

-----\*\*\*-----

-----\*\*\*-----

**ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN  
MARKETING NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI**

Hệ đào tạo: Đại học chính quy

Ngành: Tài chính – Ngân hàng

**1. Thông tin chung về học phần**

- Tên học phần: **MARKETING NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI (COMMERCIAL BANK MARKETING)**

- Mã học phần: DQK.01.07

- Số tín chỉ: 2

- Vị trí của học phần trong CTĐT: Chuyên ngành, bắt buộc

- Đối tượng học: Sinh viên ngành Tài chính – Ngân hàng

- Các học phần tiên quyết: Marketing căn bản

- Học phần học trước: Không

- Học phần song hành: Không

- Phân bổ giờ tín chỉ đối với các hoạt động:

+ Lý thuyết: 23 tiết

+ Thảo luận nhóm, bài tập: 12 tiết

+ Kiểm tra: 1 tiết

+ Tự học: 60 tiết

- Bộ môn phụ trách học phần: Kinh doanh thương mại

- Giảng viên phụ trách học phần:

*Họ và tên: ThS. Đinh Thị Len*

*Chức danh: Giảng viên thỉnh giảng bộ môn Kinh doanh thương mại*

*Thông tin liên hệ: 0968.236.066, Email: dinhlen.ns@gmail.com*

**2. Các học phần tiên quyết: Marketing căn bản**

**3. Mục tiêu học phần**

**3.1. Mục tiêu chung**

Mục tiêu cung cấp cho sinh viên kiến thức cơ bản về Marketing ngân hàng thương mại. Từ đó có thể vận dụng những kiến thức của môn học để triển khai các hoạt động Marketing tại các ngân hàng thương mại. Học phần rèn luyện khả năng tự học, tìm tòi và sáng tạo, khả năng chịu áp lực công việc, khả năng làm việc nhóm và giải quyết các vấn đề phát sinh, tự tin và kiên trì theo đuổi mục tiêu. Hình thành cho người học thái độ nghiêm túc, chủ động trong học tập, nghiên cứu và tổ chức công việc và có tinh thần trách nhiệm, đạo đức nghề nghiệp.

**3.2. Mục tiêu cụ thể**

- Có kiến thức lý thuyết về Marketing ngân hàng thương mại, hiểu và vận dụng tốt kiến thức được đào tạo để thực hiện các công việc thực tiễn; cung cấp thông tin cần thiết để tham mưu, tư vấn cho các nhà quản lý ra quyết định tối ưu.- Thiết lập kỹ năng xây dựng các kế hoạch cũng như các chương trình marketing trong các tổ chức.

- Sinh viên có kỹ năng và phương pháp tiếp cận thực tế thị trường, vận dụng kiến thức để phân tích, đánh giá hoạt động marketing tại các ngân hàng thương mại. Ngoài ra, sinh viên có các kỹ năng: tìm kiếm, phân tích, đánh giá thông tin, làm việc nhóm, thuyết trình

- Sinh viên hiểu được ý nghĩa của hoạt động Marketing đối với các ngân hàng thương

mai, có trách nhiệm đối với công việc, tổ chức và xã hội; tuân thủ chuẩn mực đạo đức nghề nghiệp; có tác phong làm việc khoa học, chuyên nghiệp, tính kỷ luật cao; chủ động, sẵn sàng hội nhập thị trường lao động trong nước và quốc tế.

#### **4. Chuẩn đầu ra của học phần (CLO – Courses Learning Outcomes)**

CLO1: Vận dụng được các kiến thức về Marketing ngân hàng thương mại, bao gồm: Nghiên cứu môi trường marketing và khách hàng NHTM, xác định thị trường mục tiêu và thiết kế các chiến lược marketing của NHTM, kiến thức về marketing mix của NHTM

CLO2: Vận hành xây dựng các kế hoạch nghiên cứu marketing và thiết kế thị trường mục tiêu, chiến lược marketing cho các NHTM.

CLO3: Sử dụng kiến thức thiết kế các chương trình marketing mix cho NHTM.

