

**CHƯƠNG TRÌNH CHI TIẾT HỌC PHẦN
TRÌNH ĐỘ ĐẠI HỌC**

Ngành/Chuyên ngành đào tạo: Quản trị kinh doanh tổng hợp

- 1. Tên học phần: Quản trị thương hiệu**
- 2. Loại học phần:** Lý thuyết
- 3. Số tín chỉ:** 02 tín chỉ. Trong đó(02LT, TH)
- 4. Bộ môn quản lý học phần:** Quản trị kinh doanh
- 5. Điều kiện tiên quyết:** Sinh viên đã học xong các học phần cơ sở ngành và chuyên ngành.

6. Phân bổ thời gian:

- Thời gian lên lớp: 30 tiết
 - Số tiết lý thuyết: 28 tiết
 - Số tiết thực hành: 0 tiết
 - Số tiết kiểm tra: 02 tiết

- Thời gian tự học: 60 tiết

7. Mục tiêu của học phần:

7.1. Kiến thức

Học phần trang bị kiến thức về quản trị thương hiệu cho sinh viên với các kỹ thuật marketing cao cấp nhằm xây dựng phát triển và duy trì thương hiệu cho doanh nghiệp.

7.2. Kỹ năng

-Hiểu các kỹ năng cơ bản: Kỹ năng nhận thức, phân tích và giải quyết các tình huống kinh tế phát sinh trong doanh nghiệp và thực tế nền kinh tế.

- Vận dụng tốt các kỹ năng và kiến thức quản trị thương hiệu vào thực tế doanh nghiệp

- Phân tích và tính toán các tình huống về quản trị thương hiệu xảy ra trong doanh nghiệp để đưa ra phương án hiệu quả nhất.

7.3. Thái độ

- Sinh viên yêu thích và hứng thú với học phần Quản trị thương hiệu.
- Sinh viên có thái độ nghiêm túc, cầu tiến trong quá trình học tập, nghiên cứu.
- Hình thành thói quen vận dụng lý thuyết vào giải quyết các vấn đề thực tiễn.

8. Nội dung học phần:

8.1. Mô tả vắn tắt

Học phần này cung cấp tiến trình quản trị tài sản thương hiệu cho đối tượng là thương hiệu sản phẩm. Mục đích là phát triển các chiến lược và chiến thuật marketing nhằm xây dựng, duy trì và phát triển tài sản thương hiệu định hướng khách hàng. Như

vậy, chiến lược thương hiệu được xem là chiến lược marketing nhằm xây dựng, duy trì và phát triển tài sản thương hiệu định hướng khách hàng.

8.2.Nội dung chi tiết học phần

| Tuần | Nội dung | Lý thuyết (Tiết) | Tài liệu đọc trước | Nhiệm vụ của sinh viên |
|------|--|------------------|---|---|
| 1 | Chương 1. Tổng quan về thương hiệu 1.1. Quan niệm về thương hiệu 1.2. Vai trò của thương hiệu 1.2.1. Vai trò của thương hiệu đối với người tiêu dùng 1.2.2. Vai trò của thương hiệu đối với doanh nghiệp 1.3. Thương hiệu – Tài sản của doanh nghiệp Câu hỏi và bài tập | 2 | Tài liệu [1] Chương 1, mục 1.1, 1.2, 1.3 | - Chuẩn bị và đọc trước tài liệu chính, tham khảo - Hoàn thành các câu hỏi và bài tập chương 1 |
| 2 | Chương 2. Xây dựng thương hiệu 2.1. Các loại thương hiệu và mô hình xây dựng thương hiệu | 2 | Tài liệu [1] Chương 2 mục 2.1 | - Chuẩn bị và đọc trước tài liệu chính, tham khảo - Hoàn thành các câu hỏi và bài tập chương 2 |
| 3 | 2.2. Quá trình xây dựng thương hiệu 2.2.1. Nghiên cứu thị trường 2.2.2. Xây dựng tầm nhìn thương hiệu 2.2.3. Hoạch định chiến lược thương hiệu | 2 | Tài liệu [1], Chương 2, mục 2.2 | - Chuẩn bị và đọc trước tài liệu chính, tham khảo - Hoàn thành các câu hỏi và bài tập chương 2 |
| 4 | 2.2.4. Định vị thương hiệu 2.2.5. Xây dựng hệ thống nhận diện thương hiệu | 2 | Tài liệu [1] Chương 2, mục 2.2 | - Chuẩn bị và đọc trước tài liệu chính, tham khảo - Hoàn thành các câu hỏi và bài tập chương 2 |
| 5 | 2.2.6. Truyền thông quảng bá thương hiệu 2.2.7. Đánh giá thương hiệu | 2 | Tài liệu [1] Chương 2, mục 2.2 | - Chuẩn bị và đọc trước tài liệu chính, tham khảo - Hoàn thành các câu hỏi và bài tập chương 2 |
| 6 | 2.3. Lựa chọn chiến lược phát triển thương hiệu 2.3.1. Mở rộng dòng sản phẩm 2.3.2. Mở rộng thương hiệu 2.3.3. Đa thương hiệu 2.3.4. Các thương hiệu mới Câu hỏi và bài tập | 2 | Tài liệu [1] Chương 2 mục 2.3 | - Chuẩn bị và đọc trước tài liệu chính, tham khảo - Hoàn thành các câu hỏi và bài tập chương 2 |

