

**ĐỀ CƯƠNG HỌC PHẦN THỰC TẬP CƠ SỞ
NGÀNH QUẢN TRỊ THƯƠNG HIỆU**

1. THÔNG TIN CHUNG

- Tên học phần (Tiếng Việt): Thực tập cơ sở
- Tên học phần (Tiếng Anh): Basic Internship
- Mã số học phần: BRM4001
- Số tín chỉ: 10 Số giờ tín chỉ (lý thuyết/ thực hành/ tự học): 150 (30/120/0)
- Loại học phần: Bắt buộc Tự chọn
- Học phần tiên quyết: Quản trị thương hiệu
- Học phần kế tiếp (nếu có): Thực tập tốt nghiệp
- Yêu cầu để giảng dạy học phần (nếu có): /
- Phương thức giảng viên tư vấn học tập cho sinh viên (nếu có): Sinh viên có thể trao đổi với giảng viên qua hệ thống email hoặc MS Teams của Đại học Quốc gia Hà Nội.

2. MÔ TẢ HỌC PHẦN

Thực tập cơ sở được thiết kế nhằm tạo môi trường và điều kiện cho sinh viên hiểu và vận dụng được các kiến thức về quản trị học, marketing, quản trị thương hiệu và những kiến thức khác đã được tích lũy để có thể tham gia và/hoặc hỗ trợ hoạt động marketing, xây dựng và phát triển thương hiệu của các tổ chức thực. Đồng thời, qua học phần này, sinh viên sẽ có cơ hội để cập nhật từ thực tiễn những kiến thức, kỹ năng, phương pháp thực hành mới trong lĩnh vực nghề nghiệp làm nền tảng cho việc học tập suốt đời; cũng như tạo dựng được các mối quan hệ công việc phục vụ cho sự nghiệp sau khi tốt nghiệp.

Học phần này được tổ chức sau khi sinh viên hoàn thành khối kiến thức theo khối ngành và một số học phần thuộc khối kiến thức theo nhóm ngành. Học phần này sẽ là cơ sở để sinh viên tích lũy kinh nghiệm, kỹ năng ban đầu chuẩn bị cho học phần thực tập tốt nghiệp cuối khóa học.

3. MỤC TIÊU HỌC PHẦN

Mục tiêu	Mô tả mục tiêu học phần
MT1	Chuẩn bị điều kiện, môi trường cho sinh viên vận dụng những kiến thức nền tảng về quản trị, văn hóa tổ chức, marketing và quản trị thương hiệu vào

Mục tiêu	Mô tả mục tiêu học phần
	phân tích, đánh giá hoạt động marketing, xây dựng và phát triển thương hiệu của một tổ chức.
MT2	Tạo điều kiện cho sinh viên tìm hiểu nội dung công việc của (các) vị trí việc làm liên quan đến marketing và quản trị thương hiệu trong một tổ chức.
MT3	Chuẩn bị điều kiện, môi trường cho sinh viên vận dụng và cập nhật được các phương pháp, kỹ năng cơ bản, công nghệ về marketing và quản trị thương hiệu để tham gia và/hoặc hỗ trợ hoạt động marketing, xây dựng và phát triển thương hiệu của một tổ chức.
MT4	Tạo điều kiện cho sinh viên cập nhật được những xu hướng mới về lý thuyết và phương pháp từ thực tiễn hoạt động marketing và quản trị thương hiệu của một tổ chức phục vụ cho công việc sau khi tốt nghiệp và hoạt động học tập suốt đời.
MT5	Tạo điều kiện, môi trường cho sinh viên cập nhật và rèn luyện kỹ năng làm việc nhóm, phản biện, thuyết trình liên quan đến marketing và quản trị thương hiệu trong môi trường tổ chức.
MT6	Tạo điều kiện, môi trường cho sinh viên rèn luyện được ý thức tổ chức kỷ luật, tự lập, sáng tạo, trách nhiệm và đạo đức nghề nghiệp phù hợp với vị trí và môi trường làm việc.

