

**BỘ CÔNG THƯƠNG**  
**TRƯỜNG ĐẠI HỌC SAO ĐỎ**  
\*\*\*\*\*

**ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN**  
**QUẢN TRỊ THƯƠNG HIỆU**

**Số tín chỉ: 03**  
**Trình độ đào tạo: Đại học**  
**Ngành: Quản trị kinh doanh**

**Năm 2020**

## ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

Trình độ đào tạo: Đại học

Ngành: Quản trị kinh doanh

- Tên học phần:** Quản trị thương hiệu
- Mã học phần:** QTKD 029
- Số tín chỉ:** 3(2,1)
- Trình độ cho sinh viên:** Năm thứ ba.
- Phân bổ thời gian:**
  - Lên lớp: 45 tiết lý thuyết, 30 giờ thực hành
  - Tự học: 90 giờ
- Điều kiện tiên quyết:** Sinh viên đã được học các học phần Kinh tế vi mô, Kinh tế vĩ mô, Marketing căn bản.
- Giảng viên:**

STT	Học hàm, học vị, họ tên	Số điện thoại	Email
1	ThS. Vũ Thị Hương	0977244097	huongvudhsd20102014@gmail.com
2	Ths. Nguyễn Thị Ngọc Mai	0916143388	ngocmai242@gmail.com
3	ThS. Ngô Thị Luyện	0977336889	ngothiluyendhsd@gmail.com

### 8. Mô tả nội dung của học phần:

Trang bị cho sinh viên những kiến thức căn bản nhất về quản trị thương hiệu, đồng thời phải trang bị cho sinh viên những kỹ năng cơ bản trong việc ứng dụng các lý luận quản trị thương hiệu hiện đại vào thực tiễn kinh doanh của các doanh nghiệp. Học phần cung cấp những kiến thức nhất định về thương hiệu, về quá trình xây dựng và quản trị thương hiệu trên cơ sở tập hợp từ những nguồn khác nhau, phân tích những kinh nghiệm và những nhận định về chiến lược xây dựng thương hiệu của các doanh nghiệp thành đạt để từ đó đưa ra mô hình khái quát nhất về xây dựng thương hiệu.

### 9. Mục tiêu và chuẩn đầu ra của học phần:

#### 9.1. Mục tiêu

Mục tiêu học phần thỏa mãn mục tiêu của chương trình đào tạo:

Mục tiêu	Mô tả	Mức độ theo thang đo Bloom	Phân bổ mục tiêu học phần trong CTĐT
MT1	<b>Kiến thức</b>		
MT1.1	Trình bày được các kiến thức cơ về thương hiệu, các tiếp cận khác nhau về thương hiệu, sự cần thiết của thương	1	[1.2.1.2b]

<b>Mục tiêu</b>	<b>Mô tả</b>	<b>Mức độ theo thang đo Bloom</b>	<b>Phân bổ mục tiêu học phần trong CTĐT</b>
	hiệu, các thành tố của thương hiệu, chức năng của thương hiệu, vai trò của thương hiệu.		
MT1.2	Hiểu được các kiến thức cơ bản về chiến lược quản trị thương hiệu, các mô hình quản trị thương hiệu,	2	[1.2.1.2b]
MT1.3	Vận dụng được các kiến thức cơ bản về định vị và nội dung xây dựng chiến lược thương hiệu tổng thể để xây dựng chiến lược thương hiệu cho các doanh nghiệp.	3	[1.2.1.2b]
MT1.4	Hệ thống hóa được các kiến thức cơ bản về luật sở hữu trí tuệ, quy trình đăng ký và bảo hộ thương hiệu doanh nghiệp, quy trình đăng ký thương hiệu ở nước ngoài, các rào cản chống xâm phạm thương hiệu.	4	[1.2.1.2b]
<b>MT2</b>	<b>Kỹ năng</b>		
MT2.1	Phân tích được sự cần thiết của thương hiệu, các thành tố của thương hiệu, chức năng của thương hiệu, vai trò của thương hiệu.	3	[1.2.2.1]
MT2.2	Nhận biết, giải thích một số hiện tượng kinh tế liên quan đến thương hiệu và quản trị thương hiệu.	2	[1.2.2.2]
MT2.3	Có khả năng lựa chọn và áp dụng được các quyết định quản trị thương hiệu phù hợp với từng điều kiện của các doanh nghiệp trong nền kinh tế thị trường.	3	[1.2.2.2]
MT2.4	Xây dựng và áp dụng được chiến lược thương hiệu vào thực tế hoạt động của các doanh nghiệp.	3	[1.2.2.2]
MT2.5	Phân biệt được thương hiệu và nhãn hiệu trong thực tế.	2	[1.2.2.2]
<b>MT3</b>	<b>Mức tự chủ và trách nhiệm</b>		
MT3.1	Vận dụng kiến thức, kỹ năng đã học để làm việc độc lập, làm việc theo nhóm và	3	[1.2.3.1]

