TRƯỜNG ĐH TÀI CHÍNH – MARKETING

KHOA: MARKETING

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM

Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

Tp. Hồ Chí Minh, ngày tháng năm 2017

ĐỀ CƯƠNG HỌC PHẦN
XÂY DỰNG THƯƠNG HIỆU TRÊN PHƯƠNG TIỆN TRUYỀN THÔNG KỸ THUẬT SỐ

1. THÔNG TIN CHUNG VỀ HỌC PHẦN

Bảng 1: Thông tin tổng quát về học phần

❖ Tên học phần:	
Tiếng Việt:	Xây dựng thương hiệu trên phương tiện truyền thông kỹ thuật số
Tiếng Anh:	**Digital Branding**
❖ Mã số học phần:	010894
❖ Thời điểm tiến hành:	
❖ Loại học phần:	
☒ Bắt buộc ☐ Tự chọn	
❖ Thuộc khối kiến thức/kỹ năng: ☐ Kiến thức đại cương ☐ Kiến thức cơ bản ☒Kiến thức chuyên ngành ☐ Học phần chuyên về kỹ năng chung	 ☐Kiến thức cơ sở ngành ☐ Kiến thức khác ☐ Học phần khóa luận/luận văn tốt nghiệp
❖ Số tín chỉ:	
Số tiết lý thuyết/số buổi:	45/11
Số tiết thực hành/số buổi:	0/0
Số tiết tự học:	60
❖ Điều kiện tham dự học phần:	
Học phần tiên quyết:	
Học phần song hành:	
Điều kiện khác:	
❖ Giảng viên phụ trách:	
Khoa/Bộ môn:	Marketing/Marketing chuyên ngành
Email:	
Điện thoại:	

2. MỤC TIÊU CỦA HỌC PHẦN

Mục tiêu (Gx) [1]	**Mô tả mục tiêu [2]**	**CĐR của CTĐT (X.x.x) [3]** *(ghi ký hiệu CĐR cấp độ 3 của chương trình đào tạo)*	**TĐNL [4]** *(ghi ký hiệu trình độ năng lực [I, II, III, IV, V, VI])*
G1	Môn học Digital Branding giúp sinh viên nhận thức được vai trò của xây dựng thương hiệu trên các phương tiện truyền thông kỹ thuật số trong thời đại kỹ thuật số ngày nay.	K5, K6	II, III
G2	Trang bị cho sinh viên các công cụ, mô hình để xây dựng thương hiệu trên các phương tiện truyền thông kỹ thuật số..	K7, K8	IV, V
G3	Hiểu rõ các nguyên lý, nguyên tắc quan trọng trong việc xây dựng thương hiệu trên các phương tiện truyền thông kỹ thuật số.	S1, S2	IV, V
G4	Ứng dụng các lý thuyết và công cụ Digital Branding vào thực tiễn xây dựng và phát triển thương hiệu của doanh nghiệp.	S3, S4	III

3. CHUẨN ĐẦU RA HỌC PHẦN (COURSE LEARNING OUTCOMES)

Chuẩn đầu ra (LO.x.x) [1]	**Mô tả chuẩn đầu ra [2]**	**Chỉ định I, T, U [4]** *(ghi ký hiệu I, T, U)*
LO1	Kiến thức và lập luận ngành	
LO1.1	Giới thiệu tầm quan trọng của quản trị thương hiệu trên phương tiện truyền thông KTS	I, T
LO1.2	Hiểu được quá trình ứng dụng quản trị thương hiệu trên phương tiện truyền thông KTS	T
LO2	Kiến thức chuyên ngành	
LO2.1	Phân tích quy trình quản trị thương hiệu trên các phương tiện truyền thông KTS, nội dung chiến lược xây dựng và phát triển thương hiệu trên các phương tiện truyền thông KTS.	I, T, U
LO2.2	Hiểu và vận dụng các phương pháp xây dựng và quản trị thương hiệu trên các phương tiện	T, U

