

BỘ TÀI CHÍNH
TRƯỜNG ĐẠI HỌC - TÀI CHÍNH QUẢN TRỊ KINH DOANH



ĐỀ CƯƠNG GIẢNG DẠY HỌC PHẦN
(Dành cho bậc Đại học)

HỌC PHẦN: QUẢN TRỊ THƯƠNG HIỆU

Số tín chỉ: 3 (3,0)

Bộ môn: Quản trị kinh doanh

Khoa: Quản trị kinh doanh

Hưng Yên, tháng năm 2019

ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

(Ban hành kèm theo Quyết định số/QĐ-ĐHTCQTKD ngày/2019 của Hiệu trưởng trường Đại học Tài chính – Quản trị kinh doanh)

1. Thông tin chung về học phần:

- Tên học phần: Quản trị thương hiệu
- Tên tiếng Anh: Brand management
- Mã học phần: 003412
- Số tín chỉ: 3, Số tín chỉ lý thuyết:3, Số tín chỉ thực hành: 0
- Môn học tiên quyết: Quản trị học, Marketing căn bản

2. Đối tượng áp dụng:

- Môn học bắt buộc cho ngành: Quản trị kinh doanh
- Môn học tự chọn cho ngành: Không
- Trình độ: Đại học
- Hệ đào tạo: Chính quy

3. Nội dung tóm tắt của học phần:

Quản trị thương hiệu là môn học của ngành quản trị Marketing, cung cấp một hệ thống kiến thức đầy đủ, sâu sắc và hệ thống theo cách tiếp cận tiến trình quản trị thương hiệu chiến lược: giới thiệu tổng quan về quản trị thương hiệu, tài sản thương hiệu; cung cấp tiến trình định vị thương hiệu; hướng dẫn chiến thuật thiết kế các yếu tố thương hiệu nhằm xây dựng nhận biết, hình ảnh và thái độ với thương hiệu; xây dựng tài sản thương hiệu định hướng khách hàng; cung cấp hướng dẫn hệ thống đo lường tài sản thương hiệu; duy trì và phát triển tài sản thương hiệu định hướng khách hàng.

4. Mục tiêu của học phần:

4.1. Kiến thức

Học phần này trang bị cho sinh viên những kiến thức chuẩn mực và chuyên ngành về quản trị thương hiệu. Sau khi học xong học phần, người học sẽ nắm bắt được những kiến thức cơ bản về thương hiệu, tài sản thương hiệu, định vị thương hiệu, các yếu tố thương hiệu, xây dựng tài sản thương hiệu thông qua chương trình marketing-mix và bảo vệ tài sản thương hiệu thông qua liên tưởng thương hiệu thứ cấp. Cung cấp hướng dẫn hệ thống đo lường và quản trị tài sản thương hiệu, phương pháp đo lường tài sản thương hiệu định hướng khách hàng/doanh nghiệp; các chiến lược gắn thương hiệu cho một sản phẩm của công ty sở hữu nhiều sản phẩm; phát triển sản phẩm mới thông qua chiến lược

mở rộng thương hiệu; các chiến lược duy trì và phát triển tài sản thương hiệu theo thời gian và không gian.

4.2. Kỹ năng:

Học phần này sẽ bổ sung cho sinh viên những kỹ năng sau:

- Kỹ năng giao tiếp, thuyết trình
- Kỹ năng làm việc nhóm
- Kỹ năng quản lý thời gian
- Kỹ năng tư duy sáng tạo
- Kỹ năng xử lý thông tin và ra quyết định

4.3. Thái độ

- Có tinh thần trách nhiệm và hoàn thành các nhiệm vụ được giao liên quan đến môn học
- Nhận thức rõ ý nghĩa, tầm quan trọng của các kiến thức về quản trị thương hiệu
- Rèn luyện tính kiên trì và có đạo đức nghề nghiệp
- Có sự tự tin và chuẩn mực sống trong xã hội

