

The slide features a light cream background with two large, dark green triangles pointing towards the top-left and bottom-right corners. The title 'Assignment 1' is centered in a large, bold, blue font.

Assignment 1

Branding model

Assignment 1: Phân Tích Thương Hiệu Việt Nam bằng cách sử dụng Mô Hình Branding bạn đã học

Môn học: Chiến lược quản trị Thương hiệu

Độ dài: 1,500–2,000 từ

Định dạng nộp: File PDF

Hạn nộp bài: 15/03/2025

Team: 5 sinh viên

Mục tiêu

Áp dụng một mô hình branding (ví dụ: Mô hình Vốn Thương Hiệu, Mô hình CBBE, hoặc bất kỳ mô hình nào) để phân tích một thương hiệu Việt Nam. Xác định điểm mạnh, điểm yếu và cơ hội cải thiện chiến lược thương hiệu.

Mô tả nhiệm vụ:

1. Lựa chọn thương hiệu (10%)

- Chọn một thương hiệu Việt Nam (ví dụ: Vinamilk, Trung Nguyên Coffee, Vietjet, The Coffee House, Bitis, hoặc các thương hiệu khác).
- Giải thích ngắn gọn lý do chọn thương hiệu này (ví dụ: giá trị văn hóa, thành công thị trường, thách thức đặc biệt từ vấn đề hiện tại của thương hiệu)

2. Tổng quan về thương hiệu (20%)

- Cung cấp thông tin nền tảng:
 - Lịch sử, sứ mệnh, tầm nhìn và giá trị cốt lõi.
 - Đối tượng mục tiêu (nhân khẩu học, tâm lý học v.v...).
 - Vị thế thị trường (đối thủ cạnh tranh, thị phần, USP*).
- Kèm hình ảnh minh họa (logo, khẩu hiệu, quảng cáo)

3. Áp dụng mô hình branding (40%)

- **Chọn một mô hình branding và áp dụng phân tích:**

- Mô tả/ giải thích hiểu biết của nhóm về mô hình
- Áp dụng mô hình branding đã chọn để phân tích thương hiệu một cách chi tiết.
 - Đánh giá từng yếu tố của mô hình trong bối cảnh của thương hiệu được chọn.

4. Phân tích phê phán & Đề xuất (20%)

- Điểm mạnh: Thương hiệu làm tốt điều gì theo mô hình?
- Điểm yếu: Lỗ hổng trong chiến lược (ví dụ: thông điệp không nhất quán, thiếu kết nối cảm xúc).
- Đề xuất: Hành động cụ thể để cải thiện thương hiệu (ví dụ: kể chuyện thương hiệu, đổi mới số, sáng kiến CSR**). Thay đổi logo, nhận diện thương hiệu, slogan v.v...

5. Thuyết trình (10%)

- Tóm tắt phát hiện chính.
- Trình bày và thuyết trình một cách rõ ràng
- Q&A

Grading Rubrics

	Xuất sắc (9–10 điểm)	Tốt (7–8 điểm)	Khá (5–6 điểm)	Yếu (0–4 điểm)
1. Lựa chọn thương hiệu (10%)	Lựa chọn thương hiệu phù hợp, giải thích rõ ràng và thuyết phục.	Lựa chọn thương hiệu phù hợp nhưng giải thích chưa đầy đủ hoặc thiếu chi tiết.	Lựa chọn thương hiệu chưa phù hợp hoặc giải thích sơ sài.	Không lựa chọn thương hiệu hoặc giải thích không rõ ràng.
2. Tổng quan thương hiệu (20%)	Thông tin đầy đủ, chính xác, cấu trúc rõ ràng. Hình ảnh minh họa phù hợp và chất lượng.	Thông tin khá đầy đủ nhưng thiếu một số chi tiết quan trọng.	Thông tin cơ bản nhưng sơ sài, thiếu chi tiết.	Thông tin không đầy đủ, thiếu chính xác hoặc không liên quan.
3. Áp dụng mô hình branding (40%)	Phân tích sâu sắc, áp dụng mô hình chính xác, logic, có ví dụ và dẫn chứng thuyết phục.	Phân tích khá tốt, áp dụng mô hình đúng nhưng thiếu ví dụ hoặc dẫn chứng.	Phân tích cơ bản, áp dụng mô hình chưa chính xác hoặc thiếu logic.	Phân tích yếu, không áp dụng đúng mô hình hoặc không có dẫn chứng.
4. Phân tích & Đề xuất (20%)	Phân tích sâu sắc, đề xuất cụ thể, khả thi và sáng tạo. Có dẫn chứng hỗ trợ.	Phân tích khá tốt, đề xuất hợp lý nhưng chưa đủ chi tiết hoặc thiếu sáng tạo.	Phân tích cơ bản, đề xuất chung chung hoặc không khả thi.	Phân tích yếu, đề xuất không rõ ràng hoặc không liên quan.
5. Thuyết trình (10%)	Bố cục rõ ràng, logic, ngôn ngữ mạch lạc, trình bày chuyên nghiệp và sinh động.	Bố cục khá rõ ràng, ngôn ngữ khá mạch lạc, trình bày khá chuyên nghiệp và có phần sinh động.	Bố cục chưa rõ ràng, ngôn ngữ chưa mạch lạc, trình bày chưa chuyên nghiệp và ít sinh động.	Bố cục lộn xộn, ngôn ngữ khó hiểu, trình bày cẩu thả và không sinh động