

BỘ TÀI CHÍNH
TRƯỜNG ĐẠI HỌC - TÀI CHÍNH QUẢN TRỊ KINH DOANH



ĐỀ CƯƠNG GIẢNG DẠY HỌC PHẦN
(Dành cho bậc Đại học)

HỌC PHẦN: MARKETING TRÊN INTERNET

Số tín chỉ: 2 (2,0)

Bộ môn: Quản trị doanh nghiệp

Khoa: Quản trị kinh doanh

Hưng Yên, tháng năm 2019

ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

(Ban hành kèm theo Quyết định số/QĐ-ĐHTCQTKD ngày/2019 của Hiệu trưởng trường Đại học Tài chính – Quản trị kinh doanh)

1. Thông tin chung về học phần:

- Tên học phần: Marketing trên Internet
- Tên tiếng Anh: Internet marketing
- Mã học phần: 003419
- Số tín chỉ: 02, Số tín chỉ lý thuyết: 02, Số tín chỉ thực hành: 0
- Môn học tiên quyết: Quản trị marketing
- Môn học song hành:

2. Đối tượng áp dụng:

- Môn học bắt buộc cho ngành: Quản trị kinh doanh; Hệ thống thông tin quản lý
- Môn học tự chọn cho ngành:
- Trình độ: Đại học.
- Hệ đào tạo: Chính quy.

3. Nội dung tóm tắt của học phần:

Marketing trên Internet - còn được biết đến bằng các thuật ngữ web marketing, online marketing, hay e-marketing - là một hình thức marketing cho sản phẩm hay dịch vụ trên môi trường Internet. Marketing trên Internet là một phạm trù khá rộng, bởi vì nó không chỉ là hình thức marketing trên mạng Internet mà còn bao gồm cả phương thức marketing thông qua thư điện tử (email) và các phương pháp truyền thông qua thiết bị không dây. Những hệ thống dữ liệu khách hàng và hệ thống quản lý mối quan hệ khách hàng thường hay đi chung và được tận dụng cho các hình thức marketing trên Internet.

Trên cơ sở đó, học phần Marketing trên Internet sẽ cung cấp cho người học những kiến thức về công việc mang tính sáng tạo và các khía cạnh kỹ thuật trên môi trường Internet, bao gồm: thiết kế, phát triển, quảng cáo và bán hàng. Marketing trên Internet cũng đề cập đến các phương thức truyền thông với nhiều giai đoạn khác nhau trong việc tiếp cận khách hàng với các hình thức như: tiếp thị tìm kiếm (SEM - Search Engine Marketing), tối ưu hóa cho máy tìm kiếm (SEO - Search Engine Optimization), quảng cáo banner trên các website (banner ads), quảng cáo thông qua thư điện tử (email marketing), quảng cáo qua thiết bị di động (mobile marketing), và các chiến lược trên web 2.0.

4. Mục tiêu của học phần:

4.1. Kiến thức:

- Hiểu được các khái niệm, nắm được bản chất của các vấn đề của internet marketing;
- Nắm bắt được một số kinh nghiệm thực tế của các doanh nghiệp trên thị trường trong thực hiện hoạt động marketing trên internet;
- Hiểu, sử dụng được các công cụ marketing trên internet cơ bản;
- Xây dựng được kế hoạch marketing trực tuyến cho doanh nghiệp.

4.2. Kỹ năng:

- Hình thành và phát triển năng lực phân tích, giải quyết các tình huống thực tế;
- Phát triển tư duy marketing, tư duy sáng tạo trong giải quyết các vấn đề;
- Đánh giá được các hoạt động, chiến lược của các doanh nghiệp trên thị trường;
- Thiết kế, xây dựng được các chương trình marketing cụ thể;
- Phát triển kỹ năng sử dụng các công cụ truyền thông kỹ thuật số, kỹ năng làm việc nhóm, kỹ năng làm việc độc lập.

4.3. Thái độ:

- Hình thành thái độ đúng mực đối với hoạt động marketing nói chung và marketing trên internet nói riêng;
- Phát triển thái độ, tinh thần học hỏi, khiêm nhường với bạn cùng nhóm, cùng lớp;
- Phát triển niềm say mê nghề nghiệp, tinh thần không ngừng học hỏi, tìm tòi, sáng tạo trong marketing.

