

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC MỞ THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

ĐỀ CƯƠNG MÔN HỌC TRỰC TUYẾN

I. THÔNG TIN VỀ MÔN HỌC

- Tên môn học: **Quản trị thương hiệu**
- Mã môn học: **BADM1306**
- Số tín chỉ: 3 LT
- Khoa/Ban phụ trách: Khoa Quản trị kinh doanh
- Thời gian: 9 tuần theo phương thức trực tuyến + 2 tuần gia hạn
- Địa điểm lớp học: Cổng đào tạo trực tuyến – lms.elo.edu.vn

II. MÔ TẢ MÔN HỌC

2.1. Mô tả tổng quát

Môn học này cung cấp cho sinh viên những kiến thức lý thuyết và thực tiễn về quản lý sản phẩm và thương hiệu. Môn học sẽ nghiên cứu các lý thuyết đương đại về nhãn hiệu, giá trị nhãn hiệu và quản lý chiến lược nhãn hiệu. Đồng thời môn học sẽ chú trọng vào nội dung “bằng cách nào” và “tại sao”, cung cấp những hướng dẫn cụ thể cho việc hoạch định, xây dựng, đo lường và quản lý giá trị nhãn hiệu (brand equity). Một trong những nội dung của môn học sẽ là bài tập về lập kế hoạch cụ thể cho một nhãn hiệu của sản phẩm mới hoặc hiện có tùy theo lựa chọn của sinh viên.

2.2. Mục tiêu môn học

2.2.1. Mục tiêu chung:

Sau khi học xong môn này, sinh viên có thể:

- Liệt kê được những thuật ngữ chuyên môn, kiến thức cơ bản về thương hiệu
- Mô tả được những công việc, nhiệm vụ, vai trò của nhà quản trị thương hiệu trong môi trường làm việc ở lĩnh vực quản trị thương hiệu.

- Phân tích và giải thích được các khía cạnh chủ yếu của tiến trình quản trị thương hiệu như: tạo dựng, duy trì, phát triển, bảo vệ và khai thác thương hiệu.
- Vận dụng được các kiến thức cơ bản về quản trị thương hiệu vào công việc thực tiễn.

2.2.2. Mục tiêu cụ thể:

a. Về kiến thức:

- Liệt kê và phân biệt được các khái niệm, thuật ngữ chuyên môn, kiến thức cơ bản về thương hiệu
- Mô tả được tiến trình xây dựng, duy trì và phát triển thương hiệu
- Phân biệt được các mô hình kiến trúc thương hiệu, phân tích được các ưu nhược điểm và biết được các cách thức lựa chọn mô hình kiến trúc thương hiệu phù hợp với tình hình thực tiễn tại một doanh nghiệp
- Chỉ ra được các giải pháp cần thực hiện để bảo vệ thương hiệu
- Phân biệt được khái niệm tài sản thương hiệu và giá trị thương hiệu, liệt kê được các biện pháp có thể áp dụng để khai thác giá trị thương hiệu

b. Về kỹ năng:

- Viết được các khái niệm, thuật ngữ chuyên môn có liên quan đến quản trị thương hiệu.
- Vẽ được tiến trình xây dựng và phát triển thương hiệu.
- Phân loại được các mô hình kiến trúc thương hiệu.
- Phân loại được các biện pháp khai thác giá trị thương hiệu.
- Giải quyết được các tình huống thực tiễn trong quản trị thương hiệu.

c. Về thái độ:

- Yêu thích công việc quản trị thương hiệu.
- Thích tìm tòi thông tin, trao đổi quan điểm về quản trị thương hiệu.
- Tuân thủ nguyên tắc làm việc theo nhóm.

- Hợp tác với giảng viên và tương tác với các thành viên trong nhóm, trong lớp học.