CLO4: Chủ động đưa ra ý kiến khi thảo luận trong nhóm hoặc thảo luận trong lớp

CLO5: Rèn luyện khả năng tự học, tìm tòi và sáng tạo, khả năng chịu áp lực công việc, khả năng làm việc nhóm và giải quyết các vấn đề phát sinh, tự tin và kiên trì theo đuổi mục tiêu

#### **4.2. Ma trận nhất quán giữa chuẩn đầu ra học phần (CLO) với chuẩn đầu ra chương trình đào tạo (PLO):**

	PLO 1	PLO 2	PLO 3	PLO 4	PLO 5	PLO 6	PLO 7	PLO 8	PLO 9	PLO 10
CLO 1		M								
CLO 2			M							
CLO 3				M						
CLO 4								H		
CLO5										H
<b>TỔNG HỢP TOÀN BỘ HỌC PHẦN</b>		M	M	M				H		H

*Trong đó:*

Mức độ đóng góp của CLO và PLO được xác định cụ thể như sau:

L (Low) – CLO có đóng góp ít vào PLO

M (Medium) – CLO có đóng góp vừa vào PLO

H (High) – CLO có đóng góp nhiều vào PLO

#### **4.3. Ma trận nhất quán giữa phương pháp dạy học với chuẩn đầu ra học phần (CLO)**

	CLO1	CLO2	CLO3	CLO4	CLO5
Phương pháp thuyết giảng	H	H	H		
Phương pháp phát vấn	H	H	H	H	M
Phương pháp dạy học nhóm, cặp (thảo luận, làm bài tập theo nhóm)	H	H	H	H	H
Hướng dẫn tự học	M	M	M		H
Thuyết trình tích cực	H	H	H	H	M

#### 4.4. Ma trận nhất quán giữa phương pháp, hình thức kiểm tra, đánh giá với chuẩn đầu ra học phần (CLO)

Phương pháp đánh giá	CLO 1	CLO 2	CLO 3	CLO 4	CLO 5
Chuyên cần (mức độ đầy đủ tham gia các buổi học, bài tập về nhà, tự học, phát biểu, thái độ học độ)	M	M	M	M	H
Vấn đáp	H	H	H		
Viết (tự luận, trắc nghiệm)	H	H	H		H
Thảo luận, tình huống, đóng vai	H	H	H	H	H

#### 5. Nhiệm vụ của sinh viên

- Nghiên cứu trước giáo trình, tài liệu theo chương.
- Tham gia đầy đủ các giờ lên lớp: Tối thiểu 80% số tiết học trên lớp.
- Tham gia thảo luận tại lớp.
- Làm bài tập cá nhân, bài tập nhóm được giao
- Tham gia làm bài kiểm tra giữa kỳ.
- Tham gia thi kết thúc học phần.

#### 6. Tài liệu học tập

##### - Tài liệu học tập bắt buộc:

- + Giáo trình Marketing ngân hàng - NGƯT-TS. Nguyễn Thị Minh Hiền (2002, 2016) -

##### Tài liệu tham khảo:

- + Tài liệu học tập Marketing ngân hàng ( Học viện ngân hàng), Nhà xuất bản Thanh niên, 2021
- + Tạp chí ngân hàng, tạp chí khoa học- đào tạo ngân hàng, thời báo tài chính, các website của các NHTM và các tổ chức tài chính trong nước và quốc tế
- + Slide bài giảng của giảng viên

#### 7. Mô tả tóm tắt học phần

Marketing ngân hàng thương mại là học phần thuộc khối kiến thức chuyên ngành, bắt buộc dành cho sinh viên ngành Tài chính – Ngân hàng, chuyên ngành Ngân hàng. Mục tiêu cung cấp cho sinh viên kiến thức của Marketing NHTM, từ đó có thể vận dụng những kiến thức này để triển khai các hoạt động Marketing tại các NHTM. Nội dung giảng dạy và các ví dụ minh họa phù hợp với mục tiêu đào tạo của Trường Đại học Tài chính - Ngân hàng Hà Nội.