4. CHUẨN ĐẦU RA HỌC PHẦN

CĐR	Mô tả chuẩn đầu ra học phần	Mục tiêu của HP
CĐR1	Áp dụng được kiến thức lý thuyết đã học vào các tình huống thực tế về marketing và/hoặc thực hiện các dự án phát triển thương hiệu của tổ chức mà sinh viên thực tập.	MT1
CĐR2	Phân tích được nội dung công việc của vị trí việc làm về marketing, quản trị thương hiệu ở tổ chức mà sinh viên thực tập.	MT1, MT2
CĐR3	Áp dụng được những kỹ năng đã học về marketing và quản trị thương hiệu vào công việc thực tập.	MT3
CĐR4	Cập nhật và vận dụng được các tiêu chuẩn, xu hướng và phương pháp thực hành mới và tốt của ngành vào công việc thực tập.	MT3, MT4
CĐR5	Đánh giá và vận dụng được các yếu tố của văn hóa tổ chức vào công việc thực tập.	MT1, MT6

CĐR	Mô tả chuẩn đầu ra học phần	Mục tiêu của HP
CĐR6	Phát triển được kỹ năng làm việc nhóm, kỹ năng phân biện, thuyết trình liên quan đến marketing và quản trị thương hiệu trong môi trường tổ chức thực.	MT5
CĐR7	Duy trì được ý thức tổ chức kỷ luật, tự lập, sáng tạo, trách nhiệm và đạo đức nghề nghiệp phù hợp với vị trí và môi trường tổ chức thực.	MT6

5. NỘI DUNG HỌC PHẦN

Nội dung (Chương, Mục, Tiểu mục)	Đạt CĐR	Học liệu sử dụng
<p>* Tại Trường:</p> <p>1. Tổng quan về học phần thực tập cơ sở:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mục đích, nội dung, quy trình triển khai của thực tập cơ sở - Yêu cầu, tiêu chuẩn đánh giá quá trình và kết quả thực tập <p>2. Một số kỹ năng bổ trợ:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Giao tiếp trong công việc - Làm việc nhóm - Giải quyết vấn đề - Phân tích công việc - Tìm hiểu văn hóa tổ chức 	CĐR1, CĐR2, CĐR3, CĐR5	HL1, 2, 3, 4
<p>* Tại cơ sở thực tập:</p> <p>3. Tìm hiểu thông tin chung về tổ chức</p> <p>4. Tìm hiểu về văn hóa tổ chức, quá trình, cách thức xây dựng và phát triển thương hiệu của tổ chức</p> <p>5. Tìm hiểu về nội dung công việc của vị trí việc làm về marketing và quản trị thương hiệu của tổ chức</p> <p>6. Vận dụng kiến thức và kỹ năng về marketing và quản trị thương hiệu vào công việc được giao</p> <p>7. Vận dụng kỹ năng mềm vào công việc được giao</p> <p>8. Rèn luyện ý thức tổ chức kỷ luật, tự lập, sáng tạo, trách nhiệm và đạo đức nghề nghiệp phù hợp với vị trí và môi trường tổ chức</p>	CĐR1, CĐR2, CĐR3, CĐR4, CĐR5, CĐR6, CĐR7	HL1, 2, 3, 4

6. PHƯƠNG PHÁP DẠY VÀ HỌC

TT	Phương pháp được sử dụng	CĐR của HP
1.	Thuyết trình, thảo luận nhóm, thực hành trên lớp trước khi đi thực tập	CĐR 1, 2, 3, 5
2.	Thực hành làm việc độc lập tại cơ sở thực tập	CĐR 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7

7. HỌC LIỆU

HL1. Khoa Các Khoa học liên ngành, *Kế hoạch triển khai học phần thực tập cơ sở cho sinh viên ngành Quản trị thương hiệu.*

HL2. Khoa Các Khoa học liên ngành, *Mẫu báo cáo thực tập cơ sở.*

HL3. Khoa Các Khoa học liên ngành, *Mẫu nhật ký thực tập.*

HL4. Khoa Các Khoa học liên ngành, *Phiếu đánh giá kết quả thực tập cơ sở.*

8. HOẠT ĐỘNG KIỂM TRA ĐÁNH GIÁ

(*) Điều kiện để phân công cơ sở thực tập.

