

THE UNIVERSITY OF DANANG  
**VN-UK Institute for Research & Executive Education**  
 ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG  
 Viện Nghiên cứu và Đào tạo Việt – Anh

THE SOCIALIST REPUBLIC OF VIETNAM  
Independence – Liberty - Happiness  
**CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM**  
 Độc lập – Tự do – Hạnh phúc

## UNDERGRADUATE PROGRAMME

### CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO ĐẠI HỌC

Type of Degree: **Bachelor in International Business and Management** (*Trình độ đào tạo*)  
 Major (*Ngành*): **International Business and Management**      Code (*Mã ngành*): 7340124

#### 1. Course information (*Thông tin chung*)

<b>1.1</b>	<b>Course Code (<i>Mã học phần</i>): BEB23031</b>		
<b>1.2</b>	<b>Course Name (<i>Tên học phần</i>): International Business</b>		
<b>1.3</b>	<b>Total of Course Credits (<i>Tổng số tín chỉ</i>): 3</b>		
<b>1.4</b>	<b>Semester (<i>Semester, year</i>) (<i>Học kỳ (Học kỳ, năm học)</i>): Semester 2, 2023-2024</b>		
<b>1.5</b>	<b>Class time (<i>Days of the week and class start and finish times</i>):</b> <i>Giờ học (Ngày học, giờ bắt đầu và giờ kết thúc): 9h50-12h30 Tuesdays, from 19/2/2024-27/5/2024</i>		
<b>1.6</b>	<b>Time Allocation (<i>Phân bổ thời gian</i>)<sup>(1) (2) (3)</sup></b>		
	Course attendance ( <i>Học tại lớp</i> ): 45 giờ	Writing assignments ( <i>Bài tập dạng viết</i> ): 12 giờ	Online interaction ( <i>Tương tác trực tuyến</i> ) : 0
	Assigned readings ( <i>Đọc bài được giao</i> ): 90 giờ	Lab or workshop ( <i>Thực hành hay workshop</i> ): 0	Performances/creative activities ( <i>Hoạt động sáng tạo</i> )
	Project ( <i>Dự án</i> ): 40 giờ	Field work/experience ( <i>Trải nghiệm thực tế</i> ): 3 giờ	
	<b>Total hours (<i>Tổng số giờ</i>):</b>	190 giờ	
<b>1.7</b>	<b>Lecturers (<i>Giảng viên phụ trách</i>):</b>		
	- Instructor(s) in charge ( <i>Giảng viên phụ trách chính</i> ): MSc. Nguyễn Lê Lộc Tiên Email: tien.nguyen@vnuk.edu.vn		
	- Co-lecturer(s) ( <i>Giảng viên cùng giảng dạy</i> ): MA. Trương Bảo Ngọc Email: ngoc.truong@vnuk.edu.vn		
<b>1.8</b>	<b>Course Conditions (<i>Điều kiện tham gia học phần</i>)</b>		
	- Prerequisites ( <i>Học phần tiên quyết</i> ): - Co-requisites ( <i>Học phần học trước</i> ): <i>Global Environment of Business</i>		

#### 2. Course Description (*Mô tả học phần*)

The International Business (IB) course serves as a continuity of Global Environment for Business (GEB). While the GEB course focuses on the macro environment of the firm, this one introduces more micro aspects, including international business strategy and organization, and entry strategy, as well as basic functional

activities namely exporting, global production and supply chain, global marketing and global human resource management. A range of internationalisation theories and frameworks are used to analyse strategy formulation; the foreign direct investment decisions; location choice; forms of international involvement and modes of market entry. Students have the opportunity to learn from practical situations when meeting with guest speakers in the industry. At the end of the course, students have to conduct a business analysis and propose a business plan for a company to enter a new market as a part of a problem-based learning process.

### 3. Course Objectives (Mục tiêu của học phần)

Upon completing this course, students have the ability to describe and compare domestic and international management operations and issues such as managing a multicultural workforce, designing and executing global marketing strategies. The ultimate goal of the course is to develop a proposal that focuses on a key strategic decision involved in entering an overseas market for the first time; or expanding existing operations into a new foreign market as part of a corporate strategy.