CÔNG
TR
ĐA
CÔNG
QU

| | | | | |
|----|---|---|---|---|
| 7 | Kiểm tra giữa kỳ | 2 | Hệ thống kiến thức | Tự ôn tập những nội dung đã học |
| 8 | Chương 3. Thiết kế hệ thống nhận diện thương hiệu 3.1. Tên thương hiệu 3.1.1. Khái quát về tên thương hiệu 3.1.2. Yêu cầu đối với tên thương hiệu 3.1.3. Quy trình và cách đặt tên thương hiệu | 2 | Tài liệu [1] Chương 3 mục 3.1 | - Chuẩn bị và đọc trước tài liệu chính, tham khảo - Hoàn thành các câu hỏi và bài tập chương 3 |
| 9 | 3.2. Biểu trưng (LOGO) thương hiệu 3.2.1. Khái niệm chung về biểu trưng 3.2.2. Vai trò của biểu trưng trong kinh doanh 3.2.3. Tổ chức nghiên cứu thiết kế biểu trưng | 2 | Tài liệu [1] Chương 3 mục 3.2 | - Chuẩn bị và đọc trước tài liệu chính, tham khảo - Hoàn thành các câu hỏi và bài tập chương 3 |
| 10 | 3.3. Thiết kế các yếu tố nhận biết khác của thương hiệu 3.3.1. Câu khẩu hiệu (slogan) 3.3.2. Bao bì 3.3.3. Biểu tượng 3.3.4. Các dấu hiệu thính giác (nhạc hiệu, nhân âm thanh) 3.3.5. Các dấu hiệu khác | 2 | Tài liệu [1] Chương 3 mục 3.3 | - Chuẩn bị và đọc trước tài liệu chính, tham khảo - Hoàn thành các câu hỏi và bài tập chương 3 |
| 11 | 3.4. Nhất thể hóa các tín hiệu nhận biết thương hiệu 3.4.1. Nhận biết qua hệ thống giá trị của doanh nghiệp 3.4.2. Nhận biết qua hoạt động của doanh nghiệp 3.4.3. Nhận biết qua kênh truyền thông thị giác Câu hỏi và bài tập | 2 | Tài liệu [1] Chương 3 mục 3.4 | - Chuẩn bị và đọc trước tài liệu chính, tham khảo - Hoàn thành các câu hỏi và bài tập chương 3 |
| 12 | Chương 4. Bảo hộ thương hiệu 4.1. Đăng ký bảo hộ các yếu tố thương hiệu 4.1.1. Những vấn đề chung 4.1.2. Quy trình đăng ký bảo hộ 4.1.3. Nội dung đăng ký bảo hộ 4.2. Bảo vệ tài sản thương hiệu khi bị vi phạm 4.2.1. Quyền và nghĩa vụ của chủ sở hữu thương hiệu 4.2.2. Bảo vệ quyền đối với thương hiệu Câu hỏi và bài tập | 2 | Tài liệu [1] Chương 4 mục 4.1, 4.2 | - Chuẩn bị và đọc trước tài liệu chính, tham khảo - Hoàn thành các câu hỏi và bài tập chương 4 |
| 13 | Chương 5. Quản lý thương hiệu trong quá trình kinh doanh 5.1. Quản lý tài sản thương hiệu | 2 | Tài liệu [1] Chương 5 mục 5.1 | - Chuẩn bị và đọc trước tài liệu chính, tham khảo |

