

Tp. Hồ Chí Minh, ngày tháng năm 2019

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

1. THÔNG TIN TỔNG QUÁT (GENERAL INFORMATION)

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:	
<input type="checkbox"/> Bắt buộc	
<input checked="" type="checkbox"/> Tự chọn	
❖ Thuộc khối kiến thức/kỹ năng:	
<input type="checkbox"/> Kiến thức đại cương	
<input type="checkbox"/> Kiến thức cơ bản	<input type="checkbox"/> Kiến thức cơ sở ngành
<input checked="" type="checkbox"/> Kiến thức chuyên ngành	<input type="checkbox"/> Kiến thức khác
<input type="checkbox"/> Học phần chuyên về kỹ năng chung	<input type="checkbox"/> Học phần khóa luận/luận văn tốt nghiệp
❖ Số tín chỉ:	
Số tiết lý thuyết/số buổi:	30/11
Số tiết thực hành/số buổi:	15/11
Số tiết tự học:	90
❖ Điều kiện tham dự học phần:	
Học phần học trước:	Quản trị marketing
Học phần song hành:	Truyền thông marketing tích hợp
Điều kiện khác:	
❖ Khoa/Bộ môn:	Marketing/Quản trị thương hiệu & truyền thông marketing
Giảng viên:	Nguyễn Ngọc Bích Trâm
Email:	bichtram@ufm.edu.vn
Điện thoại:	0937800969

2. MÔ TẢ HỌC PHẦN (COURSE DESCRIPTIONS)

Học phần Digital Branding giới thiệu về công cụ và hoạt động Marketing trong kỷ nguyên kỹ thuật số và cách vận dụng các công cụ này trong quá trình hoạch định chiến lược thương hiệu. Học phần tập trung vào phân tích các công cụ truyền thông kỹ thuật số cho thương hiệu trên môi trường Internet như: website, marketing qua công cụ tìm kiếm, marketing qua mạng xã hội, các công cụ xây dựng mối quan hệ khách hàng trên Internet như: email marketing, mobile marketing,

crm và các công cụ digital media trong truyền thông thương hiệu.... Qua đó, sinh viên sinh viên có khả năng phân tích và vận dụng các công cụ kỹ thuật số vào chiến lược marketing cho thương hiệu trên môi trường Internet, cũng như có thể đọc và phân tích các số liệu tương ứng với từng công cụ trong việc đo lường hiệu quả của hoạt động Digital Branding.

3. MỤC TIÊU HỌC PHẦN (COURSE GOALS)

Sinh viên học xong học phần này có kiến thức, phẩm chất, kỹ năng, và năng lực:

Bảng 2: Mục tiêu của học phần

Mục tiêu	Mô tả mục tiêu	CDR của CTĐT	TĐNL
G1	Hiểu rõ các nguyên lý, nguyên tắc quan trọng trong việc xây dựng thương hiệu trên các phương tiện truyền thông kỹ thuật số.	Ks4, As1, As2	VI
G2	Áp dụng được lý thuyết về hành trình khách hàng để phác thảo kế hoạch truyền thông trên Digital cho thương hiệu	Ks5, Ss1, As4	III V VI
G3	Vận dụng được các kênh truyền thông digital trong hoạt động xây dựng thương hiệu trên các phương tiện truyền thông kỹ thuật số..	Ks5, Ss4, As4	III V VI
G4	Phân tích được bối cảnh thị trường và sáng tạo trong việc vận dụng mô hình POEM trong truyền thông thương hiệu.	Ss1, As1	VI
G5	Đánh giá được hiệu quả của các kênh truyền thông Digital trong hoạt động truyền thông thương hiệu	Ss4, As1	V VI
G6	Hiểu được các văn bản luật pháp về truyền thông và kinh doanh trên môi trường Internet	As2	VI

Ghi chú: Trình độ năng lực theo thang Bloom: có biết qua/có nghe qua – 0.0-2.0 (I); có hiểu biết/có thể tham gia – 2.0-3.0 (II); có khả năng ứng dụng – 3.0-3.5 (III); có khả năng phân tích – 3.5-4.0 (IV); có khả năng tổng hợp – 4.0-4.5 (V); có khả năng đánh giá và sáng tạo – 4.5-5.0 (VI).

