

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 2022

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:** QTRI 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:

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.

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	Kiến thức		
MT1.1	Phân tích được vai trò, chức năng của thương hiệu và các kiến thức về xây dựng thương hiệu mạnh trên thị trường.	4	[1.2.1.2b]
MT1.2	Phân tích được nội dung quy trình xây dựng và phát triển thương hiệu cho doanh nghiệp.	4	[1.2.1.2b]

Mục tiêu	Mô tả	Mức độ theo thang đo Bloom	Phân bổ mục tiêu học phần trong CTĐT
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]
MT2	Kỹ năng		
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.	4	[1.2.2.1]
MT2.3	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.	4	[1.2.2.2]
MT2.4	Vận dụng được yêu cầu và quy trình thiết kế hệ thống nhận diện thương hiệu, các hình thức khai thác thương hiệu.	3	[1.2.2.2]
MT2.5	Lựa chọn các vấn đề có tính chất quyết định đối với việc quản lý thương hiệu, để có thể giải quyết các vấn đề trong quyết định loại bỏ, mở rộng và liên kết các thương hiệu.	4	[1.2.2.2]
MT3	Mức tự chủ và trách nhiệm		
MT3.1	Vận dụng kiến thức, kỹ năng đã học để làm việc độc lập, làm việc theo nhóm và chịu trách nhiệm trong công việc.	3	[1.2.3.1]
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
CDR1	Kiến thức		
CDR1.1	Chỉ ra được thương hiệu thực sự là một tài sản lớn của doanh nghiệp.	4	
CDR1.2	Phân tích được nội dung khái quát về quản trị thương hiệu và các kiến thức về xây dựng thương hiệu mạnh trên thị trường; lựa chọn các yếu tố trong hệ thống nhận diện thương hiệu của doanh nghiệp.	4	[2.1.5]
CDR1.3	Phân tích được quy trình đăng ký bảo hộ thương hiệu để có thể áp dụng cho doanh nghiệp. Liên hệ đánh giá được những rủi ro mà doanh nghiệp có thể gặp phải trong quá trình xây dựng thương hiệu.	4	[2.1.5]
CDR1.4	Chỉ ra được các thành phần chính tạo nên giá trị thương hiệu và các yếu tố có tính chất quyết định đến việc quản lý thương hiệu.	4	[2.1.6]
CDR2	Kỹ năng		
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	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.	4	[2.2.2]
CDR2.3	Đối chiếu các nội dung để quản lý các yếu tố tạo, xây dựng hình ảnh thương hiệu cho doanh nghiệp và vai trò của nhà nước trong xây dựng và quản lý thương hiệu.	4	[2.2.4]
CDR3	Mức tự chủ và trách nhiệm		
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	Hệ thống hóa nội dung công việc để hướng dẫn, giám sát người khác cùng thực hiện nhiệm vụ chuyên môn.	3	[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.	4	[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	4	[2.3.4]