5. Chuẩn đầu ra của học phần:

STT	Mã CDR	Nội dung chuẩn đầu ra	CDR của CTĐT
<i>Về kiến thức</i>			
1	CDR1	Sinh viên nắm vững các kiến thức chuyên sâu về thương hiệu và tài sản thương hiệu định hướng khách hàng; định vị thương hiệu và tiến trình định vị thương hiệu; cách thức xây dựng thương hiệu mạnh và tiến trình quản trị thương hiệu chiến lược.	(4, 5, 6)
2	CDR2	Vận dụng 3 cách thức chính để xây dựng tài sản thương hiệu: Lựa chọn các yếu tố thương hiệu, thiết kế các chương trình marketing hỗ trợ, và xây dựng tài sản thương hiệu bằng kiến thức thương hiệu thứ cấp.	(5, 6, 8)
3	CDR3	Nắm chắc phương pháp đo lường tài sản thương hiệu và cách thức thực hiện một hệ thống đo lường và quản trị tài sản thương hiệu.	(5, 6, 8)
4	CDR4	Biết cách thiết lập các chiến lược gắn thương hiệu cho một sản phẩm của công ty sở hữu nhiều sản phẩm và phát triển sản phẩm mới thông qua chiến lược mở rộng thương hiệu.	(5, 6, 8)
5	CDR5	Vận dụng các chiến lược duy trì và phát triển tài sản thương hiệu theo thời gian và không gian.	(5, 6, 8)

Về kỹ năng			
6	CDR6	Có khả năng nghiên cứu và phân tích thông tin Marketing; kỹ năng làm việc nhóm, thuyết trình, đàm phán,...	(9, 13, 14)
7	CDR7	Có khả năng lập kế hoạch và tổ chức triển khai thực hiện các chương trình xây dựng và phát triển thương hiệu trong doanh nghiệp như thiết kế hệ thống nhận dạng thương hiệu, định vị thương hiệu, quảng bá thương hiệu, bảo vệ thương hiệu, khai thác thương hiệu, quản lý thương hiệu/nhãn hàng.	(10, 11, 12, 13, 14, 15)
8	CDR8	Có khả năng vận dụng các công cụ để đo lường và đánh giá hiệu quả các chương trình và hoạt động liên quan đến công tác quản trị thương hiệu.	(9, 12, 17)
Năng lực tự chủ và trách nhiệm (thái độ)			
9	CDR9	Có phẩm chất đạo đức, tính kỷ luật, chấp hành nghiêm túc pháp luật của Nhà nước và nội quy của nhà trường, có ý thức học và tự học tập, rèn luyện nâng cao năng lực chuyên môn.	(18, 19, 20)
10	CDR10	Có khả năng tự định hướng, thích nghi với các môi trường khác nhau, tự tin, có bản lĩnh, có trách nhiệm với công việc được giao; chủ động, sáng tạo và có ý thức quan tâm đến sự phát triển nghề nghiệp của bản thân và sự phát triển chung của cộng đồng.	(20, 21)

6. Phương pháp và phương tiện giảng dạy:

6.1. Phương pháp giảng dạy:

- Thuyết trình, phân tích, phát vấn-đối thoại
- Đặt vấn đề - giải quyết vấn đề
- Thảo luận nhóm tại lớp
- Hướng dẫn liên hệ thực tiễn, vận dụng kiến thức phân tích tình huống cụ thể

6.2. Phương tiện giảng dạy:

- Phấn, bảng, máy tính, máy chiếu, kịch bản giảng dạy.
- Đề cương bài giảng được xây dựng phù hợp nhu cầu đào tạo của nhà trường dựa trên giáo trình *Quản trị thương hiệu* của trường Đại học kinh tế quốc dân.

7. Thang điểm đánh giá:

Giảng viên đánh giá theo thang điểm 10, Phòng Quản lý đào tạo sẽ quy đổi sang

thang điểm chữ và thang điểm 4 để phục vụ cho việc xếp loại trung bình học kỳ, trung bình tích lũy và xét học vụ.

8. Phương pháp và nội dung đánh giá

(Theo Quy chế đào tạo hệ chính quy theo hệ thống tín chỉ ban hành kèm theo Quyết định số 212/QĐ-ĐHTCQTKD ngày 14/5/2018 của Hiệu trưởng Trường Đại học Tài chính-Quản trị kinh doanh).

