

BẢNG TRỌNG SỐ NỘI DUNG MÔN HỌC

Môn: Strategic Brand Management

Mã môn học: BSA 3033-E

Số tín chỉ: 03

Nội dung	Tỷ lệ (%)	Cấp độ 1 (%) (Tái hiện – Biết)	Cấp độ 2 (%) (Tái tạo – Hiểu và Áp dụng)	Cấp độ 3 (%) (Lập luận – Phân tích và đánh giá)	Cấp độ 4 (%) (Sáng tạo)
I. Brand and Brand Management	5%	3	2		
II. Identifying and establishing brand positioning and values	20%	4	16		
III. Planning and implementing brand marketing programs	30%	4	14	12	
IV. Measuring and interpreting brand performance	20%	8	12		
V. Growing and sustaining brand equity	25%	6	4	15	
Tổng (%)	100.00%	25%	48%	27%	

TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ
Khoa Quản trị kinh doanh

CẤU TRÚC ĐỀ THI MÔN HỌC
Môn: Strategic Brand Management Mã môn học: BSA 3033-E

Số tín chỉ: 03

Thời gian làm bài: 90 phút

Nội dung	%	Cấp độ 1 (Tái hiện – Biết)						Cấp độ 2 (Tái tạo – Hiểu – Áp dụng)						Cấp độ 3 (Lập luận, phân tích và đánh giá)		
		Trắc nghiệm			Tự luận			Trắc nghiệm			Tự luận			Tự luận		
		SL	TG	Đ(%)	SL	TG	Đ(%)	SL	TG	Đ%	SL	TG	Đ(%)	SL	TG	Đ%
I	5%	2	3	3				1	2	2						
II	20%	2	3	3				3	6	6	1	8	10			
III	30%	2	3	3				2	4	4	1	8	10	1	12	12
IV	20%	2	3	3	1	4	5	1	2	2	1	8	10			
V	25%	2	3	3	1	4	5	2	4	4				1	13	15
Tổng	100%	10	15	15	2	8	10	9	18	18	3	24	30	2	25	27
Điểm %	100	25%						48%						27%		

Ghi chú:

- Các chữ viết tắt: SL: Số lượng câu hỏi; TG: thời gian làm bài khuyến nghị cho mỗi câu hỏi; Đ: điểm số cho mỗi câu hỏi (Thang điểm 100)
- Mỗi đề thi bao gồm: 19 câu trắc nghiệm (10 cấp độ 1; 9 cấp độ 2); 02 câu tự luận cấp độ 1; 03 câu tự luận cấp độ 2; 1 nghiên cứu tình huống (case study) gồm 2 câu hỏi.

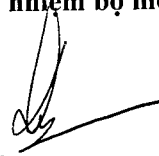
- Hà Nội, ngày 16 tháng 01 năm 2015
Chủ nhiệm Khoa

Giảng viên thiết kế

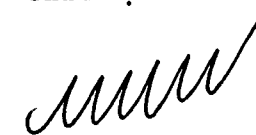


Hoàng Thị Thanh Vân

Chủ nhiệm bộ môn



Hồ Chí Dũng



Hoàng Văn Hải