

**BẢNG TRỌNG SỐ NỘI DUNG MÔN HỌC**

Môn: Nhập môn Marketing / Nguyên lý Marketing

Mã môn học: BSA 2002

Số tín chỉ: 03

<b>Nội dung</b>	<b>Tỷ lệ (%)</b>	<b>Cấp độ 1(%) (Tái hiện-Biết)</b>	<b>Cấp độ 2(%) (Tái tạo-Hiểu và Áp dụng)</b>	<b>Cấp độ 3(%) (Lập luận-Phân tích và đánh giá)</b>	<b>Cấp độ 4(%) (Sáng tạo)</b>
<b>I. Nhập môn Marketing</b>	<b>5</b>	5			
<b>II. Thị trường</b>	<b>15</b>	5	10		
<b>III. Môi trường Marketing</b>	<b>10</b>	5	5		
<b>IV. Hành vi khách hàng</b>	<b>10</b>	5	5		
<b>V. Chiến lược Marketing mix</b>	<b>60</b>	30	10	20	
<b>Tổng (%)</b>	<b>100</b>	<b>50</b>	<b>30</b>	<b>20</b>	

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: BSA2002

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			Tự luận			Trắc nghiệm			Tự luận			Trắc nghiệm			Tự luận			Trắc nghiệm			Tự luận		
		SL	TG	Đ	SL	TG	Đ	SL	TG	Đ	SL	TG	Đ	SL	TG	Đ	SL	TG	Đ	SL	TG	Đ	SL	TG	Đ
I	5	5	1	5																					
II	15	5	1	5				5	1	2															
III	10	5	1	5				2	1	2															
IV	10	5	1	5				3	1	2															
V	6	30	30	30				5	1	2						2	10/ 15	20							
<b>Tổng</b>	<b>100</b>	<b>50</b>	<b>50</b>	<b>50</b>				<b>15</b>	<b>15</b>	<b>30</b>						<b>2</b>	<b>25</b>	<b>20</b>							
%	100	50						30									20								
%	100	50						30						20											

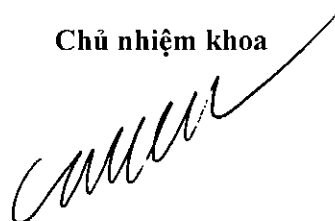
Ghi chú:

- 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 65 câu trắc nghiệm và 2 câu tự luận.

Chủ nhiệm bộ môn

  
TS. Phan Thị Liên

Chủ nhiệm khoa

  
PGS. TS Hoàng Văn Hải