Mục tiêu	Mô tả	Mức độ theo thang đo Bloom	Phân bổ mục tiêu học phần trong CTĐT
	chịu trách nhiệm trong công việc.		
MT3.2	Lập kế hoạch, điều phối, quản lý, hướng dẫn, giám sát, đánh giá và đưa ra kết luận các công việc thuộc chuyên môn nghề nghiệp.	3	[1.2.3.2]

## 9.2. Chuẩn đầu ra

- Sự phù hợp của chuẩn đầu ra học phần với chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo:

CDR học phần	Mô tả	Thang đo Bloom	Phân bổ CDR học phần trong CTĐT
<b>CDR1</b>	<b>Kiến thức</b>		
CDR1.1	Trình bày được các tiếp cận thương hiệu, thành tố và các loại thương hiệu.	1	[2.1.5]
CDR1.2	Phân tích được nội dung khái quát về quản trị thương hiệu và các chiến lược quản trị thương hiệu.	3	
CDR1.3	Hiểu được vai trò của định vị thương hiệu và xây dựng chiến lược thương hiệu.	2	[2.1.5]
CDR1.4	Hệ thống hóa được nội dung về luật sở hữu trí tuệ, đăng ký nhãn hiệu và bảo hộ thương hiệu doanh nghiệp.	4	[2.1.6]
CDR1.5	Trình bày được nội dung duy trì, thay thế và đổi mới thương hiệu.	1	[2.1.5]
CDR1.6	Giải thích được nội dung mở rộng và phát triển hệ thống phân phối, chuyển nhượng, chuyển giao các yếu tố thương hiệu.	2	[2.1.6]
<b>CDR2</b>	<b>Kỹ năng</b>		
CDR2.1	Có khả năng nhận biết, giải thích một số hiện tượng kinh tế liên quan đến thương hiệu và quản trị thương hiệu.	2	[2.2.1]
CDR2.2	Có khả năng lựa chọn và áp dụng được các quyết định quản trị thương hiệu phù hợp với từng điều kiện của các doanh nghiệp trong nền kinh tế thị trường.	3	[2.2.2]
CDR2.3	Phân biệt được thương hiệu và nhãn hiệu trong thực tế.	4	[2.2.1]
CDR2.4	Áp dụng luật sở hữu trí tuệ, đăng ký nhãn hiệu và bảo	3	[2.2.5]

<b>CDR học phần</b>	<b>Mô tả</b>	<b>Thang đo Bloom</b>	<b>Phân bố CDR học phần trong CTĐT</b>
	hộ thương hiệu doanh nghiệp.		
<b>CDR3</b>	<b>Mức tự chủ và trách nhiệm</b>		
CDR3.1	Vận dụng kiến thức đã học để làm việc độc lập hoặc làm việc theo nhóm, chịu trách nhiệm cá nhân và trách nhiệm đối với nhóm trong điều kiện làm việc thay đổi.	3	[2.3.1]
CDR3.2	Phân tích nội dung công việc để hướng dẫn, giám sát người khác cùng thực hiện nhiệm vụ chuyên môn.	4	[2.3.2]
CDR3.3	Tự định hướng, đưa ra kết luận và bảo vệ quan điểm cá nhân trong lĩnh vực quản trị nhân lực.	5	[2.3.3]
CDR3.4	Giải quyết được các công việc lập kế hoạch, điều phối, quản lý các nguồn lực, đánh giá và cải thiện hiệu quả các hoạt động liên quan đến quản trị nhân lực tại doanh nghiệp	3	[2.3.4]