### 4. Course Learning Outcomes (CLO) (Chuẩn đầu ra học phần (CLO) <sup>(4)</sup>)

**Table 1. Course Learning Outcomes (Bảng 1. Chuẩn đầu ra học phần)**

At the end of the course, students will be able to (Kết thúc học phần, sinh viên có khả năng):

Code (Mã)	Course Learning Outcomes (Chuẩn đầu ra học phần)
CLO1	Identify the different global strategies and organisational structure of an international business.
CLO2	Explain the key determinants of entry mode, location choice and other key strategic issues facing the multinational enterprises.
CLO3	Explain the management of activities including exporting and importing, global supply chain, global human resource management, and global marketing in the success of an international business.
CLO4	Evaluate business opportunities and threats in an international context
CLO5	Propose a business plan for a company to enter a new market
CLO6	Develop problem-solving, communication, teamwork and managerial skills through research activities, case study analyses and group projects

### 5. Matrix between Course Learning Outcomes and Programme Learning Outcomes (Mối liên hệ giữa CDR học phần (CLO) với CDR của Chương trình đào tạo (PLO))

**Table 2. Matrix between Course Learning Outcomes and Program Learning Outcomes (Bảng 2. Mối liên hệ giữa CDR học phần (CLO) với CDR Chương trình đào tạo (PLO)) <sup>1</sup>**

<sup>1</sup> The extent to which CLO contributes to PLO is specifically determined (Mức độ đóng góp của CDR học phần đối với CDR CTĐT được xác định cụ thể):

- **I (Introductory) (Giới thiệu):** indicates that students are introduced to the outcome (nghĩa là học phần có hỗ trợ đạt được PLO và ở mức giới thiệu/bắt đầu)

- **R (Reinforced and opportunity to practice) (Tăng cường củng cố và cơ hội thực hành):** indicates the outcome is reinforced and students afforded opportunities to practice (nghĩa là sinh viên được củng cố kiến thức, kỹ năng và có cơ hội thực hành)

- **M (Mastery at the senior or exit level) (Thành thạo ở cấp độ cao cấp hoặc xuất sắc):** indicates that students have had sufficient practice and can now demonstrate mastery (học phần hỗ trợ mạnh mẽ người học trong việc thuần thục/thành thạo)

	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6
<b>CLO1</b>			R			
<b>CLO2</b>		R	M			
<b>CLO3</b>	M		M	R		
<b>CLO4</b>				M		
<b>Course</b> ( <i>Học phần</i> )	M	R	M	R	M	R

## 6. Course Schedule (*Kế hoạch giảng dạy*)

**Table 3. Course schedule by week** (*Bảng 3. Kế hoạch giảng dạy theo tuần*)

<b>Week</b> ( <i>Tuần</i> )	<b>Main content</b> ( <i>Nội dung chính</i> )	<b>Case study</b>	<b>Relevant CLO in Table 1</b> ( <i>Chuẩn đầu ra (CLO) liên quan</i> )	<b>Teaching methods</b> ( <i>Phương pháp giảng dạy</i> )	<b>Student's learning activities</b> ( <i>Hoạt động học của sinh viên</i> )	<b>Assessment code</b> ( <i>Mã đánh giá</i> )
1	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Introduction to the course</li> <li>+ Syllabus Review</li> <li>+ Project Overview</li> <li>+ Class rules</li> <li>- Overview of International Business</li> <li>- Two persistent problems in international business</li> <li>- International Business strategy</li> <li>+ Strategy and the firm</li> <li>+ Global expansion, profitability, and profit growth</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Video: Why Ford and other American car companies cannot compete in Japan?</li> <li>- Homework: Emirates Global Strategy</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Inquiry - based learning</li> <li>- Lecture</li> <li>- Groupwork</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- One minute paper</li> <li>- Case studies</li> <li>- Discussion</li> </ul>	A1, 2
2	<ul style="list-style-type: none"> <li>International Business strategy (cont'd)</li> <li>+ Strategic Positioning</li> <li>+ The firm as a value chain</li> <li>+ Global expansion, profitability, profit growth</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- In-class: ClearVision</li> <li>- Homework: AB InBev</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lecture</li> <li>- Case studies</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Discussion</li> <li>- Case studies</li> </ul>	A1, 2
3	<ul style="list-style-type: none"> <li>International Business strategy (cont'd)</li> <li>+ Cost Pressures and Pressures for Local Responsiveness</li> <li>+ Choosing a strategy</li> <li>+ Impact of the Macro environment</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- In-class: IKEA Global strategy</li> <li>- Homework: How Is Shein Really Keeping Prices So Low? (<a href="https://www.youtube.com/w">https://www.youtube.com/w</a>)</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lecture</li> <li>- Case studies</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Discussion</li> <li>- Case studies</li> </ul>	A1, 2

