-semester): **20211**
- Đề cương được chỉnh sửa lần thứ (Editing version): **DCMH.IM1019.2.1**
- Nội dung được chỉnh sửa, cập nhật, thay đổi ở lần gần nhất (The latest editing content): --

Tp.Hồ Chí Minh, ngày 13 tháng 8 năm 2022
HCM City, August 13 2022
CB PHỤ TRÁCH LẬP ĐỀ CƯƠNG
(Lecturer in-charge)

TRƯỞNG KHOA
(Dean)

CHỦ NHIỆM BỘ MÔN
(Head of Department)