	truyền thông KTS	
LO2.3	Nội dung các quyết định liên quan đến quản trị thương hiệu trên các phương tiện truyền thông KTS	T, U
LO2.4	Các phương pháp định giá việc quản trị thương hiệu trên các phương tiện truyền thông KTS	T, U
LO3	Kỹ năng nghề nghiệp (kỹ năng cứng)	
LO3.1	Ứng dụng các nguyên tắc, quy luật của marketing vào hoạt động quản trị thương hiệu trên các phương tiện truyền thông KTS	T, U
LO4	Kỹ năng mềm (cá nhân)	
LO4.1	Làm việc theo nhóm	U
LO4.2	Trình bày một báo cáo nghiên cứu	T, U
LO5	Thái độ/ năng lực cá nhân với xã hội (Kỹ năng và phẩm chất giữa các cá nhân)	
LO5.1	Tinh thần thái độ hợp tác, giúp đỡ lẫn nhau thông qua bài tập nhóm	U
LO5.2	Tinh thần tích cực chủ động trong học tập (thể hiện trách nhiệm hoàn thành tốt nhiệm vụ trong việc thực hiện bài tập nhóm, đề tài nhóm)	U
LO5.3	Phát triển kỹ năng tư duy sáng tạo, khám phá tìm tòi	U

4. NỘI DUNG CHI TIẾT HỌC PHẦN (COURSE OUTLINE):

4.1. Kế hoạch giảng dạy (Lesson plan)

Tuần/ buổi [1]	Nội dung [2]	Hình thức tổ chức dạy – học				Yêu cầu sinh viên chuẩn bị trước khi lên lớp [5]	CĐR học phần [6]	Bài đánh giá [7]
		Giờ lên lớp [3]			Thực hành [4]			
		Lý thuyết	Bài tập	Thảo luận				
Buổi 1	**<u>Chương 1</u>: Phương tiện truyền thông mới trong xây dựng thương hiệu** - Nắm bắt kịp thời xu hướng phát triển của phương tiện truyền thông mới - Hiểu được hành vi khách hàng thay đổi	3		1		Sưu tầm tài liệu tham khảo theo yêu cầu của học phần	LO1.1, LO1.2, LO5.3	A1.1, A1.2, A1.4

	cùng với sự phát triển của làn sóng công nghệ mới							
Buổi 2	**Chương 2: Xây dựng thương hiệu trên Internet** - Nắm bắt được quy trình và các bước xây dựng thương hiệu trên Internet	2	1	1		Đọc tài liệu chương 1, chương 2, chuẩn bị thuyết trình và làm bài tập trên lớp	LO2.1, LO4.1, LO5.3	A1.1, A1.2, A1.4
Buổi 3	**Chương 2: Xây dựng thương hiệu trên Internet** - Nắm bắt được quy trình và các bước xây dựng thương hiệu trên Internet	2		2		Đọc tài liệu chương 3, chuẩn bị thuyết trình và thảo luận trên lớp	LO2.2, LO4.1, LO5.1, LO5.2	A1.1, A1.2, A1.4
Buổi 4	**<u>Chương 3</u>: Đặt tên cho thương hiệu** - Cung cấp cho sinh viên các kỹ thuật đặt tên thương hiệu cho phù hợp với truyền thông kỹ thuật số	2		2		Đọc tài liệu chương 4, chuẩn bị thuyết trình và thảo luận trên lớp	LO2.3, LO4.1, LO5.1	A1.1, A1.2, A1.3, A1.4, A1.5
Buổi 5	**<u>Chương 3</u>: Đặt tên cho thương hiệu** - Nắm bắt các nguyên lý và giải quyết các vấn đề gặp phải trong quá trình đặt tên thương hiệu	2	1	1		Đọc tài liệu chương 5, chuẩn bị thuyết trình, thảo luận và làm bài tập trên lớp	LO2.4, LO3.1, LO4.2, LO5.3	A1.1, A1.2, A1.4, A1.5
Buổi 6	**<u>Chương 4</u>: Các kênh truyền thông kỹ thuật số**	2		2		Đọc tài liệu chương 6,	LO2.4, LO3.1, LO4.2,	A1.1, A1.2, A1.4,