		atch?v=gWotB Ptsulo)				
4	The Organisation of International Business + Organisational Architecture + Organisational Structure (Vertical and Horizontal Differentiation)	- In-class: IBM Moves toward a matrix structure		- Lecture - Case study		A1, 2
5	The Organisation of International Business (cont'd) + Integrating systems + Control systems + Incentive systems + Processes and Organisational Culture	- Homework: Closing case of Philips		- Lecture - Groupwork	- Teaching others	A1, 2
6	Entering developed and emerging markets + Basic entry decisions + Greenfield venture or Acquisition	- Opening case: Uber		- Lecture	- Discussion	A1, 2
7	Entering developed and emerging markets (cont'd) + Entry modes	- Closing case: IKEA entering India, finally!		- Flipped classroom	- Presentation and Quiz creation	A1, 2
8	Exporting, Importing and Countertrade + Discussion: Exporting to Vietnam + Export strategy + Export and Import financing + Countertrade			- Lecture	Discussion	A1, 2
9	Project Guidance and Trial Presentation					A3
10	Global Production and Supply chain management + Discussion: Supply chain disruption and Covid 19 + Strategy, production and supply chain management + Global supply chain functions + Managing a global supply chain	- Opening case: Supply chain disruption and Covid 19		- Lecture	Discussion	A1, 2

11	Global Production and Supply chain management (cont'd) + Where to produce + Make or buy decisions	- In-class: Amazon supply chains - Closing case: The World's manufacturing hub in the wake of trade wars and Covid 19		- Lecture	Discussion	A1, 2
12	Global Marketing and Business Analytics + Marketing segmentation + Business analytics + Marketing mix	- Opening case: Micheal Jordan and Nike		- Lecture	Discussion	A1, 2
13	Global Marketing and Business Analytics (cont'd) + Marketing mix (cont'd) + Product development	- Burberry's social media marketing - Closing case: Share a Coke		- Lecture	Discussion	A1, 2
14	Global Human Resource Management + What is HRM and its core activities + Staffing Policy + Training and Management + Performance Appraisal + Compensation	- Astra Zeneca		- Lecture	Discussion	A1, 2
15	Field trip/ Workshop	Vinamask				

## 7. Course Assessment <sup>(5)</sup> (Kiểm tra đánh giá học phần)

### 7.1. Methods of assessment

**Table 4.1. Methods of assessment** (Bảng 4.1. Các phương pháp kiểm tra đánh giá)

Assessment components (Thành phần kiểm tra đánh giá)		Weighting/ (%) (Trọng số)	Requirements (Topic) (Yêu cầu, hoặc nội dung đánh giá)	Method (PP kiểm tra đánh giá)	Relevant CLO in Table 1 (Chuẩn đầu ra (CLO) liên quan)	Data for PLO/PI measure- ment (Dữ liệu đo PLO/PI)
A.1. Continuous Assessment (Đánh giá quá trình)	A.1.1 Homework (Bài tập về nhà)	10%	All of the cases allocated as homework during the course	Case studies	CLO 1, 2, 3	

	A.1.2 Quizzes ( <i>Bài kiểm tra ngắn</i> )	10%	Quizzes from Chapter 13 to 15	Quizzes	CLO 1, 2, 3	
A.2. Mid-term Assessment ( <i>Đánh giá giữa kỳ</i> )	Written Test ( <i>Kiểm tra viết</i> )	20%	Multiple choice + Long-answered questions + Integrative cases	Presentation	CLO 1, 2, 3, 4, 5	
A.3. Final assessment ( <i>Đánh giá cuối kỳ</i> )	Groupwork ( <i>Bài tập nhóm</i> )	50%	International Business Plan Proposal		CLO 1, 2, 3, 4	

## 7.2. Description of assignments <sup>(5)</sup> (*Yêu cầu về bài tập*)

A detailed breakdown of course assignments, including assignment descriptions, method of assessment/evaluation, and point value (*Chi tiết các bài tập của học phần này và ngày đến hạn theo mô-đun bài học. Bao gồm mô tả bài tập, phương pháp kiểm tra/đánh giá và điểm.*)