III. NỘI DUNG MÔN HỌC

STT	Tên chương	Mục, tiểu mục	Mục tiêu
1	Chương mở đầu	Giới thiệu môn học	<ul style="list-style-type: none"> - Nắm được các nội dung chính của môn học. - Nắm rõ các yêu cầu và mục yêu của môn học
2	Chương 1: Tổng quan về thương hiệu – nhãn hiệu	1.1. Tổng quan về thương hiệu 1.2. Vai trò và chức năng thương hiệu – nhãn hiệu	<ul style="list-style-type: none"> - Nắm vững các khái niệm, chức năng, và vai trò của thương hiệu. - Giải thích được khái niệm chung về tài sản thương hiệu - Hiểu rõ vai trò của tài sản thương hiệu. - Nắm được cách đo lường tài sản thương hiệu
3	Chương 2: Tài sản thương hiệu	2.1. Tiến trình xây dựng thương hiệu 2.2. Định vị thương hiệu 2.3. Quảng bá thương hiệu 2.4. Hệ thống nhận diện thương hiệu	<ul style="list-style-type: none"> - Nắm vững tiến trình xây dựng thương hiệu và các bước hoạch định xây dựng thương hiệu - Ứng dụng được các công cụ truyền thông tiếp thị tích hợp để quảng bá thương hiệu - Giải thích được khái niệm định vị thương hiệu và những yếu tố ảnh hưởng đến việc lựa chọn làm định vị thương hiệu - Liệt kê được những tiêu chí lựa chọn phương án định vị thương hiệu - Nắm vững quy trình xác lập phương án định vị thương hiệu - Hiểu rõ các thành phần cơ bản của hệ thống nhận diện thương hiệu - Hiểu được ý nghĩa của việc thiết kế biểu tượng, khẩu hiệu, nhãn mác,

			bao bì và kiểu dáng. - Ghi nhớ các điều kiện cần lưu ý khi thiết lập các thành phần khác trong hệ thống nhận diện thương hiệu.
4	Chương 3: Xây dựng thương hiệu	3.1. Tiến trình xây dựng thương hiệu 3.2. Định vị thương hiệu 3.3. Quảng bá thương hiệu	- Nắm vững khái niệm kiến trúc thương hiệu - Phân loại được các mô hình kiến trúc thương hiệu - Giải thích được ưu và nhược điểm của từng mô hình
5	Chương 4: Kiến trúc thương hiệu	4.1. Mô hình thương hiệu chung – Khái niệm kiến trúc thương hiệu 4.2. Thương hiệu được bảo trợ 4.3. Mô hình Ngôi nhà thương hiệu	- Nắm vững khái niệm và đặc điểm của hoạt động bảo vệ thương hiệu - Giải thích được các rào cản phòng chống hành vi xâm phạm quyền sở hữu thương hiệu - Giải quyết và đối phó được với các trường hợp xâm phạm quyền sở hữu thương hiệu
6	Chương 5: Khai thác thương hiệu	5.1. Khai thác giá trị thương hiệu	- Nắm vững các khái niệm về khai thác giá trị thương hiệu. - Phân loại được các phương pháp định giá giá trị thương hiệu - Hiểu được các hình thức khai thác thương hiệu

4. CÁC YÊU CẦU CỦA MÔN HỌC

Môn học này được triển khai theo phương thức trực tuyến với 6 chương và học theo thứ tự từ chương mở đầu đến chương 5. Sinh viên tham gia môn học bằng cách đăng nhập vào hệ thống học trực tuyến của Trường Đại học Mở Thành phố Hồ Chí Minh (elo.edu.vn) và hoàn thành các hoạt động học tập theo quy định.

4.1. Quy định về việc thực hiện hoạt động học tập trực tuyến

- Sinh viên phải tham gia đầy đủ và theo thứ tự các chương của môn học. Có tất cả 6 chương được học trong 9 tuần, theo hướng dẫn của Lịch trình học tập.
- Các hoạt động học tập của mỗi chương về cơ bản bao gồm:

- ✓ **Xem bài giảng:** Videos, slides, scripts, tài liệu giấy (nếu có) của từng chủ đề trong chương, trả lời các câu hỏi hệ thống kiến thức sau mỗi video (nếu có)
- ✓ **Tham gia diễn đàn Thảo luận nội dung môn học:** theo những chủ đề của môn học đã được Giảng viên hoặc Giáo vụ đưa lên diễn đàn.
- ✓ **Làm bài kiểm tra kết thúc chương.**
- ✓ **Các hoạt động khác:**
 - Dựa vào mục tiêu chương để tự tạo ra các câu hỏi ôn tập và dùng kiến thức đã học để tự trả lời để trau dồi kiến thức.
 - Tìm hiểu thêm thông tin trên mạng để mở rộng kiến thức theo yêu cầu của từng chương.
 - Tham gia Thảo luận chung
 - Xem các phần tự học.
 - Làm các câu hỏi tự đánh giá
- Làm các bài tập tham khảo thêm Mỗi tuần sinh viên cần dành 3-5 giờ để hoàn thành các công việc trên.