#### 8. Kế hoạch giảng dạy

Bài dạy	Nội dung dạy học	Nội dung giảng dạy				CDR (CLO)	HD dạy	HD học
		LT	TH, TL	KT	Tự học			
Bài 1	<b>Bài 1: Tổng quan về Marketing ngân hàng thương mại</b>	2.5	1	0	4	<b>CLO1 CLO5</b>	Thuyết giảng, Phát vấn,	SV đọc trước giáo trình và tài

	<p>1.1 Khái niệm Marketing NHTM</p> <p>1.2 Đặc điểm của Marketing NHTM</p> <p>1.3 Nội dung của Marketing NHTM</p> <p>1.4 Chức năng, vai trò của Marketing NHTM</p> <p>Câu hỏi ôn tập</p> <p>Bài tập về nhà</p>						<p>Tình huống, Giải quyết vấn đề</p>	<p>liệu tham khảo</p> <p>Sinh viên trả lời câu hỏi trên lớp;</p> <p>SV Làm bài tập về nhà</p>
<b>Bài 2</b>	<p><b>Kiểm tra nội dung tự học và giải đáp bài tập về nhà</b></p> <p><b>Nghiên cứu môi trường Marketing và khách hàng của NHTM</b></p> <p>2.1 Môi trường Marketing của NHTM</p> <p>2.1.1 Khái quát về môi trường Marketing của NHTM</p> <p>2.1.2 Môi trường vĩ mô</p> <p>2.1.3 Môi trường vi mô</p> <p><b>Bài tập về nhà</b></p>	<b>2.5</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>5</b>	<b>CLO1</b> <b>CLO5</b>	<p>Thuyết giảng, Phát vấn, Giải quyết vấn đề</p>	<p>SV nộp BTVN</p> <p>SV đọc trước giáo trình và tài liệu tham khảo</p> <p>Sinh viên trả lời câu hỏi;</p> <p>SV hoàn thành câu hỏi ôn tập chương 1 và bài tập về nhà</p>
<b>Bài 3</b>	<p><b>Kiểm tra nội dung tự học và giải đáp bài tập về nhà</b></p> <p>2.2 Khách hàng của NHTM</p> <p>2.2.1 Đối tượng khách hàng của NHTM</p> <p>2.2.2 Nhu cầu của khách hàng về sản phẩm, dịch vụ NHTM</p> <p>2.2.3 Hành vi mua của khách hàng</p>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>5</b>	<b>CLO1</b> <b>CLO5</b>	<p>Thuyết giảng, Phát vấn, Giải quyết vấn đề</p>	<p>SV đọc trước giáo trình và tài liệu tham khảo</p> <p>Sinh viên trả lời câu hỏi trên lớp;</p>

								Làm bài tập chương 2
<b>Bài 4</b>	<b>Kiểm tra nội dung tự học</b> Thị trường mục tiêu và chiến lược Marketing của NHTM 3.1 Thị trường mục tiêu của NHTM 3.1.1 Khái niệm 3.1.2 Marketing mục tiêu	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>CLO1</b> <b>CLO2</b> <b>CLO5</b>	Thuyết giảng, Phát vấn	SV đọc trước giáo trình và tài liệu tham khảo  Sinh viên trả lời câu hỏi trên lớp; SV hoàn thành bài tập về nhà
<b>Bài 5</b>	<b>Kiểm tra nội dung tự học và giải đáp bài tập về nhà</b> .2 Chiến lược Marketing của NHTM 3.2.1 Khái niệm chiến lược Marketing 3.2.2 Hoạch định chiến lược Marketing Một số chiến lược Marketing  <b>Cung cấp câu hỏi ôn tập</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>5</b>	<b>CLO1</b> <b>CLO2</b> <b>CLO5</b>	Thuyết giảng, Phát vấn, Tình huống, Giải quyết vấn đề. Thảo luận	SV đọc trước giáo trình và tài liệu tham khảo  SV trả lời câu hỏi trên lớp,  SV hoàn thành bài tập chương 3
<b>Bài 6</b>	<b>Thảo luận hoặc chữa bài tập C1,2,3; Kiểm tra lần 1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>6</b>	<b>CLO1</b> <b>CLO2</b> <b>CLO4</b> <b>CLO5</b>	Thuyết giảng, Phát vấn, Tình huống, Giải quyết vấn đề. Thảo luận	Trình bày trước lớp về kết quả nghiên cứu thảo luận SV đọc trước giáo trình và tài liệu tham khảo  SV làm bài kiểm tra số 1