CDR học phần	Mô tả	Thang đo Bloom	Phân bổ CDR học phần trong CTĐT
	doanh nghiệp		

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 2.1	CDR 2.2	CDR 2.3	CDR 3.1	CDR 3.2	CDR 3.3	CDR 3.4
1	<p>Chương 1: Tổng quan về thương hiệu và quản trị thương hiệu</p> <p>1.1. Những khái niệm cơ bản về thương hiệu</p> <p>1.2. Chức năng và vai trò của thương hiệu</p> <p>1.3. Sức mạnh thị trường của thương hiệu mạnh</p> <p>1.4. Quản trị thương hiệu</p>	x				x			x	x	x	
2	<p>Chương 2: Xây dựng thương hiệu</p> <p>2.1. Khái quát về quy trình xây dựng thương hiệu</p> <p>2.2. Quá trình xây dựng thương hiệu</p>		x				x			x		
3	<p>Chương 3: Hệ thống nhận diện thương hiệu</p> <p>3.1. Khái quát về hệ thống nhận diện thương hiệu</p> <p>3.2. Tên thương hiệu</p> <p>3.3.. Biểu trưng (logo) thương hiệu</p> <p>3.4. Thiết kế các yếu tố nhận diện khác của thương hiệu</p>			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 2.1	CDR 2.2	CDR 2.3	CDR 3.1	CDR 3.2	CDR 3.3	CDR 3.4
4	Chương 4: Bảo vệ thương hiệu 4.1. Đăng ký bảo hộ thương hiệu 4.2. Xây dựng các rào cản chống xâm phạm thương hiệu			X			X		X		X	X
5	Chương 5: Giá trị thương hiệu 5.1. Giá trị thương hiệu 5.2. Phương pháp đánh giá và định giá tài sản thương hiệu				X			X	X	X	X	X
6	Chương 6: Truyền thông thương hiệu 6.1. Quảng cáo thương hiệu 6.2. Quan hệ công chúng với phát triển thương hiệu 6.3. Giá trị tăng thêm cho thương hiệu			X	X			X	X	X	X	X
7	Chương 7: Quản lý thương hiệu trong quá trình kinh doanh 7.1. Quản lý tài sản thương hiệu 7.2. Quản lý các yếu tố tạo nên hình ảnh thương hiệu 7.3. Các vấn đề có tính chất quyết định khác đối với việc quản lý thương hiệu 7.4. Chiến lược làm mới thương hiệu 7.5. Vai trò nhà nước trong xây dựng và quản lý thương hiệu của doanh nghiệp				X			X	X	X	X	X

11. Đánh giá học phần

11.1. Ma trận phương pháp kiểm tra đánh giá với chuẩn đầu ra học phần

STT	Điểm thành phần	Quy định	Trọng số	Phương pháp kiểm tra đánh giá (Hình thức, thời gian, thời điểm)	CĐR của học phần			Ghi chú
					CĐR1	CĐR2	CĐR3	
1	Điểm kiểm tra thường xuyên; điểm đánh giá nhận thức và thái độ; điểm chuyên cần.	01 điểm	20%	+Hình thức: Vấn đáp +Thời điểm: Các giờ học trên lớp.	CĐR1.1, CĐR1.2, CĐR1.3, CĐR1.4,.	CĐR2.1, CĐR2.2, CĐR2.3.	CĐR3.1, CĐR3.2, CĐR3.3, CĐR3.4.	Trung bình cộng các điểm đánh giá
2	Điểm kiểm tra giữa học phần.	01 điểm	30%	+Hình thức: Trắc nghiệm; +Thời gian: 50 phút; +Thời điểm: Giờ học 19, 20 trên lớp.	CĐR1.1, CĐR1.2, CĐR1.3.	CĐR2.1, CĐR2.2.	CĐR3.1, CĐR3.2, CĐR3.3, CĐR3.4.	01 bài kiểm tra
3	Điểm thi kết thúc học phần.	01 điểm	50%	+Hình thức: Trắc nghiệm; +Thời gian: 50 phút; +Thời điểm: Theo lịch thi học kỳ	CĐR1.1, CĐR1.2, CĐR1.3, CĐR1.4,.	CĐR2.1, CĐR2.2, CĐR2.3.	CĐR3.1, CĐR3.2, CĐR3.3, CĐR3.4.	01 bài thi

11.2. Cách tính điểm học phần:

Điểm học phần là trung bình cộng các điểm thành phần đã nhân trọng số. Tính theo thang điểm 10, làm tròn đến một chữ số thập phân. Sau đó chuyển thành thang điểm chữ và thang điểm điểm 4.

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, bài tập lớn 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] - TS. Dương Thanh Hà, *Giáo trình Quản trị thương hiệu*, NXB Hà Nội, 2021.

- **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, *Giáo trình thương hiệu với nhà quản lý*, Hà Nội, 2013.

