

Số: /KTM

Tp. Hồ Chí Minh, ngày 25 tháng 02 năm 2025

THỂ LỆ CUỘC THI
“XÂY DỰNG KẾ HOẠCH MARKETING” cho sinh viên Khoa Thương mại năm
học 2024 - 2025

1. Mục đích, yêu cầu

1.1. Mục đích

Cuộc thi “Xây dựng kế hoạch Marketing” cho sinh viên Khoa Thương mại năm học 2024 - 2025 (sau đây gọi tắt là Cuộc thi) được phát động nhằm các mục đích sau:

- Thúc đẩy và tạo điều kiện cho sinh viên Khoa Thương Mại tích cực tham gia các hoạt động học thuật nhằm phát huy tinh thần học tập chủ động, năng lực tư duy sáng tạo, ứng dụng kiến thức vào thực tế nhằm giải quyết những vấn đề đang đặt ra trong thực tiễn kinh doanh và đời sống xã hội;

- Phát hiện những nhân tố tích cực, những sinh viên có triển vọng trở thành các chuyên gia marketing tương lai; Phát huy khả năng làm việc theo nhóm của sinh viên; Hình thành năng lực tự học, tự nghiên cứu của sinh viên; Góp phần đổi mới và nâng cao chất lượng đào tạo của Khoa;

- Lựa chọn những công trình, dự án có chất lượng cao để bồi dưỡng và tham gia các cuộc thi ở cấp độ cao hơn.

1.2. Yêu cầu

Cuộc thi “Xây dựng kế hoạch Marketing” cho sinh viên Khoa Thương Mại năm học 2024 - 2025 (sau đây gọi tắt là Cuộc thi) được phát động nhằm đạt các yêu cầu sau:

- Cuộc thi được phát động rộng rãi và tổ chức chặt chẽ, nghiêm túc, gắn hoạt động học thuật với hoạt động đào tạo và thực tiễn, góp phần nâng cao chất lượng đào tạo của Khoa và của Nhà trường;

- Đạt được mục đích của Cuộc thi cả về nội dung, hình thức cũng như tiến độ thời gian theo quy định, đúng với thể lệ đã công bố;

- Tổ chức Cuộc thi đảm bảo tính thiết thực, hiệu quả và tiết kiệm.

2. Hình thức thi, Đối tượng, điều kiện dự thi

2.1. Mô tả về cuộc thi

Cuộc thi Xây dựng kế hoạch Marketing được tổ chức cho sinh viên Khoa Thương Mại nhằm phát huy khả năng sáng tạo của sinh viên một cách tối đa. Mục tiêu của cuộc thi là các đội lập ra các kế hoạch marketing cho các sản phẩm dịch vụ mới hoặc đã có trên thị trường theo những cách thức sáng tạo, mới mẽ và thuyết phục nhất.

2.2. Cuộc thi diễn ra theo 2 vòng thi:

Cuộc thi “Xây dựng kế hoạch Marketing” của Khoa Thương mại trải qua hai vòng thi là vòng sơ loại và vòng chung kết.

- Vòng sơ loại: Ban tổ chức sẽ đánh giá và chọn ra 10 đội (10 bản kế hoạch Marketing tốt nhất) vào vòng chung kết.

- Vòng chung kết: Các đội sẽ thuyết trình các bản kế hoạch marketing trước Hội đồng ban giám khảo, ban tổ chức chọn những kế hoạch marketing xuất sắc để trao giải.

2.3. Đối tượng dự thi, hình thức đăng ký

- Đối tượng tham dự: Là sinh viên đang theo học các ngành các khóa tại Khoa Thương Mại;

- Sinh viên tham gia cuộc thi có thể là cá nhân hoặc theo từng đội, (mỗi đội không quá 5 sinh viên) và bắt buộc phải có giảng viên hướng dẫn.

3. Cách thức tính điểm.

- Ban tổ chức sẽ tính điểm tổng của bài dự thi (theo thang điểm 100) theo công thức:

$$\text{Điểm của bài dự thi} = \frac{\text{Tổng số điểm của Ban giám khảo/ Số thành viên Ban giám khảo}}$$

- Ban giám khảo của cuộc thi tùy vào từng vòng (3 hoặc 5 thành viên) sẽ do Ban tổ chức lựa chọn. Các thành viên trong Ban giám khảo sẽ cho điểm mỗi mỗi phần theo thang điểm 100 dựa trên các tiêu chí nêu trong bảng sau.