<b>Bài 7</b>	<p><b>Chiến lược sản phẩm của NHTM</b></p> <p>4.1 Khái quát về sản phẩm NHTM</p> <p>4.1.1 Khái niệm sản phẩm của NHTM</p> <p>4.1.2 Cấu trúc của sản phẩm NHTM</p> <p>4.1.3 Chu kì sống của sản phẩm NHTM</p> <p>4.2 Chiến lược sản phẩm của NHTM</p> <p>4.2.1 Mục tiêu của chiến lược sản phẩm</p> <p>4.2.2 Danh mục sản phẩm của NHTM</p> <p>4.2.3 Hoàn thiện sản phẩm của NHTM</p> <p>Phát triển sản phẩm mới của NHTM</p> <p>Bài tập về nhà</p>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>CLO1 CLO3 CLO5</b>	Thuyết giảng, Phát vấn,	<p>SV đọc trước giáo trình và tài liệu tham khảo;</p> <p>Sinh viên trả lời câu hỏi;</p> <p>SV Làm bài tập về nhà</p>
<b>Bài 8</b>	<p><i>Kiểm tra nội dung tự học và giải đáp bài tập về nhà</i></p> <p><b>Chiến lược giá của NHTM</b></p> <p>5.1 Khái quát về giá sản phẩm NHTM</p> <p>5.1.1 Khái niệm và biểu hiện của giá sản phẩm NHTM</p> <p>5.1.2 Đặc điểm của giá sản phẩm NHTM</p> <p>5.1.3 Các kiểu giá sản phẩm NHTM</p>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>CLO1 CLO3 CLO5</b>	Thuyết giảng, Phát vấn, Thảo luận nhóm, Giải quyết vấn đề	<p>SV đọc trước giáo trình và tài liệu tham khảo;</p> <p>Sinh viên trả lời câu hỏi;</p> <p>SV hoàn thành câu hỏi ôn tập chương 4</p>

	<p>5.1.4 Các nhân tố ảnh hưởng đến giá sản phẩm NHTM</p> <p>5.2 Chiến lược giá của NHTM</p> <p>5.2.1 Mục tiêu của chiến lược giá</p> <p>5.2.2 Định giá sản phẩm NHTM</p> <p>5.2.3 Điều chỉnh, thay đổi giá sản phẩm NHTM</p> <p><b>Cung cấp câu hỏi ôn tập chương 4</b></p>							
<b>Bài 9</b>	<p><b>Chiến lược phân phối của NHTM</b></p> <p>6.1 Khái quát về phân phối của NHTM</p> <p>6.1.1 Khái niệm &amp; Đặc điểm hệ thống phân phối của NHTM</p> <p>6.1.2 Vai trò của kênh phân phối với NHTM</p> <p>6.1.3 Phân loại kênh phân phối của NHTM</p> <p>6.1.4 Xu hướng phát triển kênh phân phối của NHTM</p> <p>6.2 Chiến lược phân phối của NHTM</p> <p>6.2.1 Mục tiêu của chiến lược phân phối</p> <p>6.2.2 Lựa chọn các kênh phân phối của NHTM</p> <p>Theo dõi, đánh giá, điều chỉnh kênh phân phối của NHTM</p>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>CLO1 CLO3 CLO5</b>	Thuyết giảng, Phát vấn, Giải quyết vấn đề	SV đọc trước giáo trình và tài liệu tham khảo;  Sinh viên trả lời câu hỏi;  SV hoàn thành bài tập về nhà
<b>Bài 10</b>	<b>Chiến lược xúc tiến hỗn hợp của NHTM</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>CLO1 CLO3</b>	Thuyết giảng, Phát vấn,	SV đọc trước giáo trình và tài