Rubric for assessing the international business plan

### I. Executive Summary (5 points)

- Clearly states the business idea and target market
- Briefly summarizes key strategic decisions and expected outcomes
- Creates a strong first impression and motivates further reading

### II. Situation Analysis (20 points)

- **Industry Analysis (10 points)**
  - Accurately identifies industry trends, key players, and competitive landscape
  - Analyzes industry attractiveness and potential risks/opportunities
  - Effectively uses relevant data and industry reports
- **Market Analysis (10 points)**
  - Clearly defines the target market and its characteristics
  - Analyzes market size, growth potential, and segmentation opportunities
  - Considers cultural, social, and economic factors influencing the market

### III. Competitive Analysis (15 points)

- Identifies key competitors in the target market
- Analyzes competitors' strengths, weaknesses, opportunities, and threats (SWOT)
- Develops a clear competitive advantage and differentiation strategy

### IV. Marketing Strategy (15 points)

- Defines marketing objectives and target segments
- Develops appropriate marketing mix strategies (product, price, place, promotion)
- Considers cultural and international marketing considerations

### V. Entry Strategy (15 points)

- Evaluates different entry modes (e.g., exporting, franchising, joint venture)
- Chooses the most appropriate entry mode based on market conditions and resources
- Develops a clear implementation plan for entry

### VI. Global Supply Chain Management (15 points)

- **Sourcing Strategy (5 points)**
  - Identifies potential suppliers in different countries
  - Considers factors such as cost, quality, reliability, and ethical sourcing
  - Develops a resilient and sustainable sourcing strategy
- **Logistics and Transportation (5 points)**

- Analyzes different transportation modes and routes
- Considers factors such as cost, time, reliability, and compliance with regulations
- Develops an efficient and cost-effective logistics plan
- **Inventory Management (5 points)**
  - Develops an inventory management strategy that balances cost, service level, and risk
  - Considers factors such as lead times, demand variability, and storage costs

**VII. Management Team and Organization (10 points)**

- Describes the management team's experience and qualifications
- Demonstrates a clear understanding of the organizational structure needed for international operations
- Considers cultural and legal aspects of managing international teams

**VIII. Risk Management (5 points)**

- Identifies potential risks associated with international business (e.g., political, economic, cultural)
- Develops mitigation strategies to manage these risks

**IX. Presentation and Writing (5 points)**

- Professional and well-organized presentation
- Clear, concise, and grammatically correct writing
- Effective use of visuals and data to support arguments

**Total Points: 100**

**Grading Scale:**

- 90-100: Excellent
- 80-89: Very good
- 70-79: Good
- 60-69: Satisfactory
- Below 60: Needs improvement

**8. Course Materials (Tài liệu học tập)**

**Table 5.1. Required textbooks and reference books (Bảng 5.1. Giáo trình bắt buộc và tài liệu tham khảo)**

No. (STT)	Author(s) (Tác giả)	Year of publication (Năm xuất bản)	Title (Tiêu đề)	Publisher (Nhà xuất bản)
<b>Main course books (Giáo trình chính)</b>				
1	Charles W. L. Hill & G. Tomas M. Hult	2023	International Business – Competing in the Global Marketplace, 14th edition	McGraw-Hill Education
<b>References (Tài liệu tham khảo)</b>				
2	Cavusgil, Knight, & Reisenberger	2020	International Business - The New Realities 4th edition	Pearson

**Table 5.2. Useful websites (Bảng 5.2. Các trang web hữu ích cho học tập)**

No	Content (Nội dung)	Links (Liên kết)	Date updated (Năm cập nhật)
----	--------------------	------------------	-----------------------------

1.	Economist	<a href="http://theeconomist.com">theeconomist.com</a>	2024
2.	Business Week	<a href="http://www.resourcecenter.businessweek.com">http://www.resourcecenter.businessweek.com</a>	2024
3.	Bloomberg	<a href="http://www.bloomberg.com">www.bloomberg.com</a>	2024

### 9. Teaching aids required (*Cơ sở vật chất phục vụ giảng dạy*):

### 10. Policies/regulations for students / Attendance Policy (*Các quy định của học phần đối với sinh viên/ Quy định về chuyên cần*)

