

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

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

PHẦN I: ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

1. Khoa phụ trách: Quản trị kinh doanh

2. Giảng viên

TT	Họ và tên	Năm sinh	Học hàm, học vị	Nơi tốt nghiệp	Chuyên môn	Giảng chính, kiêm chức	Điện thoại, email
1	Nguyễn Thị Hồng Thúy	1984	Thạc sĩ	ĐH KTQD	Quản trị nhân lực	Giảng chính	ĐT: 0988685141 Email: hongthuy.ufba@gmail.com

3. Thông tin về học phần

- Tên học phần: QUẢN TRỊ THƯƠNG HIỆU
- Số tín chỉ: 03
- Điều kiện tiên quyết: Quản trị học, Marketing căn bản

4. Đối tượng áp dụng

- Ngành đào tạo: Học phần bắt buộc đối với ngành Quản trị kinh doanh
- Trình độ: Đại học
- Hệ đào tạo: Chính quy

5. Mục tiêu của học phần:

5.1. 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.

5.2. 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

5.3. 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

6. Nội dung tóm tắt của học phần:

Quản trị thương hiệu là môn học của chuyên 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.

7. Phương pháp và phương tiện giảng dạy:

7.1. Phương pháp giảng dạy:

- Thuyết trình, phân tích, phát vấn-đôi 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

7.2. Phương tiện giảng dạy:

- Phân, 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 nhà xuất bản Tài chính, do TS. Phạm Thị Lan Hương chủ biên.

8. Thang điểm đánh giá: thang điểm 10 (từ 0 đến 10), làm tròn đến một chữ số thập phân.

9. Phương pháp và nội dung đánh giá

9.1. Điểm chuyên cần (10%): Được chấm theo thang điểm 10, dựa trên các tiêu chí sau: Thời gian dự học trên lớp, ý thức học tập trên lớp, mức độ hoàn thành các câu hỏi, bài tập giao về nhà và nội dung tự học ở nhà...

9.2. Kiểm tra đánh giá thường xuyên (10%) (2 bài)

- Bài kiểm tra được thực hiện dưới hình thức kiểm tra viết hoặc bài tập nhóm.
- Thời gian kiểm tra:
 - + Sau khi kết thúc chương 2: Kiểm tra bài 1
 - + Sau khi kết thúc chương 6: Kiểm tra bài 2

9.3. Kiểm tra đánh giá giữa học phần (10%)

- Bài kiểm tra được thực hiện dưới hình thức kiểm tra viết
- Thời gian kiểm tra: Sau khi kết thúc chương 4

9.4. Thi kết thúc học phần (70%)

- Thi kết thúc học phần do nhà trường tổ chức vào cuối kỳ học
- Thi theo hình thức tự luận

10. Tài liệu học tập và tham khảo

10.1 Tài liệu học tập bắt buộc:

Giáo trình *Quản trị thương hiệu*, TS Phạm Thị Lan Hương (Chủ biên), PGS.TS. Lê Thế Giới, TS. Lê Thị Minh Hằng, NXB Tài chính, 2014

10.2. Tài liệu tham khảo:

- [1] Nguyễn Quốc Thịnh (2009), *Thương hiệu với nhà quản lý*, NXB Lao động – Xã hội, Hà Nội.
- [2] Đào Thị Minh Thanh (2016), *Quản trị thương hiệu*, NXB Tài chính.
- [3] Trương Đình Chiến (2007), *Quản trị thương hiệu hàng hóa, Lý thuyết và thực tiễn*, NXB Đại học kinh tế quốc dân, Hà Nội.

[4] Keller L.K. (2012), Strategic Brand Management,, 4th Ed, Pearson Education, Inc., Upper Saddle River, New Jersey.

