

TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ

Khoa Quản trị kinh doanh

BẢNG TRỌNG SỐ NỘI DUNG MÔN HỌC

Môn: Nhập môn Marketing/ Nguyên lý Marketing

Mã môn học: BSA 2002

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. Nhập môn Marketing	5	5			
II. Môi trường Marketing	10	5	5		
III. Thị trường	15	5	10		
IV. Hành vi khách hàng	10	5	5		
V. Chiến lược Marketing mix	60	30	10	20	
Tổng (%)	100	50	30	20	

TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ

Khoa Quản trị kinh doanh

CẤU TRÚC ĐỀ THI MÔN HỌC

Môn: Nhập môn Marketing/ Nguyên lý Marketing

Mã môn học: BSA 2002

Số tín chỉ: 03

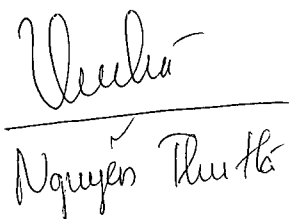
Thời gian làm bài: 90 phút

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)			Cấp độ 4 (Sáng tạo)
		Trắc nghiệm Đúng/Sai			Chọn đáp án thích hợp			Trắc nghiệm Đúng/Sai			Chọn đáp án thích hợp			Tự luận			
		SL	TG	Đ	SL	TG	Đ	SL	TG	Đ	SL	TG	Đ	SL	TG	Đ	
I	5	2	1	1	2	1	2										
II	10	2	1	1	3	1	2				1	2	3				
III	15	2	1	1	4	1	2	1	2	3	1	2	3				
IV	10	2	1	1	3	1	2				1	2	3				
V	60	4	1	1	7	1	2	3	2	3	3	2	3	1/1/1	13	7/6/7	
Tổng	100	12	12	12	19	19	38	4	8	12	6	12	18	3	39	20	
%	100	50						30						20			

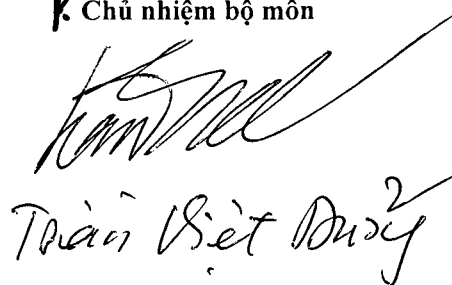
Ghi chú:

- 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)
- Đề thi gồm có 41 câu trắc nghiệm, trong đó 16 câu trắc nghiệm Đúng/Sai, 25 câu trắc nghiệm Chọn đáp án thích hợp và 3 câu tự luận

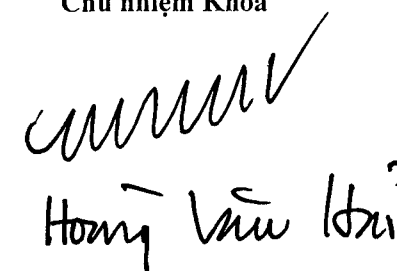
Giảng viên thiết kế


Nguyễn Thu Hà

Chủ nhiệm bộ môn


Trần Việt Dũng

Hà nội, ngày 3 tháng 7 năm 2014
Chủ nhiệm Khoa


Hoàng Văn Hữu