**CHƯƠNG TRÌNH MÔN HỌC**

*(Kèm theo Thông tư số:03/2017/TT-BLĐTBXH ngày 01/03/2017*

*của Bộ trưởng Bộ Lao động – Thương binh và Xã hội)*

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

**Mã môn học: 003256**

**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)

**I. Vị trí, tính chất của môn học:**

- Vị trí: môn học cơ sở ngành

- Tính chất: Bắt buộc

**II. Mục tiêu môn học:**

- 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 hành 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 | **Bài 1. Cơ bản về Digital Marketing.**  1.1. Tổng quan  1.2. Digital Marketer và Digital Marketing  1.3. Vai trò của Digital Marketing | 8 | 3 | 5 |  |
| 2 | **Bài 2. Định nghĩa về Digital Marketing**  2.[1. Tối ưu bộ máy tìm kiếm (SEO)](https://gemdigital.vn/digital-marketing-nhap-mon/#1_Toi_uu_bo_may_tim_kiem_SEO)  2.[2. Tiếp thị nội dung (Content Marketing)](https://gemdigital.vn/digital-marketing-nhap-mon/#2_Tiep_thi_noi_dung_Content_Marketing)  2.[3. Marketing mạng xã hội (Social Media Marketing)](https://gemdigital.vn/digital-marketing-nhap-mon/#3_Marketing_mang_xa_hoi_Social_Media_Marketing)  2.[4. Quảng cáo trả phí Pay-Per-Click (PPC)](https://gemdigital.vn/digital-marketing-nhap-mon/#4_Quang_cao_tra_phi_Pay-Per-Click_PPC)  2.[5. Affiliate Marketing](https://gemdigital.vn/digital-marketing-nhap-mon/#5_Affiliate_Marketing)  2.[6. Quảng Cáo tự nhiên (Native Advertising)](https://gemdigital.vn/digital-marketing-nhap-mon/#6_Quang_Cao_tu_nhien_Native_Advertising)  2.[7. Marketing Tự động (Marketing Automation)](https://gemdigital.vn/digital-marketing-nhap-mon/#7_Marketing_Tu_dong_Marketing_Automation)  2.[8. Email Marketing](https://gemdigital.vn/digital-marketing-nhap-mon/#8_Email_Marketing)  2.[9. Online PR](https://gemdigital.vn/digital-marketing-nhap-mon/#9_Online_PR)  2.[10. Marketing hướng về người dùng (Inbound)](https://gemdigital.vn/digital-marketing-nhap-mon/#10_Marketing_huong_ve_nguoi_dung_Inbound)  2.11. Mô hình Phễu trong Digital Marketing | 21 | 5 | 14 | 2 |
| 3 | **Bài 3. Digital Marketing trong các loại hình kinh doanh cụ thể.**  [3.1. B2B Digital Marketing](https://gemdigital.vn/digital-marketing-nhap-mon/#1_B2B_Digital_Marketing)  [3.2. B2C Digital Marketing](https://gemdigital.vn/digital-marketing-nhap-mon/#2_B2C_Digital_Marketing) | 8 | 4 | 4 |  |
| 4 | **Bài 4.** **Phân khúc làm việc dành cho Digital Marketer**  4.1. Làm Digital cho Agency.  4.2. Làm Digital cho Client | 8 | 3 | 5 |  |
|  | **Cộng** | 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 cái và các niệm cơ bản về marketing hướng tới người dùng.

2. Nội dung bài :

2.[1. Tối ưu bộ máy tìm kiếm (SEO)](https://gemdigital.vn/digital-marketing-nhap-mon/" \l "1_Toi_uu_bo_may_tim_kiem_SEO" \o "1. Tối ưu bộ máy tìm kiếm (SEO))

2.[2. Tiếp thị nội dung (Content Marketing)](https://gemdigital.vn/digital-marketing-nhap-mon/#2_Tiep_thi_noi_dung_Content_Marketing)

2.[3. Marketing mạng xã hội (Social Media Marketing)](https://gemdigital.vn/digital-marketing-nhap-mon/#3_Marketing_mang_xa_hoi_Social_Media_Marketing)

2.[4. Quảng cáo trả phí Pay-Per-Click (PPC)](https://gemdigital.vn/digital-marketing-nhap-mon/#4_Quang_cao_tra_phi_Pay-Per-Click_PPC)

2.[5. Affiliate Marketing](https://gemdigital.vn/digital-marketing-nhap-mon/#5_Affiliate_Marketing)

2.[6. Quảng Cáo tự nhiên (Native Advertising)](https://gemdigital.vn/digital-marketing-nhap-mon/#6_Quang_Cao_tu_nhien_Native_Advertising)

2.[7. Marketing Tự động (Marketing Automation)](https://gemdigital.vn/digital-marketing-nhap-mon/#7_Marketing_Tu_dong_Marketing_Automation)

2.[8. Email Marketing](https://gemdigital.vn/digital-marketing-nhap-mon/#8_Email_Marketing)

2.[9. Online PR](https://gemdigital.vn/digital-marketing-nhap-mon/#9_Online_PR)

2.[10. Marketing hướng về người dùng (Inbound)](https://gemdigital.vn/digital-marketing-nhap-mon/#10_Marketing_huong_ve_nguoi_dung_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:
   1. [B2B Digital Marketing](https://gemdigital.vn/digital-marketing-nhap-mon/#1_B2B_Digital_Marketing)

2.2 [B2C Digital Marketing](https://gemdigital.vn/digital-marketing-nhap-mon/#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):