

HƯỚNG DẪN THỰC HIỆN DỰ ÁN 1

Giảng viên hướng dẫn sinh viên chọn ý tưởng dự án 1 về doanh nghiệp bất kỳ được niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam.

Giảng viên có thể cho triển khai cho sinh viên làm Dự án theo hình thức nhóm thì GV có thể tham khảo cách thức như sau:

- + Nhóm 3-5 người.
- + Phần bảo vệ cuối môn: Mỗi sv báo cáo 1 phần SV được chọn phần báo cáo hoặc giáo viên chỉ định.
- + Phần Q&A thì giảng viên nên hỏi chéo các phần SV báo cáo có trong bài Dự án để đảm bảo các thành viên trong nhóm có thể hiểu toàn bộ Dự án của nhóm mình.
- + Phần điểm báo cáo thì giảng viên có thể tùy chọn cách đánh giá như sau: nhân hệ số khác nhau cho mỗi sinh viên dựa vào phản hồi của các thành viên trong nhóm trong quá trình làm Dự án

Yêu cầu 1 :

- Giới thiệu doanh nghiệp

1.1 Giới thiệu doanh nghiệp

- + Tóm tắt nội dung ngắn gọn doanh nghiệp
- + Lĩnh vực hoạt động của doanh nghiệp
- + Sản phẩm/ dịch vụ doanh nghiệp

- Phân tích tầm nhìn, sứ mệnh của doanh nghiệp

1.2 Tầm nhìn:

Một hình ảnh, tiêu chuẩn, hình tượng độc đáo và lý tưởng trong tương lai, là những điều doanh nghiệp muốn đạt tới hoặc trở thành.

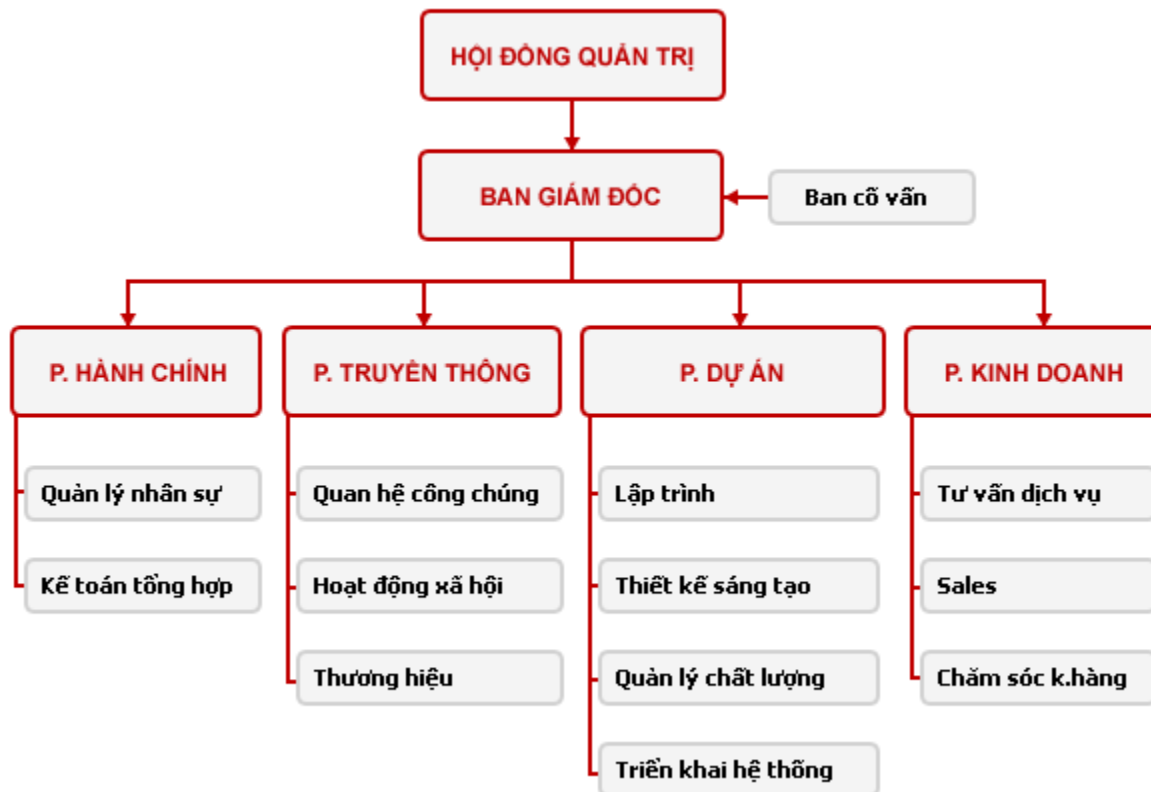
1.3 Sứ mệnh:

Tuyên bố sứ mệnh của tổ chức cần đưa ra thông tin để trả lời 3 câu hỏi sau:

- Mục tiêu của tổ chức là gì?
- Tổ chức sẽ làm gì và phục vụ ai (lĩnh vực hoạt động, khách hàng)?
- Những nguyên tắc và giá trị nào là kim chỉ nam cho các hoạt động của tổ chức?