4.2. Quy định về thực hiện lịch trình học tập trực tuyến

- Mỗi chương kéo dài từ 1 đến 2 tuần, tùy theo khối lượng kiến thức của từng chương.
- Sinh viên phải hoàn thành tất cả các hoạt động học tập của chương mới được tham gia học tập chương tiếp theo.
- Có thời hạn cuối cho bài tập cá nhân, bài tập nhóm, bài kiểm tra mỗi Chương.
- Trong thời gian diễn ra lịch trình học tập của môn học, không thực hiện gia hạn thời hạn làm bài tập cá nhân hoặc bài tập nhóm và bài kiểm tra mỗi Chương,
- Sau khi kết thúc lịch trình học tập từng môn học, sẽ có khoảng thời gian gia hạn (2 tuần) để sinh viên hoàn thành các hoạt động chưa hoàn tất như bài tập cá nhân, bài tập nhóm, bài kiểm tra cuối Chương; nhưng bị trừ khoảng 20% điểm cho những hoạt động được thực hiện trong thời gian gia hạn.
- Các hoạt động học tập của các Chương được mở từ đầu học kỳ.

4.3. Làm bài tập tự đánh giá/ bài kiểm tra

- Bài tập được thiết kế trong từng chương để đạt được mục tiêu học tập của chương. Các bài tập (trừ bài kiểm tra kết thúc chương) đều không tính điểm tích lũy và có đáp án để sinh viên tự kiểm tra kiến thức.
- Bài kiểm tra kết thúc chương dưới hình thức **trắc nghiệm, được làm hai lần. Điểm tích lũy là điểm cao nhất của hai lần làm bài.**

5. TIÊU CHÍ ĐÁNH GIÁ VÀ CHẤM ĐIỂM

Hoạt động học tập	Tỉ lệ
Tham gia diễn đàn Thảo luận nội dung môn học	10%
Bài kiểm tra kết thúc chương	20%
Bài kiểm tra kết thúc môn học (offline)	70%
Tổng cộng:	100%

6. YÊU CẦU ĐỐI VỚI SINH VIÊN

6.1. Tham gia thảo luận trên diễn đàn

6.1.1. Trong môn học có 2 loại diễn đàn:

- Diễn đàn thảo luận nội dung môn học: là nơi dành cho Giảng viên và Giáo vụ tạo các chủ đề thảo luận cho môn học (bắt buộc và có tính điểm). Sinh viên tham gia thảo luận các chủ đề theo thời gian mà giảng viên quy định. Sinh viên phải có thái độ trao đổi, tranh luận tích cực và xây dựng.
- Diễn đàn thảo luận chung: là nơi để sinh viên tạo các chủ đề thảo luận và đưa ra những thắc mắc liên quan đến môn học. Sinh viên lưu ý sử dụng từ ngữ và văn phong lịch sự và tôn trọng.

6.1.2. Quy định về cách tính điểm diễn đàn:

- Là công việc bắt buộc để giảng viên và sinh viên có điều kiện trao đổi, làm rõ những vấn đề chưa hiểu hay mở rộng kiến thức.
- Sinh viên đạt điểm tối đa của diễn đàn (10 điểm) khi: Sinh viên tham gia thảo luận đầy đủ và đáp ứng đúng yêu cầu của nội dung các chủ đề trên diễn đàn Thảo luận nội dung môn học.

- Điểm của phần này là điểm trung bình của các chủ đề thảo luận của môn học. Sinh viên chú ý thực hiện đăng thảo luận trong thời hạn của từng chủ đề

6.2. Làm các bài tập tự đánh giá

- Các bài tập tự đánh giá là bài tập kết thúc mỗi video, bài tập ôn tập của chương.
- Sinh viên được khuyến khích làm các bài tập này để tự ôn tập và làm tốt bài kiểm tra của mỗi chương cũng như bài kiểm tra hết môn.

6.3. Làm bài tập kiểm tra của chương

- Mỗi chương sẽ có một bài tập kiểm tra trắc nghiệm lấy từ ngân hàng đề thi. Sinh viên phải hoàn tất các hoạt động của chương mới được làm bài kiểm tra chương.
- Có thời hạn cho việc làm bài kiểm tra chương
- Điểm của phần này là điểm trung bình của tất cả các chương

6.4. Làm bài kiểm tra kết thúc môn học

- Bài kiểm tra kết thúc môn học theo hình thức: trắc nghiệm. Sinh viên được phép sử dụng tài liệu giấy khi làm bài.
- Sinh viên tập trung tham gia kiểm tra kết thúc môn tại các cơ sở học tập của Trường Đại học Mở Thành phố Hồ Chí Minh (Sinh viên xem lịch thi đã được công bố vào đầu học kì).
- Sinh viên phải hoàn thành toàn bộ quá trình học tập online với kết quả trung bình đạt mức tối thiểu là 40% mới được tham gia kiểm tra kết thúc môn học.

