

Tp. Hồ Chí Minh, ngày 15 tháng 11 năm 2016

ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

1. THÔNG TIN CHUNG VỀ HỌC PHẦN

1.1. Tên học phần: Quảng cáo và khuyến mại

Tên tiếng Anh: Advertising and Promotion

- Mã học phần: 010833
- Số tín chỉ (lên lớp/thực hành/tự nghiên cứu): 02
- Áp dụng cho ngành: Marketing
- Chuyên ngành: Quản trị thương hiệu
- 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:

Quảng cáo & Khuyến mãi là 2 công cụ phổ biến nhất trong bộ công cụ Truyền thông Marketing tích hợp (IMC). Môn học này giới thiệu cơ sở lý luận và các bước thực hiện trọn gói một chiến dịch Quảng cáo và/hoặc Khuyến Mãi theo tình hình thực tế của thị trường Việt Nam. Thông qua học phần này, người học được tiếp cận:

- Cách lựa chọn các phương tiện quảng cáo, các tổ chức liên quan đến hoạt động quảng cáo.
- Nền tảng lý thuyết về các Mô hình quảng cáo, Thông điệp quảng cáo và tương quan giữa chúng với quyết định mua hàng cuối cùng.
- Các hình thức, đối tượng Khuyến mãi và mối quan hệ giữa Khuyến mãi với Quảng cáo.
- Cách lên kế hoạch, triển khai và đo lường hiệu quả một chiến dịch Quảng cáo và/hoặc Khuyến mãi.
- Yêu cầu của học phần: Tự chọn
- Các học phần tiên quyết: Sau khi học xong các học phần thuộc kiến thức ngành
- Các học phần học trước: Không
- Các học phần học song hành: Không
- Các yêu cầu khác đối với học phần (nếu có):
- Phân bổ giờ tín chỉ đối với các hoạt động: 30 tiết
 - Nghe giảng lý thuyết : 18 tiết
 - Thảo luận nhóm + Trình bày : 12 tiết
 - Thực hành, thực tập : 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

- Cung cấp cho người học nền tảng lý thuyết (các khái niệm, nguyên lý, kỹ thuật cần thiết) về Quảng cáo & Khuyến mãi.
- Giúp người học tập thực hành những kỹ năng phân tích, đánh giá và lên kế hoạch để có thể hỗ trợ tổ chức, quản lý, triển khai & đo lường hiệu quả thành công một chiến dịch Quảng cáo và/hoặc Khuyến mãi trong thực tế thông qua các ví dụ & bài tập tình huống tại lớp.
- Hoàn thiện kỹ năng làm việc nhóm, trình bày, cả nói & viết, thông qua các phần thuyết trình.

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

- Về kiến thức
- Về kỹ năng
- Về thái độ

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		Kết quả học tập mong đợi của chương trình
Chi tiết kết quả học tập mong đợi	Mức độ	
Về kiến thức		
-		
-		
-		
Về kỹ năng		
-		
-		
-		
Về thái độ		
-		
-		
<u>Ghi chú:</u> • Quan trọng (Major responsibility) o Ít quan trọng (Minor responsibility)		

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

Chương 1: TỔNG QUAN VỀ QUẢNG CÁO & KHUYẾN MÃI

1. Hiểu được vị trí của Quảng cáo & Khuyến mãi trong tổng thể hoạt động Marketing.
2. Nhìn Quảng cáo & Khuyến mãi dưới nhiều khía cạnh khác nhau.

3. Biết được quá trình phát triển của Quảng cáo & Khuyến mãi & các quy định pháp luật liên quan tại Việt Nam.

Chương 2: CÁC PHƯƠNG TIỆN QUẢNG CÁO & CÁC TỔ CHỨC LIÊN QUAN ĐẾN HOẠT ĐỘNG QUẢNG CÁO

1. So sánh được ưu và nhược điểm của các phương tiện quảng cáo khác nhau. Từ đó có thể phối hợp sử dụng chúng một cách hiệu quả.
2. Biết được các chủ thể liên quan đến hoạt động quảng cáo.

Chương 3: CÁC MÔ HÌNH QUẢNG CÁO

1. Hiểu được các mô hình quảng cáo & có thể phân tích chúng dựa trên qui trình ra quyết định mua hàng của người tiêu dùng.
2. Vận dụng được các mô hình khi thực hiện quảng cáo

Chương 4: LẬP KẾ HOẠCH QUẢNG CÁO

1. Xây dựng được kế hoạch quảng cáo dựa trên các bước đã học.
2. Biết cách chọn lựa các chiến lược quảng cáo dựa trên chu kì sống của sản phẩm.
3. Biết đo lường hiệu quả quảng cáo.

Chương 5: THÔNG ĐIỆP QUẢNG CÁO

1. Hiểu được được khái niệm & đặc tính của thông điệp quảng cáo & sự ảnh hưởng của nó đến quyết định mua hàng.
2. Biết nhận diện các cách thức trình bày, các yếu tố chính trong một thông điệp quảng cáo.
3. Đánh giá được thông điệp quảng cáo.

Chương 6: QUẢNG CÁO QUỐC TẾ

1. Hiểu được vai trò của quảng cáo quốc tế trong hoạt động marketing và các yếu tố tác động từ môi trường quốc tế.
2. Hiểu được ưu và nhược điểm của quảng cáo toàn cầu để vận dụng phù hợp.
3. Hiểu được các quyết định cơ bản trong quảng cáo quốc tế.

Chương 7: KẾ HOẠCH KHUYẾN MẠI & MỐI QUAN HỆ VỚI QUẢNG CÁO

1. Xây dựng được kế hoạch khuyến mãi dựa trên các bước đã học.
1. Vận dụng được cách thức quảng cáo phối hợp với khuyến mãi.
2. Đo lường được hiệu quả khuyến mãi & hiểu tác hại của việc lạm dụng khuyến mãi.