14. Nội dung chi tiết học phần:

Chương	Nội dung giảng dạy	Số tiết	Phương pháp dạy - học	CĐR học phần
1	<p>Chương 1: Tổng quan về thương hiệu</p> <p>Mục tiêu chương:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Trình bày được các khái niệm cơ bản về thương hiệu, chức năng và vai trò của thương hiệu, sức mạnh thị trường của thương hiệu mạnh. - Phân tích được nội dung quản trị thương hiệu trong doanh nghiệp. <p>Chương 1: Tổng quan về thương hiệu và quản trị thương hiệu</p> <p>1.1. Những khái niệm cơ bản về thương hiệu</p> <p>1.1.1. Khái niệm thương hiệu</p> <p>1.1.2. Thành phần của thương hiệu</p> <p>1.2. Chức năng và vai trò của thương hiệu</p> <p>1.2.1. Chức năng của thương hiệu</p> <p>1.2.2. Vai trò của thương hiệu</p> <p>1.3. Sức mạnh thị trường của thương hiệu mạnh</p>	3LT, 2TH	<p>Thuyết trình; Dạy học dựa trên vấn đề; Tổ chức học theo nhóm</p> <p>- Giảng viên:</p> <ul style="list-style-type: none"> + Giải thích các khái niệm, lịch sử hình thành và phát triển + Nêu vấn đề, hướng dẫn sinh viên giải quyết vấn đề. <p>- Sinh viên:</p> <ul style="list-style-type: none"> + [1]: Chương 1/Mục 1.1 đến 1.4; + [2]: Chương 1 mục 1.1, 1.2 trang 1 – 14. + [3]: Chương 1 trang 19 đến trang 49. 	<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
	1.3.1. Thương hiệu mạnh 1.3.2. Thương hiệu - tài sản lớn nhất của doanh nghiệp 1.4. Quản trị thương hiệu 1.4.1. Khái niệm về quản trị thương hiệu 1.4.2. Nội dung quản trị thương hiệu trong doanh nghiệp Bài tập: Nhận diện các loại thương hiệu		- Phân tích thương hiệu và nhận diện các loại thương hiệu	
2	Chương 2: Xây dựng thương hiệu Mục tiêu cụ thể: - Trình bày khái quát về quy trình xây dựng thương hiệu. - Phân tích các bước của quá trình xây dựng thương hiệu và đánh giá thương hiệu. Nội dung cụ thể: 2.1. Khái quát về quy trình xây dựng thương hiệu 2.2. Quá trình xây dựng thương hiệu 2.2.1. Khái quát về quá trình xây dựng thương hiệu 2.2.2. Nghiên cứu thị trường 2.2.3. Xây dựng tầm nhìn và sứ mệnh thương hiệu 2.2.4. Hoạch định chiến lược thương hiệu 2.2.5. Định vị thương hiệu 2.2.6. Xây dựng hệ thống nhận diện thương hiệu 2.2.7. Hoạt động truyền thông thương hiệu 2.2.8. Đánh giá thương hiệu Bài tập 1: Xác định các mô hình thương hiệu Bài tập 2: Thiết kế và tạo dựng	3LT, 4TH	Thuyết trình; Dạy học dựa trên vấn đề; Tổ chức học theo nhóm - Giảng viên: + Giải thích các khái niệm, lịch sử hình thành và phát triển + Nêu vấn đề, hướng dẫn sinh viên giải quyết vấn đề. - Giao bài tập thực hành - Sinh viên: Nghiên cứu tài liệu: + [1]: 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; - Làm bài tập thực hành	CDR 1.2 CDR 2.2 CDR 3.2.

