

**ĐỀ CƯƠNG HỌC PHẦN: NHẬP MÔN DIGITAL MARKETING**

**Dùng cho lớp:**

**Tên môn học: NHẬP MÔN DIGITAL MARKETING**

**1. Thông tin về giảng viên:**

Họ và tên: Lê Thị Lan Hương

Chức danh, học hàm, học vị: Thạc sĩ Điện tử Viễn Thông

Thời gian, địa điểm làm việc tiếp sinh viên: sáng thứ Hai, hàng tuần tại văn phòng Khoa CNTT

Địa chỉ liên hệ: Khoa CNTT - Trường CĐCN Huế

Điện thoại 0376862204, Email: ltlhuong@hueic.edu.vn

Các hướng nghiên cứu chính: Mạng máy tính, Marketing online

Thông tin về trợ giảng (nếu có) (họ và tên, địa chỉ liên hệ, điện thoại, e-mail):

**2. Thông tin chung về học phần:**

Tên học phần: **NHẬP MÔN DIGITAL MARKETING** Mã học phần: **003256**

Số tín chỉ: 2

Học phần: **003256**

Bắt buộc:

Lựa chọn:

Các học phần tiên quyết:

Thời gian thực hiện môn học: 45 giờ; (Lý thuyết: 15 giờ; Thực hành, thí nghiệm, thảo luận, bài tập: 28 giờ; Kiểm tra: 2 giờ)

Giờ tín chỉ đối với các hoạt động:

Nghe giảng lý thuyết: 15

Thực hành + Thảo luận trên lớp, làm việc theo nhóm: 30

Bài tập lớn + đồ án + tiểu luận: 0

Tự học + Tự nghiên cứu: 30 giờ

Địa chỉ Khoa/ Bộ môn phụ trách học phần: Khoa Công nghệ thông tin, 70 Nguyễn Huệ, Huế.

**3. Mục tiêu học phần**

- Về kiến thức:

Sau khi học xong học phần này, sinh viên nắm được:

+ Góc nhìn tổng quan và hiểu biết cơ bản về Digital Marketing.

+ Tất cả hình thức Marketing có thể xuất hiện trên Internet cho đến thời điểm hiện tại.

- + Nguyên lý vận hành, cách thức thực hiện để làm chủ chiến dịch Digital Marketing ở mức cơ bản nhất.
- Về kỹ năng:
  - + Triển khai được nhiều kênh Digital, nhiều dạng content của nhiều lĩnh vực.
  - + Tạo được phễu chuyển đổi, tìm kiếm các khách hàng tiềm năng, biến khách hàng tiềm năng thành khách hàng mua dịch vụ/sản phẩm.
  - + Vận dụng các kiến thức đã học để tiếp tục nghiên cứu cách thức nhận diện thương hiệu, hoặc là quảng bá các chương trình promotion giúp thúc đẩy doanh số.
- Về năng lực tự chủ và trách nhiệm:

Đủ khả năng làm việc với vai trò chuyên gia Digital Marketing cho Agency hoặc Client.

### III. Nội dung môn học:

#### 1. Nội dung tổng quát và phân bổ thời gian:

Số TT	Tên bài	Thời gian (giờ)			
		Tổng số	Lý thuyết	Thực hành, thí nghiệm, thảo luận, bài tập	Kiểm tra
1	<b>Bài 1. Cơ bản về Digital Marketing.</b> 1.1. Tổng quan 1.2. Digital Marketer và Digital Marketing 1.3. Vai trò của Digital Marketing	8	3	5	
2	<b>Bài 2. Định nghĩa về Digital Marketing</b> 2.1. Tối ưu bộ máy tìm kiếm (SEO) 2.2. Tiếp thị nội dung (Content Marketing) 2.3. Marketing mạng xã hội (Social Media Marketing) 2.4. Quảng cáo trả phí Pay-Per-Click (PPC) 2.5. Affiliate Marketing 2.6. Quảng Cáo tự nhiên (Native Advertising) 2.7. Marketing Tự động (Marketing Automation)	21	5	14	2

