

ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT MÔN HỌC

26 Thông tin tổng quát

- Tên môn học:
 - + Tiếng Việt: Marketing số
 - + Tiếng Anh: Digital marketing
- Mã số môn học
- Bộ môn: Thư viện học
- Giảng viên phụ trách giảng dạy: TS. Ngô Thị Huyền
- Thuộc khối kiến thức/kỹ năng:
 - ☐ Kiến thức cơ bản (chung)
 - ☐ Kiến thức cơ sở ngành
 - ☒ Kiến thức chuyên ngành
 - ☐ Luận văn tốt nghiệp
- Số tín chỉ: 02
 - + Lý thuyết: 02 (30 tiết)
 - + Tự học: 60 giờ

27 Mô tả vắn tắt nội dung môn học (trình bày ngắn gọn vai trò, vị trí môn học (đã học ở đại học chưa, đã học gì, ở trình độ thạc sĩ sẽ học gì, vị trí của môn học này trong CTĐT), kiến thức sẽ trang bị cho học viên, quan hệ với các môn học khác trong CTĐT).

- Vị trí: môn học chuyên ngành tự chọn dành cho HV cao học ngành KHTV. Trong chương trình đào tạo bậc đại học ngành TT-TV, SV được tiếp cận với kiến thức cơ bản về marketing nói chung trong cơ quan TT-TV.
- Mục tiêu: trang bị cho HV kiến thức và kỹ năng nâng cao về marketing số trong các cơ quan TT-TV.
- Nội dung chính: (1) Marketing số trong hoạt động TT-TV; (2) Ứng dụng công cụ số trong hoạt động marketing của cơ quan TT-TV; (3) Lập kế hoạch marketing số trong cơ quan TT-TV.
- Quan hệ với các môn học khác: môn học sử dụng và hoàn thiện các kiến thức, kỹ năng tiếp nhận từ môn Thông tin học nâng cao, Công nghệ mới và hoạt động TT-TV để giúp HV có thể ứng dụng marketing số trong cơ quan TT-TV.

28 Mục tiêu của môn học (các mục tiêu tổng quát của môn học, thể hiện sự tương quan với các chủ đề CDR (X.x.x) của CTĐT và trình độ năng lực được phân bổ cho môn học)

Mục tiêu (Gx) (1)	Mô tả mục tiêu (2)	CDR của CTĐT (X.x.x) (3)	TĐNL (4)
G1	Cung cấp kiến thức nâng cao về ứng dụng marketing số trong các cơ quan TT-TV	4.1.2 (PLO2). Đánh giá được các giải pháp ứng dụng CNTT-TT vào hoạt động TT-TV	5
		4.1.3 (PLO3). Thẩm định được các hoạt động nghiên cứu và đổi mới sáng tạo thúc	5

		đẩy quá trình phát triển hoạt động TT-TV	
G2	Phát triển kỹ năng lập kế hoạch marketing số trong các cơ quan TT-TV	4.2.2 (PLO5). Phát triển được các tiêu chuẩn và công cụ cho quá trình quản lý vòng đời thông tin và phục vụ người dùng tin	4

(1): Ký hiệu mục tiêu của môn học

(2): Mô tả các mục tiêu

(3), (4): Ký hiệu CĐR của CTĐT và trình độ năng lực tương ứng

4. Chuẩn đầu ra môn học (các mục cụ thể hay CĐR của môn học và mức độ giảng dạy)

CĐR (G.x.x) (1)	Mô tả CĐR (X.x.x.x) (2)	Mức độ giảng dạy (I,T,U) (3)
G1.1	Đánh giá được khả năng ứng dụng marketing số vào hoạt động marketing trong cơ quan TT-TV	U, T
G1.2	Hệ thống được một số ứng dụng số phục vụ cho mục đích marketing của cơ quan TT-TV	U, T
G2.1	Lập được kế hoạch marketing số trong cơ quan TT-TV	U, T

(1): Ký hiệu CĐR của môn học

(2): Mô tả CĐR, các chủ đề CĐR ở cấp độ 4

(3): I (Introduce): giới thiệu; T (Teach): dạy; U (Utilize): sử dụng

5. Nội dung và Kế hoạch giảng dạy chi tiết

(trình bày các chương, mục trong chương và nội dung khái quát. Trong từng chương ghi số tiết giảng lý thuyết, bài tập, thực hành (hoặc thí nghiệm, thảo luận), các hoạt động dạy và học. Để học viên có thể tự học được, cần chỉ rõ để học chương này cần phải đọc những tài liệu tham khảo nào, ở đâu).

