

ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN
TRÌNH ĐỘ ĐÀO TẠO: ĐẠI HỌC
NGÀNH: QUẢN TRỊ KINH DOANH

1. Tên học phần:

Tiếng Việt: Quản trị Thương hiệu

Tiếng Anh: Brand Management

Mã số học phần: 02DHQTKD127

Số tín chỉ học phần: 2 (2, 0)

Số tiết học phần: 30 tiết

Lý thuyết: 26 tiết; Thảo luận 02 tiết, Kiểm tra 02 tiết.

Tự học: 70 giờ

2. Đơn vị quản lý học phần

2.1. Giảng viên giảng dạy:

1. ThS. Ngô Thị Lan Hương
2. ThS. Đặng Thị Thu Giang
3. ThS. Trần Thị Thanh Hương
4. ThS. Trần Thị Thu Lan
5. ThS. Bùi Thị Thúy Hằng
6. ThS. Trần Hoàng Tùng

2.2. Bộ môn: Quản trị kinh doanh

2.3. Khoa: Kinh tế

3. Điều kiện học học phần

Học phần tiên quyết: Sinh viên đã học xong các học phần cơ sở ngành.

4. Mục tiêu của học phần:

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. Ngoài ra giúp học viên hiểu được các 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.

4.1. Kiến thức:

4.1.1. Hiểu được những khái niệm cơ bản quản trị thương hiệu, các đặc điểm thị trường, môi trường phát triển thương hiệu trong kinh doanh.

4.1.2. Giải thích được sự ảnh hưởng của môi trường và nguồn lực marketing tới hoạt động marketing của doanh nghiệp, cách thức vận dụng các công cụ marketing hỗn hợp để thực hiện tốt công tác quản trị thương hiệu tại doanh nghiệp.

4.1.3. Vận dụng phân tích sự ảnh hưởng của môi trường kinh doanh và nguồn lực để đánh giá các quyết định về các công cụ marketing hỗn hợp trong quá trình xây dựng thương hiệu

4.1.4. Vận dụng phân tích các kiến thức về quản trị thương hiệu trong thực tiễn hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp thông qua việc giải quyết các tình huống.

4.1.5. Vận dụng phân tích đánh giá, đo lường tài sản thương hiệu của doanh nghiệp.

4.2. Kỹ năng:

4.2.1. Hình thành kỹ năng năng lực nghiên cứu tài liệu: Phân tích, tổng hợp, so sánh, khái quát hoá.

4.2.2. Rèn luyện kỹ năng mềm như kỹ năng xử lý và giải quyết vấn đề, dẫn dắt khởi nghiệp, kỹ năng tư duy sáng tạo, kỹ năng làm việc độc lập,...

4.2.3. Rèn kỹ năng lập luận, thảo luận nhóm, thuyết trình trước công chúng;

4.2.4. Rèn kỹ năng phát triển năng lực đánh giá và tự đánh giá kết quả công việc.

5. Chuẩn đầu ra học phần

Sau khi hoàn thành việc học học phần này, sinh viên có thể:

1. Hiểu biết tổng quan kiến thức cơ bản về quản trị thương hiệu: quá trình Quản trị Thương hiệu trong doanh nghiệp, thực hiện các phân tích về môi trường và nguồn lực marketing, quản trị các công cụ marketing hỗn hợp trong quá trình phát triển xây dựng thương hiệu, quy định pháp luật trong bảo vệ và quản lý thương hiệu.

2. Phân tích, tổng hợp, so sánh, khái quát các vấn đề về kiến thức quản trị thương hiệu.

3. Hình thành các kỹ năng mềm như kỹ năng xử lý và giải quyết vấn đề, kỹ năng tư duy sáng tạo, kỹ năng thuyết trình, kỹ năng làm việc nhóm, kỹ năng làm việc độc lập,...

4. Hình thành kỹ năng xã hội cơ bản trong hoạt động chuyên môn để lập luận, minh chứng xác thực, thuyết phục trong phân tích lý thuyết và giải quyết tình huống thực tiễn

5. Vận dụng thiết kế phát triển xây dựng thương hiệu cụ thể cho doanh nghiệp

6. Tóm tắt nội dung học phần

Học phần này cung cấp cho sinh viên các kiến thức căn bản về thương hiệu và quản trị thương hiệu bao gồm quan điểm về một số vấn đề cơ bản của thương hiệu, nắm được quy trình xây dựng và bảo vệ thương hiệu. Bên cạnh đó, học phần cũng giúp sinh viên phát triển kỹ năng phân tích, đánh giá về các thương hiệu, cách quản trị

thương hiệu để từ đó có nhận định và thái độ đúng đắn về công tác quản trị thương hiệu.