#### Academic Integrity Code

*Academic integrity is an essential part of the educational process, and all members of the VNUK community take these matters very seriously. As the instructor for this course, my role is to provide clear expectations and uphold them in all assessments. Violations of academic integrity occur when students fail to cite research sources properly, engage in unauthorized collaboration, falsify data, and otherwise violate the Code of Academic Integrity. If you have any questions about whether or not particular academic practices or resources are permitted, you should ask me for clarification. If you are reported for an academic integrity violation, you should contact Student Affairs to learn more about your rights and options in the process. Consequences can range from failure of assignment to expulsion from the University and may include a transcript notation.*

#### Quy tắc Liêm chính học thuật

*Liêm chính học thuật là một phần thiết yếu của quá trình giáo dục, và tất cả các thành viên của VNUK đều rất coi trọng vấn đề này. Là giảng viên của học phần này, vai trò của tôi là đưa ra những kỳ vọng rõ ràng và duy trì những kỳ vọng đó trong tất cả các hoạt động đánh giá. Vi phạm về liêm chính học thuật nghĩa là khi sinh viên không trích dẫn đúng các nguồn tài liệu nghiên cứu, tham gia cộng tác trái phép, làm sai lệch dữ liệu và vi phạm Quy tắc về liêm chính trong học thuật. Nếu sinh viên có bất kỳ câu hỏi nào về việc một hành động hoặc một tài nguyên học thuật cụ thể nào đó có được cho phép hay không, sinh viên nên hỏi giảng viên để làm rõ. Nếu sinh viên bị đánh giá là vi phạm liêm chính trong học tập, sinh viên nên liên hệ với Bộ phận Công tác Sinh viên để tìm hiểu thêm về các quyền và lựa chọn của mình trong quá trình này. Hậu quả có thể bao gồm từ việc không đạt học phần đến việc bị đuổi khỏi trường Đại học và có thể bao gồm cả việc ghi chú trong bảng điểm.*

Other policies regulated by the lecturer(s). (*Các chính sách khác theo yêu cầu của giảng viên*).

Ex (Ví dụ): Collaboration (*Sự hợp tác*)

Late Work (*Nộp bài trễ hạn*)

Classroom conduct (*Ứng xử trong lớp học*)

### 11. Support for students outside the classroom

#### Department of IBM (*Tổ/Bộ môn IBM*)

If the students face any academic issues such as assessing to the instructors, accessing to the LMS, please contact the secretary of the department at.....(email).....

*(Nếu sinh viên gặp bất kỳ vấn đề nào về học thuật như đánh giá với giảng viên, truy cập LMS, vui lòng liên hệ thư ký khoa tại .....(email)....)*

**Counseling Services – Student Support (*Dịch vụ tư vấn – Hỗ trợ sinh viên*) 0236 3738399**



VNUK Students Affairs offers counseling services, supporting mental health and personal development by collaborating directly with students to overcome challenges and difficulties that may interfere with academic, emotional, and personal success.

*Tổ Công tác Sinh viên VNUK cung cấp các dịch vụ tư vấn, hỗ trợ sức khỏe tinh thần và phát triển cá nhân bằng cách hợp tác trực tiếp với sinh viên để vượt qua những thách thức và khó khăn có thể cản trở thành công trong học tập, tình cảm và cá nhân của sinh viên.*