Loại hình		Nội dung đánh giá	Mô tả cách thực hiện	CDR	Trọng số
Điểm chuyên cần		Nhận thức, thái độ tham gia lớp học	<ul style="list-style-type: none"> - Sinh viên đi học đầy đủ: Từ 9 đến 10 điểm - Sinh viên vắng từ 20% trở xuống: Từ 5 đến 8 điểm - Sinh viên vắng trên 20%: không được thi, không chấm điểm Giảng viên kết hợp với thái độ học tập của sinh viên để cho theo khung ở trên	9, 10	10%
Đánh giá quá trình	(1)	Bài kiểm tra thường xuyên số 1	<ul style="list-style-type: none"> - Thời gian: Kết thúc chương 2 - Hình thức: Tự luận hoặc trắc nghiệm 	1, 6, 9	20%
	(2)	Bài kiểm tra giữa kỳ	<ul style="list-style-type: none"> - Thời gian: Kết thúc chương 4 - Hình thức: Tự luận hoặc trắc nghiệm 	1, 2, 6, 7, 9, 10	
	(3)	Bài kiểm tra thường xuyên số 2	<ul style="list-style-type: none"> - Thời gian: Kết thúc chương 6 - Hình thức: Tự luận hoặc trắc nghiệm 	1, 3, 4, 5, 8, 9	
Điểm thi cuối kỳ		Bài thi kết thúc học phần	<ul style="list-style-type: none"> - Thi kết thúc học phần do nhà trường tổ chức vào cuối kỳ học - Thi theo hình thức tự luận 	1,2,3,4,5, 6,7,8,9,10	70%
				Tổng:	100%

9. Tài liệu học tập và tham khảo:

9.1. Tài liệu học tập bắt buộc: PGS.TS Nguyễn Quốc Thịnh, 2018, Giáo trình Quản trị thương hiệu - Trường Đại học Thương mại, Nhà xuất bản Thống kê.

9.2. Tài liệu tham khảo:

[2] Đào Thị Minh Thanh (2016), *Quản trị thương hiệu*, NXB Tài chính.

10. Thông tin giảng viên giảng dạy:

10.1. Giảng viên 1:

- Họ tên: Nguyễn Thị Hồng Thúy
- Chức danh, học hàm, học vị: Thạc sỹ
- Số điện thoại: 0988685141 Email: hongthuy.ufba@gmail.com

10.2. Giảng viên 2:

- Họ tên:
- Chức danh, học hàm, học vị:
- Số điện thoại: Email:

10.3. Giảng viên 3:

- Họ tên:
- Chức danh, học hàm, học vị:
- Số điện thoại: Email:

11. Nội dung và phân bổ thời gian:

Nội dung	Phân bổ thời gian				Tổng cộng
	Lý thuyết	Kiểm tra	Bài tập, thảo luận	Tự học, tự nghiên cứu	
Chương 1: Tài sản thương hiệu định hướng khách hàng	5		1	12	18
Chương 2: Định vị thương hiệu	6	1	2	18	27
Chương 3: Thiết kế các yếu tố thương hiệu	3			6	9
Chương 4: Marketing xây dựng tài sản thương hiệu	6	1	2	18	27
Chương 5: Đo lường tài sản thương hiệu	6		3	18	27
Chương 6: Duy trì và phát triển tài sản thương hiệu định hướng khách hàng	8	1		18	27
Tổng cộng	34	3	8	90	135

12. Lịch trình tổ chức dạy học cụ thể:

Bài 1 (tiết 1-3)

CHƯƠNG 1: TÀI SẢN THƯƠNG HIỆU ĐỊNH HƯỚNG KHÁCH HÀNG

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết	Nội dung chính	Tài liệu học tập, tham khảo	Chuẩn đầu ra (HP)
Lý thuyết	3	1.1. Thương hiệu 1.1.1. Định nghĩa thương hiệu 1.1.2. Tầm quan trọng của thương hiệu 1.1.3. Những hàng hóa được gắn thương hiệu	- Tài liệu bắt buộc: từ trang 1 đến 11	CĐR1, CĐR6,
		1.2. Tài sản thương hiệu định hướng khách hàng 1.2.1. Tài sản thương hiệu 1.2.2. Tài sản thương hiệu định hướng khách hàng	- Tài liệu bắt buộc: từ trang 11 đến 34	
Tự nghiên cứu	6	- Đọc tài liệu về nội dung bài học - Nghiên cứu trước khi lên lớp nội dung: 1.3. Xây dựng thương hiệu mạnh 1.4. Tiến trình quản trị thương hiệu chiến lược - Chuẩn bị bài thảo luận chương 1	- Tài liệu bắt buộc: từ trang 34 đến 39	CĐR6, CĐR9

