

DIGITAL MARKETING (DIGITAL MARKETING)

Mã số MH: IM5140

Số tín chỉ:	Tc (LT.BT&TH.Tự Học): 3			TCHP:		
Số tiết -Tổng:	75	LT: 30	BT: 0	TH: 0	ĐA:	BTL/TL: 45
Đánh giá:	Thi giữa kỳ:		30%			
	Thi cuối kỳ:		50%			
	Bài tập nhóm, thuyết trình:		20%			
- Môn tiên quyết:						
- Môn học trước:						
- Môn song hành:						
- CTĐT ngành (Mã ngành):	Quản Trị Kinh Doanh (8340101), Hệ Thống Thông Tin Quản Lý (8340405)					
- Ghi chú khác:						

1. Mục tiêu môn học:

Môn học được thiết kế để học viên hiểu về vai trò và tầm quan trọng của tiếp thị trên các kênh kỹ thuật số cho sự thành công của doanh nghiệp trong thời đại số hóa hiện nay; cung cấp cho học viên kiến thức và kỹ năng làm việc về tiếp thị trong môi trường số. Qua đó, giúp học viên hoạch định và triển khai chiến lược tiếp thị số của doanh nghiệp có hiệu quả cao và có thái độ tốt về kinh doanh toàn cầu trong nền kinh tế số.

Aims:

The course is aimed to develop learners' understanding about the role and the importance of digital marketing for business performance in digital age; providing digital marketing foundation and practices and skills with respect to the management of the marketing function in an organization. Thereby, it will help learners in forming digital marketing plan in order to manage a digital marketing performance efficiently and positively attitude about global business in the digital economy.

2. Nội dung tóm tắt môn học:

Môn học tập trung trình bày các nội dung liên quan đến các khái niệm, lý thuyết, quá trình và công cụ được sử dụng trong việc xây dựng, triển khai và đánh giá chiến lược tiếp thị số của doanh nghiệp trong kỷ nguyên số.

Course outline:

The course focuses on key concepts, theories, frameworks and tools for efficiently formulating, implementing, managing and enhancing digital marketing strategies of a firm in its digital ecosystem.

3. Tài liệu học tập:

Giáo trình chính (Text books)

[1] Chaffey, Dave., & Ellis-Chadwick, Fiona. (2020). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice* (7th ed.). United Kingdom: Pearson Education

[2] Diamond, Stephanie. (2019). *Digital Marketing All-In-One For Dummies*. John Wiley & Sons.

Sách tham khảo (Reference books)

[3] Charlesworth, Alan. (2018). *Digital marketing: A practical approach* (3rd ed.). New York, USA: Routledge

[4] Kingsnorth, S. (2019). *Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach To Online Marketing*. Kogan Page Publishers

[5] Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2018). *Marketing 4.0: Moving From Traditional To Digital*. John Wiley & Sons.

4. Các hiểu biết, các kỹ năng cần đạt được sau khi học môn học:

STT	Chuẩn đầu ra môn học (CDRMH)	Công cụ đánh giá CDRMH	Đóng góp CDR Chương trình (CDRCT)		CDIO
			Ứng dụng	Nghiên cứu	
CDRMH.1	Làm sáng tỏ các lý thuyết, khái niệm, qui trình và nội dung của kế hoạch chiến lược về tiếp thị số của doanh nghiệp	Thi giữa kỳ, Thi cuối kỳ	c	c	
CDRMH.2	Thể hiện kỹ năng làm việc hiệu quả trong nhóm đề tài, dự án tiếp thị số	Bài tập nhóm, thuyết trình	e	e	
CDRMH.3	Phân tích, đánh giá và đưa ra giải pháp tiếp thị số phù hợp cho tình huống doanh nghiệp trong kỹ nguyên số	Thi giữa kỳ, Thi cuối kỳ, Bài tập nhóm, thuyết trình	g	g	
CDRMH.4	Thể hiện sự quan tâm theo dõi các vấn đề kinh doanh toàn cầu liên quan tiếp thị số	Bài tập nhóm, thuyết trình	h	h	

Learning outcomes:

No.	Course learning outcomes (CLO)	CLO assessment	Matching with PLO		CDIO
			Coursework	Research	
CLO.1	Interpret digital marketing theories, concepts, process and strategic plan	Middle-term examination, Final examination	c	c	
CLO.2	Demonstrate effective teamwork skills	Group-assignment and presentation	e	e	

No.	Course learning outcomes (CLO)	CLO assessment	Matching with PLO		CDIO
			Coursework	Research	
CLO.3	Analyze and adapt digital marketing cases study/problems faced by real firms in the digital age	Middle-term examination, Final examination, Group-assignment and presentation	g	g	
CLO.4	Care for the global business problems in digital marketing	Group-assignment and presentation	h	h	

Bảng ánh xạ chuẩn đầu ra môn học và chuẩn đầu ra chương trình ứng dụng:

Chuẩn đầu ra môn học (CĐRMH)	Chuẩn đầu ra của chương trình (CĐRCT)												
	a	b	c	d	e	f	g	h	i	j	k	l	m
CĐRMH.1			✓										
CĐRMH.2					✓								
CĐRMH.3							✓						
CĐRMH.4								✓					