	<p>7.1 Khái quát về xúc tiến hỗn hợp của NHTM</p> <p>7.1.1 Khái niệm xúc tiến hỗn hợp</p> <p>7.1.2 Vai trò của xúc tiến hỗn hợp</p> <p>7.1.3 Các công cụ xúc tiến hỗn hợp của NHTM</p> <p>7.2 Chiến lược xúc tiến hỗn hợp của NHTM</p> <p>7.2.1 Mục tiêu của chiến lược xúc tiến hỗn hợp</p> <p>7.2.2 Lựa chọn hệ thống xúc tiến hỗn hợp của NHTM</p> <p>Đánh giá, điều chỉnh hệ thống xúc tiến hỗn hợp của NHTM</p>					<b>CLO5</b>	Thảo luận, Giải quyết vấn đề	<p>liệu tham khảo; Sinh viên trả lời câu hỏi;</p> <p>SV hoàn thành câu hỏi ôn tập chương 5</p>
<b>Bài 11</b>	<p><b>Bài 8: Chiến lược con người, quy trình cung ứng dịch vụ, biểu hiện vật chất của NHTM</b></p> <p>8.2 Chiến lược con người của NHTM</p> <p>8.1.1 Khái quát về con người trong NHTM</p> <p>8.2.1 Chiến lược con người của NHTM</p> <p>8.2 Chiến lược quy trình cung ứng dịch vụ của NHTM</p> <p>8.2.2 Khái quát về quy trình cung ứng dịch vụ của NHTM</p> <p>8.2.3 Chiến lược quy trình cung ứng dịch vụ của NHTM</p> <p>8.3 Chiến lược biểu hiện vật chất của NHTM</p> <p>8.3.1 Khái quát về biểu hiện vật chất của NHTM</p> <p>Chiến lược biểu hiện vật chất của NHTM</p>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>CLO1 CLO3 CLO5</b>	Thuyết giảng, Phát vấn, Tình huống, Giải quyết vấn đề	<p>SV đọc trước giáo trình và tài liệu tham khảo;</p> <p>Sinh viên trả lời câu hỏi;</p> <p>Sinh viên hoàn thành câu hỏi ôn tập chương 6</p>



<b>Bài 12</b>	<b>Tổng kết học phần Ôn tập phụ đạo Công bố điểm thành phần và điều kiện dự thi của sinh viên</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>6</b>	<b>CLO1 CLO2 CLO3 CLO5</b>	Thuyết giảng, Phát vấn, Thảo luận nhóm, Giải quyết vấn đề	SV trả lời câu hỏi;  SV chuẩn bị đề cương ôn tập theo hướng dẫn
<b>Tổng</b>		<b>23</b>	<b>12</b>	<b>1</b>	<b>60</b>			

### 9. Cơ sở vật chất phục vụ giảng dạy:

- Tên giảng đường:
- Danh mục trang thiết bị (bao gồm cả phương tiện công nghệ): máy chiếu, laptop, bút dạ viết bảng, phấn, bút chỉ slide.

### 10. Kiểm tra, đánh giá kết quả học tập:

#### 10.1. Phương pháp, hình thức kiểm tra, đánh giá:

Hình thức đánh giá	Phần trăm	Yêu cầu chung, mục đích, cơ sở lý luận, minh chứng
<b>1. Chuyên cần</b> (kiểm tra đánh giá thường xuyên trên lớp: 01 điểm)	10%	<p><b>Yêu cầu chung:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sinh viên có mặt, tham gia đầy đủ 100% buổi học, giờ học.</li> <li>• Sinh viên tích cực phát biểu.</li> </ul> <p><b>Mục đích:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Đánh giá thái độ học tập: sự chăm chỉ, nghiêm túc, kỷ luật, sự hào hứng, say mê học tập.</li> </ul>
<b>2. Thuyết trình và thảo luận nhóm</b> (01 bài)	10 %	<p><b>Yêu cầu:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sinh viên thảo luận, làm việc theo nhóm theo các chủ đề được giao.</li> <li>• Sinh viên thuyết trình tích cực, phản biện và trả lời các câu hỏi của GV và các nhóm SV khác.</li> <li>• Điểm của sinh viên sẽ được đánh giá là điểm của nhóm được phân bổ trên mức độ đóng góp của các thành viên.</li> </ul> <p><b>Mục đích:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Giúp sinh viên hệ thống lại kiến thức, phát triển kỹ năng phân tích, kỹ năng thuyết trình, trình bày vấn đề bằng văn bản, kỹ năng lập luận, kỹ năng phối hợp và làm việc nhóm.</li> </ul>