Bài 2 (tiết 3-6)

CHƯƠNG 1: TÀI SẢN THƯƠNG HIỆU ĐỊNH HƯỚNG KHÁCH HÀNG (tiếp)

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết	Nội dung chính	Tài liệu học tập, tham khảo	Chuẩn đầu ra (HP)
Lý thuyết	2	1.3. Xây dựng thương hiệu mạnh 1.3.1. Thách thức xây dựng thương hiệu 1.3.2. Tiến trình xây dựng thương hiệu mạnh	- Tài liệu bắt buộc: từ trang 34 đến 39	CĐR1, CĐR6, CĐR7

		1.4. Tiến trình quản trị thương hiệu chiến lược 1.4.1. Định vị thương hiệu 1.4.2. Hoạch định và thực hiện các chương trình Marketing xây dựng thương hiệu 1.4.3. Đo lường tài sản thương hiệu 1.4.4. Duy trì và phát triển tài sản thương hiệu	- Tài liệu bắt buộc: từ trang 39 đến 43	
Thảo luận	1	Giảng viên quyết định nội dung và hình thức thảo luận hướng vào nội dung: Xây dựng thương hiệu mạnh	Sinh viên thuyết trình trên lớp theo nhóm và thảo luận từng nội dung được giao	CĐR1, CĐR6, CĐR10
Tự nghiên cứu	6	* Đọc tài liệu về nội dung bài học * Nghiên cứu trước khi lên lớp nội dung: 2.1. Định vị thương hiệu 2.2. Tiến trình định vị thương hiệu	- Tài liệu bắt buộc: từ trang 49 đến 71	CĐR9, CĐR10

Bài 3 (tiết 7 - 9)

CHƯƠNG 2: ĐỊNH VỊ THƯƠNG HIỆU

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết	Nội dung chính	Tài liệu học tập, tham khảo	Chuẩn đầu ra (HP)
Lý thuyết	3	2.1. Định vị thương hiệu 2.1.1. Khái niệm cơ bản 2.1.2. Vai trò của định vị trong xây dựng thương hiệu	- Tài liệu bắt buộc: từ trang 49 đến 51	CĐR1, CĐR6, CĐR7
		2.2. Tiến trình định vị thương hiệu 2.2.1. Xác định và phân tích thị trường mục tiêu 2.2.2. Nhận diện bản chất cạnh tranh và phân tích đối thủ cạnh tranh 2.2.3. Thiết lập điểm tương đồng và	- Tài liệu bắt buộc: từ trang 52 đến 71	

		điểm khác biệt		
Tự nghiên cứu	6	- Đọc tài liệu về nội dung bài học - Nghiên cứu trước khi lên lớp nội dung: 2.3. Cập nhật định vị theo thời gian 2.4. Giá trị thương hiệu cốt lõi	- Tài liệu bắt buộc: từ trang 71 đến 79	CĐR7, CĐR9

Bài 4 (tiết 10-12)

CHƯƠNG 2: ĐỊNH VỊ THƯƠNG HIỆU (Tiếp)

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết	Nội dung chính	Tài liệu học tập, tham khảo	Chuẩn đầu ra (HP)
Lý thuyết	3	2.3. Cập nhật định vị theo thời gian 2.3.1. Phương pháp bậc thang 2.3.2. Phản ứng	- Tài liệu bắt buộc: từ trang 71 đến 74	CĐR1, CĐR6, CĐR7
		2.4. Giá trị thương hiệu cốt lõi 2.4.1. Khái niệm giá trị thương hiệu cốt lõi 2.4.2. Tuyên ngôn giá trị	- Tài liệu bắt buộc: từ trang 74 đến 79	
Tự nghiên cứu	6	* Đọc tài liệu về nội dung bài học * Chuẩn bị bài thảo luận chương 2		CĐR6, CĐR7