Buổi học	Nội dung	CĐR môn học	Cách thức thực hiện	Bài đánh giá
1-2	Bài 1. Marketing số trong hoạt động TT-TV 1.1.Chiến lược marketing số - Khái niệm marketing số - Sự thay đổi của môi trường marketing - Công nghệ và marketing - Nền tảng của marketing số - Khách hàng số 1.2.Xây dựng một website hiệu quả	G1.1	- Hoạt động dạy: + Thuyết giảng + Truy vấn + Nghiên cứu trường hợp điển hình - Hoạt động học: + Dự lớp, nghe giảng và tham gia phát biểu ý kiến - Hoạt động tự học: + Đọc tài liệu [1, Chương 3], [2], [3], [5, Chapter 5] + Phân tích các trường hợp marketing số dựa	- Văn đáp - Tiêu luận lập kế hoạch

	- Các bước xây dựng website - Yêu cầu đối với website - Website của cơ quan TT-TV 1.3. Truyền thông mạng xã hội - Kênh truyền thông mạng xã hội - Lợi ích của việc kết nối - Quy tắc kết nối - Ứng dụng truyền thông mạng xã hội trong hoạt động marketing của cơ quan TT-TV 1.4. Email marketing - Khái niệm email marketing - Chiến lược email marketing - Ứng dụng email marketing trong hoạt động marketing của cơ quan TT-TV 1.5. Mobile marketing - Khái niệm mobile marketing - Lợi ích và quy tắc của mobile marketing - Ứng dụng mobile marketing trong hoạt động marketing của cơ quan TT-TV		trên tài liệu GV cung cấp	
3-4	Bài 2. Ứng dụng công cụ số trong hoạt động marketing của cơ quan T-TV 2.1. Canva - Giới thiệu Canva - Tạo tài khoản Canva - Hướng dẫn sử dụng Canva 2.2. Mailchimp - Giới thiệu Mailchimp - Tạo tài khoản Mailchimp - Hướng dẫn sử dụng Mailchimp 2.3. Google Analytics	G1.2 G2.1	- Hoạt động dạy: + Thuyết giảng + Hướng dẫn cách sử dụng các ứng dụng - Hoạt động học: + Thực hành sử dụng ứng dụng + Dự lớp, nghe giảng và tham gia phát biểu ý kiến - Hoạt động tự học: + Tìm hiểu [6], [7], [8]	- Vấn đáp - Tiểu luận lập kế hoạch

	- Giới thiệu Google Analytics - Tạo tài khoản Google Analytics - Hướng dẫn sử dụng Google Analytics			
5-6	Bài 3. Lập kế hoạch marketing 3.1. Quy trình lập kế hoạch marketing - Lợi ích của lập kế hoạch marketing - Cách lập kế hoạch marketing 3.2. Các hoạt động trong lập kế hoạch marketing - Đánh giá hiện trạng cơ quan TT-TV - Đánh giá hoạt động marketing hiện tại - Lựa chọn định hướng chiến lược - Viết kế hoạch marketing	G2.1	- Hoạt động dạy: + Thuyết giảng + Truy vấn + Dự án - Hoạt động học: + Dự lớp, nghe giảng và tham gia phát biểu ý kiến - Hoạt động tự học: + Đọc tài liệu [1, Chương 2], [4, Chapter 2, 4-6], [5, Chapter 4, 7]	Tiểu luận lập kế hoạch

6. Phương pháp đánh giá môn học (trong đó quy định số lần kiểm tra, bài tập hoặc tiểu luận, thi, số bài thực hành, trọng số của mỗi lần đánh giá).

Các bài đánh giá

Thành phần đánh giá (1)	Bài đánh giá (A.x.x) (2)	CĐR môn học (G.x.x) (3)	Tỷ lệ % (4)
A1. Đánh giá giữa kỳ	A1.1 Vấn đáp	G1.1, G1.2 G2.1	30%
A2. Đánh giá cuối kỳ	A2.1 Tiểu luận cá nhân lập kế hoạch marketing số cho một cơ quan TT-TV	G1.1, G1.2 G2.1	70%

Tiêu chí và thang điểm đánh giá cho các bài đánh giá A1 và A2 (Rubric)

Chuẩn đánh giá/thang điểm

- + Mức 1 – Xuất sắc: 9 – 10 điểm
- + Mức 2 – Giỏi: 8 và 8,5 điểm
- + Mức 3 – Khá: 7 và 7,5 điểm
- + Mức 4 – Trung bình: 5 – 6,5 điểm
- + Mức 5 – Không đạt: dưới 5 điểm

A1.1. VẤN ĐÁP**(13) Cấu trúc đề thi:**

- Đề thi gồm 1 câu hỏi được chọn qua phương pháp bốc thăm, và 1 đến 2 câu hỏi phụ.
- Nội dung của câu hỏi chủ yếu nằm trong nội dung môn học, có thể có câu hỏi suy luận.