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

(Mô tả các chủ đề CDR cấp độ 2 của học phần và mức độ giảng dạy I, T, U)

Bảng 3: Chuẩn đầu ra của học phần

Chuẩn đầu ra	Mô tả chuẩn đầu ra	Chỉ định I, T, U
LO1.1	Phân tích và tổng hợp được các kiến thức cơ bản của quản trị thương hiệu trên phương tiện truyền thông KTS	I, T
LO1.2	Phân tích được nguyên tắc và quá trình ứng dụng quản trị thương hiệu trên phương tiện truyền thông KTS	T, U
LO1.3	Phân tích được mô hình POEM trong hoạch định chiến lược truyền thông thương hiệu trên Digital	T, U
LO2.1	Hiểu về hành trình khách hàng và mô hình chuyển hóa khách hàng trên Internet	T, U
LO2.2	Nhận biết được các thành phần cơ bản trong bản kế hoạch Digital marketing	I, U
LO3.1	Hiểu được bản chất của các phương tiện truyền thông digital	T, U
LO3.2	Xác định được mức độ phù hợp trong việc vận dụng từng kênh digital vào kế hoạch xây dựng thương hiệu trên Internet	U
LO4.1	Phân tích được môi trường digital marketing của các thương hiệu	U

LO4.2	Sử dụng được các công cụ hỗ trợ trong việc thu thập thông tin thị trường, khách hàng và đối thủ trên Internet	U
LO5.1	Trình bày được báo cáo phân tích tài sản kỹ thuật số của thương hiệu	T, U
LO5.2	Xây dựng được bản kế hoạch digital marketing cho thương hiệu	T, U
LO6.1	Nắm được các luật hiện hành của pháp luật Việt Nam trong việc sử dụng các công cụ Digital	U

Ghi chú: Chỉ định mức độ giảng dạy – I (Introduce): giới thiệu; T (Teach): Dạy; U (Utilize): Sử dụng.

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

5.1. Kế hoạch giảng dạy (Lesson plan)

Bảng 4: Kế hoạch giảng dạy (Lesson plan)

Thời gian	Nội dung	Hình thức tổ chức dạy – học				Yêu cầu SV chuẩn bị trước	CDR học phần	Bài đánh giá
		Giờ lên lớp			Thực hành			
		Lý thuyết	Bài tập	Thảo luận				
Buổi 1	Chương 1: Phương tiện truyền thông mới trong xây dựng thương hiệu 1.1 Khái niệm 1.2 Đặc điểm 1.3 Chiến lược thương hiệu 4.0	3	0	1		Đọc TLTK theo yêu cầu của học phần	LO1.1, LO1.2, LO1.3 A1.1 A1.2 A1.3 A2.1	
Buổi 2	Chương 2: Môi trường Internet & sự phát triển của thương hiệu trên Digital 2.1 Các yếu tố môi trường trên Internet ảnh hưởng đến thương hiệu - Môi trường vĩ mô - Môi trường vi mô 2.2 Thương hiệu trên Digital	3	0	1		Chương 1, chương 2	LO4.1, LO4.2, LO6.1 A1.1 A1.2 A1.3	
Buổi 3	Chương 3: Hệ thống nhận diện thương hiệu trên Internet 3.1 Tên thương hiệu và tên miền 3.2 Nhận diện thương hiệu trên Internet 3.3 Website trong hệ thống nhận diện thương hiệu	3	1	0		chương 3	LO3.1, LO3.2, LO4.2, LO5.1, LO5.2, LO6.1 A1.1 A1.2 A1.3 A2.1	
Buổi 4	Chương 3: Hệ thống nhận diện thương hiệu trên Internet (tiếp) 3.3 Website trong hệ thống nhận diện thương hiệu (tiếp) 3.4 Đo lường website	3	1	0		Đọc tài liệu chương 4	LO3.1, LO3.2, LO4.2, LO5.1, LO5.2, LO6.1 A1.1 A1.2 A1.3 A2.1	
Buổi	Chương 4: Truyền thông thương hiệu: công cụ tìm kiếm	3	1	0		Đọc tài liệu	LO3.1, LO3.2 A1.1 A1.2	