Bài 5 (tiết 13-15)

CHƯƠNG 2: ĐỊNH VỊ THƯƠNG HIỆU (tiếp)

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết	Nội dung chính	Tài liệu học tập, tham khảo	Chuẩn đầu ra (HP)
Thảo luận	2	Giảng viên quyết định nội dung và hình thức thảo luận cho từng nhóm hướng vào nội dung: Tiến trình định vị thương hiệu	Sinh viên thuyết trình trên lớp theo nhóm và thảo luận từng nội dung được giao	CĐR1, CĐR6, CĐR10

Kiểm tra thường xuyên	1	Nội dung kiểm tra xoay quanh kiến thức đã học trong chương 1, chương 2		CĐR1, CĐR6, CĐR9
Tự nghiên cứu	6	* Đọc tài liệu về nội dung bài học * Nghiên cứu trước khi lên lớp nội dung chương 3: Thiết kế các yếu tố thương hiệu.	- <i>Tài liệu bắt buộc</i> : từ trang 83 đến 106	CĐR6, CĐR9, CĐR10

Bài 6 (tiết 16 - 18)

CHƯƠNG 3: THIẾT KẾ CÁC YẾU TỐ THƯƠNG HIỆU

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết	Nội dung chính	Tài liệu học tập, tham khảo	Chuẩn đầu ra (HP)
Lý thuyết	3	3.1. Các yếu tố thương hiệu 3.1.1. Khái niệm 3.1.2. Tiêu chuẩn	- <i>Tài liệu bắt buộc</i> : từ trang 83 đến 89	CĐR2, CĐR7, CĐR9
		3.2. Thiết kế các yếu tố thương hiệu 3.2.1. Chiến thuật thiết kế các yếu tố thương hiệu 3.2.2. Tích hợp các yếu tố thương hiệu	- <i>Tài liệu bắt buộc</i> : từ trang 89 đến 106	
Tự nghiên cứu	6	* Đọc tài liệu về nội dung bài học * Nghiên cứu trước khi lên lớp nội dung: 4.1. Xây dựng tài sản thương hiệu bằng chương trình Marketing	- <i>Tài liệu bắt buộc</i> : từ trang 109 đến 139	CĐR7, CĐR9,

Bài 7 (tiết 19 - 21)

CHƯƠNG 4: MARKETING XÂY DỰNG TÀI SẢN THƯƠNG HIỆU

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết	Nội dung chính	Tài liệu học tập, tham khảo	Chuẩn đầu ra (HP)
Lý thuyết	3	4.1. Xây dựng tài sản thương hiệu bằng chương trình Marketing	- <i>Tài liệu bắt buộc:</i> từ trang 109 đến 113	CDR2, CDR6, CDR7
		4.1.1. Chiến lược sản phẩm		
		4.1.2. Chiến lược giá		
		4.1.3. Chiến lược kênh Marketing		
		4.1.4. Chiến lược truyền thông Marketing	- <i>Tài liệu bắt buộc:</i> từ trang 123 đến 139	
Tự nghiên cứu	6	* Đọc tài liệu về nội dung bài học * Nghiên cứu trước khi lên lớp nội dung: 4.2. Bầy tài sản thương hiệu bằng kiến thức thương hiệu thứ cấp	- <i>Tài liệu bắt buộc:</i> từ trang 139 đến 151	CDR6, CDR9

Bài 8 (tiết 22 - 24)

CHƯƠNG 4: MARKETING XÂY DỰNG TÀI SẢN THƯƠNG HIỆU (Tiếp)

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết	Nội dung chính	Tài liệu học tập, tham khảo	Chuẩn đầu ra (HP)
Lý thuyết	3	4.2. Bầy tài sản thương hiệu bằng kiến thức thương hiệu thứ cấp	- <i>Tài liệu bắt buộc:</i> từ trang 139 đến 140	CDR2, CDR7, CDR10
		4.2.1. Hiệu ứng bầy tài sản thương hiệu bằng kiến thức thương hiệu thứ cấp		
		4.2.2. Phương thức bầy tài sản thương hiệu bằng kiến thức thương hiệu thứ cấp	- <i>Tài liệu bắt buộc:</i> từ trang 140 đến 151	

