

# **ĐỀ CƯƠNG MÔN HỌC**

## **TIẾNG ANH KINH DOANH 2**

### **A. THÔNG TIN CHUNG VỀ MÔN HỌC**

- 1. Tên môn học (tiếng Việt) : TIẾNG ANH KINH DOANH 2**
- 2. Tên môn học (tiếng Anh) : BUSINESS ENGLISH 2**
- 3. Mã số môn học : ENB316**
- 4. Trình độ đào tạo : Đại học**
- 5. Ngành đào tạo áp dụng : Ngôn ngữ Anh**
- 6. Số tín chỉ : 03**
  - Lý thuyết : 01
  - Thảo luận và bài tập : 02
  - Thực hành : 00
  - Khác (ghi cụ thể) : 00
- 7. Phân bổ thời gian : 45 tiết**
  - Tại giảng đường : 35 tiết
  - Tự học ở nhà : 90 tiết
  - Trực tuyến : 10 tiết
  - Khác (ghi cụ thể) : 00
- 8. Khoa quản lý môn học : Khoa Ngoại ngữ**
- 9. Môn học trước : Tiếng Anh kinh doanh 1**
- 10. Mô tả môn học**

Đây là môn học bắt buộc thuộc nhóm chuyên ngành, bao gồm 5 chương nội dung. Môn học được thiết kế nhằm cung cấp cho sinh viên các thuật ngữ tiếng Anh sử dụng trong lĩnh vực kinh tế, kinh doanh và quản lý. Sinh viên có cơ hội tiếp cận với các bài đọc trích từ tạp chí chuyên ngành, văn bản của liên quan kinh tế, kinh doanh, quản lý. Sinh viên được thực hành 4 kỹ năng ngôn ngữ, vận dụng các khái niệm, kiến thức, từ vựng và cấu trúc vào trong các tình huống thực tế thông qua các hoạt động tại lớp như thảo luận nhóm, đối thoại, thuyết trình, về nhà và qua hệ thống học tập LMS như viết báo cáo, văn bản, bài tóm tắt.

### **11. Yêu cầu môn học**

- Sinh viên phải vào lớp đúng giờ, đảm bảo thời gian học trên lớp offline và online, có thái độ nghiêm túc và chủ động, tích cực trong học tập.
- Sinh viên phải đọc trước tài liệu theo yêu cầu của giảng viên, đồng thời tìm đọc thêm các tài liệu có liên quan ở thư viện và trên Internet.
- Sinh viên cần thường xuyên rèn luyện kỹ năng ngôn ngữ, vận dụng các kiến thức đã học trên lớp vào tất cả các bài tập thực hành.
- Sinh viên cần tích cực tham gia phát biểu xây dựng bài cũng như tham gia thảo luận, làm bài tập nhóm và nghiêm túc thực hiện các bài tập cá nhân.
- Sinh viên cần hoàn thành tất cả các bài tập trên phần mềm giảng dạy LMS theo đúng quy định về thời gian.
- Sinh viên vắng thi trong bài kiểm tra giữa kỳ sẽ bị điểm không (0) nếu không có đơn xin phép có lý do chính đáng được chấp nhận.
- Đối với bất kỳ sự gian lận nào trong bài tập (cá nhân và nhóm) hoặc bài thi hoặc vi phạm các vấn đề về liên chính học thuật, sinh viên phải chịu mọi hình thức kỷ luật theo quy định của Trường và của giảng viên.

## **12. Học liệu của môn học**

### **12.1. Giáo trình**

[1] Handford, M., Lisbos, M., Koester, A., & Pitt, A. (2011) *Business Advantage Upper-intermediate*. Cambridge: CUP.

### **12.2. Tài liệu tham khảo**

[2] Nguyễn Quang Nhật, Ngô Thị Hạnh Quyên, (2022) *Exercises on Business English- Book 2*. HCMC: HUB.

[3] Allison, J., Townend, J., & Emmerson, P. (2013) *The Business 2.0 - Upper-intermediate*. London: Macmillan Education.