- Vẽ sơ đồ tổ chức của doanh nghiệp

1.4 Ví dụ minh họa về sơ đồ tổ chức:



- Mô tả nhiệm vụ của từng bộ phận trong doanh nghiệp

1.5 Các phòng/ban trong doanh nghiệp (nếu có):

- Phòng sản xuất và vận hành
- Phòng marketing
- Phòng kinh doanh
- Phòng dự án
- Phòng truyền thông (PR)
- Phòng hành chính - nhân sự
- Phòng kế toán và tài chính
- Phòng chăm sóc khách hàng
- Phòng hệ thống thông tin

Yêu cầu 2:

- Phân tích thị trường của doanh nghiệp và định vị khách hàng của doanh nghiệp

2.1 Phân tích thị trường:

- + Tiềm năng của thị trường
- + Quy mô của thị trường
- + Xu hướng của thị trường

2.2 Định vị khách hàng

- + Thị trường người tiêu dùng
- + Thị trường doanh nghiệp

- Phân tích môi trường vĩ mô (PEST)

2.3 Môi trường vĩ mô (PEST)

- + Chính trị- Pháp luật
- + Kinh tế
- + Văn hóa- Xã hội
- + Công nghệ

- Phân tích môi trường cạnh tranh

2.4 Mô hình 5 lực lượng cạnh tranh của Michael Porter

- + Đe dọa từ những doanh nghiệp mới gia nhập ngành
- + Đe dọa từ những sản phẩm hoặc dịch vụ thay thế
- + Sức mạnh mặc cả của khách hàng
- + Sức mạnh mặc cả của nhà cung cấp
- + Mức độ cạnh tranh giữa những đối thủ hiện tại trong ngành

Yêu cầu 3:

- Phân tích tổ hợp Marketing 4 Ps của doanh nghiệp

3.1 Đánh giá sản phẩm

- + Đặc trưng, lợi thế và lợi ích (FAB) của sản phẩm

+ Khác biệt hóa sản phẩm

+ Bao bì

+ Xây dựng thương hiệu

3.2 Hoạt động phân phối

Xem xét các điểm trong chuỗi phân phối (nếu có): Mật độ mỗi điểm; DN hiệu quả ở điểm nào trong phân phối.

+ Nhà bán lẻ

+ Nhà bán buôn

+ Nhà phân phối

+ Đại lý

+ Người được nhượng quyền

+ Chuỗi cửa hàng

+ Bán hàng trực tiếp

Xem xét các vấn đề phân phối của doanh nghiệp:

+ Vận chuyển

+ Dự trữ hàng/ lưu kho

+ Vùng miền

+ Trưng bày

3.3 Định giá

+ Nghiên cứu các nhu cầu và mong muốn của thị trường mục tiêu và nhận thức của thị trường này về sản phẩm

+ Nghiên cứu các mức giá của doanh nghiệp và các đặc tính của những chào bán cạnh tranh. So sánh với giá của đối thủ cạnh tranh. Rút ra nhận định giá của doanh nghiệp mình so với đối thủ cạnh tranh

+ Định vị giá cả: doanh nghiệp định vị giá ở phân khúc nào.

3.4 Xúc tiến

Nghiên cứu các hoạt động (nếu có) trong xúc tiến:

- + Quảng cáo: thời gian; địa điểm; thông điệp; nội dung quảng cáo
- + Xúc tiến bán hàng: Khuyến mại giá, phiếu giảm giá, mua hàng có quà...: Thời gian doanh nghiệp sử dụng; đối tượng doanh nghiệp hướng tới; nội dung (giá trị) của các Khuyến mại giá, phiếu giảm giá, mua hàng có quà.
- + Quan hệ công chúng (PR): thời gian; địa điểm; thông điệp; nội dung của hoạt động PR doanh nghiệp
- + Hoạt động của lực lượng bán hàng: hoạt động của bộ phận bán hàng trong xúc tiến

3.5 Con người

- + Tuyển dụng nhân viên
- + Đào tạo nhân viên
- + Quản lý nhân viên
- + Văn hóa doanh nghiệp

3.6 Quy trình

- + Quy trình cung cấp thông tin cho khách hàng
- + Quy trình cung cấp dịch vụ
- + Quy trình chăm sóc khách hàng

3.7 Cơ sở vật chất

- + Cơ sở hạ tầng của doanh nghiệp

Yêu cầu 4: - Phân tích SWOT của doanh nghiệp

Sau khi phân tích môi trường bên ngoài và bên trong doanh nghiệp ở Y1; Y2; Y3: Sinh viên rút ra SWOT cho doanh nghiệp:

- + Điểm mạnh:
- + Điểm yếu:
- + Cơ hội:
- + Thách thức:

Yêu cầu 5 : Đề xuất ý tưởng sáng tạo cho chiến lược marketing

Sau khi phân tích SWOT, SV đề xuất ý tưởng hoàn thiện một hoạt động của doanh nghiệp mình còn yếu; hoặc cải thiện hoặc phát triển mới: Gợi ý: Đề xuất ý tưởng cải tiến sản phẩm; hoặc bao bì sản phẩm hoặc ra sản phẩm mới; hoặc các hoạt động xúc tiến (quảng cáo; PR; xúc tiến bán hàng; bán hàng cá nhân;...)