**10. Ma trận liên kết nội dung với chuẩn đầu ra học phần:**

Chương	Nội dung học phần	Chuẩn đầu ra của học phần													
		CDR1						CDR2				CDR3			
		CDR 1.1	CDR 1.2	CDR 1.3	CDR 1.4	CDR 1.5	CDR 1.6	CDR 2.1	CDR 2.2	CDR 2.3	CDR 2.4	CDR 3.1	CDR 3.2	CDR 3.3	CDR 3.4
1	<b>Chương 1: Tổng quan về thương hiệu</b> 1.1. Các tiếp cận thương hiệu 1.2. Các thành tố thương hiệu 1.3. Các loại thương hiệu 1.4. Vai trò của thương hiệu 1.5. Giá trị thương hiệu (Brand value)	x						x				x	x	x	
2	<b>Chương 2: Chiến lược quản trị thương hiệu</b> 2.1. Khái quát về quản trị thương hiệu 2.2. Các mô hình chiến lược quản trị thương hiệu 2.3. Quy trình quản trị thương hiệu		x						x		x		x		
3	<b>Chương 3: Định vị và xây dựng chiến lược thương hiệu</b> 3.1. Định vị thương hiệu 3.2. Xây dựng thương hiệu 3.3. Hoạch định chiến lược thương hiệu 3.4. Chiến lược truyền thông thương hiệu thương hiệu			x				x			x	x		x	x
4	<b>Chương 4: Bảo vệ thương hiệu</b> 4.1. Khái quát về luật sở hữu trí tuệ				x					x	x	x		x	x

Chương	Nội dung học phần	Chuẩn đầu ra của học phần													
		CDR1						CDR2				CDR3			
		CDR 1.1	CDR 1.2	CDR 1.3	CDR 1.4	CDR 1.5	CDR 1.6	CDR 2.1	CDR 2.2	CDR 2.3	CDR 2.4	CDR 3.1	CDR 3.2	CDR 3.3	CDR 3.4
	4.2. Đăng ký nhãn hiệu và bảo hộ thương hiệu doanh nghiệp 4.3. Đăng ký nhãn hiệu ở nước ngoài 4.4. Tạo các rào cản chống xâm phạm thương hiệu														
5	<b>Chương 5: Duy trì, thay thế và đổi mới thương hiệu</b> 5.1. Mở rộng các thương hiệu 5.2. Đổi tên, chia tách, sáp nhập thương hiệu 5.3. Chiến lược cấu trúc mặt hàng					x				x	x	x	x	x	
6	Chương 6: Khai thác thương hiệu 6.1. Mở rộng và phát triển hệ thống phân phối 6.2. Chuyển nhượng và chuyển giao các yếu tố thương hiệu				x		x				x	x	x	x	

## 11. Đánh giá học phần

### 11.1. Kiểm tra và đánh giá trình độ

Chuẩn đầu ra	Mức độ thành thạo được đánh giá bởi
CĐR1	Bài tập áp dụng, kiểm tra thường xuyên
CĐR2	Bài tập áp dụng, kiểm tra giữa học phần, thi kết thúc học phần
CĐR3	Bài tập áp dụng, kiểm tra thường xuyên

11.2. Cách tính điểm học phần: Tính theo thang điểm 10 sau đó chuyển thành thang điểm chữ và thang điểm 4

STT	Điểm thành phần	Quy định	Trọng số	Ghi chú
1	Điểm thường xuyên, đánh giá nhận thức, thái độ thảo luận, chuyên cần của sinh viên, bài tập áp dụng.	01 điểm	20%	
2	Kiểm tra giữa học phần	01 bài	30%	
3	Thi kết thúc học phần	01 bài	50%	

### 11.3. Phương pháp đánh giá

Học phần sử dụng phương pháp đánh giá điểm thành phần như sau:

- Kiểm tra thường xuyên; đánh giá nhận thức và thái độ tham gia thảo luận; đánh giá phần bài tập; chuyên cần: Vấn đáp.