5. Chuẩn đầu ra của học phần:

STT	Mã CDR	Nội dung chuẩn đầu ra	CDR của CTĐT
<i>Về kiến thức</i>			
1	CDR1	Hiểu được khái niệm marketing trên Internet, các nguyên tắc và quy trình marketing trên Internet trong doanh nghiệp	- QTKD: (5) - HTTTQL: (7)
2	CDR2	Nắm được nội dung về môi trường marketing, hệ thống thông tin marketing, hành vi người tiêu dùng và chiến lược thị trường mục tiêu trong doanh nghiệp	- QTKD: (5) - HTTTQL: (6)
3	CDR3	Nắm được nội dung về việc sử dụng các công cụ của marketing trên Internet cũng như việc vận dụng vào việc thực hiện chiến lược marketing trên Internet	- QTKD: (8) - HTTTQL: (8)
<i>Về kỹ năng</i>			

4	CĐR4	Phân tích ở mức độ cơ bản các hoạt động marketing và có thể đưa ra các đề xuất phù hợp cho hoạt động marketing của doanh nghiệp	- QTKD: (9) - HTTTQL: (9)
5	CĐR5	Tổ chức công việc và làm việc nhóm để tiến hành phân tích hoạt động marketing mix trong doanh nghiệp. Phát triển được kỹ năng làm việc độc lập, làm việc nhóm, tư duy sáng tạo	- QTKD: (13) - HTTTQL: (17)
6	CĐR6	Thuyết trình cách giải quyết các vấn đề marketing phát sinh trong doanh nghiệp	- QTKD: (15) - HTTTQL: (16,18)
Năng lực tự chủ và trách nhiệm (thái độ)			
7	CĐR7	Nhận thức được trách nhiệm và đạo đức nghề nghiệp của doanh nghiệp trên thị trường	- QTKD: (20) - HTTTQL: (23)
8	CĐR8	Phát triển thái độ tích cực và trách nhiệm trong quá trình làm việc nhóm	- QTKD: (21) - HTTTQL: (22,24)

6. Phương pháp và phương tiện giảng dạy:

6.1. Phương pháp giảng dạy:

Thuyết trình, phát vấn, đối thoại, thảo luận nhóm.

6.2. Phương tiện giảng dạy:

Máy chiếu, máy tính, phấn, bảng, internet. . .

7. Thang điểm đánh giá:

Giảng viên đánh giá theo thang điểm 10, Phòng Quản lý đào tạo sẽ quy đổi sang thang điểm chữ và thang điểm 4 để phục vụ cho việc xếp loại trung bình học kỳ, trung bình tích lũy và xét học vụ.

8. Phương pháp và nội dung đánh giá

(Theo Quy chế đào tạo hệ chính quy theo hệ thống tín chỉ ban hành kèm theo Quyết định số 212/QĐ-ĐHTCQTKD ngày 14/5/2018 của Hiệu trưởng Trường Đại học Tài chính-Quản trị kinh doanh).

Loại hình	Nội dung đánh giá	Mô tả cách thực hiện	CĐR	Trọng số
Điểm chuyên cần	Nhận thức, thái độ tham gia lớp học	- Sinh viên đi học đầy đủ: Từ 9 đến 10 điểm - Sinh viên vắng từ 20% trở xuống: Từ 5 đến 8 điểm - Sinh viên vắng trên 20%: không được thi, không chấm điểm Giảng viên kết hợp với thái độ học tập	CĐR 20, CĐR 21	10%

			của sinh viên để cho theo khung ở trên		
Đánh giá quá trình	(1)	Bài kiểm tra thường xuyên	Sinh viên thực hiện bài kiểm tra thường xuyên (thời lượng 50 phút) vào tuần thứ 8	1,2,3,4,5	20%
	(2)	Bài kiểm tra giữa kỳ	Sinh viên thực hiện bài kiểm tra giữa kỳ (thời lượng 50 phút) vào tuần thứ 13	1,2,3,4,5,6,7	
Điểm thi cuối kỳ		Thi cuối kỳ	Sinh viên thực hiện bài thi tự luận (thời lượng 90 phút) vào cuối kỳ	1,2,3,4,5,6,7,8,9	70%
				Tổng	100%

9. Tài liệu học tập và tham khảo:

9.1. Tài liệu học tập bắt buộc:

- Đề cương bài giảng Marketing trên Internet – ThS. Đỗ Minh Ngọc

9.2. Tài liệu tham khảo:

- Giáo trình Quản trị marketing – PGS.TS. Trương Đình Chiến - ĐH Kinh tế quốc dân Hà Nội