+ Nêu ý tưởng:

+ Đối tượng:

+ Mục tiêu:

+ Khảo sát ý tưởng: Lập bảng khảo sát thăm dò ý kiến khách hàng. Phân tích kết quả

+ Đề xuất triển khai ý tưởng: SV trình bày cụ thể nội dung triển khai ý tưởng như thế nào sau khi có kết quả thăm dò ý kiến khách hàng

Yêu cầu 6: Lập kế hoạch ngân sách

Lập bảng kế hoạch về chi phí nguồn lực dự kiến cho phần đề xuất ý tưởng ở yêu cầu 5: chi phí nhân lực; công cụ; địa điểm; thời gian... tùy thuộc mỗi ý tưởng SV

Hướng dẫn giảng viên

A/ Định hướng chung: Dự án1 được thiết kế và đánh giá theo các giai đoạn nhằm mục đích đánh giá sinh viên toàn bộ quá trình thực hiện. Đồng thời, thông qua các giai đoạn giảng viên có thể kịp thời nắm bắt và hỗ trợ sinh viên để hoàn thiện dần sản phẩm của mình.

Quá trình hướng dẫn và đánh giá Dự án1 **gồm** có:

- 2 buổi đánh giá giai đoạn có tính điểm và hướng dẫn sinh viên thực hiện
- Tối đa 3 buổi bảo vệ dự án 1

B/ Hướng dẫn triển khai

1/ Buổi đánh giá giai đoạn 1 và 2

Trước buổi này, giảng viên sẽ thực hiện việc chấm bài và cho điểm cho giai đoạn 1, 2. Trong buổi học trên lớp, giảng viên sẽ thực hiện các công việc sau:

- Giải đáp khúc mắc về điểm cho sinh viên và thực hiện điều chỉnh nếu cần thiết

- Gọi sinh viên vấn đáp và thực hiện điều chỉnh tăng hoặc giảm điểm đã chấm trước buổi học tùy vào mức độ trả lời vấn đáp của sinh viên. Mọi sự điều chỉnh phải được công bố ngay trước lớp và chỉ ghi điều chỉnh khi sinh viên không còn khiếu nại.

2/ Hướng dẫn triển khai buổi bảo vệ Dự án 1

- Giảng viên giảng dạy và hướng dẫn Dự án 1 trực tiếp tham gia buổi bảo vệ Dự án 1 của sinh viên, nếu không thể tham gia, phải có giải trình gửi trưởng ban đào tạo.
- Trong buổi BV, sinh viên sẽ dùng Slide chuẩn bị trước để thuyết trình. Sau đó, giảng viên lắng nghe và đặt ra các câu hỏi liên quan đến Dự án 1 để sinh viên trả lời.
- Căn cứ vào phần thuyết trình và phần trả lời của sinh viên để cho điểm bảo vệ Dự án 1
- Điểm bảo vệ được công bố luôn cho các sinh viên sau khi thuyết trình và trả lời hoặc được công bố chung cho cả lớp vào cuối buổi sau khi thống nhất giữa các giảng viên trong hội đồng bảo vệ.
- Mọi thắc mắc của sinh viên được giải đáp ngay, nếu có điều chỉnh điểm cũng thực hiện trước khi kết thúc buổi bảo vệ. Sau buổi bảo vệ này sẽ không nhận bất cứ phản hồi hoặc điều chỉnh nào về điểm bảo vệ.

Tiêu chí để đánh giá phần thuyết trình của sinh viên:

- Kỹ năng trình bày: rõ ràng, dễ hiểu, mạch lạc.
- Hình thức slide: đẹp, sinh động, sáng tạo.
- Nội dung: đầy đủ nội dung theo yêu cầu
- Thời gian: không vượt qua thời gian cho phép.

Hướng dẫn sinh viên

- Sinh viên có trách nhiệm nộp đầy đủ và đúng thời hạn từng sản phẩm của ba giai đoạn trên LMS theo đề cương đã ban hành kèm theo.
- Sinh viên tham khảo cách trích dẫn nguồn tham khảo và danh mục tài liệu tham khảo trong tài liệu yêu cầu báo cáo Tốt nghiệp của môn Dự án tốt nghiệp ngành MKT trên LMS.

Tháng 8-2018