

Tp. Hồ Chí Minh, ngày tháng năm

ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

1. Thông tin chung về học phần:

1.1. Tên học phần: Thiết kế hệ thống nhận diện thương hiệu

Tên tiếng Anh: Brand identity system design

- Mã học phần: 010856
- Số tín chỉ (lên lớp/Thực hành/tự nghiên cứu): 03
- Áp dụng cho ngành: Marketing
- Chuyên ngành: Quản trị thương hiệu
- Cấp độ đào tạo: Đại học
- Hình thức đào tạo: Chính Quy

1.2. Khoa/Bộ môn phụ trách học phần: Khoa Marketing - Bộ môn Marketing Chuyên ngành

1.3. Mô tả học phần:

- Vai trò, vị trí học phần, các kiến thức sẽ trang bị cho sinh viên:

Học phần đi vào những nội dung chính như: nhận thức hệ thống nhận dạng thương hiệu, các yếu tố cơ bản để xây dựng hệ thống nhận dạng thương hiệu, sáng tạo HTNDTH, quy trình xây dựng HTNDTH và quá trình triển khai HTND trong chiến lược thương hiệu.

- Yêu cầu của học phần: Bắt buộc
- Các học phần tiên quyết: Quản trị marketing
- Các học phần học trước: Không
- Các học phần học song hành: Quản trị thương hiệu
- Các yêu cầu khác đối với học phần (*nếu có*):
- Phân bổ giờ tín chỉ đối với các hoạt động: 45 tiết
 - + Nghe giảng lý thuyết: 30 tiết
 - + Làm bài tập trên lớp: 10 tiết
 - + Thảo luận: 5 tiết
 - + Thực hành, thực tập (*ở phòng thực hành, thực tế ở hiện trường...*): ngoài giờ
 - + Hoạt động theo nhóm: ngoài giờ
 - + Tự học: ngoài giờ

1. MỤC TIÊU CỦA HỌC PHẦN

2.1. Mục tiêu đào tạo chung của học phần

Học phần Hệ thống nhận dạng thương hiệu giúp sinh viên chuyên ngành quản trị thương hiệu hiểu thêm về hệ thống nhận dạng thương hiệu, các nguyên lý mỹ thuật từ cơ bản về thiết kế (bố cục, màu sắc, chữ...) và có khả năng vận dụng để đề xuất thiết kế nhận dạng cho một thương hiệu.

2.2. Mục tiêu đào tạo cụ thể/ kết quả học tập mong đợi

- Về kiến thức:

- Hiểu rõ về cấu trúc thương hiệu.
- Hiểu rõ về công cụ Mỹ thuật ứng dụng.
- Biết vận dụng công cụ Marketing ứng dụng cho quá trình thiết kế hệ thống nhận diện thương hiệu.

- Về kỹ năng:

- Có kỹ năng Lĩnh hội phương pháp sáng tạo trong thiết kế hệ thống nhận diện thương hiệu.
- Có khả năng triển khai thực hiện được hệ thống nhận diện thương hiệu cơ bản cho một thương hiệu cụ thể trên thị trường...
- Phát triển được kỹ năng làm việc cá nhân và làm việc nhóm thông qua việc thực hiện các bài tập cá nhân và bài tập nhóm của môn học này

- Về thái độ:

- Phát triển thái độ tích cực và học tập chủ động trong quá trình học môn học này.
- Có thái độ phù hợp và nhận thức được trách nhiệm đạo đức nghề nghiệp với người tiêu dùng, quan hệ cộng đồng và môi trường.

Bảng 1: Kết quả học tập mong đợi của học phần so với của chương trình đào tạo

Kết quả học tập mong đợi của học phần		Mức độ	Kết quả học tập mong đợi của chương trình
Chi tiết kết quả học tập mong đợi			
Về kiến thức			
- Hiểu rõ về cấu trúc thương hiệu. - Hiểu rõ về công cụ Mỹ thuật ứng dụng.	●	k5	
	○	k6	
- Biết vận dụng công cụ Marketing ứng dụng cho quá trình thiết kế hệ thống nhận diện thương hiệu.	●	k8	
- Hiểu rõ về cấu trúc thương hiệu.	○	k7	
Về kỹ năng			
- Có kỹ năng Lĩnh hội phương pháp sáng tạo trong thiết kế hệ thống nhận diện thương hiệu.	○	s2, s4	
- Có khả năng triển khai thực hiện được hệ thống nhận diện thương hiệu cơ bản cho một thương hiệu cụ thể trên thị trường...	●	s3	
- Phát triển được kỹ năng làm việc cá nhân và làm việc nhóm thông qua việc thực hiện các bài tập cá nhân và bài tập nhóm của môn học này	●	s3	
Về thái độ			
- Phát triển thái độ tích cực và học tập chủ động trong quá trình học môn học này.	○	a1, a3	
- Có thái độ phù hợp và nhận thức được trách nhiệm đạo đức nghề nghiệp với người tiêu dùng, quan hệ cộng đồng và môi trường.	○	a2, a3	
Ghi chú: ● Quan trọng (Major responsibility) ○ Ít quan trọng (Minor responsibility)			

2.3 Mục tiêu đào tạo cụ thể về kiến thức của học phần

Chương 1: Khái quát chung về hệ thống nhận dạng thương hiệu : Làm rõ vai trò và tầm quan trọng của hệ thống nhận dạng trong chiến lược thương hiệu và những yếu tố cơ bản liên quan đến hệ thống nhận dạng thương hiệu.