| | | | | |
|-------------|--|----------------|-------------------------------------|---|
| | 5.1.1. Đánh giá thường xuyên tài sản thương hiệu của doanh nghiệp 5.1.2. Đo lường giá trị tài sản thương hiệu (định giá thương hiệu) | | | - Hoàn thành các câu hỏi và bài tập chương 5 |
| 14 | 5.2. Phương pháp quản trị đa thương hiệu 5.2.1. Các mục tiêu chính trong việc quản trị đa thương hiệu 5.2.2. Phương pháp quản trị đa thương hiệu | 2 | Tài liệu [1] Chương 5 mục 5.2 | - Chuẩn bị và đọc trước tài liệu chính, tham khảo - Hoàn thành các câu hỏi và bài tập chương 5 |
| 15 | 5.3. Các vấn đề có tính quyết định khác đối với việc quản trị thương hiệu 5.3.1. Mở rộng, loại bỏ và liên kết các thương hiệu 5.3.2. Hồi sinh các thương hiệu 5.4. Vai trò của nhà nước trong xây dựng và quản lý thương hiệu Câu hỏi và bài tập Tổng kết | 2 | Tài liệu [1] Chương 5 mục 5.3 | - Chuẩn bị và đọc trước tài liệu chính, tham khảo - Hoàn thành các câu hỏi và bài tập chương 5 |
| Tổng | | 30 tiết | | |

9. Nhiệm vụ của sinh viên:

- Dự lớp: Tối thiểu 70% số giờ học trên lớp có sự hướng dẫn của giảng viên
- Bài tập:
 - + Làm đầy đủ các bài tập mà giảng viên giao
 - + Đọc thêm tài liệu mà giảng viên yêu cầu
- Dụng cụ học tập: Tài liệu chính, tài liệu tham khảo giảng viên yêu cầu.
- Làm bài kiểm tra giữa kỳ
- Tham gia thi kết thúc học phần

10. Thang điểm và hình thức đánh giá:

- Thang điểm: 10
- Hình thức đánh giá: Thi tự luận theo quy chế hiện hành

11. Tiêu chuẩn đánh giá sinh viên

| TT | Điểm thành phần | Quy định | Trọng số | Ghi chú |
|----|--|-----------------|----------|---|
| 1 | Điểm thường xuyên, đánh giá nhận thức, thái độ thảo luận, chuyên cần, làm bài tập ở nhà | 21/30 tiết | 10% | Sinh viên không tham dự đủ 70% số tiết học trên lớp theo quy định của học phần trong chương trình đào tạo thì không được dự thi kết thúc học phần |
| 2 | Điểm kiểm tra giữa kỳ | 1 bài/học phần | 30% | |
| 3 | Thi kết thúc học phần | Tự luận 90 phút | 60% | |

12. Tài liệu học tập

- Giáo trình bắt buộc:

[1] Ths. Hoàng Lệ Chi, TS. Trần Thị Thập, Bài giảng Quản trị thương hiệu, Trường ĐH Bru chính viễn thông, 2013.

- Tài liệu tham khảo:

[2] TS. Phạm Thị Lan Hương, PGS.TS. Lê Thế Giới, TS. Lê Thị Minh Hằng, Giáo trình Quản trị thương hiệu, NXB Tài chính, 2014.

[3] Al Ries, Laura Ries, 22 Quy luật bất biến trong xây dựng thương hiệu, NXB Lao động – Xã hội, 2014.

[4] Marc Gobé, Thương hiệu cảm xúc, NXB Lao động – xã hội, 2014.

[5] Patricia F. Nicolino, Quản trị thương hiệu, NXB Lao động – xã hội, 2010.

13. Các yêu cầu khác (nếu có) của học phần:

Quảng Ninh, ngày 02 tháng 3 năm 2020



HIỆU TRƯỞNG

TS. Hoàng Hùng Thắng

PHỤ TRÁCH BỘ MÔN

ThS. Đặng Thị Thu Giang

GIẢNG VIÊN BIÊN SOẠN

ThS. Trần Thị Thu Lan