Chương	Nội dung giảng dạy	Số tiết	Phương pháp dạy - học	CDR học phần
	thương hiệu cho 1 sản phẩm cụ thể			
3	<p>Chương 3: Hệ thống nhận diện thương hiệu</p> <p>Mục tiêu chương:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Trình bày được khái niệm, vai trò của hệ thống nhận diện thương hiệu. - Thiết kế các yếu tố nhận diện của thương hiệu. <p>Nội dung cụ thể:</p> <p>3.1. Khái quát về hệ thống nhận diện thương hiệu</p> <p>3.1.1. Khái niệm, vai trò của hệ thống nhận diện thương hiệu</p> <p>3.1.2. Các bộ phận của hệ thống nhận diện thương hiệu</p> <p>3.1.3. Vai trò của hệ thống nhận diện thương hiệu đối với doanh nghiệp</p> <p>3.2. Tên thương hiệu</p> <p>3.2.1. Yêu cầu chung khi đặt tên thương hiệu</p> <p>3.2.2. Các bước tiến hành đặt tên thương hiệu</p> <p>3.3. Biểu trưng (logo) thương hiệu</p> <p>3.3.1. Khái niệm chung về biểu trưng</p> <p>3.3.2. Vai trò của biểu trưng trong kinh doanh</p> <p>3.3.3. Tổ chức nghiên cứu thiết kế biểu trưng</p> <p>3.4. Thiết kế các yếu tố nhận diện khác của thương hiệu</p> <p>3.4.1. Câu khẩu hiệu (slogan)</p> <p>3.4.2. Bao bì</p> <p>3.4.3. Các dấu hiệu khác trong</p>	6LT, 2KT, 8TH	<p>Thuyết trình; Dạy học dựa trên vấn đề; Tổ chức học theo nhóm</p> <p>- Giảng viên:</p> <ul style="list-style-type: none"> + Giải thích các khái niệm, lịch sử hình thành và phát triển + Nêu vấn đề, hướng dẫn sinh viên giải quyết vấn đề. <p>- Sinh viên:</p> <ul style="list-style-type: none"> - [1]: Chương 3/Mục 3.1 đến 3.4; - [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 2.1 CDR 3.1 CDR 3.3 CDR 3.4

Chương	Nội dung giảng dạy	Số tiết	Phương pháp dạy - học	CDR học phần
	<p>nhận diện 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>Chương 4: Bảo vệ thương hiệu</p> <p>Mục tiêu chương:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Trình bày khái quát và nội dung, quy trình đăng ký bảo hộ thương hiệu hàng hóa. - Vận dụng được quy trình đăng ký bảo hộ thương hiệu để có thể áp dụng cho doanh nghiệp. - Đánh giá được những rủi ro mà doanh nghiệp có thể gặp phải trong quá trình xây dựng thương hiệu. - Vận dụng được các biện pháp tạo rào cản chống lại sự xâm phạm thương hiệu cho doanh nghiệp. <p>Nội dung cụ thể:</p> <p>4.1. Đăng ký bảo hộ thương hiệu</p> <p>4.1.1. Khái quát về đăng ký bảo hộ thương hiệu hàng hóa</p> <p>4.1.2. Quy trình đăng ký bảo hộ thương hiệu hàng hóa tại Việt Nam</p> <p>4.1.3. Nội dung đăng ký bảo hộ thương hiệu hàng hóa của doanh nghiệp tại Việt Nam</p> <p>4.2. Xây dựng các rào cản chống xâm phạm thương hiệu</p> <p>4.2.1. Thiết lập rào cản kỹ thuật trong bảo vệ thương hiệu</p>	4LT, 4TH	<p>Thuyết trình; Dạy học dựa trên vấn đề; Tổ chức học theo nhóm</p> <p>- Giảng viên:</p> <ul style="list-style-type: none"> + Giải thích các khái niệm, lịch sử hình thành và phát triển + Nêu vấn đề, hướng dẫn sinh viên giải quyết vấn đề. <p>- Sinh viên:</p> <p>Nghiên cứu tài liệu:</p> <ul style="list-style-type: none"> [1] Chương 4/Mục 4.1 – 4.2; - [2]: Chương 8 trang 265 - [2]: Chương 8 trang 290 – 293 - [3]: Chương 8 trang 270 đến trang 286; - [3]: Chương 8 trang 298 đến trang 306; 	CDR 1.3 CDR 2.2 CDR 3.1 CDR 3.3 CDR 3.4