7. TÀI LIỆU HỌC TẬP

- **Tài liệu học tập đa phương tiện:** Videos, slides, scripts.
- **Tài liệu chính:**
 - Bùi Văn Quang- Quản trị thương hiệu lý thuyết và thực tiễn-NXB Lao động Xã hội 2015 (số PL 658.827)
- **Tài liệu tham khảo:**
 - Kapferer Jean-Noel- The new strategic brand management: Advanced insights and strategic thinking-London, U.K: Kogan 2012 (số PL 658.8343)
 - Phạm Thị Lan Hương (Chủ biên)- Quản trị thương hiệu-Hà Nội: Tài chính 2014 (số PL 658.827 / P534H957)

8. CÁC NGUỒN TÀI NGUYÊN KHÁC

- Sinh viên được sử dụng thư viện của Trường, bao gồm việc đọc sách, mượn sách và download các ebook theo quy định của thư viện.
- Sinh viên được hướng dẫn sử dụng Cổng đào tạo trực tuyến của Trường Đại học Mở Thành phố Hồ Chí Minh.

9. CÁC THÔNG TIN LIÊN LẠC

9.1. Thông báo

9.2. Thông báo mới sẽ được đăng trên mục Thông báo của môn học trên Cổng đào tạo trực tuyến với mục đích nhắc nhở sinh viên các hạn chót nộp bài, hoặc các vấn đề quan trọng khác của lớp.

9.3. Thư điện tử

Sinh viên và giảng viên sẽ dùng email được trường cấp để liên lạc. Giảng viên sẽ trả lời cho sinh viên trong vòng 24 tiếng sau khi nhận được email. Trong trường hợp giảng viên đi công tác ở nơi hạn chế về internet hoặc không thể trả lời email như thường lệ sẽ thông báo cho sinh viên biết trước. Để tiết kiệm thời gian, khuyến khích sinh viên đặt câu hỏi trên diễn đàn những vấn đề liên quan đến môn học.

10. LỊCH TRÌNH HỌC TẬP

Thời lượng: 09 tuần chính thức + 2 tuần gia hạn

Tuần	Nội dung học tập	Các hoạt động học tập	Tiến độ	
			Bắt đầu	Kết thúc
1	Chương mở đầu	Xem video bài giảng (1)	Thứ 2 của tuần 1	Bài kiểm tra cuối Chương 1: 23h59 ngày chủ nhật tuần thứ 2
2	Chương 1: Khát quát về thương hiệu	+ Xem video bài giảng (2) + Thảo luận trên diễn đàn + Làm các bài tập tự đánh giá + Làm bài kiểm tra cuối Chương		

3	Chương 2: Xây dựng thương hiệu	+ Xem video bài giảng (5) + Thảo luận trên diễn đàn + Làm các bài tập tự đánh giá + Làm bài kiểm tra cuối Chương	Thứ 2 của tuần 3	Bài kiểm tra cuối Chương 2: 23h59 ngày chủ nhật tuần thứ 5
4				
5				
6	Chương 3: Phát triển thương hiệu	+ Xem video bài giảng (2) + Thảo luận trên diễn đàn + Làm các bài tập tự đánh giá + Làm bài kiểm tra cuối Chương	Thứ 2 của tuần 6	Bài kiểm tra cuối Chương 3: 23h59 ngày chủ nhật tuần thứ 6
7	Chương 4: Bảo vệ thương hiệu	+ Xem video bài giảng (2) + Thảo luận trên diễn đàn + Làm các bài tập tự đánh giá + Làm bài kiểm tra cuối Chương	Thứ 2 của tuần 7	Bài kiểm tra cuối Chương 4: 23h59 ngày chủ nhật tuần thứ 8
8				
9	Chương 5: Khai thác thương hiệu	+ Xem video bài giảng (2) + Thảo luận trên diễn đàn + Làm các bài tập tự đánh giá + Làm bài kiểm tra cuối Chương	Thứ 2 của tuần 9	Bài kiểm tra cuối Chương 5: 23h59 ngày chủ nhật tuần thứ 9
10	Gia hạn các hoạt động học tập	Hoàn thành các bài tập, bài kiểm tra còn thiếu	Thứ 2 của tuần 10	Kết thúc việc gia hạn vào ngày chủ nhật tuần thứ 11
11				