	- Giới thiệu cho sinh viên các kênh truyền thông kỹ thuật số - Ứng dụng vào việc truyền thông thương hiệu					chuẩn bị thuyết trình và thảo luận trên lớp	LO5.2	A1.5
Buổi 7	**<u>Chương 5</u>: Online PR và Quản trị khủng hoảng** - Nắm bắt được cách thức tạo dựng danh tiếng và hình ảnh cho thương hiệu trên các phương tiện truyền thông kỹ thuật số	2	1	1		Đọc tài liệu chương 7, chuẩn bị thuyết trình, thảo luận và làm bài tập trên lớp	LO2.6, LO3.1, LO5.3	A1.1, A1.2, A1.4, A1.5
Buổi 8	**<u>Chương 5</u>: Online PR và Quản trị khủng hoảng** - Cách thức quản trị khủng hoảng, ngăn ngừa và xử lý khủng hoảng xảy ra	3		1		Đọc tài liệu chương 8, chương 9, chuẩn bị thuyết trình và thảo luận trên lớp.	LO2.7, LO2.8, LO4.1, LO5.3	A1.1, A1.2, A1.4, A1.5
Buổi 9	**<u>Chương 6</u>: Quản lý quan hệ khách hàng (CRM) và Quản trị thương hiệu** - Giới thiệu cho sinh viên về CRM	3		1				
Buổi 10	**<u>Chương 6</u>: Quản lý quan hệ khách hàng (CRM) và Quản trị thương hiệu** - Ứng dụng CRM trong công tác quản trị thương hiệu	2	1	1				

Buổi 11	Báo cáo thuyết trình	1	1	3			Thuyết trình và thảo luận của các nhóm trên lớp.	
Cộng: 30		**24 Giờ**	**5,0 Giờ**	**16 Giờ**				

4.2. Nội dung phần tự học:

- Chuẩn bị và nghiên cứu các tài liệu liên quan đến nội dung học mà giáo viên đã cung cấp.
- Tham gia đầy đủ bài tập thực hành và báo cáo thuyết trình trên lớp: thảo luận về các vấn đề do giảng viên và sinh viên khác đặt ra. Tình huống thảo luận: thực hiện tại nhà và trên lớp
- Nghiên cứu: đọc thêm các tài liệu tham khảo.

5. TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tài liệu do giảng viên biên soạn

Ian Cocoran – The art of Digital Branding – Allworth Press – New York - 2007

Kent Wertime & Ian Fenwick – Tiếp thị số - Nhà xuất bản tri thức - 2009

Brian Halligan & Dharmesh Shah – Tiếp thị trực tuyến trong kỷ nguyên mới – Nhà xuất bản tổng hợp Tp.HCM - 2011

Peter Doyle – Marketing dựa trên giá trị - Nhà xuất bản tổng hợp Tp.HCM - 2009

Jacky Tai - Đặt tên cho thương hiệu - Nhà xuất bản Trẻ - 2010

David A. Aaker & Erich Joachimsthler – Brand Leadership – Pocket Books - 2009

Paul Temporal - Quản trị thương hiệu cao cấp - Nhà xuất bản Trẻ - 2008

Alice M. Tybount & Tim Calkins - Kelloge bàn về thương hiệu – Nhà xuất bản Văn hóa Sài Gòn – 2008

Jill Dyché – Cẩm nang Quản lý mối quan hệ khách hàng – Nhà xuất bản tổng hợp Tp.HCM - 2009

Jay Conrad Levinson & Al Lautenslager - Marketing du kích trong 30 ngày – Nhà xuất bản Lao động – Xã hội – 2003