Bảng ánh xạ chuẩn đầu ra môn học và chuẩn đầu ra chương trình nghiên cứu:

Chuẩn đầu ra môn học (CĐRMH)	Chuẩn đầu ra của chương trình (CĐRCT)														
	a	b	c	d	e	f	g	h	i	j	k	l	m	n	o
CĐRMH.1			✓												
CĐRMH.2					✓										
CĐRMH.3							✓								
CĐRMH.4								✓							

5. Hướng dẫn cách học - chi tiết cách đánh giá môn học:

Môn học gồm phần giảng lý thuyết, thảo luận tại lớp, bài tập nhóm và thuyết trình. Trước khi đến lớp, học viên được khuyến khích đọc trước nội dung bài giảng, thực hiện đầy đủ các bài tập được yêu cầu.

Cách đánh giá:

1. Thi giữa kỳ (30%).
2. Thi cuối kỳ: (50%).
3. Bài tập nhóm, thuyết trình: (20%)

Learning strategies & Assessment Scheme:

The course activities include lecturing, class discussions, group works and presentation. Before each

class section, students are encouraged to read text book and do the required excersises.

Grading structure:

1. Middle-term examination (30%).
2. Final examination: (50%)
3. Group-assignment and presentation (20%)

6. Nội dung chi tiết:

Tuần /Buổi	Chủ đề (chương)	Nội dung	Chuẩn đầu ra môn học	Tài liệu
1	Chương 1: Tổng quan về Tiếp thị số	1. Các khái niệm cơ bản 2. Vai trò của tiếp thị số 3. Các đặc trưng của tiếp thị số 4. Quá trình quản trị tiếp thị số Yêu cầu sinh viên tự học trong 4 giờ	CĐRMH.1, CĐRMH.3	[1], [2], [3], [5]
2	Chương 2: Môi trường tiếp thị số	1. Các yếu tố của môi trường tiếp thị số 2. Hành vi khách hàng trong môi trường số 3. Quá trình nghiên cứu tiếp thị số Yêu cầu sinh viên tự học trong 4 giờ	CĐRMH.1, CĐRMH.3, CĐRMH.4	[1], [2], [3]
3 - 4	Chương 3: Chiến lược tiếp thị số	1. Qui trình xây dựng chiến lược tiếp thị số 2. Quá trình S-T-P trong tiếp thị số 3. Đề xuất giá trị cho khách hàng trong môi trường số Yêu cầu sinh viên tự học trong 4 giờ	CĐRMH.1, CĐRMH.2, CĐRMH.3, CĐRMH.4	[1], [2], [3], [4]
4 - 5	Chương 4: Tạo giá trị khách hàng trong môi trường số	1. Sản phẩm 2. Giá 3. Phân phối 4. Lập kế hoạch truyền thông giá trị trực tuyến Yêu cầu sinh viên tự học trong 4 giờ	CĐRMH.1, CĐRMH.3, CĐRMH.4	[1], [2], [3]
6	Chương 5: Truyền thông giá trị khách hàng trong môi trường số	1. Truyền thông tương tác 2. Các dạng phương tiện truyền thông số 3. Các công cụ truyền thông số Yêu cầu sinh viên tự học trong 4 giờ	CĐRMH.1, CĐRMH.2, CĐRMH.3, CĐRMH.4	[1], [2], [3]

Tuần /Buổi	Chủ đề (chương)	Nội dung	Chuẩn đầu ra môn học	Tài liệu
7 - 8	Chương 6: Quản trị quan hệ với khách hàng trong môi trường số	1. Khái niệm 2. Các công cụ 3. Chiến lược quản trị mối quan hệ khách hàng trong môi trường số Yêu cầu sinh viên tự học trong 4 giờ	CĐRMH.1, CĐRMH.3, CĐRMH.4	[1], [2], [3]
8 - 9	Chương 7: Quản trị thương hiệu trong môi trường số	1. Chiến lược nội dung 2. Duy trì sự hiện diện của thương hiệu 3. Quản trị thương hiệu trên môi trường số Yêu cầu sinh viên tự học trong 4 giờ	CĐRMH.1, CĐRMH.2, CĐRMH.3, CĐRMH.4	[1], [2], [3]
10	Chương 8: Đo lường hiệu quả hoạt động tiếp thị số	1. Các khái niệm 2. Lập kế hoạch đo lường 3. Triển khai hoạt động đo lường Yêu cầu sinh viên tự học trong 4 giờ	CĐRMH.1, CĐRMH.2, CĐRMH.3	[1], [2], [3], [4]
11	Trình bày nhóm và ôn tập	Thuyết trình bài tập nhóm và Ôn tập	CĐRMH.1, CĐRMH.2, CĐRMH.3, CĐRMH.4	

7. Giảng viên tham gia giảng dạy:

CBGD chính: TS. Nguyễn Văn Tuấn

CBGD tham gia: ThS. Mai Thị Mỹ Quyên

BỘ MÔN QUẢN LÝ MÔN HỌC

Tp. Hồ Chí Minh, ngày tháng năm
GIẢNG VIÊN LẬP ĐỀ CƯƠNG

TS. Nguyễn Văn Tuấn