Chương	Nội dung giảng dạy	Số tiết	Phương pháp dạy - học	CDR học phần
	<p>4.2.2. Thiết lập rào cản kinh tế, tâm lý xã hội trong bảo vệ thương hiệu</p> <p>Bài tập: Xác định Điều kiện bảo hộ đối với nhãn hiệu và tên thương mại</p> <p>Bài tập: Đăng ký nhãn hiệu và bảo hộ thương hiệu doanh nghiệp</p> <p>Bài tập:</p> <p>Tìm hiểu hồ sơ đăng ký nhãn hiệu tại một số quốc gia</p>			
5	<p>Chương 5: Giá trị thương hiệu</p> <p>Mục tiêu chương:</p> <p>5.1. Giá trị thương hiệu</p> <p>5.1.1. Khái niệm về giá trị thương hiệu</p> <p>5.1.2. Năm thành tố chính của giá trị thương hiệu</p> <p>5.2. Phương pháp đánh giá và định giá tài sản thương hiệu</p> <p>5.2.1. Phương pháp đánh giá thương hiệu</p> <p>5.2.2. Định giá tài sản thương hiệu</p> <p>5.2.3. Chuyển nhượng và chuyển giao quyền sử dụng thương hiệu</p> <p>Bài tập: Thiết lập các rào cản chống xâm phạm thương hiệu, bảo vệ thương hiệu</p>	4LT, 4TH	<p>Thuyết trình; Dạy học dựa trên vấn đề; Tổ chức học theo nhóm</p> <p>- Giảng viên:</p> <p>+ Giải thích các khái niệm, lịch sử hình thành và phát triển</p> <p>+ Nêu vấn đề, hướng dẫn sinh viên giải quyết vấn đề.</p> <p>- Sinh viên:</p> <p>Nghiên cứu tài liệu:</p> <p>- [1]: Chương 5/Mục 5.1, 5.2.</p> <p>- [2]: Chương 10 trang 357 đến trang 364;</p> <p>- [3]: Chương 10 trang 352 đến trang 355;</p>	CDR 1.4 CDR 2.3 CDR 3.1 CDR 3.2 CDR 3.3 CDR 3.4
6	<p>Chương 6: Truyền thông thương hiệu</p> <p>Mục tiêu chương:</p> <p>- Vận dụng được 2 công cụ truyền thông mạnh là quảng cáo và quan hệ công chúng đối với việc duy trì và phát triển thương hiệu.</p> <p>- Vận dụng công cụ truyền thông khuyến mãi để duy trì và phát triển thương hiệu.</p>	4LT, 4 TH	<p>Thuyết trình; Dạy học dựa trên vấn đề; Tổ chức học theo nhóm</p> <p>- Giảng viên:</p> <p>+ Giải thích các khái niệm, lịch sử hình thành và phát triển</p> <p>+ Nêu vấn đề, hướng dẫn sinh viên giải quyết vấn đề.</p> <p>[1]: Chương 6/Mục 6.1 –</p>	CDR 1.3 CDR 1.4 CDR 2.3 CDR 3.1 CDR 3.2 CDR 3.3 CDR 3.4