Tự nghiên cứu	6	* Đọc tài liệu về nội dung bài học * Nghiên cứu trước khi lên lớp nội dung: 5.1. Hệ thống đo lường và quản trị tài sản thương hiệu * Chuẩn bị bài thảo luận theo nhóm	- Tài liệu bắt buộc: từ trang 159 đến 170	CĐR9, CĐR10
---------------	---	--	---	-------------

Bài 9 (tiết 25 - 27)

CHƯƠNG 4: MARKETING XÂY DỰNG TÀI SẢN THƯƠNG HIỆU (Tiếp)

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết	Nội dung chính	Tài liệu học tập, tham khảo	Chuẩn đầu ra (HP)
Thảo luận	2	Giảng viên quyết định nội dung và hình thức thảo luận cho từng nhóm.	Sinh viên thuyết trình trên lớp theo nhóm và thảo luận từng nội dung được giao	CĐR2, CĐR6, CĐR10
Kiểm tra giữa kỳ	1	Nội dung kiểm tra xoay quanh kiến thức đã học từ chương 1 đến hết chương 4.		CĐR 1, 2, 6, 7, 9, 10
Tự nghiên cứu	6	* Nghiên cứu trước khi lên lớp nội dung: Bầy tài sản thương hiệu bằng kiến thức thương hiệu thứ cấp	- Tài liệu bắt buộc: từ trang 139 đến 151	CĐR2, CĐR6, CĐR9

Bài 10 (tiết 28 - 30)

CHƯƠNG 5: ĐO LƯỜNG TÀI SẢN THƯƠNG HIỆU

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết	Nội dung chính	Tài liệu học tập, tham khảo	Chuẩn đầu ra (HP)
Lý thuyết	3	5.1. Hệ thống đo lường và quản trị tài sản thương hiệu	- Tài liệu bắt buộc: từ trang 159 đến 161	CĐR3, CĐR7, CĐR8
		5.1.1. Chuỗi giá trị thương hiệu 5.1.2. Nghiên cứu theo dõi thương hiệu	- Tài liệu bắt buộc: từ trang 161 đến 164	

		5.1.3. Hệ thống quản trị tài sản thương hiệu	- <i>Tài liệu bắt buộc</i> : từ trang 164 đến 170	
Tự nghiên cứu	6	* Đọc tài liệu về nội dung bài học * Nghiên cứu trước khi lên lớp nội dung: 5.2. Phương pháp đo lường tài sản thương hiệu.	- <i>Tài liệu bắt buộc</i> : từ trang 170 đến 193	CDR3, CDR9

Bài 11 (tiết 31 - 33)

CHƯƠNG 5: ĐO LƯỜNG TÀI SẢN THƯƠNG HIỆU (Tiếp)

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết	Nội dung chính	Tài liệu học tập, tham khảo	Chuẩn đầu ra (HP)
Lý thuyết	3	5.2. Phương pháp đo lường tài sản thương hiệu 5.2.1. Đo lường tài sản thương hiệu định hướng khách hàng	- <i>Tài liệu bắt buộc</i> : từ trang 170 đến 188	CDR3, CDR7, CDR8,
		5.2.2. Đo lường tài sản thương hiệu định hướng doanh nghiệp	- <i>Tài liệu bắt buộc</i> : từ trang 188 đến 193	
Tự nghiên cứu	6	* Đọc tài liệu về nội dung bài học * Chuẩn bị bài thảo luận theo nhóm		CDR6, CDR9, CDR10

Bài 12 (tiết 34 - 36)

CHƯƠNG 5: ĐO LƯỜNG TÀI SẢN THƯƠNG HIỆU (Tiếp)

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết	Nội dung chính	Tài liệu học tập, tham khảo	Chuẩn đầu ra (HP)
Thảo luận	3	Các nhóm lần lượt thuyết trình và thảo luận theo nội dung đã được giao	Sinh viên thuyết trình trên lớp theo nhóm và thảo luận từng nội dung được giao	CDR3, CDR6, CDR8, CDR10