5	4.1 Khái niệm 4.2 Tối ưu website trên công cụ tìm kiếm 4.3 Quảng cáo tìm kiếm trả tiền					chương 5,	LO4.2 LO5.1 LO5.2	A1.3 A2.1
Buổi 6	Chương 5: Truyền thông thương hiệu: mạng xã hội 5.1 Khái niệm 5.2 Các nền tảng truyền thông xã hội 5.3 Phương pháp marketing cho thương hiệu trên các nền tảng mạng xã hội phổ biến	3	1	0		Đọc tài liệu chương 6,	LO3.1 LO3.2 LO4.2 LO5.1 LO5.2 LO6.1	A1.1 A1.2 A1.3 A2.1
Buổi 7	Chương 6: Truyền thông thương hiệu: quảng cáo trực tuyến 6.1 Khái niệm 6.2 Hệ thống quảng cáo và các nền tảng vận hành hệ thống quảng cáo 6.3 Các hình thức quảng cáo phổ biến	2	2	0		Đọc tài liệu chương 7,	LO3.1 LO3.2 LO4.2 LO5.1 LO5.2 LO6.1	A1.1 A1.2 A1.3
Buổi 8	Chương 7: Quản lý quan hệ khách hàng (CRM) và Quản trị thương hiệu 7.1 Khái niệm 7.2 Quản lý khách hàng bằng phần mềm CRM 7.3 Xây dựng hệ thống marketing tự động cho thương hiệu	3	1	0		Đọc tài liệu chương 8,	LO3.1 LO3.2 LO4.2 LO5.1 LO5.2 LO6.1	A1.1 A1.2 A1.3
Buổi 9	Chương 8: Online PR và Quản trị khủng hoảng 8.1 Khái niệm 8.2 Các nguy cơ cho thương hiệu trên môi trường Internet 8.3 Quản trị khủng hoảng trực tuyến	3	1	0		Đọc tài liệu chương 9	LO3.1 LO3.2 LO4.2 LO5.1 LO5.2 LO6.1	A1.1 A1.2 A1.3
Buổi 10	Chương 9: Kế hoạch truyền thông thương hiệu trên digital 9.1 Khái niệm 9.2 Hành trình khách hàng 9.3 Nội dung kế hoạch	3	1	0		Chuẩn bị thuyết trình	LO2.1 LO2.2	A1.1 A1.2 A1.3 A2.1
Buổi 11	Báo cáo thuyết trình	1	1	3		Thuyết trình và ôn tập	LO5.1 LO5.2	A1.1 A1.2 A1.3

Cộng	30 T	10 T	5 T				
-------------	-------------	-------------	------------	--	--	--	--

5.2. 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
- Mỗi cá nhân sẽ phải áp dụng những kiến thức đã học vào việc phát triển một website cá nhân hoặc đưa ra dự định thành lập một website để hỗ trợ cho cá nhân/ doanh nghiệp. Đồng thời phát triển kế hoạch để giới thiệu và phát triển website ra cộng đồng.
- Nghiên cứu: đọc thêm các tài liệu tham khảo.

6. TÀI LIỆU THAM KHẢO

(các giáo trình, tài liệu tham khảo, các phần mềm, liệt kê 5 loại tài liệu)

Bài giảng

- Nguyễn Ngọc Bích Trâm. (2017). Bài giảng digital branding, lưu hành nội bộ

Tài liệu tham khảo

- Philip Kotler and Piyachart Isarabhakdee. (2017). Branding 4.0 (Thấu hiểu toàn cảnh 4.0 sẽ định nghĩa lại tất cả những gì bạn biết về kinh doanh, tiếp thị và thương hiệu). NXB Lao động.
- Charlie Pownall (2016). Quản trị thương hiệu trực tuyến (bảo vệ hình ảnh doanh nghiệp trên mạng xã hội). NXB Thế giới.
- Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, and Iwan Setiawan. (2017). Marketing 4.0 (Moving from traditional to Digital). NXB Trẻ
- Sunil Gupta (2018). Driving Digital Strategy (Kinh doanh trong thời đại 4.0). NXB Đại học Kinh Tế Quốc Dân

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 GIẢNG DẠY (TEACHING TECHNIQUES)

- Học phần digital marketing được giảng dạy với sự 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.
- Học phần này được thiết kế để sinh viên có thể phát triển kiến thức về marketing cho sản phẩm digital: sản phẩm, giá cả, phân phối và truyền. Sinh viên phải đạt được khả năng hiểu biết, áp dụng, phân tích và đánh giá các vấn đề một cách căn bản. Sinh viên cần phải tiếp thu được các khái niệm cơ bản và những ý tưởng marketing cho sản phẩm digital trên thị trường cũng như việc áp dụng những kiến thức để xây dựng các chương trình phát triển hoạt động digital marketing cho doanh nghiệp.
- 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.

