

DỰ THẢO

MỘT SỐ HƯỚNG DẪN BIÊN SOẠN

TÀI LIỆU HƯỚNG DẪN HỌC TẬP (TLHDHT) - HỆ ĐÀO TẠO TỪ XA

TLHDHT là sản phẩm sáng tạo của người biên soạn, dựa trên đặc điểm cụ thể của môn học, vì vậy không bắt buộc theo khuôn mẫu nào. Tuy nhiên, để dễ dàng cho công tác biên soạn, chúng tôi đưa ra một số đề nghị chung khi biên soạn tài liệu.

1. TLHDHT

- Đây là tài liệu viết cô đọng, tóm tắt các nội dung chính của môn học
- TLHDHT có các nội dung ôn tập, giúp người học tự học và đọc được các tài liệu khác của môn học

2. Yêu cầu đối với TLHDHT

- TLHDHT là tài liệu dựa vào giáo trình chính được viết ngắn gọn, đơn giản hơn, có kết hợp với việc hướng dẫn người học tự học các nội dung chính của môn học.
- TLHDHT cần đảm bảo theo đề cương mà khoa đã thống nhất, đảm bảo đủ số chương như đề cương, số tín chỉ theo quy định của chương trình đào tạo.
- Thống nhất với giáo trình chính đã phát cho sinh viên hệ ĐTTX.
- TLHDHT cần được viết rõ ràng, dễ hiểu, không viết ngắn hơn 35% số trang so với tài liệu chính.
- Không đạo văn (bất kỳ 1 đoạn hay 1 câu nào so với tài liệu chính)

3. Cấu trúc TLHDHT

Tùy thuộc vào tài liệu chính mà TLHDHT có thể bao gồm các nội dung sau đây. Trong trường hợp tài liệu chính (giáo trình) đã có những nội dung như giới thiệu chương, mục tiêu, tóm tắt chương, câu hỏi ôn tập hoặc bài tập thì TLHDHT nếu có những nội dung này sẽ phải trình bày khác đi.

GIỚI THIỆU VỀ MÔN HỌC HOẶC CUỐN SÁCH (tối đa 5 trang A4)

Yêu cầu:

- Nêu được điểm giống và khác của cuốn hướng dẫn và cuốn giáo trình
- Hướng dẫn cách sử dụng cuốn sách, là cuốn đi kèm với cuốn chính
- Cấu trúc của cuốn sách, đề cương tổng quát của môn học

HƯỚNG DẪN CÁCH TỰ HỌC (tối đa 5 trang A4)

Yêu cầu:

- Gợi ý cách bố trí thời gian để học từng chương
- Gợi ý cách đọc hiểu tài liệu và ghi chép các ý chính lại, các tài liệu liên quan đến từng chương cần đọc
- Hướng dẫn cách sử dụng các tài liệu kết hợp như slide, tài liệu chính, cách tự học thông qua việc trả lời các câu hỏi gợi ý...

Cấu trúc các chương có thể bao gồm (nhưng không bắt buộc) các phần sau:

GIỚI THIỆU CHƯƠNG

Phần này cần nêu được vị trí của chương trong môn học, mối liên hệ với chương trước, chương sau.

MỤC TIÊU

Phần này cần nêu được vị trí của chương trong môn học, mối liên hệ với chương trước, chương sau.

CÂU HỎI GỢI NHỚ

Mục đích của phần này nhằm đưa ra những câu hỏi để kiểm tra kiến thức đã học trong những chương trước. Chương đầu tiên của môn học có thể là những câu hỏi liên quan đến môn học trước đó.

CÂU HỎI GỢI MỞ

Phần này nhằm giúp sinh viên tự đánh giá trước khi đọc các nội dung của chương, kích thích sự hứng khởi của người học nhằm dẫn dắt đến nội dung của chương.

CÁC KIẾN THỨC CỐT LÕI CỦA CHƯƠNG

Phần này cần bám sát đề cương của khoa, nên để dưới dạng sơ đồ, hoặc bảng biểu cho dễ nhớ, dễ học

TÓM TẮT CÁC NỘI DUNG CHÍNH

Yêu cầu:

- Phần này viết dưới dạng đề cương ôn tập, nêu rõ những khái niệm, quy luật, công thức... cần hiểu và nhớ. Các nội dung chính của chương nên được viết dưới dạng trình bày sự so sánh giữa các khái niệm, điểm nổi bật của vấn đề cốt lõi, các điểm đặc biệt cần lưu ý.

- Nên dùng nhiều bảng biểu, hình vẽ, sơ đồ để minh họa cho dễ hiểu và đơn giản. Có nhiều dạng đề cương ôn tập như dạng sơ đồ, dạng hỏi đáp... tùy theo môn học mà lựa chọn sao cho phù hợp (xem ví dụ cụ thể tại phần 3 của tài liệu này).