(14) Thời điểm thi: tuần 5.**(15) Mức đánh giá:** 30% tổng điểm môn học.**(16) Mức cộng thêm:** 0đ.**(17) Quy trình thi:**

(B1) HV được GV coi thi gọi vào phòng thi và rút thăm ngẫu nhiên 1 câu hỏi.

(B2) HV chuẩn bị trên giấy nháp trong khoảng thời gian 15 phút.

(B3) HV trình bày câu trả lời trước GV chấm thi.

(B4) HV trao đổi với GV chấm thi và trả lời thêm các câu hỏi phụ của GV.

(B5) HV nghe nhận xét đánh giá của GV và ký tên vào danh sách dự thi – kết thúc.

(18) Ghi chú: đề mở, HV được sử dụng tất cả tài liệu giấy.

Thang điểm	Tiêu chí đánh giá		
	Câu hỏi chính (50%)	Câu hỏi phụ (30%)	Kỹ năng trình bày (20%)
1 (9-10)	Hoàn thành từ 90%-100% các yêu cầu của câu hỏi một cách chính xác.	Hoàn thành từ 90%-100% các yêu cầu của câu hỏi một cách chính xác.	Trình bày súc tích, tự tin, rõ ràng, thuyết phục.
2 (8-8.5)	Hoàn thành từ 80%-85% các yêu cầu của câu hỏi một cách chính xác.	Hoàn thành từ 80%-85% các yêu cầu của câu hỏi một cách chính xác.	Trình bày thiếu một trong các yêu cầu sau: súc tích, tự tin, rõ ràng, thuyết phục.
3 (7-7.5)	Hoàn thành từ 70%-75% các yêu cầu của câu hỏi một cách chính xác.	Hoàn thành từ 70%-75% các yêu cầu của câu hỏi một cách chính xác.	Trình bày thiếu hai trong các yêu cầu sau: súc tích, tự tin, rõ ràng, thuyết phục.
4 (5-6.5)	Hoàn thành từ 50%-65% các yêu cầu của câu hỏi một cách chính xác.	Hoàn thành từ 50%-65% các yêu cầu của câu hỏi một cách chính xác.	Trình bày thiếu ba trong các yêu cầu sau: súc tích, tự tin, rõ ràng, thuyết phục.
5 (<5)	Hoàn thành dưới 50% các yêu cầu của câu hỏi một cách chính xác.	Hoàn thành dưới 50% các yêu cầu của câu hỏi một cách chính xác.	Trình bày không đạt tất cả các yêu cầu sau: súc tích, tự tin, rõ ràng, thuyết phục.

A2.1. TIỂU LUẬN CÁ NHÂN**(1) Cấu trúc của bài tập:**

- Làm cá nhân.

- Bài tập về nhà. - Lập kế hoạch marketing số cho một cơ quan TT-TV. (2) Thời điểm thực hiện: sau khi học xong bài 3, nộp lại sau khi kết thúc môn học 3 tuần. (3) Mức đánh giá: 70% tổng điểm môn học. (4) Mức cộng thêm: 0đ. (5) Ghi chú: HV nộp tiểu luận chậm so với thời hạn yêu cầu sẽ bị trừ 1đ/ngày.					
Tiêu chí đánh giá	Thang điểm				
	1 (9-10)	2 (8-8.5)	3 (7-7.5)	4 (5-6.5)	5 (<5)
Mức độ đầy đủ các hạng mục nội dung (10%)	Trình bày đủ các hạng mục nội dung của kế hoạch.	Trình bày thiếu một hạng mục nội dung của kế hoạch.	Trình bày thiếu hai hạng mục nội dung của kế hoạch.	Trình bày thiếu ba hạng mục nội dung của kế hoạch.	Trình bày thiếu từ bốn hạng mục nội dung của kế hoạch trở lên.
Mức độ hoàn thiện của các hạng mục nội dung (80%)	Xác định rõ mục tiêu marketing; Nội dung của các hạng mục tương thích với mục tiêu marketing, được phân tích đầy đủ, phù hợp, thuyết phục, hệ thống.	Xác định rõ mục tiêu marketing; Tuy nhiên nội dung của các hạng mục chưa đáp ứng một trong các yêu cầu sau: tương thích với mục tiêu marketing, được phân tích đầy đủ, phù hợp, thuyết phục, hệ thống.	Xác định rõ mục tiêu marketing; Tuy nhiên nội dung của các hạng mục chưa đáp ứng hai trong các yêu cầu sau: tương thích với mục tiêu marketing, được phân tích đầy đủ, phù hợp, thuyết phục, hệ thống.	Xác định rõ mục tiêu marketing; Tuy nhiên nội dung của các hạng mục chưa đáp ứng ba trong các yêu cầu sau: tương thích với mục tiêu marketing, được phân tích đầy đủ, phù hợp, thuyết phục, hệ thống.	Xác định rõ mục tiêu marketing; Tuy nhiên nội dung của các hạng mục chưa đáp ứng từ bốn trở lên trong các yêu cầu sau: tương thích với mục tiêu marketing, được phân tích đầy đủ, phù hợp, thuyết phục, hệ thống.
Thể thức văn bản (10%)	Toàn văn bản được định dạng rất cẩn thận, thống nhất, đúng quy định.	Toàn văn bản được định dạng tương đối cẩn thận, khá thống nhất.	Toàn văn bản được định dạng tương đối cẩn thận, thiếu thống nhất và đôi chỗ chưa đúng quy định.	Phần lớn văn bản được định dạng thiếu cẩn thận, thiếu thống nhất và không đúng quy định.	Toàn văn bản được định dạng thiếu cẩn thận, thiếu thống nhất và không đúng quy định.