11. Nội dung chi tiết học phần

CHƯƠNG 1

TÀI SẢN THƯƠNG HIỆU ĐỊNH HƯỚNG KHÁCH HÀNG

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

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

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

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

CHƯƠNG 2

ĐỊNH VỊ THƯƠNG HIỆU

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

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 điểm khác biệt

2.3. Cập nhật định vị theo thời gian

- 2.3.1. Phương pháp bậc thang
- 2.3.2. Phản ứng

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

CHƯƠNG 3

THIẾT KẾ CÁC YẾU TỐ THƯƠNG HIỆU

3.1. Các yếu tố thương hiệu

3.1.1. Khái niệm

3.1.2. Tiêu chuẩn

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

CHƯƠNG 4

MARKETING XÂY DỰNG TÀI SẢN THƯƠNG HIỆU

4.1. Xây dựng tài sản thương hiệu bằng chương trình Marketing

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

4.2. Bầy tài sản thương hiệu bằng kiến thức thương hiệu thứ cấp

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

CHƯƠNG 5

ĐO LƯỜNG TÀI SẢN THƯƠNG HIỆU

5.1. Hệ thống đo lường và quản trị tài sản thương hiệu

5.1.1. Chuỗi giá trị thương hiệu

5.1.2. Nghiên cứu theo dõi thương hiệu

5.1.3. Hệ thống quản trị tài sản thương hiệu

5.2. Phương pháp đo lường tài sản thương hiệu

5.2.1. Đo lường tài sản thương hiệu định hướng khách hàng

5.2.2. Đo lường tài sản thương hiệu định hướng doanh nghiệp

CHƯƠNG 6

DUY TRÌ VÀ PHÁT TRIỂN TÀI SẢN THƯƠNG HIỆU ĐỊNH HƯỚNG KHÁCH HÀNG

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)

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

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

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

12. Phân bổ thời gian:

Nội dung	Phân bổ thời gian				Tổng cộng	Thời gian học
	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	Tuần 1, 2
Chương 2: Định vị thương hiệu	6	1	2	18	27	Tuần 3,4,5
Chương 3: Thiết kế các yếu tố thương hiệu	3			6	9	Tuần 6
Chương 4: Marketing xây dựng tài sản thương hiệu	6	1	2	18	27	Tuần 7,8,9
Chương 5: Đo lường tài sản thương hiệu	6		3	18	27	Tuần 10,11,12
Chương 6: Duy trì và phát triển tài sản thương hiệu định hướng khách hàng	8	1		18	27	Tuần 13,14,15
Tổng cộng	34	3	8	90	135	

13. 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	Ghi chú
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	Trên lớp
		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	Sinh viên tự bố trí thời gian và địa điểm

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	Ghi chú
Lý thuyết	2	1.3. Xây dựng thương hiệu mạnh 1.3.1. Thách thức xây dựng thương hiệu	- Tài liệu bắt buộc: từ trang 34 đến 39	Trên lớp

		1.3.2. Tiến trình xây dựng thương hiệu mạnh		
		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	Trên lớp
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	Sinh viên tự bố trí thời gian và địa điểm

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	Ghi chú
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	Trên lớp
		2.2. Tiến trình định vị thương hiệu 2.2.1. Xác định và phân tích thị trường mục tiêu	- Tài liệu bắt buộc: từ trang 52 đến 71	

		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 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	- <i>Tài liệu bắt buộc</i> : từ trang 71 đến 79	Sinh viên tự bố trí thời gian và địa điểm

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	Ghi chú
Lý thuyết	3	2.3. Cập nhật định vị theo thời gian 2.3.1. Phương pháp bậc thang 2.3.2. Phản ứng	- <i>Tài liệu bắt buộc</i> : từ trang 71 đến 74	Trên lớp
		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	- <i>Tài liệu bắt buộc</i> : từ trang 74 đến 79	
Tự nghiên cứu	6	* Đọc tài liệu về nội dung bài học * Chuẩn bị bài thảo luận chương 2		Sinh viên tự bố trí thời gian và địa điểm

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	Ghi chú
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	Trên lớp
Kiểm tra thường xuyên	1	Nội dung kiểm tra xoay quanh kiến thức đã học trong chương 1, chương 2		Trên lớp
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	Sinh viên tự bố trí thời gian và địa điểm

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	Ghi chú
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	Trên lớp

		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	- Tài liệu bắt buộc: 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	- Tài liệu bắt buộc: từ trang 109 đến 139	Sinh viên tự bố trí thời gian và địa điểm