TIÊU CHÍ ĐÁNH GIÁ KẾ HOẠCH MARKETING

STT	Tiêu chí	Thang điểm
1	Hình thức trình bày và thuyết trình	10 điểm
2	Trình bày và phân tích đầy đủ các thành phần của một kế hoạch marketing	10 điểm
3	Tính hợp lý, tính logic, sự kết nối chặt chẽ giữa các phần trong kế hoạch	10 điểm
4	Nội dung ý tưởng marketing mới lạ, độc đáo, sáng tạo	15 điểm
5	Chương trình hành động chi tiết và khả thi	15 điểm
6	Tính thực tiễn của các số liệu và các kết quả dự kiến của kế hoạch marketing	15 điểm
7	Sự phù hợp giữa mục tiêu marketing với các giai đoạn vòng đời sản phẩm, các giai đoạn trong quy trình ra quyết định của người tiêu dùng và công cụ truyền thông marketing tích hợp được nêu trong kế hoạch.	15 điểm
8	Nêu được cách đánh giá kết quả (KPIs) của hoạt động marketing cụ thể trong kế hoạch marketing	10 điểm
Tổng		100 điểm

4. Tiến độ thực hiện

STT	Vòng	Thời gian dự kiến	Địa điểm
1	Vòng sơ loại	05/05 - 11/05/2025	Chấm trực tuyến/trên lớp
2	Vòng chung kết	19/05 - 25/05/2025	Hội trường C

- Sau khi có thông báo chính thức về Cuộc thi “Xây dựng kế hoạch marketing”, sinh viên có nguyện vọng tham gia cuộc thi thực hiện gửi bài thi qua **Link** của Ban tổ chức (<https://forms.gle/8VvW4QBELzLFSykv9>). Thời hạn sinh viên đăng ký **chậm nhất ngày 18/04/2025**.

- Ban tổ chức cuộc thi có trách nhiệm rà soát và công bố danh sách các bài tham gia lên cổng thông tin điện tử Khoa để các nhóm dự thi rà soát và phản hồi thông tin **chậm nhất ngày 25/04/2025**.

5. Cơ cấu giải thưởng

- Căn cứ vào tổng điểm của từng bài dự thi, Ban tổ chức sẽ lấy điểm từ cao xuống thấp đến khi nào đủ số lượng giải và trao giải cho các bài đạt giải.

- Cơ cấu giải thưởng cụ thể như sau:

+ 01 Giải nhất, trị giá = 3.000.000 đồng

+ 02 Giải nhì, mỗi giải trị giá = 2.000.000 đồng

+ 03 Giải ba, mỗi giải trị giá = 1.000.000 đồng

+ 04 Giải khuyến khích, mỗi giải trị giá = 500.000 đồng

- Trường hợp 2 bài có tổng điểm bằng nhau, Ban tổ chức sẽ lựa chọn bài có điểm nội dung ý tưởng dự án mới, độc đáo, sáng tạo cao hơn.

- Căn cứ vào thực tế huy động từ nguồn xã hội hóa, cơ cấu giải thưởng và mức giải thưởng có thể thay đổi theo chiều hướng tăng lên.

TP.HCM, ngày 25 tháng 2 năm 2025

TM. BAN TỔ CHỨC

Nơi nhận:

- BGH Nhà trường;
- Phòng KHCN;
- BCN Khoa;
- Lưu Khoa.

(Đã ký)

PGS.TS. Nguyễn Văn Ít

Phụ lục: QUY ĐỊNH VỀ HÌNH THỨC CỦA BÀI BÁO CÁO

1. Hình thức của bài báo cáo

- Khổ giấy A4 (210 x 297 mm) khuyến khích in hai mặt. Trang bìa của bài báo cáo tổng kết được đóng bằng giấy bìa mềm, không dùng gáy lò xo.

- Số trang tối đa là 80 trang (không tính mục lục, tài liệu tham khảo và phụ lục); phông chữ Times New Roman, cỡ chữ 13; dẫn dòng 1,3 - 1,5 lines; lề trái 3 cm; lề trên, lề dưới, lề phải 2 cm.

- Số thứ tự của trang ở chính giữa trang, phía trên, bắt đầu từ nội dung báo cáo.

- Tài liệu tham khảo và phụ lục (nếu có): tối đa là 40 trang; Tên các tác giả nước ngoài nêu trong báo cáo phải viết theo đúng ngôn ngữ trong tài liệu nguyên bản được trích dẫn.