10. Thông tin giảng viên giảng dạy:

10.1. Giảng viên 1:

- Họ tên: Lê Nguyên Tùng
- Chức danh, học hàm, học vị: Cử nhân
- Số điện thoại: 0989350898 Email: nguyentungtiens@gmail.com

10.2. Giảng viên 2:

- Họ tên: Đỗ Minh Ngọc
- Chức danh, học hàm, học vị: Thạc sỹ
- Số điện thoại: 0902287369 Email: dmngoockc2@gmail.com

11. Nội dung và phân bổ thời gian:

Nội dung	Phân bổ thời gian				Tổng cộng
	Lý thuyết	Kiểm tra	Bài tập, thảo luận	Tự học, tự nghiên cứu	
Chương 1: Tổng quan về internet marketing	03			06	09
Chương 2: Thiết kế và phát triển website	02		01	06	09
Chương 3: Viết bài và quan hệ công chúng trực tuyến	01		01	06	08
Chương 4: Marketing bằng thư điện tử (email marketing)	02		01	06	09

Chương 5: Quảng cáo trực tuyến (online advertising)	04		02	12	18
Chương 6: Tối ưu hóa công cụ tìm kiếm (search engine optimisation)	02	01	01	08	12
Chương 7: Truyền thông xã hội và marketing lan truyền	02		01	06	09
Chương 8: Marketing trên thiết bị di động (mobile marketing)	02	01	01	06	10
Chương 9: Chiến lược internet marketing	02			04	06
Tổng cộng	20	02	08	60	90

12. Lịch trình tổ chức dạy học cụ thể:

Chương 1: Tổng quan về internet marketing

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết	Nội dung chính	Tài liệu học tập, tham khảo	Chuẩn đầu ra (HP)
Lý thuyết/ Thực hành	3	1. Internet marketing là gì 2. Lịch sử hình thành của internet marketing 3. Ứng dụng phổ biến của internet trong kinh doanh và mức độ kinh doanh trên internet	- Đề cương bài giảng Marketing trên Internet – ThS. Đỗ Minh Ngọc - Giáo trình Quản trị marketing – PGS.TS. Trương Đình Chiến - ĐH Kinh tế quốc dân Hà Nội	CĐR1, CĐR2
Tự học, tự nghiên cứu	6	4. Internet marketing ngày nay 4.1. Xu hướng toàn cầu 4.2. Internet marketing ở Việt Nam 4.3. Tại sao cần hoạt động trên môi trường internet 5. Tương lai của internet marketing 5.1. Sự phát triển của công nghệ và khả năng tích hợp 5.2. Xu hướng tương lai 5.2.1. Khách hàng chủ động 5.2.2. Môi trường kinh doanh luôn biến động 5.2.3. Sự chuyển dịch sang thế hệ web 4.0 6. Marketing trong không gian đa chiều 6.1. Các chiến thuật tương đương	- Đề cương bài giảng Marketing trên Internet – ThS. Đỗ Minh Ngọc - Giáo trình Quản trị marketing – PGS.TS. Trương Đình Chiến - ĐH Kinh tế quốc dân Hà Nội	CĐR5, CĐR7, CĐR8

		với marketing truyền thông 6.2. Liên kết các chiến thuật	
--	--	---	--

Chương 2: Thiết kế và phát triển website

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết	Nội dung chính	Tài liệu học tập, tham khảo	Chuẩn đầu ra (HP)
Lý thuyết/ Thực hành	2	1. Vai trò của website đối với internet marketing 2. Các bộ phận cấu thành của website 2.1. Phác thảo thiết kế 2.2. Thiết kế kỹ thuật 3. Thiết kế website 3.1. Lập kế hoạch 3.2. Thiết kế các yếu tố trực quan 3.3. Các nguyên tắc cần đảm bảo khi thiết kế website 3.4. Một số ví dụ về thiết kế website 3.5. Thiết kế nội dung của website 3.6. Giao diện và trải nghiệm của người dùng 3.7. Các vấn đề pháp lý và đạo đức 3.8. Các ứng dụng hiện có sử dụng cho thiết kế website	- Đề cương bài giảng Marketing trên Internet – ThS. Đỗ Minh Ngọc - Giáo trình Quản trị marketing – PGS.TS. Trương Đình Chiến - ĐH Kinh tế quốc dân Hà Nội	CDR2, CDR3
Bài tập/Thảo luận	1	Thảo luận: Đánh giá một số website trên mạng	Internet	CDR5, CDR7, CDR8
Tự học, tự nghiên cứu	6	4. Phát triển website 4.1. Tự thực hiện hoặc thuê ngoài 4.2. Đồng hành cùng nhà phát triển website 4.3. Lưu trữ (hosting) và tên miền 4.3.1. Lưu trữ 4.3.2. Tên miền	- Đề cương bài giảng Marketing trên Internet – ThS. Đỗ Minh Ngọc - Giáo trình Quản trị marketing – PGS.TS. Trương Đình Chiến - ĐH Kinh tế quốc dân Hà Nội	CDR5, CDR7, CDR8

