**BÀI TẬP VỀ NHÀ BUỔI 6**

**Môn học: Nhập môn Digital Marketing**

**Giảng viên: Lê Thị Lan Hương**

**Mục tiêu:**

* Nắm bắt và sử dụng các công cụ PR trực tuyến cơ bản.
* Áp dụng các công cụ này vào việc quản lý và phân tích các chiến dịch PR.

**Yêu cầu:**

1. **Nghiên cứu Công Cụ PR Trực Tuyến Đơn Giản:**
   * Chọn 3 công cụ PR trực tuyến đơn giản (ví dụ: Mailchimp, Canva, Google My Business, Facebook Pages).
   * Mô tả chức năng và tính năng chính của từng công cụ.
   * Phân tích cách mỗi công cụ có thể hỗ trợ trong việc tạo và phân phối nội dung PR, quản lý truyền thông và giao tiếp với công chúng.
2. **Ứng Dụng Công Cụ:**
   * Chọn một công cụ PR trực tuyến mà bạn thấy phù hợp với nhu cầu của một doanh nghiệp hoặc tổ chức cụ thể.
   * Lập kế hoạch triển khai công cụ này cho một chiến dịch PR trực tuyến. Bao gồm các bước như:
     + Xác định mục tiêu của chiến dịch PR.
     + Cách sử dụng công cụ để tạo nội dung và phân phối thông điệp.
     + Theo dõi và phân tích phản hồi từ chiến dịch.
3. **Tạo Báo Cáo:**
   * Viết một báo cáo khoảng 600-800 từ về công cụ PR bạn đã chọn, bao gồm:
     + Mục đích và lợi ích của công cụ.
     + Hướng dẫn ngắn gọn về cách sử dụng công cụ.
     + Ví dụ về cách bạn sẽ áp dụng công cụ đó trong chiến dịch PR và các kết quả dự kiến.
4. **Trình Bày:**
   * Chuẩn bị một bài thuyết trình ngắn (3-5 phút) về công cụ PR bạn đã nghiên cứu và cách bạn sẽ sử dụng nó trong chiến dịch PR.
   * Trong phần trình bày, nêu rõ lợi ích và bất lợi của công cụ, và giải thích rõ ràng về các ứng dụng thực tiễn.

**Tiêu chí đánh giá:**

* Hiểu biết và phân tích rõ ràng về các công cụ PR trực tuyến đơn giản.
* Kế hoạch triển khai thực tế và hợp lý.
* Chất lượng của báo cáo và bài thuyết trình, bao gồm việc sử dụng hình ảnh và dữ liệu minh họa (nếu có).
* Khả năng trình bày và giải thích nội dung một cách mạch lạc và thuyết phục.