- Kiểm tra giữa học phần được thực hiện sau khi học xong nội dung 3.4 chương 3, được đánh giá theo hình thức trắc nghiệm:

+ Thời gian làm bài: 50 phút

+ Sinh viên không sử dụng tài liệu

- Thi kết thúc học phần theo hình thức trắc nghiệm:

+ Thời gian làm bài: 50 phút

+ Sinh viên không sử dụng tài liệu

## 12. Yêu cầu học phần

- Yêu cầu về nghiên cứu tài liệu: Đọc các tài liệu về tổ chức sản xuất và quản lý doanh nghiệp.

- Yêu cầu về làm bài tập: Làm đầy đủ các bài tập áp dụng và các chủ đề tự học theo nhóm.

- Yêu cầu về thái độ học tập: Chuẩn bị đầy đủ tài liệu và dụng cụ trước khi đến lớp. Ghi chép và tích cực làm các chủ đề tự học, tự nghiên cứu.

- Yêu cầu về chuyên cần: Sinh viên tham dự tối thiểu 80% thời lượng của học phần.

- Yêu cầu về kiểm tra giữa kỳ và thi kết thúc học phần: Sinh viên thực hiện theo kế hoạch tiến độ, quy chế.

## 13. Tài liệu học tập

- Tài liệu bắt buộc:



[1]- *Giáo trình Quản trị thương hiệu*, 2020, Trường Đại học Sao Đỏ.

- **Tài liệu tham khảo:**

[2] TS. Phạm Thị Lan Hương, *Quản trị thương hiệu*, Nhà xuất bản tài chính, 2014.

[3] Trường Đại học Thương mại (2013), *Giáo trình thương hiệu với nhà quản lý*, Hà Nội.

#### 14. Nội dung chi tiết học phần:

Chương	Nội dung giảng dạy	Số tiết	Phương pháp dạy - học	CĐR học phần
1	<p><b>Chương 1: Tổng quan về thương hiệu</b></p> <p><b>Mục tiêu chương:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Trình bày được các cách tiếp cận thương hiệu, các thành tố và cấu tạo của thương hiệu,</li> <li>- Phân biệt các loại thương hiệu</li> <li>- Đánh giá vai trò và giá trị của thương hiệu.</li> </ul> <p>1.1. Các tiếp cận thương hiệu</p> <p>1.2. Các thành tố thương hiệu</p> <p>1.2.1. Cấu tạo của thương hiệu</p> <p>1.2.2. Bản sắc thương hiệu</p> <p>1.2.3. Các thuộc tính của thương hiệu</p> <p>1.2.4. Chức năng của thương hiệu</p> <p>1.3. Các loại thương hiệu</p> <p>1.3.1. Thương hiệu cá biệt (thương hiệu cá thể hoặc thương hiệu riêng)</p> <p>1.3.2. Thương hiệu gia đình</p> <p>1.3.3. Thương hiệu tập thể (còn được gọi là thương hiệu nhóm)</p> <p>1.3.4. Thương hiệu quốc gia</p> <p>1.4. Vai trò của thương hiệu</p> <p>1.4.1. Đối với khách hàng</p> <p>1.4.2. Đối với doanh nghiệp</p> <p>1.5. Giá trị thương hiệu (Brand value)</p> <p>1.5.1. Khái niệm giá trị thương hiệu</p>	3LT, 2TH	<p><b>Thuyết trình; Dạy học dựa trên vấn đề; Tổ chức học theo nhóm</b></p> <p><b>- Giảng viên:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Giải thích các khái niệm, lịch sử hình thành và phát triển</li> <li>+ Nêu vấn đề, hướng dẫn sinh viên giải quyết vấn đề.</li> </ul> <p><b>- Sinh viên:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- [1]: Chương 1/Mục 1.1 đến 1.4;</li> <li>- [2]: Chương 1 mục 1.1, 1.2 trang 1 – 14.</li> <li>- [3]: Chương 1 trang 19 đến trang 49.</li> </ul> <p>- Phân tích thương hiệu và nhận diện các loại thương hiệu</p>	<p>CĐR 1.1</p> <p>CĐR 2.1</p> <p>CĐR 3.1</p> <p>CĐR 3.2</p> <p>CĐR 3.3</p>