	2.8. Email Marketing 2.9. Online PR 2.10. Marketing hướng về người dùng (Inbound) 2.11. Mô hình Phễu trong Digital Marketing				
3	<b>Bài 3. Digital Marketing trong các loại hình kinh doanh cụ thể.</b> 3.1. B2B Digital Marketing 3.2. B2C Digital Marketing	8	4	4	
4	<b>Bài 4. Phân khúc làm việc dành cho Digital Marketer</b> 4.1. Làm Digital cho Agency. 4.2. Làm Digital cho Client	8	3	5	
	<b>Cộng</b>	45	15	28	2

## 2. Nội dung chi tiết:

### **Bài 1. Cơ bản về Digital Marketing.**

Thời gian: 8 giờ

1. Mục tiêu: Giúp sinh viên nắm vững các khái niệm cơ bản trong lĩnh vực Digital Marketing
2. Nội dung bài:
  - 2.1. Tổng quan
  - 2.2. Digital Marketer và Digital Marketing
  - 2.3. Vai trò của Digital Marketing

### **Bài 2. Định nghĩa về Digital Marketing**

Thời gian: 21 giờ

1. Mục tiêu: Giúp sinh viên nắm vững các kiến thức về tối ưu các bộ máy tìm kiếm, các hình thức quảng cáo và các niệm cơ bản về marketing hướng tới người dùng.

## 2. Nội dung bài :

- 2.1. Tối ưu bộ máy tìm kiếm (SEO)
- 2.2. Tiếp thị nội dung (Content Marketing)
- 2.3. Marketing mạng xã hội (Social Media Marketing)
- 2.4. Quảng cáo trả phí Pay-Per-Click (PPC)
- 2.5. Affiliate Marketing
- 2.6. Quảng Cáo tự nhiên (Native Advertising)
- 2.7. Marketing Tự động (Marketing Automation)
- 2.8. Email Marketing
- 2.9. Online PR
- 2.10. Marketing hướng về người dùng (Inbound)
- 2.11. Mô hình Phễu trong Digital Marketing

### **Bài 3. Digital Marketing trong các loại hình kinh doanh cụ thể.**

Thời gian: 8 giờ

1. Mục tiêu: Giúp sinh viên hiểu hai khái niệm cơ bản B2B và B2C trong Marketing nói chung và Digital Marketing nói riêng.
2. Nội dung bài:
  - 2.1. B2B Digital Marketing
  - 2.2 B2C Digital Marketing

### **Bài 4. Phân khúc làm việc dành cho Digital Marketer**

Thời gian: 8 giờ

1. Mục tiêu: Giúp sinh viên hiểu cách thức làm việc với vai trò Digital Marketing cho Agency hoặc cho Client.
2. Nội dung bài:
  - 2.1. Làm Digital Marketing cho Agency.
  - 2.2. Làm Digital Marketing cho Client

### **IV. Điều kiện thực hiện môn học:**

1. Phòng học chuyên môn hóa/nhà xưởng: Phòng thực hành mạng máy tính
2. Trang thiết bị máy móc: Máy tính có nối mạng
3. Học liệu, dụng cụ, nguyên vật liệu: Máy chiếu, bảng trắng

4. Các điều kiện khác:

## V. Nội dung và phương pháp đánh giá:

### 1. Nội dung:

Sau khi học xong học phần này, sinh viên nắm được:

- + Góc nhìn tổng quan và hiểu biết cơ bản về digital marketing.
- + Hiểu biết những thành phần nền tảng và cốt lõi của digital marketing.
- + Cơ bản cách thức lên chiến lược, cách thức thiết kế sản phẩm để phù hợp với việc triển khai digital marketing một cách hiệu quả..

- Về kỹ năng:

- + Triển khai được cơ bản một campaign (chiến dịch) trong digital marketing.
- + Duyệt/biên tập nội dung
- + Tracking quảng cáo
- + Sử dụng các công cụ phân tích đo lường (Google Analytic) để đưa ra quyết định tối ưu

- Năng lực tự chủ và trách nhiệm:

### 2. Phương pháp:

- Đánh giá kết quả học tập:

Điểm đánh giá bộ phận (40%), bao gồm 3 cột điểm:

- + Điểm chuyên cần: trọng số 10%.
- + Điểm kiểm tra thường xuyên: trọng số 40%.
- + Điểm Bài thực hành: trọng số 50%.

