

Tp. Hồ Chí Minh, ngày 30 tháng 6 năm 2015

ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

1. THÔNG TIN CHUNG VỀ HỌC PHẦN

1.1. Tên học phần: Xây dựng thương hiệu trên phương tiện truyền thông kỹ thuật số

Tên tiếng Anh: Digital Branding

- | | |
|--------------------------------|--|
| - Mã học phần: | Số tín chỉ (lên lớp/thực hành/tự nghiên cứu): 03 |
| - Áp dụng cho ngành: Marketing | Chuyên ngành: Truyền thông Marketing |
| - Bậc 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 môn học Digital branding giới thiệu tầm quan trọng của marketing trong thời đại kỹ thuật số. Học phần phân tích nội dung của Digital marketing, các công cụ của digital marketing và cách thức triển khai chiến lược truyền thông marketing trong môi trường kỹ thuật số tại các doanh nghiệp hiện nay.

- Yêu cầu của học phần: Bắt buộc
- Các học phần tiên quyết: Nguyên lý Marketing
- Các học phần học trước: Không
- Các học phần học song hành: Thương mại điện tử
- 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

2. MỤC TIÊU CỦA HỌC PHẦN

2.1. Mục tiêu đào tạo chung của học phần

- Kiến thức: Giúp sv nắm vững những kiến thức về hoạt động marketing trên môi trường truyền thông kỹ thuật số và các công cụ truyền thông cho sản phẩm số trên Internet. Cụ thể:
 - Cung cấp những kiến thức về Digital Marketing
 - Nội dung các công cụ Digital Marketing

- **Xây dựng kế hoạch Digital Marketing**

- **Kỹ năng:** Sinh viên có khả năng lập kế hoạch digital marketing cho sản phẩm, triển khai thực hiện hoạt động truyền thông trên internet. Phân tích các dữ liệu của website và các số liệu truyền thông trên môi trường kỹ thuật số.
- **Thái độ:** Ý thức được vấn đề đạo đức và trách nhiệm của người làm marketing khi triển khai các chương trình marketing và hoạt động truyền thông trên Internet.

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

Chương 1: Tổng quan về Digital marketing

- Hiểu được khái niệm và đặc điểm của digital marketing
- Phân tích được sự khác biệt giữa Digital marketing và Marketing truyền thống
- Hiểu được tầm quan trọng của hoạt động digital marketing trong doanh nghiệp

Chương 2: Môi trường digital marketing

- Nhận định được các yếu tố môi trường trên Internet
- Phân tích được mức độ ảnh hưởng của môi trường đến chiến lược Digital marketing
- Phân tích được hành vi khách hàng trên Internet

Chương 3: Hoạt động marketing trong môi trường kỹ thuật số

- Phân tích được sự thay đổi của các chiến lược marketing trên môi trường Internet
- Hiểu được cách ứng dụng Internet trong nghiên cứu thị trường
- Sự thay đổi cách định vị trên Internet
- Phân tích được sự thay đổi của mô hình 4P trong digital marketing

Chương 4: Website – trung tâm kết nối mọi hoạt động marketing trên internet

- Hiểu được tầm quan trọng của website đối với hoạt động Digital marketing
- Nắm được các đặc điểm kỹ thuật của website
- Hiểu nguyên tắc thiết kế website
- Hiểu được cách thức vận hành và phát triển website

Chương 5: Marketing qua công cụ tìm kiếm

- Hiểu được vai trò của công cụ tìm kiếm trong hoạt động I Digital marketing
- Nắm được cách làm marketing cho website/ sản phẩm qua công cụ tìm kiếm Google

Chương 6: Marketing trên môi trường truyền thông xã hội

- Hiểu được môi trường truyền thông xã hội
- Biết cách ứng dụng truyền thông xã hội trong Marketing

Chương 7: Marketing mối quan hệ trực tuyến

- Nắm được tầm quan trọng của hoạt động marketing dựa trên cơ sở dữ liệu khách hàng
- Nắm được khái niệm marketing quan hệ
- Hiểu được tầm quan trọng của việc xây dựng quan hệ khách hàng
- Nắm được các công cụ để xây dựng mối quan hệ với khách hàng

Chương 8: Quảng cáo trực tuyến

- Hiểu được vai trò của quảng cáo trực tuyến trong hoạt động Digital marketing
- Trình bày được các loại hình quảng cáo tính phí
- Hiểu được các cách tính chi phí của quảng cáo online

Chương 9: Lập kế hoạch truyền thông Digital

- Nắm được nội dung cơ bản của một kế hoạch Digital marketing

- Xây dựng được kế hoạch Internet Marketing.