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	Ghi chú
Lý thuyết	3	4.1. Xây dựng tài sản thương hiệu bằng chương trình Marketing 4.1.1. Chiến lược sản phẩm	- Tài liệu bắt buộc: từ trang 109 đến 113	Trên lớp
		4.1.2. Chiến lược giá	- Tài liệu bắt buộc: từ trang 114 đến 119	
		4.1.3. Chiến lược kênh Marketing	- Tài liệu bắt buộc: từ trang 119 đến 123	
		4.1.4. Chiến lược truyền thông Marketing	- Tài liệu bắt buộc: 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	- Tài liệu bắt buộc: từ trang 139 đến 151	Sinh viên tự bố trí thời gian và địa điểm

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	Ghi chú
Lý thuyết	3	4.2. Bầy tài sản thương hiệu bằng kiến thức thương hiệu thứ cấp 4.2.1. Hiệu ứng bầy tài sản thương hiệu bằng kiến thức thương hiệu thứ cấp	- Tài liệu bắt buộc: từ trang 139 đến 140	Trên lớp
		4.2.2. Phương thức bầy tài sản thương hiệu bằng kiến thức thương hiệu thứ cấp	- Tài liệu bắt buộc: 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	Sinh viên tự bố trí thời gian và địa điểm

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	Ghi chú
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	Trên lớp
Kiểm tra giữa kỳ	1	Nội dung kiểm tra xoay quanh kiến thức đã học từ chương 1 đến hết chương 4.		Trên lớp

Tự nghiên cứu	6	* Nghiên cứu trước khi lên lớp nội dung: Bầy tài sản thương hiệu bằng kiến thức thương hiệu thứ cấp	- <i>Tài liệu bắt buộc</i> : từ trang 139 đến 151	Sinh viên tự bố trí thời gian và địa điểm
---------------------	---	---	--	---

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	Ghi chú
Lý thuyết	3	5.1. Hệ thống đo lường và quản trị tài sản thương hiệu 5.1.1. Chuỗi giá trị thương hiệu	- <i>Tài liệu bắt buộc</i> : từ trang 159 đến 161	Trên lớp
		5.1.2. Nghiên cứu theo dõi thương hiệu	- <i>Tài liệu bắt buộc</i> : 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	Sinh viên tự bố trí thời gian và địa điểm

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	Ghi chú
------------------------------------	------------	----------------	--------------------------------	------------

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	- Tài liệu bắt buộc: từ trang 170 đến 188	Trên lớp
		5.2.2. Đo lường tài sản thương hiệu định hướng doanh nghiệp	- Tài liệu bắt buộc: từ trang 188 đến 193	
Tự nghiên cứu	6	* Đọc tài liệu về nội dung bài học * Chuẩn bị bài thảo luận theo nhóm		Sinh viên tự bố trí thời gian và địa điểm

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	Ghi chú
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	Trên lớp
Tự nghiên cứu	6	* Nghiên cứu trước khi lên lớp nội dung: 6.1. Cấu trúc thương hiệu	- Tài liệu bắt buộc: từ trang 199 đến 237	Sinh viên tự bố trí thời gian và địa điểm

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	Ghi chú
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)	- Tài liệu bắt buộc: từ trang 199 đến 221	Trên lớp
		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	- Tài liệu bắt buộc: 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	- Tài liệu bắt buộc: từ trang 199 đến 235	Sinh viên tự bố trí thời gian và địa điểm

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	Ghi chú
Lý	2	6.2. Mở rộng thương hiệu	- Tài liệu bắt buộc: từ trang	Trên

thuyết		6.2.1. Vấn đề mở rộng thương hiệu 6.2.2. Tiến trình thiết kế chiến lược mở rộng thương hiệu	239 đến 265	lớp
Kiểm tra thường xuyên	1	Nội dung kiểm tra xoay quanh kiến thức đã học chương 5, chương 6		Trên lớp
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	Sinh viên tự bố trí thời gian và địa điểm

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	Ghi chú
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	Trên lớp
Tổng kết	1	- Hệ thống lại toàn bộ nội dung học phần - Giải đáp các câu hỏi, các yêu cầu của sinh viên.		Trên lớp

Ngày.....thángnăm 2016

TRƯỞNG KHOA

TS Đào Văn Tú