Một số gợi ý giúp người biên soạn viết được phần nội dung chính của chương:

- Kiến thức quan trọng nào cần chú ý trong chương này?
- Sự khác biệt căn bản giữa các khái niệm chủ yếu của chương là gì? Hoặc với khái niệm có liên quan ở các chương trước như thế nào?

CÂU HỎI ÔN TẬP

Câu hỏi ôn tập có thể dưới dạng tự luận, hoặc trắc nghiệm, hoặc cả hai. Cần có phần hướng dẫn trả lời các câu hỏi này.

Hoặc phần này có thể được viết thành 3 phần: câu hỏi ôn tập, câu hỏi trắc nghiệm, câu hỏi tự luận

BÀI TẬP

Tùy theo chương có bài tập hay không. Khi đưa ra bài tập cần có phần hướng dẫn cách giải đi kèm.

4. VÍ DỤ VỀ CÁCH TRÌNH BÀY NỘI DUNG CHÍNH CỦA TLHDHT

Ví dụ 1: trình bày theo dạng đề cương ôn tập tóm tắt ý chính

Chương 2: Môi trường marketing

Môi trường marketing là những nhân tố và lực lượng hoạt động ngoài marketing có ảnh hưởng đến khả năng quản trị marketing của công ty. Môi trường marketing có thể được chia thành vi mô và vĩ mô hoặc bên trong và bên ngoài. Môi trường vi mô và vĩ mô đều có 6 yếu tố như trong bảng dưới đây.

	Môi trường vi mô	Môi trường vĩ mô
1	Công ty	Nhân khẩu
2	Nhà cung cấp	Kinh tế
3	Trung gian marketing	Tự nhiên
4	Khách hàng	Công nghệ
5	Đối thủ cạnh tranh	Văn hóa – xã hội
6	Công chúng	Chính trị – luật pháp

Trong đó lực lượng quan trọng nhất thuộc môi trường vi mô là khách hàng và yếu tố quan trọng nhất trong môi trường vĩ mô là nhân khẩu.

5 loại thị trường	7 giới công chúng	4 điều lưu ý về nhân khẩu
Hàng tiêu dùng	Nội bộ	Gia tăng dân số, già hóa dân cư ở các nước phát triển và trẻ hóa ở các nước kém phát triển.
Hàng công nghiệp	Tài chính	
Mua bán lại	Truyền thông	Thay đổi cấu trúc gia đình.
Chính phủ	Chính phủ	Dịch chuyển dân số theo vùng địa lý.
	Hoạt động xã hội	Tỉ lệ tăng cư dân có trình độ học vấn.

Khi chia môi trường marketing ra thành bên trong và bên ngoài thì chỉ có yếu tố marketing-mix là thuộc môi trường bên trong, các yếu tố còn lại khác (môi trường vĩ mô) đều thuộc môi trường bên ngoài. (xem hình... trang ... trong cuốn sách...)

Hai quan điểm:

Lực bên ngoài khó kiểm soát	Thay đổi được các lực bên ngoài
chỉ thụ động và phản ứng lại tác động của môi trường	hành động tích cực để làm thay đổi chúng

Ví dụ 2: trình bày đề cương dưới dạng câu hỏi, trả lời. Đặt vấn đề ngược lại với cách đặt vấn đề trong sách giáo trình.

Trong giáo trình: Những nhân tố khác có ảnh hưởng đến cầu như thu nhập bình quân của dân cư, giá của các hàng hoá khác có liên quan, ngân sách và sở thích của người tiêu dùng... Khi những nhân tố này thay đổi sẽ có ảnh hưởng làm cho cầu thay đổi và trên đồ thị đường cầu sẽ dịch chuyển vị trí so với vị trí ban đầu.

Trong sách hướng dẫn: Hỏi: Khi nào đường cầu dịch chuyển? Trả lời: Khi các nhân tố khác với giá của chính hàng hoá đó thay đổi. Lưu ý là giá của các hàng

hoá có liên quan đến hàng hoá đó được xếp vào nhóm các nhân tố khác chứ không phải là nhân tố giá.

Kiểm tra kiến thức của chương: câu hỏi và bài tập: tùy theo dạng đề cương ôn tập và dạng đề thi của môn học mà phần này phải được viết sao cho tương thích. Ví dụ môn marketing căn bản thi trắc nghiệm thì nên giới thiệu một số câu hỏi căn bản, có đáp án, giải thích đáp án và cách vận dụng trả lời các câu hỏi khác cùng nội dung nhưng được phát triển dưới những hình thức khác... Môn Quản trị marketing thi tự luận thì giới thiệu các câu tự luận tập trung vào nội dung chính, hướng dẫn cách trả lời, những nội dung chính cần có trong câu trả lời... Môn Nghiên cứu marketing đề thi tự luận nhưng có bài tập thì hướng dẫn cách làm 1 bài tập cách phát triển tư duy để có thể giải được những bài tập tương tự...

5. FORMAT

Định lề: trên, trái, phải: 2cm, dưới: 4,6cm,

Cỡ chữ 13 Times New Roman

Paragraph: trên 6pt, dưới 6pt, dẫn dòng 1.2