Chương 3: Viết bài và quan hệ công chúng trực tuyến

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết	Nội dung chính	Tài liệu học tập, tham khảo	Chuẩn đầu ra (HP)
Lý thuyết/	1	1. Bài viết trực tuyến 1.1. Khái niệm	- Đề cương bài giảng Marketing trên Internet –	CDR2, CDR3,

Thực hành		<p>1.2. Phân loại</p> <p>2. Viết bài trực tuyến</p> <p>2.1. Nguyên tắc viết bài</p> <p>2.2. Kỹ thuật, phong cách viết bài</p> <p>2.2.1. Tối ưu hóa công cụ tìm kiếm (Search engine optimisation – SEO)</p> <p>2.2.2. Xác định phong cách viết bài</p> <p>2.3. Viết bài cho website</p> <p>2.4. Viết tin tức dạng thư điện tử (email newsletter)</p> <p>2.5. Viết bài cho nhật ký điện tử (blog)</p> <p>3. Quan hệ công chúng trực tuyến (internet PR)</p> <p>3.1. Các bước của chiến dịch quan hệ công chúng trực tuyến</p> <p>3.2. Nội dung của quan hệ công chúng trực tuyến</p> <p>3.2.1. Thu hút khán giả</p> <p>3.2.2. Xác định các công cụ truyền tin trực tuyến</p>	ThS. Đỗ Minh Ngọc - Giáo trình Quản trị marketing – PGS.TS. Trương Đình Chiến - ĐH Kinh tế quốc dân Hà Nội	CĐR4, CĐR5, CĐR6
Bài tập/Thảo luận	1	Thảo luận: Lấy ý tưởng viết bài quảng cáo trên facebook tại lớp	Internet	CĐR5, CĐR7, CĐR8
Tự học, tự nghiên cứu	6	<p>4. Quản lý thương hiệu trực tuyến</p> <p>4.1. Hoạt động giám sát</p> <p>4.2. Các công cụ quản lý thương hiệu trực tuyến</p> <p>4.2.1. Google Alerts</p> <p>4.2.2. Các công cụ của truyền thông xã hội</p> <p>4.2.3. Các công cụ thuê ngoài</p> <p>4.2. Hoạt động quản lý</p> <p>4.3. Quản lý khủng hoảng, sự cố</p>	- Đề cương bài giảng Marketing trên Internet – ThS. Đỗ Minh Ngọc - Giáo trình Quản trị marketing – PGS.TS. Trương Đình Chiến - ĐH Kinh tế quốc dân Hà Nội	CĐR5, CĐR7, CĐR8

Chương 4: Marketing bằng thư điện tử (email marketing)

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết	Nội dung chính	Tài liệu học tập, tham khảo	Chuẩn đầu ra (HP)
Lý thuyết/ Thực hành	2	<p>1. Khái niệm thư điện tử (email marketing)</p> <p>2. Lý do sử dụng thư điện tử như một công cụ marketing</p>	<p>- Đề cương bài giảng Marketing trên Internet – ThS. Đỗ Minh Ngọc</p> <p>- Giáo trình Quản trị marketing – PGS.TS. Trương Đình Chiến - ĐH Kinh tế quốc dân Hà Nội</p>	CĐR2, CĐR3, CĐR4, CĐR5, CĐR6