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: Tổng quan về Internet marketing</i> 1.1 Khái niệm 1.2 Đặc điểm 1.3 Sự khác biệt của Internet marketing và marketing truyền thống 1.4 Tầm quan trọng 1.5 Ứng dụng.	3	0	1			- <i>Chương 1: tập bài giảng</i> - <i>Chương 1 sách Internet marketing strategy (trang 4 - 38)</i>	
2	<i>Chương 2: Môi trường digital marketing</i> 2.1 Khái niệm 2.2 Môi trường vĩ mô 2.3 Môi trường vi mô 2.4 Môi trường nội vi	3	0	1			- <i>Chương 2: tập bài giảng</i> - <i>Chương 2 sách Internet marketing strategy (trang 42 - 93)</i> - <i>Chương 4 sách Internet marketing strategy (trang 98 - 144)</i>	
3	<i>Chương 3: Hoạt động marketing trong môi trường kỹ thuật số</i> 3.1 Nghiên cứu thị trường 3.2 Chiến lược STP 3.3 Sản phẩm 3.4 Giá 3.5 Phân phối 3.5 Truyền thông	3	0	1			- <i>Chương 3: tập bài giảng</i> - <i>Chương 5 sách Internet marketing strategy (trang 215 - 252)</i>	
4	<i>Chương 4: Website – trung tâm kết nối mọi hoạt động marketing trên Internet</i>	3	1	0			- <i>Chương 4: tập bài giảng</i> - <i>Chương 2 sách Internet marketing Bible (trang 18 -39)</i>	

	4.1 Khái niệm 4.2 Phân loại 4.3 Thiết kế website 4.4 Tăng lượng truy cập vào website							
5	Chương 5: Marketing qua công cụ tìm kiếm 5.1 Tổng quan về công cụ tìm kiếm 5.2 SEO - Tối ưu website 5.3 Quảng cáo tìm kiếm trả tiền	4	3	0			- Chương 5: tập bài giảng - Chương 8 sách Internet marketing strategy (trang 373 -383)	
6	Chương 6: Marketing trên môi trường truyền thông xã hội 6.1 Khái niệm 6.2 Các công cụ truyền thông xã hội 6.3 Hoạt động marketing qua các công cụ truyền thông xã hội phổ biến	4	3	0			- Chương 6: tập bài giảng - Chương 8 sách Internet marketing strategy (trang 384 - 390)	
7	Chương 7: Marketing mối quan hệ trực tuyến 7.1 Khái niệm 7.2 Quản lý quan hệ khách hàng bằng phần mềm CRM 7.3 Email marketing 7.4 Mobile marketing	4	1	1			- Chương 7: tập bài giảng - Chương 6 sách Internet marketing strategy (trang 257 - 294)	
8	Chương 8: Quảng cáo trực tuyến 8.1 Khái niệm 8.2 Vai trò của quảng cáo trực tuyến 8.3 Các hình thức quảng cáo trực tuyến 8.4 Phương pháp	3	1	0			- Chương 8: tập bài giảng - Chương 7 sách Internet marketing strategy (trang 302 - 344)	

	<i>tính phí quảng cáo</i>							
9	Chương 9: Lập kế hoạch truyền thông marketing trên internet 9.1 Khái niệm 9.2 Tầm quan trọng 9.3 Các nội dung của kế hoạch 9.4 Thang đo lường hiệu quả của kế hoạch	3	1	1			- Chương 9: tập bài giảng	
		30 T	10 T	5T				

4. TÀI LIỆU THAM KHẢO

- ✓ Bài giảng của giáo viên
- ✓ Giáo trình chính: The Internet Marketing Bible, Zeke Camusio, Mc Graw Hill, 2014
- ✓ Sách tham khảo:
 - Internet Marketing strategic - building advantage in a networked economy, rafi a.mohammed, robert j.fisher, Mc Graw Hill, 2014
 - Tiếp thị trực tuyến trong kỷ nguyên mới, Brian Halligan – Dhamesh Shah, NXB tổng hợp Tp.HCM, 2011
 - Facebook marketing từ A đến Z, Trung Đức, nhà xuất bản thế giới, 2015

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

Điểm đánh giá quá trình và điểm thi kết thúc học phần được chấm theo thang điểm 10 (từ 0 đến 10)

- **Điểm đánh giá quá trình:** Điểm chuyên cần và thuyết trình nhóm **Trọng số: 40%**

✓ *Chuyên cần: Giảng viên sẽ cho các bài tập điểm danh trong các buổi học*

Tiêu chí / Điểm	9-10	7-<9	5- <7	3 -<5	0<3
Có mặt trên lớp (Buổi)	Trên 7	5-6	4	3	Dưới 3