- Không gạch dưới các từ, câu trong báo cáo tổng kết; không viết lời cảm ơn tác giả, không được ghi tên và chữ ký.

- Ngôn ngữ sử dụng trong báo cáo tiếng Việt.

2. Cấu trúc của bài báo cáo

Báo cáo được trình bày theo trình tự sau:

- Bìa báo cáo

+ Trang bìa chính

- Mục lục.

- Danh mục bảng biểu.

- Danh mục những từ viết tắt (xếp theo thứ tự bảng chữ cái).

Nội dung Kế hoạch Marketing

cho sản phẩm hoặc dịch vụ thương hiệu XYZ

0. Giới thiệu ngắn gọn về doanh nghiệp và sản phẩm hoặc dịch vụ

1. Tóm tắt dành cho nhà quản lý (mục tiêu của kế hoạch nhằm đạt kết quả gì, nhân sự, ngân sách, thời gian, và địa điểm thực hiện)

2. Đánh giá môi trường marketing

Mô tả thị trường/khách hàng mục tiêu

Đánh giá sản phẩm

Đánh giá cạnh tranh

Đánh giá kênh phân phối và hậu cần

3. Phân tích ma trận SWOT (trên cơ sở phần 2)
4. Xác định mục tiêu của kế hoạch marketing (Trên cơ sở phần 1 & 2; chiến lược của doanh nghiệp, các giai đoạn vòng đời sản phẩm, các giai đoạn trong quy trình ra quyết định của người tiêu dùng và công cụ truyền thông marketing tích hợp được nêu trong kế hoạch.)
5. Chiến lược marketing 4Ps (áp dụng cho sản phẩm hữu hình) hoặc 7Ps (cho dịch vụ) (để thực thi mục tiêu ở phần 4)

Định vị

Chiến lược sản phẩm

Định giá

Chiến lược phân phối

Chiến lược truyền thông marketing tích hợp

Nghiên cứu Marketing

6. Chương trình hành động (các công việc cụ thể cần thực hiện để thực thi Chiến lược Marketing)
7. Ngân sách (các chi phí phát sinh cho từng hoạt động)
8. Đánh giá và kiểm soát (so sánh kết quả thực hiện với kế hoạch về các KPIs đo lường hoạt động marketing)

- Tài liệu tham khảo: Tài liệu tham khảo là danh mục sách, báo, công trình nghiên cứu... được sử dụng để tham khảo trong quá trình thực hiện đề tài. Báo cáo phải có tài liệu tham khảo được trích dẫn, không tính các trích dẫn từ văn bản pháp luật.

- Phụ lục (nếu có) bao gồm các bảng biểu, sơ đồ, hình vẽ, bảng liệt kê các tư liệu... để minh họa cho bài báo cáo.

3. Hướng dẫn nộp sản phẩm dự thi

Nhóm thực hiện dự án nộp 01 báo cáo dự án bản mềm về Ban tổ chức (gửi file mềm về **Link** ban tổ chức: <https://forms.gle/8VvW4QBELzLFSykV9>)

Phụ lục: CÁC BIỂU MẪU

Mẫu 1. Trang bìa

Mẫu 2. Danh mục các ký hiệu, chữ viết tắt, danh mục các bảng sử dụng,...

BỘ CÔNG THƯƠNG
TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG THƯƠNG TP.HCM
KHOA THƯƠNG MẠI



CUỘC THI
XÂY DỰNG KẾ HOẠCH MARKETING
TÊN KẾ HOẠCH MARKETING:..... (size 18)

Nhóm sinh viên thực hiện: *(có thể các bạn tự đặt tên nhóm)* (size 14)

SV1:...

SV2:...

SV3:...

.....

DANH MỤC CÁC KÝ HIỆU, CHỮ VIẾT TẮT

ĐH	Đại học
...	...
...	...

DANH MỤC CÁC BẢNG

Bảng 1.1: Ví dụ về ma trận	Trang
Bảng 1.2: Ví dụ về	Trang
Bảng 2.1:	Trang
Bảng 2.2:	Trang

DANH MỤC CÁC BIỂU ĐỒ, ĐỒ THỊ, SƠ ĐỒ, HÌNH ẢNH

Hình 1.1: Ma trận	Trang
Hình 2.1: Sơ đồ tổ chức	Trang
Biểu đồ 2.1:	Trang