6. PHƯƠNG PHÁP GIẢNG DẠY (TEACHING TECHNIQUES)

- Kết hợp các phương pháp thuyết giảng, nêu vấn đề, thuyết trình, thảo luận tình huống, truy vấn, tự nghiên cứu… Có sự tương tác cao giữa giảng viên với sinh viên và giữa các sinh viên với nhau. Sinh viên sẽ làm việc độc lập và làm việc theo nhóm để giải quyết vấn đề, phân tích các sự kiện và hoàn thành các bài tập được giao.
- Sinh viên phải đạt được khả năng hiểu biết, áp dụng, phân tích và đánh giá về các hoạt động marketing ngân hàng một cách căn bản. Sinh viên cần phải tiếp thu được các khái niệm cơ bản và áp dụng những kiến thức để xây dựng thương hiệu trên phương tiện truyền thông KTS
- Học phần này có áp dụng hình thức nghiên cứu tình huống để sinh viên nghiên cứu và trình bày trước lớp. Sinh viên được giao các bài tập cá nhân thông qua các bài báo chuyên ngành để nghiên cứu và thực hiện.

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

Bảng 5: Chi tiết đánh giá kết quả học tập

Thành phần đánh giá [1]	Bài đánh giá/thời gian (Ax.x) [2]	Nội dung đánh giá [3]	CĐR học phần (LO.x.x) [4]	Số lần đánh giá/thời điểm [5]	Tiêu chí đánh giá[6]	Tỷ lệ (%) [7]
A1. Đánh giá quá trình	A1.1	Kỹ năng mềm, năng lực tự học	LO4.1, LO4.2, LO5.2	8 lần/ trong suốt các buổi học	Sự tham gia các hoạt động tại lớp và chuẩn bị bài trước khi đến lớp	5
	A1.2	Chuyên cần	LO5.2	8 lần/ trong suốt các buổi học	Sự tham dự lớp/chuyên cần	3
	A1.3	Bài kiểm tra cá nhân 15 phút	LO2.1, LO2.2	1 lần/vào buổi thứ 4	Hiểu bài, giải thích được	3
	A1.4	Thảo luận trên lớp	LO1, LO2 LO4.1,	6 lần trong các buổi	Hiểu bài, giải thích được, đưa ra quan	4

			LO5.1, LO5.3	học	điểm cá nhân và nhóm	
	A1.5	Bài tập nhóm thuyết trình	LO2.2-8, LO3.1, LO4.1, LO4.2, LO5.1, LO5.2	1 lần/giao từ buổi học đầu	Nội dung, hình thức, kỹ năng thuyết trình, phối hợp nhóm	15
A2. Đánh giá kết thúc học phần	A2.1	Tự luận	LO2.5, LO2.6, LO5.3	1 lần/thi kết thúc học phần	Áp dụng, phân tích, đánh giá, sáng tạo	70

Yêu cầu đối với sinh viên:

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

1. Các chỉ tiêu đánh giá kết quả học tập:

a. Chuyên cần: Giảng viên sẽ cho các bài tập điểm danh trong các buổi học

Điểm Tiêu chí	9-10	7-<9	5- <7	3 -<5	0<3
Có mặt trên lớp	Trên 7 buổi	5-6 buổi	4 buổi	3 buổi	Dưới 3 buổi

b. Thuyết trình theo nhóm

Điểm Tiêu chí	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	-Font chữ, màu sắc sáng rõ -Kết cấu nội dung trình	Font chữ, màu sắc sáng rõ -Kết cấu nội	Font chữ, màu sắc không rõ -Kết cấu nội dung trình	Không đạt yêu cầu