✓ *Thuyết trình theo nhóm*

Tiêu chí / Điểm	9-10	7-<9	5- <7	3 -<5	0<3
Hình thức trình bày bài thuyết trình (15%) - Font chữ, màu sắc sáng rõ - Kết cấu nội dung trình bày logic - Kết hợp chữ, hình ảnh minh họa và thông tin	- Font chữ, màu sắc sáng rõ - Kết cấu nội dung trình bày logic - Kết hợp chữ, hình ảnh minh họa và thông tin	- Font chữ, màu sắc sáng rõ - Kết cấu nội dung trình bày logic - Kết hợp chữ, hình ảnh minh họa và thông tin	- Font chữ, màu sắc sáng rõ - Kết cấu nội dung trình bày chưa logic - Kết hợp chữ, hình ảnh minh họa và thông tin	- Font chữ, màu sắc không rõ - Kết cấu nội dung trình bày chưa logic - Chưa có nhiều thông tin thể hiện qua	Không đạt yêu cầu

	thể hiện qua bảng – biểu đồ hợp lý	thể hiện qua bảng – biểu đồ chưa hợp lý	thể hiện qua bảng – biểu đồ chưa nhiều	bảng – biểu đồ	
Nội dung bài thuyết trình (35%)	- Nêu rõ mục tiêu, giới hạn đề tài - Có thông tin, số liệu minh họa cập nhật - Có nhận định riêng của nhóm - Đề xuất kế hoạch	- Nêu rõ mục tiêu, giới hạn đề tài - Có thông tin, số liệu minh họa nhưng chưa cập nhật - Có nhận định riêng của nhóm nhưng chưa rõ, chưa đúng trọng tâm	- Nêu rõ mục tiêu, giới hạn đề tài - Có thông tin, số liệu minh họa nhưng chưa cập nhật - Chưa có nhận định riêng của nhóm	- Chưa rõ mục tiêu, giới hạn đề tài - Có thông tin, số liệu minh họa nhưng chưa cập nhật - Không có nhận định riêng của nhóm	Không đạt tất cả yêu cầu
Hỗ trợ kỹ thuật (15%)	- Power point, phim, ảnh, mô hình, nhạc.. - Phối hợp tốt và ấn tượng các công cụ hỗ trợ	- Power point, phim, ảnh, mô hình, nhạc.. - Phối hợp khá tốt các công cụ hỗ trợ	- Power point, phim, ảnh - Phối hợp chưa tốt các công cụ hỗ trợ	Chỉ trình chiếu Power point	Không có bất kỳ các thiết bị hỗ trợ nào
Kỹ năng thuyết trình (25%)	- Trình bày rất thuyết phục (Rõ ràng, rành mạch, đi vào trọng tâm) - Phân bố thời gian và nội dung thuyết trình hợp lý - Có sự giao lưu và tương tác với lớp - Lắng nghe và trả lời câu hỏi thấu đáo - Phối hợp nhóm tốt	- Trình bày khá thuyết phục (Rõ ràng, rành mạch) - Phân bố thời gian và nội dung thuyết trình hợp lý - Có sự giao lưu và tương tác với lớp - Lắng nghe và trả lời câu hỏi nhưng chưa thấu đáo - Phối hợp nhóm khá tốt	- Trình bày thuyết phục (đi vào trọng tâm nhưng chưa rõ) - Phân bố thời gian và nội dung thuyết trình chưa hợp lý - Có sự giao lưu và tương tác với lớp - Trả lời câu hỏi chưa thấu đáo - Phối hợp nhóm chưa tốt	- Trình bày không rõ ràng, rành mạch, chưa đi vào trọng tâm - Không phân bố thời gian và nội dung thuyết trình - Có sự giao lưu và tương tác với lớp - Không lắng nghe và trả lời câu hỏi sai và lấp liếm - Phối hợp nhóm tốt	Không đạt tất cả yêu cầu
Thời gian (10%)	Đúng thời gian	Quá thời gian gần 3 phút	Quá thời gian từ 3-5 phút	Quá thời gian gần 10 phút	Quá 10 phút

- **Điểm thi kết thúc học phần:** Thi cuối kỳ- câu hỏi tự luận

Trọng số: 60%

Tiêu chí Điểm	9-10	7-<9	5- <7	3 -<5	0<3
Nội dung bài làm	Trả lời đúng yêu cầu của câu hỏi, trình bày	Trả lời đúng yêu cầu của câu hỏi, trình bày	Trả lời đúng yêu cầu của câu hỏi, trình bày	Trả lời chưa đúng yêu cầu của câu hỏi	Không làm bài và hoặc trả lời sai hoàn toàn

	chi tiết vấn đề, cho ví dụ cụ thể, sáng tạo	chi tiết vấn đề, cho ví dụ cụ thể.	vấn đề chưa chi tiết.		
Hình thức bài làm	Bài làm logic Viết rõ ràng.	Bài làm tương đối logic Viết rõ ràng.	Bài làm chưa logic lắm	Bài làm lộn xộn, viết không rõ ràng.	Bài làm lộn xộn, viết không rõ ràng.

Duyệt

Hiệu trưởng
(Ký tên)

Trưởng khoa
(Ký tên)

Trưởng bộ môn
(Ký tên)