Chương 8: CÁC ĐỐI TƯỢNG CỦA KHUYẾN MẠI

1. Biết được các mục tiêu khác nhau của khuyến mãi ứng với người tiêu dùng, trung gian phân phối & lực lượng bán hàng.

2. Biết sử dụng các công cụ khuyến mãi phù hợp cho từng đối tượng.

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	Chương 1: TỔNG QUAN VỀ QUẢNG CÁO & KHUYẾN MÃI 1.Khái niệm Quảng cáo & Khuyến mãi 2.Mối quan hệ giữa Quảng cáo & Khuyến mãi với Marketing mix & Truyền thông Marketing tích hợp (IMC) 3.Chức năng & nhiệm vụ của Quảng cáo & Khuyến mãi 4.Khía cạnh đạo đức, văn hóa, kinh tế của Quảng cáo & Khuyến mãi 5.Quá trình phát triển của Quảng cáo & Khuyến mãi 6 Các qui định pháp luật về Quảng cáo & Khuyến mãi tại Việt Nam							
2	Chương 2: CÁC PHƯƠNG TIỆN QUẢNG CÁO & CÁC TỔ CHỨC LIÊN QUAN ĐẾN HOẠT ĐỘNG QUẢNG CÁO 1.Giới thiệu các phương tiện quảng cáo 2.Những tổ chức liên quan đến hoạt động quảng cáo							
3	Chương 3: CÁC MÔ HÌNH QUẢNG CÁO 1Định nghĩa mô hình quảng cáo 2.Mô hình AIDA 3.Mô hình thứ bậc hiệu ứng 4.Mô hình chấp nhận sản phẩm mới 5.Mô hình xử lý							

	thông tin 6.Mô hình FCB (Mô hình truyền thông dựa &o mức độ quan tâm sản phẩm)							
4	Chương 4: LẬP KẾ HOẠCH QUẢNG CÁO 1.Tổng quan về lập kế hoạch quảng cáo 2.Phân tích tình hình thị trường & đối thủ cạnh tranh 3.Xác định đối tượng mục tiêu của chiến dịch quảng cáo 4.Xác định mục đích của chiến dịch quảng cáo 5.Xác định chiến lược quảng cáo 6.Quyết định chọn phương tiện quảng cáo 7.Thiết lập mục tiêu cho từng phương tiện quảng cáo đã chọn 8.Xây dựng ngân sách quảng cáo 9.Đo lường hiệu quả quảng cáo							
5	Chương 5: THÔNG ĐIỆP QUẢNG CÁO 1.Tổng quan về thông điệp quảng cáo 2.Ảnh hưởng của thông điệp quảng cáo đến quyết định mua hàng 3.Phương pháp trình bày thông điệp quảng cáo 4.Các yếu tố của thông điệp quảng cáo 5.Tính sáng tạo, nghệ thuật trong thông điệp quảng cáo 6.Hướng dẫn đánh giá thông điệp quảng cáo							
6	Chương 6: QUẢNG CÁO QUỐC TẾ 1.Vai trò của quảng cáo quốc tế 2.Môi trường quốc tế ảnh hưởng đến quảng cáo 3.Quảng cáo toàn cầu 4.Các quyết định khi sử dụng quảng cáo							

	quốc tế							
7	Chương 7: KẾ HOẠCH KHUYẾN MẠI & MỐI QUAN HỆ VỚI QUẢNG CÁO 1. Quy trình xây dựng một kế hoạch khuyến mãi 2. Phối hợp giữa quảng cáo & khuyến mãi 3. Lưu ý khi sử dụng khuyến mãi							
8	Chương 8: CÁC ĐỐI TƯỢNG CỦA KHUYẾN MẠI 1. Khuyến mãi đối với người tiêu dùng 2. Khuyến mãi đối với trung gian phân phối 3. Khuyến mãi đối với lực lượng bán hàng 4. Những trường hợp nên & không nên khuyến mãi							

4. TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Bài giảng của giảng viên
- Giáo trình chính: Advertising and Promotion (9th edition), George E. Belch & Micheal A. Belch, the McGraw-Hill Companies, 2011
- Sách tham khảo
 - Principles of Marketing (13rd edition), Philip Kotler & Gary Armstrong, the Pearson Education Inc, 2009.
 - Marketing Metrics: The Definitive Guide to Measuring Marketing Performance (2nd edition), Paul W. Farris & Neil T. Bendle & Phillip E. Pfeifer & David J. Reibstein, the Pearson Education Inc, 2010

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

1. Thang điểm: 10

- Điểm quá trình: Kiểm tra trên lớp & thuyết trình theo nhóm: 50%
- Điểm thi học phần: Thi kết thúc học phần: 50%

2. Hình thức tổ chức dạy & học:

- 1 buổi = 1 chương kết hợp với bài tập tình huống và thảo luận nhóm.
- Tổng cộng 8 buổi = 8 chương.

3. Yêu cầu đối với sinh viên:

- Sinh viên phải dự lớp học đầy đủ trong suốt học phần.
- Tham gia đầy đủ bài tập thực hành và báo cáo thuyết trình trên lớp: thảo luận về các vấn đề do giảng viên & sinh viên khác đặt ra. Tình huống thảo luận: thực hiện tại nhà & trên lớp
- Nghiên cứu: đọc thêm các tài liệu tham khảo.

4. Đánh giá kết quả học phần:

- Điểm quá trình: 50%, căn cứ để tính điểm quá trình:
- Thi kết thúc học phần: 50%

Duyệt

Hiệu trưởng

(Ký tên)

Trưởng khoa

(Ký tên)

Trưởng bộ môn

(Ký tên)