7. Cấu trúc nội dung học phần

Đề mục	Nội dung	Số tiết			Mục tiêu
		Tổng	Lý thuyết	TH/TN	
Mở đầu					
Chương 1.	Một số vấn đề chung về thương hiệu	4	4	0	
1.1	Quan niệm về thương hiệu				
1.2	Vai trò của thương hiệu				4.1.1,
1.3	Thương hiệu – Tài sản của doanh nghiệp				4.1.2, 4.1.4,
1.4	Đo lường tài sản thương hiệu				4.2.1
1.5	Tiến trình Quản trị Thương hiệu chiến lược				
Chương 2.	Xây dựng thương hiệu	6	6	0	
2.1	Các loại thương hiệu và mô hình xây dựng thương hiệu				
2.2	Quá trình xây dựng thương hiệu				
2.3	Lựa chọn chiến lược phát triển thương hiệu				
Chương 3.	Thiết kế hệ thống nhận diện thương hiệu	8	8	0	
3.1	Tên thương hiệu				
3.2	Biểu trưng (LOGO) thương hiệu				
3.3	Thiết kế các yếu tố nhận				4.1.1, 4.1.2,
3.4	Nhất thể hóa các tín hiệu nhận biết thương hiệu				4.1.4, 4.2.1
Chương 4.	Bảo hộ thương hiệu	2	2	0	
4.1	Đăng ký bảo hộ các yếu tố thương hiệu				4.1.1, 4.1.2,
4.2	Bảo vệ tài sản thương hiệu khi bị vi phạm				4.2.1
Chương 5.	Quản lý thương hiệu trong quá trình kinh doanh	6	6	0	
5.1	Quản lý tài sản thương hiệu				
5.2	Phương pháp quản trị đa thương hiệu				4.1.1,



Đề mục	Nội dung	Số tiết			Mục tiêu
		Tổng	Lý thuyết	TH/TN	
5.3	Các vấn đề có tính quyết định khác đối với việc quản trị thương hiệu				4.1.2, 4.1.3, 4.1.4,
5.4	Vai trò của nhà nước trong xây dựng và quản lý thương hiệu				4.2.1, 4.2.3, 4.2.4
	Ôn tập và Thảo luận	2	2	0	4.1.2, 4.1.3, 4.1.4, 4.2.1, 4.2.2, 4.2.3, 4.2.4
	Kiểm tra giữa kỳ	2	2	0	

8. Phương pháp giảng dạy

- Giảng dạy lý thuyết kết hợp thảo luận theo nhóm, hỏi đáp

9. Nhiệm vụ của sinh viên:

Sinh viên phải thực hiện các nhiệm vụ sau:

- Có mặt tối thiểu 70% số tiết học lý thuyết.
- Tham gia và hoàn thành đầy đủ các buổi thảo luận, bài tập nhóm/bài tập và được đánh giá kết quả thực hiện.
- Tham dự kiểm tra giữa học kỳ.
- Chủ động chuẩn bị các nội dung và thực hiện giờ tự học theo mục 12
- Thực hiện các hoạt động khác theo yêu cầu của giảng viên.
- Tham gia thi kết thúc học phần.

10. Đánh giá kết quả học tập của sinh viên

10.1. Cách đánh giá

Sinh viên được đánh giá tích lũy học phần như sau:

TT	Điểm thành phần	Quy định	Trọng số	Ghi chú
1	Điểm chuyên cần	Số tiết sinh viên tham dự học/tổng số tiết quy định. Ý thức, thái độ học tập trên lớp, ý thức chuẩn bị bài, làm bài tập ... của sinh viên.	10%	Sinh viên không tham dự đủ 70% số tiết học trên lớp thì không được dự thi kết thúc học phần
2	Điểm quá trình	Làm bài kiểm tra tự luận	30%	
3	Điểm thi kết thúc học phần	Trắc nghiệm + tự luận (90 phút)	60%	

10.2. Cách tính điểm:

Điểm học phần bao gồm điểm kiểm tra thường xuyên trong quá trình học tập; điểm đánh giá nhận thức và thái độ tham gia thảo luận; điểm chuyên cần; điểm thi giữa học phần; điểm tiểu luận và điểm thi kết thúc học phần thực hiện theo công thức sau:

$$\boxed{\begin{array}{c} \text{Điểm học} \\ \text{phần} \end{array}} = \boxed{\begin{array}{c} \text{Điểm chuyên cần} \\ \times 0.1 \end{array}} + \boxed{\begin{array}{c} \text{Điểm quá trình} \\ \times 0.3 \end{array}} + \boxed{\begin{array}{c} \text{Điểm thi kết thúc} \\ \text{học phần} \times 0.6 \end{array}}$$

Điểm học phần tính theo thang điểm 10 làm tròn đến một chữ số thập phân, sau đó được quy đổi sang điểm chữ và điểm số theo thang điểm 4 theo quy chế đào tạo của Nhà trường.

11. Tài liệu học tập:

11.1. Tài liệu chính:

[1] “Giáo trình Quản trị Thương hiệu”, ĐHCNQ, 2015

11.2. Tài liệu tham khảo:

[1] “Thương mại nội địa trong bối cảnh 4.0”, NXB Công thương, 2020

[2] “Nâng cao năng lực áp dụng biện pháp tự vệ của Việt Nam trong TMQT”, NXB Công Thương”, 2019.

12. Hướng dẫn tự học của học phần

Chương	Nội dung	LT (tiết)	BT (tiết)	TH (tiết)	Sinh viên cần chuẩn bị
1	Một số vấn đề chung về thương hiệu	10			Tài liệu [1], [1] và [2].
2	Xây dựng thương hiệu	10			Tài liệu [1], [1] và [2].
3	Thiết kế hệ thống nhận diện thương hiệu	20			Tài liệu [1], [1] và [2].
4	Bảo hộ thương hiệu	15			Tài liệu [1], [1] và [2].
5	Quản lý thương hiệu trong quá trình kinh doanh	15			Tài liệu [1], [1] và [2].

Quảng Ninh, ngày 01 tháng 12 năm 2022

HIỆN TRƯỞNG

P. TRƯỞNG BỘ MÔN

GIẢNG VIÊN BIÊN SOẠN

TS. Hoàng Hùng Thắng

ThS. Đặng Thị Thu Giang

ThS. Ngô Thị Lan Hương