Bài tập/Thảo luận	1	Thảo luận: Trình bày bài tập nhóm	Internet	CĐR5, CĐR7, CĐR8
Tự học, tự nghiên cứu	6	<p>3. Chiến dịch thư điện tử</p> <p>3.1. Lập kế hoạch</p> <p>3.2. Xây dựng cơ sở dữ liệu</p> <p>3.3. Thiết kế hình thức</p> <p>3.4. Xây dựng nội dung</p> <p>3.5. Gửi thư điện tử</p> <p>3.6. Theo dõi và đo lường hiệu quả</p> <p>3.7. Một số mẹo để thành công trong chiến dịch gửi thư điện tử</p> <p>3.8. Nhược điểm của marketing sử dụng thư điện tử</p>	<p>- Đề cương bài giảng Marketing trên Internet – ThS. Đỗ Minh Ngọc</p> <p>- Giáo trình Quản trị marketing – PGS.TS. Trương Đình Chiến - ĐH Kinh tế quốc dân Hà Nội</p>	CĐR5, CĐR7, CĐR8

Chương 5: Quảng cáo trực tuyến (online advertising)

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết	Nội dung chính	Tài liệu học tập, tham khảo	Chuẩn đầu ra (HP)
Lý thuyết/Thực hành	4	<p>1. Sự chuyển dịch từ công cụ quảng cáo truyền thống sang trực tuyến</p> <p>2. Quảng cáo trực tuyến miễn phí và trả tiền</p> <p>2.1. Quảng cáo miễn phí</p> <p>2.1.1. Phân phối nội dung</p> <p>2.1.2. Lập đường dẫn thông qua các trang tìm kiếm</p> <p>2.1.3. Thiết lập mạng lưới liên kết</p>	<p>- Đề cương bài giảng Marketing trên Internet – ThS. Đỗ Minh Ngọc</p> <p>- Giáo trình Quản trị marketing – PGS.TS. Trương Đình Chiến - ĐH Kinh tế quốc dân Hà Nội</p>	CĐR2, CĐR3, CĐR4, CĐR5, CĐR6
Bài tập/Thảo luận	2	Thảo luận: Giới thiệu cách chạy quảng cáo trên facebook	Internet	CĐR5, CĐR7, CĐR8
Tự học, tự nghiên cứu	12	<p>2.2. Quảng cáo trả tiền</p> <p>2.2.1. Chi phí trên số lần kích chuột (PPC)</p> <p>2.2.2. Các bước của chiến dịch PPC</p> <p>2.2.3. Các loại quảng cáo trả tiền chủ</p>	<p>- Đề cương bài giảng Marketing trên Internet – ThS. Đỗ Minh Ngọc</p> <p>- Giáo trình Quản trị marketing – PGS.TS. Trương Đình Chiến - ĐH Kinh tế</p>	CĐR5, CĐR7, CĐR8

	yếu	quốc dân Hà Nội	
	2.2.4. Một số vấn đề đạo đức trong quảng cáo trực tuyến		

Chương 6: Tối ưu hóa công cụ tìm kiếm (search engine optimisation)

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết	Nội dung chính	Tài liệu học tập, tham khảo	Chuẩn đầu ra (HP)
Lý thuyết/ Thực hành	2	1. Khái niệm 2. Quá trình phát triển của SEO 3. Lợi ích của SEO 4. Tìm kiếm từ khóa 5. Tối ưu hóa trang web 5.1. Tiêu đề của trang 5.2. Thẻ mô tả trang 5.3. Cấu trúc địa chỉ trang web 5.4. Điều hướng website 5.5. Nội dung bài viết trên trang	- Đề cương bài giảng Marketing trên Internet – ThS. Đỗ Minh Ngọc - Giáo trình Quản trị marketing – PGS.TS. Trương Đình Chiên - ĐH Kinh tế quốc dân Hà Nội	CĐR2, CĐR3, CĐR4, CĐR5, CĐR6
Kiểm tra giữa kỳ	1	Lí thuyết		CĐR5, CĐR7, CĐR8
Bài tập/Thảo luận	1	Thảo luận: Thảo luận: Lựa chọn từ khóa để quảng cáo google adsword	Internet	CĐR5, CĐR7, CĐR8
Tự học, tự nghiên cứu	8	6. Tối ưu hóa các trang liên quan 7. Một số công cụ và cách áp dụng	- Đề cương bài giảng Marketing trên Internet – ThS. Đỗ Minh Ngọc - Giáo trình Quản trị marketing – PGS.TS. Trương Đình Chiên - ĐH Kinh tế quốc dân Hà Nội	CĐR5, CĐR7, CĐR8