Chương	Nội dung giảng dạy	Số tiết	Phương pháp dạy - học	CDR học phần
	1.5.2. Các thành tố giá trị thương hiệu 1.5.3. Cách tính giá trị thương hiệu Bài tập: Nhận diện các loại thương hiệu			
2	<b>Chương 2: Chiến lược quản trị thương hiệu</b> <b>Mục tiêu cụ thể:</b> - Trình bày khái quát về quản trị thương hiệu - Các mô hình chiến lược quản trị thương hiệu - Quy trình quản trị thương hiệu. <b>Nội dung cụ thể:</b> 2.1. Khái quát về quản trị thương hiệu Khái quát về quản trị thương hiệu 2.1.2. Phong cách và hình ảnh thương hiệu 2.2. Các mô hình chiến lược quản trị thương hiệu Mô hình kéo và đẩy Mô hình chiến lược P3 & P4 Mô hình N.I.P Mô hình Chiến lược 7P Mô hình Định vị Đa-Sản-phẩm Phẫu hình ảnh Thương hiệu 2.2.7. Mô hình Brand Audit – Đánh giá thương hiệu Mô hình Tư duy marketing Mô hình Song hành innovation 2.2.10. Mô hình Thương hiệu chuỗi sản phẩm 2.3. Quy trình quản trị thương hiệu 2.3.1. Xây dựng chiến lược	3LT, 4TH	<b>Thuyết trình; Dạy học dựa trên vấn đề; Tổ chức học theo nhóm</b> <b>- Giảng viên:</b> + Giải thích các khái niệm, lịch sử hình thành và phát triển + Nêu vấn đề, hướng dẫn sinh viên giải quyết vấn đề. <b>- Sinh viên:</b> Nghiên cứu tài liệu: + [1]: Chương 1/Mục 1.5; chương 2/Mục 2.1 đến 2.2 + Đọc tài liệu [3]: Chương 2 trang 57 đến trang 74 + [3]: Chương 6 trang 187 đến trang 222; <b>- Làm bài tập thực hành</b>	CDR 1.2 CDR 2.2 CDR 2.4 CDR 3.2

Chương	Nội dung giảng dạy	Số tiết	Phương pháp dạy - học	CDR học phần
	thương hiệu tổng thể 2.3.2. Thiết kế và tạo dựng các yếu tố thương hiệu 2.3.3. Đăng ký bảo hộ các yếu tố thương hiệu Quảng bá thương hiệu 2.3.5. Bảo vệ và phát triển thương hiệu Bài tập 1: Xác định các mô hình thương hiệu Bài tập 2: Thiết kế và tạo dựng thương hiệu cho 1 sản phẩm cụ thể			
3	<b>Chương 3: Định vị và xây dựng chiến lược thương hiệu</b> <b>Mục tiêu chương:</b> - Trình bày được vai trò, quá trình và phương pháp định vị thương hiệu. - Xây dựng thương hiệu và các bước xây dựng thương hiệu. <b>Nội dung cụ thể:</b> 3.1. Định vị thương hiệu 3.1.1. Vai trò của định vị thương hiệu 3.1.2. Quá trình định vị thương hiệu 3.1.3. Phương pháp định vị thương hiệu 3.2. Xây dựng thương hiệu 3.2.1. Khái quát về xây dựng thương hiệu 3.2.2. Các bước xây dựng thương hiệu 3.3. Hoạch định chiến lược thương hiệu 3.3.1. Thách thức trong hoạch định chiến lược	6LT, 2KT, 8TH	<b>Thuyết trình; Dạy học dựa trên vấn đề; Tổ chức học theo nhóm</b> <b>- Giảng viên:</b> + Giải thích các khái niệm, lịch sử hình thành và phát triển + Nêu vấn đề, hướng dẫn sinh viên giải quyết vấn đề. <b>- Sinh viên:</b> - [1]: Chương 3/Mục 3.1 đến 3.2; - [2]: Mục 1.1, 1.2 trang 50 -61, Mục 1.3 chương 1 trang 34 đến trang 37, Mục 4.1 Chương 4 trang 110 – 123 - [3]: Chương 4 trang 115 – 135, Chương 5 trang 172 đến trang 177;	CDR 1.3 CDR 2.4 CDR 3.1 CDR 3.3 CDR 3.4