Điểm thi cuối kỳ: trọng số 60%

- Tiêu chí đánh giá các loại bài tập:

- + Bài tập giao về nhà: Cho điểm nếu có ý tưởng giải quyết và được điểm tối đa nếu đạt yêu cầu đề ra, hoàn thành đúng thời gian.
- + Bài tập trong giờ thực hành: Cho điểm nếu có ý tưởng (Mặc dù chương trình còn bị lỗi) và cho điểm tối đa nếu chạy được chương trình và đúng giải thuật.

## VI. Hướng dẫn thực hiện môn học:

1. Phạm vi áp dụng môn học:

2. Hướng dẫn về phương pháp giảng dạy, học tập môn học:

- Đối với giáo viên, giảng viên:

- Phải có giáo trình khi đến lớp.
- Hoàn thành các nhiệm vụ giao về nhà đúng thời gian.

- Đối với người học:

- Yêu cầu tham gia đủ giờ học.
- Sinh viên có nhận thức đúng đắn về môn học, ngành học.
- Làm đầy đủ bài tập ở lớp và ở nhà
- Nghiêm túc, chăm chỉ, có kỷ luật trong lao động, học tập

3. Những trọng tâm cần chú ý:

+ Người học Digital Marketing cần có hiểu biết về rất nhiều công cụ, phát triển kiến thức theo chiều rộng.

4. Tài liệu tham khảo:

[1] *Inbound Marketing* – Brian Halligan, Dharmesh Shah <http://wordpress.org>

[2] *Digital Marketing - Từ Chiến Lược Đến Thực Thi* Vinalink – Agency Nhà Xuất Bản Lao Động 2017

5. Ghi chú và giải thích (nếu có):

7. Hình thức tổ chức dạy học:

7.1. Lịch trình chung: (Ghi tổng số giờ cho mỗi cột)

Số TT	Tên chương, mục	Thời gian (giờ)			
		Tổng số	Lý thuyết	Thực hành, thí nghiệm, thảo luận, bài tập	Kiểm tra

1	<b>Bài 1. Cơ bản về Digital Marketing.</b> 1.1. Tổng quan 1.2. Digital Marketer và Digital Marketing 1.3. Vai trò của Digital Marketing	8	3	5	
2	<b>Bài 2. Định nghĩa về Digital Marketing</b> 2.1. Tối ưu bộ máy tìm kiếm (SEO) 2.2. Tiếp thị nội dung (Content Marketing) 2.3. Marketing mạng xã hội (Social Media Marketing) 2.4. Quảng cáo trả phí Pay-Per-Click (PPC) 2.5. Affiliate Marketing 2.6. Quảng Cáo tự nhiên (Native Advertising) 2.7. Marketing Tự động (Marketing Automation) 2.8. Email Marketing 2.9. Online PR 2.10. Marketing hướng về người dùng (Inbound) 2.11. Mô hình Phễu trong Digital Marketing	21	5	14	2



3	<b>Bài 3. Digital Marketing trong các loại hình kinh doanh cụ thể.</b> 3.1. B2B Digital Marketing 3.2. B2C Digital Marketing	8	4	4	
4	<b>Bài 4. Phân khúc làm việc dành cho Digital Marketer</b> 4.1. Làm Digital cho Agency. 4.2. Làm Digital cho Client	8	3	5	
	<b>Cộng</b>	45	15	28	2



## 7.2. Lịch trình tổ chức dạy học cụ thể theo tuần

Tuần	Lớp	Ngày thứ	Tiết	Phòng	Nội dung	Hình thức tổ chức (tiết, giờ)				Yêu cầu sinh viên chuẩn bị
						Lý thuyết (tiết)	Thực hành + Thảo luận (tiết)	Bài tập lớn, đồ án, tiểu luận (giờ)	SV tự học, tự nghiên cứu (giờ)	
1					Bài 1. Cơ bản về Digital Marketing. 1.1. Tổng quan 1.2. Digital Marketer và Digital Marketing	1	4			- Chuẩn bị vở, viết đề ghi chép. - Xem trước bài mới
2					Bài 1. Cơ bản về Digital Marketing. 1.3. Vai trò của Digital Marketing	1	4			- Chuẩn bị vở, viết đề ghi chép. - Nắm kỹ bài cũ - Xem trước bài mới