8. ĐÁNH GIÁ KẾT QUẢ HỌC TẬP (COURSE ASSESSMENT)

(các thành phần, các bài đánh giá, nội dung đánh giá thể hiện sự tương quan với các chuẩn đầu ra của học phần, số lần đánh giá, tiêu chí đánh giá, tỷ lệ % trọng số điểm)

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]	CDR 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	A 1.1	Thái độ học tập/chuyên cần	LO1.1 LO1.2 LO1.3 LO4.3 LO5.1 LO5.2	11 buổi học	Điểm danh Bài kiểm tra 10 phút sau buổi học thứ 6	5
	A 1.2	Bài tập nhóm thuyết trình	LO3.1 LO3.2 LO4.2 LO5.1 LO5.2 LO6.1	1 lần/giao từ buổi học đầu, thuyết trình từ buổi học thứ 4 trở đi	Nội dung, hình thức, kỹ năng thuyết trình, phối hợp nhóm	15
	A 1.3	Bài tiểu luận được chỉnh sửa sau khi thuyết	LO2.1 LO2.2 LO4.2	1 lần sau thuyết trình	Hiểu bài, giải thích được	20

		trình	LO5.1 LO5.2 LO6.1			
A2. Đánh giá kết thúc học phần	A 2.2	Tự luận	LO3.1 LO3.2 LO4.2 LO5.1 LO5.2	1 lần/thi kết thúc học phần	Áp dụng, phân tích, đánh giá, sáng tạo	60

BAN GIÁM HIỆU

TRƯỞNG KHOA

TRƯỞNG BỘ MÔN

BẢNG 6: CHI TIẾT ĐÁNH GIÁ BÀI TẬP NHÓM – THUYẾT TRÌNH

Tiêu chí Trong số	CHI TIẾT ĐÁNH GIÁ (ĐIỂM)					Chuẩn đầu ra
	0 <3	3 <5	7 <9	5- <7	9-10	
Hình thức trình bày bài thuyết trình (15%)	Không đạt tất cả yêu cầu	- Font chữ, màu sắc không rõ - Kết cấu nội dung trình bày chưa logic - Chưa có nhiều thông tin thông tin thể hiện qua bảng – biểu đồ	- Font chữ, màu sắc sáng rõ - Kết cấu nội dung trình bày logic - Kết hợp chữ, hình ảnh minh họa và thông tin thể hiện qua bảng – biểu đồ chưa hợp lý	- Font chữ, màu sắc sáng rõ - Kết cấu nội dung trình bày chưa logic - Kết hợp chữ, hình ảnh minh họa và thông tin thể hiện qua bảng – biểu đồ chưa nhiều	- Font chữ, màu sắc sáng rõ - Kết cấu nội dung trình bày logic - Kết hợp chữ, hình ảnh minh họa và thông tin thể hiện qua bảng – biểu đồ hợp lý	LO3.1 LO4.1 LO4.2 LO4.3
Nội dung bài thuyết trình (35%)	Không đạt tất cả yêu cầu	- 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	- 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	- 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	LO1.2 LO2.1 LO2.2 LO2.3 LO2.4
Hỗ trợ kỹ thuật (15%)	Không có bất kỳ các thiết bị hỗ trợ nào	Chỉ trình chiếu Power point	- 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	- Power point, phim, ảnh, mô hình, nhạc.. - Phối hợp tốt và ấn tượng các công cụ hỗ trợ	LO3.2 LO3.3
Kỹ năng thuyết trình	Không đạt tất cả yêu cầu	- Trình bày không rõ ràng, rành mạch, chưa đi vào trọng	- Trình bày khá thuyết phục (Rõ ràng, rành mạch)	- Trình bày thuyết phục (đi vào trọng tâm nhưng chưa	- Trình bày rất thuyết phục (Rõ	LO4.1 LO4.2