Chương	Nội dung giảng dạy	Số tiết	Phương pháp dạy - học	CDR học phần
	<p>3.3.2. Năng lực thực thi chiến lược</p> <p>3.3.3. Các yếu tố liên quan đến hoạch định ngân sách thương hiệu</p> <p>3.4. Chiến lược truyền thông thương hiệu</p> <p>3.4.1. Lựa chọn nội dung và phương tiện truyền thông thương hiệu</p> <p>3.4.2. Quảng cáo thương hiệu</p> <p>3.4.3. Quan hệ công chúng với phát triển thương hiệu</p> <p>Bài tập 1: Xác định các mô hình thương hiệu</p> <p>Bài tập 2: Áp dụng phương pháp định vị thương hiệu cho sản phẩm cụ thể</p> <p>Bài tập 3: Thiết kế và tạo dựng thương hiệu cho 1 sản phẩm cụ thể</p> <p>Bài tập 4: Lựa chọn nội dung và phương tiện truyền thông thương hiệu</p>			
4	<p><b>Chương 4: Bảo vệ thương hiệu</b></p> <p><b>Mục tiêu chương:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Trình bày khái quát về luật sở hữu trí tuệ, phạm vi điều chỉnh, đối tượng áp dụng và các điều kiện bảo hộ đối với nhãn hiệu, tên thương mại.</li> <li>- Hướng dẫn đăng ký nhãn hiệu hàng hóa</li> <li>- Xác định chủ thể nộp đơn nhãn hiệu, sản phẩm dịch vụ, đăng ký nhãn hiệu và bảo hộ thương hiệu doanh nghiệp</li> </ul> <p><b>Nội dung cụ thể:</b></p> <p>4.1. Khái quát về luật sở hữu trí</p>	7LT, 6TH	<p><b>Thuyết trình; Dạy học dựa trên vấn đề; Tổ chức học theo nhóm</b></p> <p><b>- Giảng viên:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Giải thích các khái niệm, lịch sử hình thành và phát triển</li> <li>+ Nêu vấn đề, hướng dẫn sinh viên giải quyết vấn đề.</li> </ul> <p><b>- Sinh viên:</b></p> <p>Nghiên cứu tài liệu:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>[1] Chương 4/Mục 4.1;</li> <li>- [2]: Chương 8 trang 265</li> <li>- [2]: Chương 8 trang 290</li> </ul>	<p>CDR 1.4</p> <p>CDR 2.2</p> <p>CDR 2.3</p> <p>CDR 3.3</p> <p>CDR 3.4</p>

Chương	Nội dung giảng dạy	Số tiết	Phương pháp dạy - học	CDR học phần
	<p>tuệ</p> <p>4.1.1. Phạm vi điều chỉnh, đối tượng áp dụng và đối tượng quyền sở hữu trí tuệ</p> <p>4.1.2. Điều kiện bảo hộ đối với nhãn hiệu và tên thương mại</p> <p>4.2. Đăng ký nhãn hiệu và bảo hộ thương hiệu doanh nghiệp</p> <p>4.2.1. Hướng dẫn đăng ký nhãn hiệu hàng hóa</p> <p>4.2.2. Xác định chủ thể nộp đơn, nhãn hiệu, sản phẩm và (hoặc) dịch vụ</p> <p>4.2.3. Chuẩn bị đơn</p> <p>4.2.4. Xét nghiệm hình thức</p> <p>4.2.5. Xét nghiệm nội dung đơn</p> <p>4.2.6. Cấp văn bằng bảo hộ</p> <p>4.2.7. Khiếu nại các quyết định liên quan đến việc chấp nhận đơn yêu cầu cấp văn bằng bảo hộ</p> <p>4.2.8. Tại sao phải bảo vệ thương hiệu?</p> <p>4.2.9. Mục đích của việc bảo hộ thương hiệu</p> <p>4.3. Đăng ký nhãn hiệu ở nước ngoài</p> <p>4.3.1. Đăng ký nhãn hiệu tại Hoa Kỳ</p> <p>4.3.2. Đăng ký nhãn hiệu tại Châu Âu</p> <p>4.3.3. Đăng ký nhãn hiệu tại Nhật Bản</p> <p>4.3.4. Đăng ký nhãn hiệu thông qua Thỏa ước Madrid</p> <p>4.4. Tạo các rào cản chống xâm phạm thương hiệu</p> <p>4.4.1. Thiết lập các rào cản kỹ</p>		<p>– 293</p> <p>- [3]: Chương 8 trang 270 đến trang 286;</p> <p>- [3]: Chương 8 trang 298 đến trang 306;</p>	