**Da Nang**, dd/mm/yyyy  
(Ngày/tháng/năm)

**Approved by**  
(Phê duyệt bởi)  
**(Faculty)**  
(Khoa)

**Prepared by** (Được soạn bởi)  
**(Lecturer)**( Giảng viên)

Nguyễn Lê Lộc Tiên

- (1) Faculty needs to calculate the average minimum amount of independent learning expected per week for inclusion on the syllabus: for each credit, students are expected to spend a minimum of 100 minutes in independent learning for every 50 minutes of direct instruction for a minimum total of 2.5 hours per week or 37.5 hours for the semester. A 3-credit course, for example, would include 2.5 hours of direct instruction and a minimum of 5 hours of independent learning per week for a combined minimum total of 7.5 hours per week or 112.5 hours per semester.  
*Khoa/Tổ/Bộ môn cần tính toán thời lượng tự học trung bình tối thiểu dự kiến mỗi tuần để đưa vào đề cương chi tiết: đối với mỗi tín chỉ, sinh viên phải dành tối thiểu 100 phút tự học cho mỗi 50 phút hướng dẫn trực tiếp tối thiểu tổng cộng 2,5 giờ mỗi tuần hoặc 37,5 giờ cho học kỳ. Ví dụ, một học phần 3 tín chỉ sẽ bao gồm 2,5 giờ hướng dẫn trực tiếp và tối thiểu 5 giờ tự học mỗi tuần với tổng số tối thiểu là 7,5 giờ mỗi tuần hoặc 112,5 giờ mỗi học kỳ.*
- (2) Faculty may wish to use the [“course workload estimator”](#) developed by Rice University. This tool allows the user to estimate how much time to allot for different types of reading assignments.  
*Khoa có thể “công cụ ước tính khối lượng công việc của học phần” do Đại học Rice phát triển. Công cụ này cho phép người dùng ước tính lượng thời gian cần phân bổ cho các loại bài tập đọc khác nhau.*
- (3) Check “Definition of term” at the end of this document for clarification.  
*Xem “Định nghĩa các khái niệm” ở cuối đề cương chi tiết này.*
- (4) VNUK suggests 7-8 CLOs/ course  
*Đề xuất 7-8 CLOs cho mỗi học phần.*
- (5) Please attach list of full-text rubric as appendix of syllabus  
*Vui lòng đính kèm theo Đề cương chi tiết này toàn bộ hướng dẫn chấm bài tập và bài kiểm tra đánh giá.*

#### **Definition OF Terms (Định nghĩa các khái niệm)**

<b>Course attendance</b> (Học tập trên lớp)	Actual time student spends in class with instructor. Thời gian thực tế sinh viên dành trong lớp học với người hướng dẫn.
--	---

<b>Assigned readings</b> (Đọc bài được giao)	Estimated time it takes for a student with average reading ability to read all assigned readings.  <i>Thời gian ước tính để một sinh viên có khả năng đọc trung bình có thể đọc tất cả các bài đọc được giao.</i>
<b>Writing assignments</b> (Bài viết)	Estimated time it takes for a student with average writing ability to produce a final, acceptable written product as required by the assignment.  <i>Thời gian ước tính cần thiết để một sinh viên có khả năng viết trung bình tạo ra một sản phẩm viết cuối cùng, có thể chấp nhận được theo yêu cầu của bài tập.</i>
<b>Project</b> (Dự án)	Estimated time a student would be expected to spend creating or contributing to a project that meets course requirements (includes individual and group projects).  <i>Thời gian ước tính mà sinh viên sẽ phải dành để tạo ra hoặc đóng góp cho một dự án đáp ứng các yêu cầu của học phần (bao gồm các dự án cá nhân và dự án nhóm).</i>
<b>Lab or workshop</b> (Thực hành)	Actual time scheduled for any lab or workshop activities that are required but are scheduled outside of class hours.  <i>Thời gian thực tế được lên lịch cho bất kỳ hoạt động phòng thí nghiệm hoặc thực hành nào được yêu cầu nhưng được lên lịch ngoài giờ học.</i>
<b>Field work/experience</b> (Trải nghiệm thực tế)	Actual or estimated time a student would spend or be expected to spend engaged in required field work or other field-based activities.  <i>Thời gian thực tế hoặc ước tính mà sinh viên sẽ dành hoặc được yêu cầu sẽ dành để tham gia vào công việc thực địa bắt buộc hoặc các hoạt động thực địa khác.</i>
<b>Online activities</b> (Tương tác trực tuyến)	Actual or estimated time a student would spend or be expected to spend engaged in required online activities.  <i>Thời gian thực tế hoặc ước tính mà sinh viên sẽ dành hoặc được yêu cầu sẽ dành để tham gia vào các hoạt động trực tuyến bắt buộc.</i>
<b>Performances/creative activities</b> (Hoạt động sáng tạo)	Actual or estimated time a student would spend or be expected to spend outside of class hours engaged in preparing for required performance or creative activity.  <i>Thời gian thực tế hoặc ước tính mà sinh viên sẽ dành hoặc được yêu cầu sẽ dành ngoài giờ học để chuẩn bị cho hoạt động sáng tạo hoặc biểu diễn được yêu cầu.</i>
<b>Learning outcomes</b> (Chuẩn đầu ra)	What are the skills, abilities, or major concepts a student is expected to acquire in this course? If multiple instructors will teach the course, consider which objectives are likely to be common to each instance.  <i>Các kỹ năng, khả năng hoặc khái niệm chính mà sinh viên cần đạt được trong học phần này là gì? Nếu nhiều giảng viên cùng dạy học phần này, hãy xem xét mục tiêu nào có khả năng chung cho từng trường hợp.</i>