3				<p><b>Bài 2. Định nghĩa về Digital Marketing</b></p> <p>2.1. Tối ưu bộ máy tìm kiếm (SEO)</p> <p>2.2. Tiếp thị nội dung (Content Marketing)</p> <p>2.3. Marketing mạng xã hội (Social Media Marketing)</p>	1	3	1		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Chuẩn bị vở, viết để ghi chép.</li> <li>- Nắm kỹ bài cũ</li> <li>- Xem trước bài mới</li> </ul>
4				<p><b>Bài 2. Định nghĩa về Digital Marketing</b></p> <p>2.4. Quảng cáo trả phí Pay-Per-Click (PPC)</p> <p>2.5. Affiliate Marketing</p>	2	3			<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nắm kỹ kiến thức lý thuyết đã học.</li> <li>- Đọc thêm các tài liệu tham khảo về bài học.</li> </ul>
5				<p><b>Bài 2. Định nghĩa về Digital Marketing</b></p> <p>2.6. Quảng Cáo tự nhiên (Native Advertising)</p> <p>2.7. Marketing Tự động (Marketing Automation)</p>	1	4			<p>Nắm kỹ kiến thức lý thuyết đã học.</p> <p>Đọc thêm các tài liệu tham khảo về bài học.</p>

6				<b>Bài 2. Định nghĩa về Digital Marketing</b> 2.8. Email Marketing 2.9. Online PR 2.10. Marketing hướng về người dùng (Inbound) 2.11. Mô hình Phễu trong Digital Marketing	1	3	1		Nắm kỹ kiến thức lý thuyết đã học. Đọc thêm các tài liệu tham khảo về bài học.
7				<b>Bài 3. Digital Marketing trong các loại hình kinh doanh cụ thể.</b> 3.1. B2B Digital Marketing	1	4			Chuẩn bị vở, viết để ghi chép. Nắm kỹ bài cũ Xem trước bài mới
8				Bài 3. Digital Marketing trong các loại hình kinh doanh cụ thể. 3.2. B2C Digital Marketing	2	3			Chuẩn bị vở, viết để ghi chép. Nắm kỹ bài cũ Xem trước bài mới
9				Bài 4. Phân khúc làm việc dành cho Digital Marketer 4.1. Làm Digital cho Agency. 4.2. Làm Digital cho Client	2	2	1		Nắm kỹ kiến thức lý thuyết đã học. Đọc thêm các tài liệu tham khảo về bài học.

## 8. Chính sách đối với học phần và các yêu cầu khác của giảng viên:

- Mang đúng đồng phục khi đến lớp học.
- Phải có giáo trình khi đến lớp.
- Hoàn thành các nhiệm vụ giao về nhà đúng thời gian.

## 9. Phương pháp, hình thức kiểm tra - đánh giá kết quả học tập học phần:

### 9.1. Đánh giá kết quả học tập:

#### a. Nội dung:

- Kiến thức: hỏi đáp trong giờ học.
- Kỹ năng: làm bài tập thực hành, kiểm tra thực hành.
- Năng lực tự chủ và trách nhiệm: làm bài độc lập.

#### b. Phương pháp:

- Điểm quá trình: 40%, trong đó:
  - + Chuyên cần: hệ số 2.
  - + Kiểm tra thường xuyên: hệ số 3.
  - + Kiểm tra định kì: hệ số 5.
- Điểm thi kết thúc học phần: 60%.
- Hình thức thi: bảo vệ đồ án.
- Điểm thi = (Điểm lý thuyết + Điểm thực hành)/2

### 9.2. Tiêu chí đánh giá các loại bài tập:

- Bài tập giao về nhà: Cho điểm nếu có ý tưởng giải quyết và được điểm tối đa nếu đạt yêu cầu đề ra, hoàn thành đúng thời gian.

- Bài tập trong giờ thực hành: Cho điểm nếu có ý tưởng (Mặc dù chương trình còn bị lỗi) và cho điểm tối đa nếu chạy được chương trình và đúng giải thuật.

### 9.3. Lịch thi, kiểm tra (kể cả thi lại): Thực hiện theo lịch thi của phòng đào tạo.

**Trưởng khoa/Tổ trưởng Bộ môn**  
(Ký và ghi rõ họ tên)

Huế, ngày tháng năm  
**Giảng viên**  
(Ký và ghi rõ họ tên)

*Lê Thị Lan Hương*