<b>Chương</b>	<b>Nội dung giảng dạy</b>	<b>Số tiết</b>	<b>Phương pháp dạy - học</b>	<b>CĐR học phần</b>
	thuật trong bảo vệ thương hiệu 4.4.2. Thiết lập các rào cản kinh tế và tâm lý trong bảo vệ thương hiệu Bài tập: Xác định Điều kiện bảo hộ đối với nhãn hiệu và tên thương mại Bài tập: Đăng ký nhãn hiệu và bảo hộ thương hiệu doanh nghiệp Bài tập: Tìm hiểu hồ sơ đăng ký nhãn hiệu tại một số quốc gia			
<b>5</b>	<b>Chương 5: Duy trì, thay thế và đổi mới thương hiệu</b> 5.1. Mở rộng các thương hiệu 5.2. Đổi tên, chia tách, sáp nhập thương hiệu 5.2.1. Đổi tên thương hiệu 5.2.2. Chia tách, sáp nhập thương hiệu 5.2.3. Tiếp sức thương hiệu 5.3. Chiến lược cấu trúc mặt hàng 5.3.1. Phối hợp các mặt của cấu trúc mặt hàng 5.3.2. Hoạch định chiến lược cấu trúc danh mục mặt hàng 5.3.3. Hoạch định chiến lược cấu trúc mặt hàng Bài tập: Thiết lập các rào cản chống xâm phạm thương hiệu, bảo vệ thương hiệu	5LT, 6TH	<b>Thuyết trình; Dạy học dựa trên vấn đề; Tổ chức học theo nhóm</b> <b>- Giảng viên:</b> + Giải thích các khái niệm, lịch sử hình thành và phát triển + Nêu vấn đề, hướng dẫn sinh viên giải quyết vấn đề. <b>- Sinh viên:</b> Nghiên cứu tài liệu: - [1]: Chương 5/Mục 5.2; - [2]: Chương 10 trang 357 đến trang 364; - [3]: Chương 10 trang 352 đến trang 355;	CĐR 1.5 CĐR 2.3 CĐR 2.4 CĐR 3.1 CĐR 3.2 CĐR 3.3 CĐR 3.4
<b>6</b>	Chương 6: Khai thác thương hiệu 6.1. Mở rộng và phát triển hệ thống phân phối 6.1.1. Phát triển kênh phân phối trực tiếp 6.1.2. Phát triển kênh phân phối sản phẩm gián tiếp 6.2. Chuyển nhượng và chuyển	4LT, 4TH	<b>Thuyết trình; Dạy học dựa trên vấn đề; Tổ chức học theo nhóm</b> <b>- Giảng viên:</b> + Giải thích các khái niệm, lịch sử hình thành và phát triển + Nêu vấn đề, hướng dẫn	CĐR 1.4 CĐR 1.6 CĐR 2.4 CĐR 3.1 CĐR 3.2 CĐR 3.3 CĐR 3.4

<b>Chương</b>	<b>Nội dung giảng dạy</b>	<b>Số tiết</b>	<b>Phương pháp dạy - học</b>	<b>CDR học phần</b>
	giao các yếu tố thương hiệu 6.2.1. Chuyển nhượng quyền sở hữu thương hiệu 6.2.2. Chuyển giao quyền sử dụng nhãn hiệu		sinh viên giải quyết vấn đề. [1]: Chương 6/Mục 6.1; - [2]: Chương 13 trang 437 đến trang 442; - [2]: Chương 13 trang 449 đến trang 452;	

Hải Dương, ngày 24 tháng 9 năm 2020

**KT.HIỆU TRƯỞNG  
PHÓ HIỆU TRƯỞNG**



**TS. Nguyễn Thị Kim Nguyên**

**TRƯỞNG KHOA**

**Nguyễn Minh Tuấn**

**TRƯỞNG BỘ MÔN**

**Nguyễn Thị Ngọc Mai**