## **B. PHƯƠNG THỨC ĐÁNH GIÁ MÔN HỌC**

### **Các thành phần đánh giá môn học**

<b>Thành phần đánh giá</b>	<b>Phương thức đánh giá</b>	<b>Trọng số</b>
A.1. Đánh giá quá trình	A.1.1. Chuyên cần, ý thức, thái độ học tập	10%

	A.1.2. Kiểm tra giữa kỳ (dạng thức: thuyết trình nhóm)	20%
	A.1.3. Bài tập cá nhân/ nhóm	20%
A.2. Đánh giá cuối kỳ	A.2.1. Thi cuối kỳ (dạng thức: trắc nghiệm khách quan)	50%

### C. NỘI DUNG CHI TIẾT GIẢNG DẠY

<b>Nội dung giảng dạy chi tiết</b>
<p><b>COURSE INTRODUCTION</b></p> <p style="text-align: center;"><b>CHAPTER I: E-MARKETING</b></p> <p><b>1.1 The 4Cs of marketing and E-marketing</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Marketing terms</li> <li>- The 4Cs of e-retail and retail</li> <li>- E-marketing terms</li> </ul> <p><b>1.2 The benefits of selling on- and offline</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- A definition of e-marketing</li> </ul> <p><b>1.3 Further practice and lesson revision (LMS or offline)</b></p>
<p style="text-align: center;"><b>CHAPTER I (cont.): E-MARKETING</b></p> <p><b>2.1 The benefits of selling on- and offline</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Online communication and sales channels</li> <li>- The benefits of online selling</li> <li>- Problems of online sales channels</li> <li>- E-market research</li> </ul> <p style="text-align: center;"><b>CHAPTER II: BRANDING</b></p> <p><b>2.2 What is branding?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Branding expressions</li> <li>- Introduction to a lecture on branding</li> </ul> <p><b>2.3 Further practice and lesson revision (LMS or offline)</b></p>
<b>CHAPTER II (cont.): BRANDING</b>

### **3.1 What is branding? (cont.)**

- Defining branding
- To brand or not to brand?

### **3.2 The Havaianas brand**

- A company with desired brand
- Describing brands and products

### **3.3 Further practice and lesson revision (LMS or offline)**

## **CHAPTER III: MICROFINANCE**

### **4.1 The concepts of microfinance**

- Microfinance FAQs
- Strategies for understanding unknown words.
- Researching microfinance

### **4.2 Practice: Grameen Bank**

- How and why Grameen Bank was founded

### **4.3 Further practice and lesson revision (LMS or offline)**

## **CHAPTER III (cont): MICROFINANCE**

### **5.1 Practice: Grameen Bank**

- Differences between Grameen Bank and conventional banks
- Microfinance and conventional banks

## **CHAPTER IV: CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY**

### **5.2 Business ethics and Corporate Social Responsibility**

- Cases for and against CSR

### **5.3 Further practice and lesson revision (LMS or offline)**

## **CHAPTER IV (cont.): CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY**

### **6.1 Business ethics and Corporate Social Responsibility**

- CSR topic vocabulary
- Debate on CSR

### **6.2 The business case for Corporate Social Responsibility**

- Defining CSR
- The different sides of CSR
- The business case for CSR
- Is CSR ust corporate gloss?

- CSR presentation

### **6.3 Mid term test**

### **6.4 Further practice and lesson revision (LMS or offline)**

## **CHAPTER V: STRATEGIC PLANNING**

### **7.1 Corporate strategic planning**

- Strategic planning
- Verbs for strategic planning

### **7.2 Corporate strategic planning (cont.)**

- Creating a strategic plan

### **7.3 Further practice and lesson revision (LMS or offline)**

## **CHAPTER V (cont.): STRATEGIC PLANNING**

### **8.1 Planning within a company**

- The characteristics of a strategist
- Company strategy
- Multi-word verbs and collocations
- Devising a strategy for a travel company

### **8.2 Further practice and lesson revision (LMS or offline)**

## **CONSOLIDATION**

### 9.1 Final review

### 9.2 Further practice (LMS or offline)