TT	Nội dung đánh giá	Hình thức	Trọng số	Đo lường CĐR
1	Đánh giá kết quả tập huấn kỹ năng hỗ trợ và nhận thức về hoạt động thực tập cơ sở.	Thuyết trình/ Vấn đáp	Đạt/ Không đạt (*)	CĐR2, CĐR5, CĐR7
2	* Đánh giá quá trình thực hiện công việc tại cơ sở thực tập, gồm: - Chất lượng thực hiện công việc; - Mức độ hoàn thành chỉ tiêu công việc được giao; - Năng lực thực hiện công việc: kiến thức, kỹ năng về marketing, quản trị thương hiệu. * Đánh giá ý thức, thái độ trong thời gian thực hiện học phần thực tập, thông qua Nhật ký thực tập của sinh viên có xác nhận và đánh giá của cơ sở thực tập về ý thức tổ chức kỷ luật, tính tự lập, sáng tạo, trách nhiệm và đạo đức nghề nghiệp của sinh viên trong thời gian thực tập;	Phiếu đánh giá của cơ sở thực tập	30%	CĐR1, CĐR2, CĐR3, CĐR4, CĐR5, CĐR6 CĐR7
3	Đánh giá báo cáo kết quả thực tập của cá nhân sinh viên, gồm những nội dung sau: - Tổng quan về tổ chức (lịch sử hình thành và phát triển, cơ cấu tổ chức, quy mô, lĩnh vực hoạt	Báo cáo thực tập cơ sở	70%	

TT	Nội dung đánh giá	Hình thức	Trọng số	Đo lường CDR
	<p>động chính, ...).</p> <ul style="list-style-type: none"> - Phân tích văn hóa tổ chức, quá trình, cách thức xây dựng và phát triển thương hiệu của tổ chức. - Lập bản mô tả công việc của 01 vị trí việc làm về marketing và quản trị thương hiệu của tổ chức (tên gọi; các nhiệm vụ, trách nhiệm, yêu cầu đối với người thực hiện công việc). - Mô tả và đánh giá hiệu quả vận dụng các kiến thức và kỹ năng chuyên môn về marketing và quản trị thương hiệu vào công việc được giao. - Mô tả và đánh giá hiệu quả vận dụng kỹ năng mềm vào công việc được giao. - Bài học kinh nghiệm và đề xuất sau quá trình đi thực tập: đối với cá nhân sinh viên, đối với đơn vị đào tạo, đối với cơ sở thực tập. 			CDR1, CDR2, CDR3, CDR4, CDR5, CDR6

9. CÁC QUY ĐỊNH ĐỐI VỚI SINH VIÊN TRONG QUÁ TRÌNH THỰC TẬP

9.1. Những việc sinh viên không được làm

9.1.1. Vi phạm quy định của cơ sở thực tập trong quá trình làm việc.

9.1.2. Đạo văn dưới mọi hình thức trong báo cáo thực tập cơ sở.

** Tùy theo mức độ vi phạm xử lý theo quy định hiện hành của Quy chế đào tạo đại học, Quy chế công tác học sinh sinh viên tại Đại học Quốc gia Hà Nội.*

9.1.3. Sinh viên nhận điểm 0 trong những trường hợp sau:

9.1.3.1. Không đến cơ sở thực tập hoặc không gặp giảng viên hướng dẫn và không thực hiện Nhật ký thực tập;

9.1.3.2. Vắng mặt không lý do vượt quá 20% thời gian thực tập tại cơ sở;

9.1.3.3. Không nộp hoặc nộp chậm Báo cáo thực tập so với thời gian quy định của Khoa.

9.2. Những việc sinh viên được khuyến khích chủ động thực hiện

9.2.1. Tự liên hệ cơ sở thực tập phù hợp yêu cầu của Khoa.

9.2.2. Tiếp tục làm việc tại cơ sở thực tập nếu cơ sở thực tập và sinh viên có thỏa thuận phù hợp với các quy định của pháp luật và của Khoa.

** Trường hợp sinh viên đạt thành tích đặc biệt xuất sắc được cơ sở thực tập khen thưởng, Chủ nhiệm Khoa sẽ xem xét thưởng điểm cho học phần Thực tập cơ sở. Mức thưởng tối đa là 20% tổng số điểm.*

9.3. Chế độ báo cáo đối với giảng viên quản lý thực tập

9.3.1. Sinh viên giữ liên hệ chặt chẽ với giảng viên phụ trách thực tập để đảm bảo nhận thông tin và thực hiện các yêu cầu/nhiệm vụ do giảng viên đưa ra.

9.3.2. Sinh viên báo cáo định kỳ với giảng viên phụ trách thực tập vào ngày thứ 10, 20 và 40 của đợt thực tập; và báo cáo ngay khi có vấn đề phát sinh cần giải quyết./.