(25%)		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	- 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	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	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	LO4.3
Thời gian (10%)	Quá 10 phút	Quá thời gian gần 10 phút	Quá thời gian gần 3 phút	Quá thời gian từ 3-5 phút	Đúng thời gian	LO3.3

BẢNG 7: CHI TIẾT ĐÁNH GIÁ CÁ NHÂN – CHUYÊN CẦN

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

Tiêu chí / Điểm	0<3	3 -<5	5- <7	7-<9	9-10
Có mặt trên lớp (Buổi)	Dưới 3	3	4	5-9	10-11

BẢNG 8: CHI TIẾT ĐÁNH GIÁ BÀI TẬP NHÓM – TIỂU LUẬN

Tiêu chí Trọng số	CHI TIẾT ĐÁNH GIÁ (ĐIỂM)					Learn ing out come
	Kém (0 - < 5)	Trung bình (5 - < 7)	Khá (7 - < 8)	Giỏi (8 - < 9)	Xuất sắc (9 – 10)	
Xây dựng kế hoạch Digital Marketing - <i>Đánh giá tình hình</i> (20%)	<ul style="list-style-type: none"> Phân tích tình hình thị trường, doanh nghiệp và đối thủ không đầy đủ, thiếu logic. Không có sự hiểu biết về nội dung kiến thức áp dụng trong thực tiễn cho tình huống thực tế của doanh nghiệp 	<ul style="list-style-type: none"> Phân tích tình hình thị trường, doanh nghiệp và đối thủ không đầy đủ, thiếu logic. Việc sử dụng kiến thức, kỹ năng là rõ ràng nhưng không sâu. 	<ul style="list-style-type: none"> Áp dụng các kiến thức trong việc phân tích, đánh giá thị trường, đối thủ cạnh tranh tương đối tốt. Sử dụng các kiến thức tổng quát là rõ ràng nhưng ít mở rộng. 	<ul style="list-style-type: none"> Áp dụng kiến thức, kỹ năng để phân tích, đánh giá môi trường, thị trường, đối thủ và nội bộ khá tốt. Chứng tỏ một sự mở rộng khá tốt kiến thức và kỹ năng. 	<ul style="list-style-type: none"> Áp dụng kiến thức, kỹ năng để phân tích, đánh giá môi trường, thị trường, đối thủ và nội bộ tốt. Chứng tỏ một sự mở rộng kiến thức và kỹ năng và sáng tạo cao. 	LO1.2 LO2.1 LO2.2 LO2.3 LO2.4
Xây dựng kế hoạch Digital Marketing – <i>Xây dựng mục tiêu</i> (10%)	<ul style="list-style-type: none"> Mục tiêu không đúng không logic với tình hình thực tế Không nắm được kiến thức về thiết lập mục tiêu digital 	<ul style="list-style-type: none"> Mục tiêu dễ đạt được, không có điểm nhấn Vận dụng kiến thức về thiết lập mục tiêu digital chưa tốt 	<ul style="list-style-type: none"> Mục tiêu phù hợp với tình hình thực tế, nhưng chưa thách thức Vận dụng được kiến thức về thiết lập mục tiêu digital 	<ul style="list-style-type: none"> Mục tiêu phù hợp với tình hình thực tế, rõ ràng Vận dụng khá tốt kiến thức về thiết lập mục tiêu digital 	<ul style="list-style-type: none"> Mục tiêu logic, phù hợp và thách thức với tình hình thực tế Vận dụng tốt kiến thức về thiết lập mục tiêu digital 	LO2.1 LO2.2 LO2.3 LO2.4
Xây dựng kế hoạch Digital Marketing – <i>Giải pháp đạt được mục tiêu</i>	<ul style="list-style-type: none"> Sử dụng các giải pháp rất bình thường. Chưa giải quyết chưa được vấn đề đặt ra. Chưa trả lời được đầy đủ các câu hỏi phản biện và chất vấn của các nhóm 	<ul style="list-style-type: none"> Mục tiêu trung bình, dễ dàng đạt được Sử dụng các giải pháp có mức độ đơn giản để giải quyết vấn đề đặt ra. Giải quyết vấn đề đặt ra ở mức trung bình. 	<ul style="list-style-type: none"> Sử dụng các giải pháp tương đối hiệu quả để giải quyết vấn đề đặt ra. Có kế hoạch hành động và đo lường đánh giá chi tiết. Trả lời tương đối tốt các câu hỏi phản biện và chất 	<ul style="list-style-type: none"> Sử dụng các giải pháp có hiệu quả khá tốt để giải quyết vấn đề đặt ra. Có kế hoạch chi tiết về con người, nguồn lực, thời gian và đo lường đánh giá chi tiết. 	<ul style="list-style-type: none"> Sử dụng các giải pháp có hiệu quả cao để giải quyết vấn đề đặt ra. Có kế hoạch chi tiết và khả thi về con người, nguồn lực, thời gian và đo lường đánh giá 	LO2.2 LO2.3 LO2.4