Tự nghiên cứu	6	* Nghiên cứu trước khi lên lớp nội dung: 6.1. Cấu trúc thương hiệu	- <i>Tài liệu bắt buộc</i> : từ trang 199 đến 237	CĐR9, CĐR10,
---------------	---	---	---	--------------

Bài 13 (tiết 37 - 39)

**CHƯƠNG 6: DUY TRÌ VÀ PHÁT TRIỂN TÀI SẢN THƯƠNG HIỆU
ĐỊNH HƯỚNG KHÁCH HÀNG**

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết	Nội dung chính	Tài liệu học tập, tham khảo	Chuẩn đầu ra (HP)
Lý thuyết	3	6.1. Cấu trúc thương hiệu 6.1.1. Cấu trúc thương hiệu 6.1.1.1. Thương hiệu công ty 6.1.1.2. Thương hiệu gia đình 6.1.1.3. Thương hiệu sản phẩm đơn lẻ 6.1.1.4. Từ bỏ nghĩa thương hiệu (từ mô tả sản phẩm)	- <i>Tài liệu bắt buộc</i> : từ trang 199 đến 221	CĐR1, CĐR4, CĐR7
		6.1.2. Chiến lược gắn thương hiệu 6.1.2.1. Các loại chiến lược gắn thương hiệu 6.1.2.2. Tiến trình thiết kế chiến lược gắn thương hiệu	- <i>Tài liệu bắt buộc</i> : từ trang 221 đến 237	
Tự nghiên cứu	6	* Đọc tài liệu về nội dung bài học * Chuẩn bị bài thảo luận theo nhóm * Nghiên cứu trước khi lên lớp nội dung: Mở rộng thương hiệu	- <i>Tài liệu bắt buộc</i> : từ trang 199 đến 235	CĐR6, CĐR9, CĐR10

Bài 14 (tiết 40 - 42)

**CHƯƠNG 6: DUY TRÌ VÀ PHÁT TRIỂN TÀI SẢN THƯƠNG HIỆU
ĐỊNH HƯỚNG KHÁCH HÀNG (Tiếp)**

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết	Nội dung chính	Tài liệu học tập, tham khảo	Chuẩn đầu ra (HP)
Lý thuyết	2	6.2. Mở rộng thương hiệu 6.2.1. Vấn đề mở rộng thương hiệu 6.2.2. Tiến trình thiết kế chiến lược mở rộng thương hiệu	- <i>Tài liệu bắt buộc</i> : từ trang 239 đến 265	CDR4, CDR7, CDR8
Kiểm tra thường xuyên	1	Nội dung kiểm tra xoay quanh kiến thức đã học chương 5, chương 6		CDR 1, 3, 4, 5, 9
Tự nghiên cứu	6	* Đọc tài liệu về nội dung bài học * Nghiên cứu trước khi lên lớp nội dung: 6.3. Duy trì và phát triển tài sản thương hiệu theo thời gian và không gian	- <i>Tài liệu bắt buộc</i> : từ trang 269 đến 300	CDR6, CDR9, CDR10

Bài 15 (tiết 43 - 45)

**CHƯƠNG 6: DUY TRÌ VÀ PHÁT TRIỂN TÀI SẢN THƯƠNG HIỆU
ĐỊNH HƯỚNG KHÁCH HÀNG (tiếp)**

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết	Nội dung chính	Tài liệu học tập, tham khảo	Chuẩn đầu ra (HP)
Lý thuyết	2	6.3. Duy trì và phát triển tài sản thương hiệu theo thời gian và không gian 6.3.1. Duy trì và phát triển tài sản thương hiệu theo thời gian 6.3.2. Phát triển tài sản thương hiệu toàn cầu	- <i>Tài liệu bắt buộc</i> : từ trang 269 đến 300	CDR5, CDR7, CDR8
Tổng kết	1	- Hệ thống lại toàn bộ nội dung học phần - Giải đáp các câu hỏi, các yêu cầu của sinh viên.		CDR9, CDR10

TRƯỞNG KHOA

TRƯỞNG BỘ MÔN

GIẢNG VIÊN BIÊN SOẠN