Chương	Nội dung giảng dạy	Số tiết	Phương pháp dạy - học	CDR học phần
	<p>- Vận dụng các hình thức và biện pháp duy trì, thay thế và đổi mới thương hiệu.</p> <p>Nội dung cụ thể:</p> <p>6.1. Quảng cáo thương hiệu</p> <p>6.1.1. Mục tiêu của quảng cáo thương hiệu</p> <p>6.1.2. Quyết định ngân sách và lựa chọn phương tiện quảng cáo</p> <p>6.1.3. Đặc trưng của phương tiện quảng cáo</p> <p>6.1.4. Thông điệp và thử nghiệm quảng cáo</p> <p>6.1.5. Thực hiện và đánh giá chương trình quảng cáo</p> <p>6.2. Quan hệ công chúng với phát triển thương hiệu</p> <p>6.2.1. Ưu điểm của quan hệ công chúng</p> <p>6.2.2. Các yếu tố trong thông điệp của quan hệ công chúng</p> <p>6.2.3. Các công cụ của quan hệ công chúng</p> <p>6.3. Giá trị tăng thêm cho thương hiệu</p> <p>6.3.1. Khuyến mãi người mua</p> <p>6.3.2. Thương hiệu được khẳng định và được công nhận</p>		<p>6.3;</p> <p>- [2]: Chương 13 trang 437 đến trang 442;</p> <p>- [2]: Chương 13 trang 449 đến trang 452;</p>	
7	<p>Chương 7: Quản lý thương hiệu trong quá trình kinh doanh</p> <p>Mục tiêu chương:</p> <p>- Hiểu được các nội dung trong quản lý tài sản thương hiệu</p> <p>- Vận dụng các nội dung để quản lý các yếu tố tạo, xây dựng hình ảnh thương hiệu cho doanh nghiệp.</p>	4LT, 4TH	<p>Thuyết trình; Dạy học dựa trên vấn đề; Tổ chức học theo nhóm</p> <p>- Giảng viên:</p> <p>[1]: Chương 7/Mục 7.1 – 7.5;</p> <p>- [2]: Chương 13 trang 437 đến trang 442;</p> <p>- [2]: Chương 13 trang 449 đến trang 452;</p>	<p>CDR 1.4</p> <p>CDR 2.3</p> <p>CDR 3.1</p> <p>CDR 3.2</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>- Vận dụng được các vấn đề cơ bản khác có tính chất quyết định đối với việc quản lý thương hiệu, để có thể giải quyết các vấn đề trong quyết định loại bỏ, mở rộng và liên kết các thương hiệu.</p> <p>- Hiểu được vai trò của nhà nước trong xây dựng và quản lý thương hiệu.</p> <p>Nội dung cụ thể:</p> <p>7.1. Quản lý tài sản thương hiệu</p> <p>7.1.1. Tài sản thương hiệu đối với doanh nghiệp và khách hàng</p> <p>7.1.2. Thường xuyên đánh giá tài sản thương hiệu</p> <p>7.1.3. Đo lường sự trung thành của khách hàng với thương hiệu</p> <p>7.2. Quản lý các yếu tố tạo nên hình ảnh thương hiệu</p> <p>7.3. Các vấn đề có tính chất quyết định khác đối với việc quản lý thương hiệu</p> <p>7.3.1. Loại bỏ, mở rộng và liên kết các thương hiệu</p> <p>7.3.2. Hồi sinh các thương hiệu</p> <p>7.4. Chiến lược làm mới thương hiệu</p> <p>7.4.1. Thay đổi, điều chỉnh hệ thống nhận diện thương hiệu</p> <p>7.4.2. Chia tách và sáp nhập</p> <p>7.4.3. Tiếp sức thương hiệu</p> <p>7.5. Vai trò nhà nước trong xây dựng và quản lý thương hiệu của doanh nghiệp</p> <p>7.5.1. Sự cần thiết phải quản lý của nhà nước</p> <p>7.5.2. Nội dung của quản lý nhà</p>			

Chương	Nội dung giảng dạy	Số tiết	Phương pháp dạy - học	CDR học phần
	nước về thương hiệu 7.5.3. Tăng cường quản lý nhà nước về thương hiệu			

Hải Dương, ngày 09 tháng 8 năm 2022

**KT.HIỆU TRƯỞNG
PHÓ HIỆU TRƯỞNG**



TS. Nguyễn Thị Kim Nguyên

TRƯỞNG KHOA

Nguyễn Minh Tuấn

TRƯỞNG BỘ MÔN

Nguyễn Thị Ngọc Mai