(30%)	khác.	<ul style="list-style-type: none"> • Trả lời các câu hỏi chất vấn ở mức bình thường. 	vấn.	<ul style="list-style-type: none"> • Trả lời khá tốt các câu hỏi phản biện và chất vấn. 	<ul style="list-style-type: none"> • Trả lời tốt các câu hỏi phản biện và chất vấn. 	
Xây dựng kế hoạch Digital Marketing – Phương pháp đo lường, KPI (10%)	<ul style="list-style-type: none"> • Chưa xây dựng được giải pháp đo lường và kiểm soát mục tiêu đưa ra • Số liệu KPI không logic 	<ul style="list-style-type: none"> • Có xây dựng giải pháp đo lường và kiểm soát mục tiêu đưa ra nhưng chưa sát thực tế • Số liệu KPI phù hợp 	<ul style="list-style-type: none"> • Có xây dựng giải pháp đo lường và kiểm soát mục tiêu đưa ra tương đối đầy đủ và phù hợp • Số liệu KPI logic với mục tiêu 	<ul style="list-style-type: none"> • Giải pháp đo lường và kiểm soát mục tiêu đưa ra phù hợp thực tế • Số liệu KPI logic và phù hợp thực tế 	<ul style="list-style-type: none"> • Giải pháp đo lường và kiểm soát mục tiêu đưa ra phù hợp, logic và chính xác • Số liệu KPI phù hợp thực tế, logic và khả thi 	<p>LO2.2 LO2.3 LO2.4</p>
Kết cấu và hình thức của bài Powerpoint (10%)	<ul style="list-style-type: none"> • Kết cấu thiếu chặt chẽ. • Bố cục chưa hợp lý. • Thiếu sự liên kết. • Thiếu tính logic. • Chưa theo đúng qui định và sai lỗi nhiều. • Không có tính thẩm mỹ. • Trình bày kém thuyết phục. 	<ul style="list-style-type: none"> • Kết cấu không chặt. • Bố cục bình thường. • Sự liên kết không chặt chẽ. • Theo đúng qui định và sai lỗi khá nhiều. • Không có sự kết hợp giữa phần chữ, hình ảnh và video. • Không có tính thẩm mỹ. • Trình bày một cách bình thường. 	<ul style="list-style-type: none"> • Kết cấu tương đối chặt. • Bố cục hợp lý. • Sự liên kết chưa tốt. • Tính logic chưa cao. • Theo đúng qui định và sai lỗi tương đối ít. • Sự kết hợp không tốt giữa phần chữ, hình ảnh cũng như video. • Tính thẩm mỹ không cao. • Trình bày một cách tương đối thuyết phục. 	<ul style="list-style-type: none"> • Kết cấu khá chặt chẽ. • Bố cục hợp lý. • Có sự liên kết tốt. • Tính logic tương đối cao. • Theo đúng qui định và ít sai lỗi. • Kết hợp chữ, hình ảnh, đồ thị trong trình bày. • Không kết hợp đủ phần chữ, hình ảnh, video trong trình bày powerpoint. • Tính thẩm mỹ không cao. • Trình bày khá thuyết phục 	<ul style="list-style-type: none"> • Kết cấu rõ ràng, chặt chẽ. • Bố cục hợp lý. • Có sự liên kết tốt. • Có tính logic cao. • Theo đúng qui định và sai lỗi không đáng kể. • Kết hợp chữ, hình ảnh, đồ thị trong trình bày. • Có sự kết hợp chữ, hình ảnh, video trong trình bày powerpoint. • Có tính thẩm mỹ cao. • Trình bày rất thuyết phục. 	<p>LO3.1 LO3.2 LO3.3 LO4.1 LO4.2 LO4.3</p>
Tính sáng tạo (10%)	<ul style="list-style-type: none"> • Đi theo lối mòn. • Không có phong cách riêng. 	<ul style="list-style-type: none"> • Không có sự sáng tạo. • Có phong cách bình thường. 	<ul style="list-style-type: none"> • Có sự sáng tạo tương đối cao. • Có phong cách riêng. • Sự khác biệt không rõ. 	<ul style="list-style-type: none"> • Có sự sáng tạo cao trong việc đề xuất chiến lược và các giải pháp. • Có phong cách sáng tạo riêng. • Có sự khác biệt khá rõ. 	<ul style="list-style-type: none"> • Có sự sáng tạo cao trong việc đề xuất chiến lược và các giải pháp. • Có phong cách độc đáo, sáng tạo riêng. • Có sự khác biệt rõ ràng. 	<p>LO2.4 LO4.1</p>