Chương 2: Hệ thống nhận dạng thương hiệu : Nắm rõ các yếu tố nhận dạng thương hiệu và một số nguyên tắc cơ bản trong thiết kế hệ thống nhận dạng thương hiệu

Chương 3: Quy trình thiết kế hệ thống nhận diện thương hiệu: Làm rõ quy trình thiết kế hệ thống nhận dạng thương hiệu

Chương 4: Thiết kế logo: Tập trung hướng dẫn một số nguyên tắc cơ bản về thiết kế logo

Chương 5: Triển khai ứng dụng - thiết kế bộ nhận dạng thương hiệu : Làm rõ nội dung và quá trình triển khai bộ nhận dạng thương hiệu

Chương 6: Mỹ thuật ứng dụng trong thiết kế hệ thống nhận diện thương hiệu : màu sắc, chữ...

Chương 7: Phương pháp sáng tạo trong thiết kế hệ thống nhận dạng thương hiệu: Giúp xây dựng định hướng sáng tạo trong thiết kế hệ thống nhận dạng thương hiệu

3. NỘI DUNG HỌC PHẦN

TT	Nội dung	Hình thức tổ chức dạy-học					Tài liệu tham khảo	Ghi chú
		SỐ TIẾT			Thực hành, thực tập,...	Tự học, tự nghiên cứu		
		Lý thuyết	Bài tập	Thảo luận				
1	<i>Chương 1: Khái quát chung về hệ thống nhận dạng thương hiệu</i> <i>1.1 Thương hiệu và hệ thống nhận dạng thương hiệu.</i> <i>1.2 Cấu trúc hệ thống nhận dạng thương hiệu.</i> <i>1.3 Vai trò công cụ Marketing ứng dụng trong thiết kế hệ thống nhận dạng thương hiệu.</i>	4		1				
2	<i>Chương 2: Hệ thống nhận dạng thương hiệu</i> <i>2.1.Đặt tên thương hiệu</i> <i>2.2.Thiết kế logo</i>	4		1				

	2.3.Màu sắc nhận dạng thương hiệu 2.4.Nhạc hiệu 2.5.Các yếu tố khác							
3	Chương 3: Quy trình thiết kế hệ thống nhận diện thương hiệu. 3.1.Nghiên cứu và Phân tích 3.2.Lựa chọn phương án và thiết kế hệ thống nhận dạng thương hiệu 3.3.Bảo hộ 3.4.Ứng dụng và kiểm tra quá trình thiết kế hệ thống nhận dạng thương hiệu 3.5. Các giải pháp thiết kế	4		1				
4	Chương 4: Thiết kế logo 4.1.Các xu hướng thiết kế logo 4.2.Nguyên tắc thiết kế logo 4.3.Quá trình thiết kế logo	4		1				
5	Chương 5: Triển khai ứng dụng - thiết kế bộ nhận dạng thương hiệu 5.1.Khái niệm bộ nhận dạng thương hiệu 5.2.Nội dung thiết kế bộ nhận dạng thương hiệu 5.3.Triển khai bộ nhận dạng thương hiệu	4		1				
6	Chương 6: Mỹ thuật ứng dụng trong thiết kế hệ thống nhận diện thương hiệu 6.1.Nội dung chương: 6.2.Nguyên lý thị giác. 6.3.Màu sắc và phương pháp phối màu.	6	1	3				

	6.4.Kỹ thuật chữ trong thiết kế.							
7	Chương 7: Phương pháp sáng tạo trong thiết kế hệ thống nhận dạng thương hiệu 7.1.Các nguyên tắc 7.2.Ý tưởng sáng tạo	3	1	1				
8	Thuyết trình và ôn tập	1		4				
	Tổng	30	2	13				

4. TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Giáo trình học tập: Tập bài giảng của giảng viên.
- Sách tham khảo:
 - Khoa Marketing, Trường Đại học marketing, 2010, Marketing căn bản, NXB Lao động - Xã hội
 - Kevin Lane Keller (2012), Strategic Brand management, Bantice Hall
 - Lê Đăng Lăng (2012), Quản trị thương hiệu, NXB Thống kê
 - Richard Moore (2009), Đầu tư cho chiến lược hình ảnh thương hiệu, NXB

5. PHƯƠNG PHÁP ĐÁNH GIÁ KẾT QUẢ HỌC TẬP HỌC PHẦN

- Điểm quá trình: 40%, căn cứ để tính điểm quá trình:

Tham gia các buổi học trên lớp

Tham gia đầy đủ các nội dung thực hành trên lớp

Tham gia 1 bài thuyết trình theo nhóm

- Thi kết thúc học phần: 60%

Duyệt

Hiệu trưởng
(Ký tên)

Trưởng khoa
(Ký tên)

Trưởng bộ môn
(Ký tên)