	bày logic -Kết hợp chữ, hình ảnh minh họa và thông tin thể hiện qua bảng – biểu đồ hợp lý	bày logic -Kết hợp chữ, hình ảnh minh họa và thông tin thể hiện qua bảng – biểu đồ chưa hợp lý	dung trình bày chưa logic Kết hợp chữ, hình ảnh minh họa và thông tin thể hiện qua bảng – biểu đố chưa nhiều	bày chưa logic Chưa có nhiều thông tin thông tin thể hiện qua bảng – biểu đồ	
Nôi 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	Power point, phim, ảnh, mô hình,nhạc.. - Phối hợp khá tốt các	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

	tượng các công cụ hỗ trợ	công cụ hỗ trợ			
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 chưa hỏi 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 ắng 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

c. Thảo luận bài nhóm trên lớp

Điểm Tiêu chí	9-10	7-<9	5- <7	3 -<5	0<3
Phân vai (30%)	- Có phân công nhiệm	- Có phân công nhiệm	- Có phân công nhiệm vụ cụ thể	- Phân công nhiệm vụ cho	Không đạt được các

	vụ cụ thể cho các thành viên trong nhóm - Luân phiên đổi vai trong các các buổi thào luận nhóm	vụ cụ thể cho các thành viên trong nhóm - Có luân phiên đổi vai trong các các buổi thào luận nhóm nhưng không thường xuyên	cho các thành viên trong nhóm - Quá phụ thuộc vào một vài thành viên trong nhóm	các thành viên trong nhóm chưa rõ ràng, - Vẫn còn SV trong nhóm không tham gia thảo luận	yêu cầu
Phối hợp thảo luận (20%)	- Phân bố thời gian cho quá trình thảo luận rất hợp lý - Các thành viên làm tốt vai trò được phân công - Thảo luận, thống nhất vấn đề và nội dung thảo luận	- Phân bố thời gian cho quá trình thảo luận hợp lý - Các thành viên làm tốt vai trò được phân công nhưng chưa ổn định - Thảo luận, thống nhất vấn đề và nội dung thảo luận	- Phân bố thời gian cho quá trình thảo luận hợp lý - Chỉ một số thành viên làm tốt vai trò được phân công - Thảo luận chưa nhiều, thống nhất vấn đề và nội dung thảo luận	- Phân bố thời gian cho quá trình thảo luận chưa hợp lý - Các thành viên chưa làm tốt vai trò được phân công - Thảo luận chưa nhiều, chưa thống nhất vấn đề và nội dung thảo luận	Không đạt được các yêu cầu
Kết quả đạt được	- Trình bày rõ ràng, súc tích	- Trình bày rõ ràng - Phân tích	- Trình bày chưa rõ ràng - Phân tích	- Trình bày chưa logic - Phân tích được	Không đạt được các yêu cầu

(50%)	- Phân tích được vấn đề - Nhận định được vấn đề - Trả lời và trình bày xuất sắc vấn đề theo yêu cầu của giảng viên	được vấn đề - Nhận định được vấn đề - Trả lời và trình bày đủ vấn đề theo yêu cầu của giảng viên	được vấn đề - Nhận định được vấn đề - Trả lời và trình bày sơ sài vấn đề theo yêu cầu của giảng viên	vấn đề - Nhận định được vấn đề - Chưa trả lời câu hỏi theo yêu cầu của giảng viên	

d. Thi cuối kỳ: 60 phút

Dạng câu hỏi: tự luận

Điểm Tiêu chí	9-10	7-<9	5- <7	3 -<5	0<3
Nội dung bài làm	Trả lời đúng yêu cầu của câu hỏi, trình bày chi tiết vấn đề, cho ví dụ cụ thể, sáng tạo	Trả lời đúng yêu cầu của câu hỏi, trình bày chi tiết vấn đề, cho ví dụ cụ thể.	Trả lời đúng yêu cầu của câu hỏi, trình bày vấn đề chưa chi tiết.	Trả lời chưa đúng yêu cầu của câu hỏi	Không làm bài và hoặc trả lời sai hoàn toàn
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

Trưởng khoa **Giảng viên**

(Ký tên) *(Ký tên)*