Thời gian nộp (10%)	• Chậm hơn 36h so với qui định.	• Chậm hơn 24h so với qui định.	• Chậm hơn 12h so với qui định.	• Chậm hơn 6h so với qui định.	• Đúng qui định.	LO5.1 LO5.2 LO5.3
---------------------	---------------------------------	---------------------------------	---------------------------------	--------------------------------	------------------	-------------------------

BẢNG 9: CHI TIẾT ĐÁNH GIÁ BÀI THI KẾT THÚC HỌC PHẦN

Tiêu chí Trọng số	CHI TIẾT ĐÁNH GIÁ (ĐIỂM)					Learning out come
	Kém (0 - < 5)	Trung bình (5 - < 7)	Khá (7 - < 8)	Giỏi (8 - < 9)	Xuất sắc (9 – 10)	
Đáp ứng yêu cầu nội dung về kiến thức, kỹ năng và thái độ (90%)	<ul style="list-style-type: none"> • Chưa hoàn thành hết các câu hỏi đặt ra. • Trả lời còn nhiều sai sót. • Mức độ đáp ứng yêu cầu đặt ra chưa tốt. • Không có tính sáng tạo, không mở rộng được vấn đề. 	<ul style="list-style-type: none"> • Hoàn thành được trên 50% yêu cầu đặt ra. • Trả lời đúng kết quả, sai sót không nhiều. • Có tính sáng tạo, tìm tòi, khám phá và mở rộng vấn đề bình thường. 	<ul style="list-style-type: none"> • Hoàn thành gần hết các câu hỏi đặt ra. • Trả lời khá tốt yêu cầu đặt ra. • Có tính sáng tạo, tìm tòi, khám phá cao và mở rộng vấn đề tương đối cao. 	<ul style="list-style-type: none"> • Hoàn thành hết các câu hỏi đặt ra. • Có tính sáng tạo, tìm tòi, khám phá cao và mở rộng vấn đề khá cao. 	<ul style="list-style-type: none"> • Hoàn thành rất tốt yêu cầu đặt ra. • Có tính sáng tạo, tìm tòi, khám phá và mở rộng vấn đề cao. 	LO2.1 LO2.2 LO2.3 LO2.4 LO4.1 LO4.2 LO5.1
Hình thức trình bày (10%)	<ul style="list-style-type: none"> • Chưa logic, hợp lý. • Khó đọc. • Không đẹp mắt. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mức độ logic, hợp lý bình thường. • Không dễ đọc. • Không đẹp mắt. 	<ul style="list-style-type: none"> • Logic, hợp lý. • Khá dễ đọc. • Bình thường. 	<ul style="list-style-type: none"> • Logic, hợp lý. • Dễ đọc. • Khá đẹp mắt. 	<ul style="list-style-type: none"> • Logic, hợp lý. • Dễ đọc. • Đẹp mắt. 	LO4.1 LO4.2 LO5.1