<b>3. Kiểm tra giữa kỳ</b> (trắc nghiệm/tự luận) (1 bài)	20%	<b>Yêu cầu:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Sinh viên thực hiện bài kiểm tra trong khoảng thời gian nhất định.</li> </ul> <b>Mục đích:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Ghi nhớ kiến thức đã học.</li> <li>Có biện pháp cải tiến phương pháp học tập để đạt kết quả tốt hơn vào cuối kỳ.</li> </ul>
<b>4. Thi hết học phần</b> (tự luận) (90 phút)	60%	<b>Yêu cầu chung:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Sinh viên nghiên cứu kỹ các mục tiêu của bài tập cần đạt.</li> <li>Đọc, ghi nhớ tài liệu để có cơ sở lý thuyết cho bài tập phân tích tình huống.</li> </ul> <b>Mục đích:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Khuyến khích sinh viên chủ động tìm tòi, nghiên cứu.</li> <li>Tăng cường khả năng quan sát, tư duy và lập luận logic và phê phán.</li> </ul>

**10.2. Miêu tả chi tiết các bài kiểm tra trong kỳ, bài thi hết học phần và bộ tiêu chí đánh giá:**

**Tiêu chí đánh giá (Rubrics định tính cho bài thi hết học phần tự luận)**

Tiêu chí đánh giá	Mức chất lượng	Thang điểm
Nội dung đầy đủ, trả lời đúng 100% câu hỏi. Có phân tích mở rộng (phân tích đúng hướng và đủ ý). Trình bày rõ ràng, diễn đạt ngắn gọn, xúc tích, logic. Không có lỗi về thuật ngữ chuyên môn. Không có lỗi chính tả.	Xuất sắc	9 - 10
Trả lời đúng 70-80% câu hỏi. Có mở rộng, phân tích đúng hướng nhưng chưa đủ ý. Trình bày rõ ràng, diễn đạt logic. Còn lỗi chính tả.	Khá – Giỏi	7- 8
Trả lời đúng 50-60% câu hỏi. Không phân tích. Trình bày không rõ ý, chưa logic. Còn lỗi chính tả.	Trung bình	5 - 6

Trả lời sai, lạc đề, hoặc phần trả lời đúng dưới mức 50% câu hỏi. Không làm hết câu hỏi, bỏ nội dung hơn 50%. Không hiểu câu hỏi. Mắc nhiều lỗi về thuật ngữ chuyên môn (5-6 lỗi). Nhiều lỗi chính tả.	Yếu	3 - 4
Trả lời sai, lạc đề, phần trả lời đúng dưới mức 20%. Không làm hết câu hỏi, bỏ đến 80% nội dung. Không hiểu câu hỏi. Không hiểu các thuật ngữ chuyên môn cơ bản, mắc nhiều lỗi về thuật ngữ chuyên môn (trên 6 lỗi). Diễn đạt không rõ ý. Nhiều lỗi chính tả.	Kém	0 - 2

### **10.3. Chính sách trong đánh giá chuyên cần:**

- Sinh viên vắng mặt quá 20% số buổi sẽ không được làm bài thi kết thúc học phần.
- Có điểm thưởng cho sinh viên tích cực phát biểu, ham học hỏi, có sự sáng tạo trong thảo luận, tranh biện.

Hà Nội, ngày 20 tháng 01 năm 2019

**Trưởng khoa**

**Trưởng Bộ môn**

**Người soạn đề cương**





**TS. Phạm Phan Dũng**

**TS. Nguyễn Thông Thái**

**TS. Nguyễn Thông Thái**