7. Tài liệu học tập
Giáo trình:

[1] Dương Thị Vân, Âu Thị Cẩm Linh, Hoàng Thị Thục (2020). *Giáo trình Marketing TT-TV*. Tp. Hồ Chí Minh: ĐHQG-HCM. [TVTT]

Tài liệu khác:

[2] Claudio Torres; Doãn Tâm dịch (2019). *Digital marketing: kế hoạch 7 bước để thu hút khách hàng*. Hà Nội: Lao động. [TVTT]

[3] Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, Iwan Setiawan; Nguyễn Khoa Hồng Thành, Hoàng Thuỳ Minh Anh, Nguyễn Quỳnh Như dịch (2021). *Tiếp thị 4.0: dịch chuyển từ truyền thống sang công nghệ số*. Tp. Hồ Chí Minh: Trẻ. [TVTT]

[4] Marie R. Kennedy, Cheryl LaGuardia (2017). *Marketing your library's electronic resources (How-To-Do-It Manuals)* (2nd Edition). ALA Neal-Schuman. [TVTT]

[5] Amanda L. Goodman (2019). *Marketing plans in action: a step-by-step guide for libraries, archives, and cultural Organizations* (1st Edition). ALA Editions. [TVTT]

Phần mềm:

[6] Canva. Truy cập tại <https://www.canva.com/>

[7] Mailchimp. Truy cập tại <https://mailchimp.com/en-gb/>

[8] Google Analytics. Truy cập tại <https://analytics.google.com/>

8. Cơ chế đảm bảo chất lượng

- Hai tuần trước khi chính thức triển khai giảng dạy, giảng viên cung cấp bản Đề cương cập nhật cho Trưởng bộ môn. Các mục có thể cập nhật (nếu cần) gồm nội dung bài giảng, tài liệu học tập, hoạt động dạy và học, hoạt động đánh giá.
- Một tuần trước buổi học đầu tiên của môn học, giáo vụ cung cấp bản Đề cương cho người học và đăng tải trên website.
- Một tuần trước khi thực hiện các bài đánh giá, giảng viên cung cấp Bộ tài liệu đánh giá bao gồm Đề bài, Đáp án và Ma trận phân tích sự tương thích giữa nội dung đánh giá và chuẩn đầu ra môn học. Trưởng bộ môn duyệt Bộ tài liệu đánh giá.
- Trước khi kết thúc môn học, giảng viên thông báo cho người học biết điểm giữa kỳ.
- Sau khi thi hai tuần người học được thông báo điểm thi cuối kỳ và tổng điểm môn học.
- Trong vòng một tuần kể từ khi nhận được kết quả, người học phản hồi (khiếu nại, yêu cầu phúc khảo nếu có) về kết quả kiểm tra của môn học.

TRƯỞNG BỘ MÔN

(ký, ghi rõ họ tên)



PGS. TS. Nguyễn Hồng Sinh

Tp.HCM, ngày 27 tháng 7 năm 2022

TRƯỞNG KHOA

(ký, ghi rõ họ tên)



PGS. TS. Nguyễn Hồng Sinh