Chương 7: Truyền thông xã hội và marketing lan truyền

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết	Nội dung chính	Tài liệu học tập, tham khảo	Chuẩn đầu ra (HP)
Lý thuyết/ Thực hành	2	1. Truyền thông xã hội 1.1. Lịch sử ra đời của mạng xã hội 1.2. Vai trò của mạng xã hội với	- Đề cương bài giảng Marketing trên Internet – ThS. Đỗ Minh Ngọc - Giáo trình Quản trị	CĐR2, CĐR3, CĐR4, CĐR5,

		<p>người sử dụng</p> <p>1.3. Sử dụng mạng xã hội như một công cụ marketing</p> <p>2. Các loại truyền thông xã hội</p> <p>2.1. Mạng xã hội (Social networks)</p> <p>2.2. Diễn đàn (Forums)</p> <p>2.3. Nhật ký điện tử (Blogs)</p> <p>2.4. Trang tổng hợp tin tức (Aggregators)</p> <p>3. Chiến dịch truyền thông xã hội</p> <p>3.1. Mục tiêu</p> <p>3.2. Xác định đối tượng</p> <p>3.3. Xác định nguồn lực</p> <p>3.4. Lợi ích và rủi ro</p>	<p>marketing – PGS.TS. Trương Đình Chiến - ĐH Kinh tế quốc dân Hà Nội</p>	<p>CĐR6</p>
<p>Bài tập/Thảo luận</p>	<p>1</p>	<p>Thảo luận: Tìm hiểu về virul marketing</p>	<p>Internet</p>	<p>CĐR5, CĐR7, CĐR8</p>
<p>Tự học, tự nghiên cứu</p>	<p>6</p>	<p>4. Sử dụng truyền thông xã hội</p> <p>4.1. Vai trò của truyền thông xã hội</p> <p>4.2. Xây dựng một cộng đồng</p> <p>4.3. Duy trì cộng đồng</p> <p>5. Marketing lan truyền</p> <p>5.1. Marketing lan truyền tự nhiên và kiểm soát</p> <p>5.2. Tạo dựng chiến dịch lan truyền</p> <p>5.3 Lợi ích và rủi ro của chiến dịch lan truyền</p>	<p>- Đề cương bài giảng Marketing trên Internet – ThS. Đỗ Minh Ngọc</p> <p>- Giáo trình Quản trị marketing – PGS.TS. Trương Đình Chiến - ĐH Kinh tế quốc dân Hà Nội</p>	<p>CĐR5, CĐR7, CĐR8</p>

Chương 8: Marketing trên thiết bị di động (mobile marketing)

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết	Nội dung chính	Tài liệu học tập, tham khảo	Chuẩn đầu ra (HP)
<p>Lý thuyết/Thực hành</p>	<p>2</p>	<p>1. Lịch sử của marketing trên thiết bị di động</p> <p>2. Lợi ích của marketing trên thiết bị di động</p> <p>3. Các kỹ thuật marketing trên thiết bị di động</p> <p>3.1. Dịch vụ nhắn tin</p> <p>3.2. Trình duyệt web trên thiết bị di động</p> <p>3.2.1. Trang tùy chỉnh</p>	<p>- Đề cương bài giảng Marketing trên Internet – ThS. Đỗ Minh Ngọc</p> <p>- Giáo trình Quản trị marketing – PGS.TS. Trương Đình Chiến - ĐH Kinh tế quốc dân Hà Nội</p>	<p>CĐR2, CĐR3, CĐR4, CĐR5, CĐR6</p>

		3.2.2. Trang tìm kiếm		
Kiểm tra thường xuyên	1	Lí thuyết		CĐR5, CĐR7, CĐR8
Bài tập/Thảo luận	1	Thảo luận: Tìm hiểu về virul marketing	Internet	CĐR5, CĐR7, CĐR8
Tự học, tự nghiên cứu	6	4. Một số lỗi cần tránh khi áp dụng marketing trên thiết bị di động	- Đề cương bài giảng Marketing trên Internet – ThS. Đỗ Minh Ngọc - Giáo trình Quản trị marketing – PGS.TS. Trương Đình Chiến - ĐH Kinh tế quốc dân Hà Nội	CĐR5, CĐR7, CĐR8

Chương 9: Chiến lược internet marketing

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết	Nội dung chính	Tài liệu học tập, tham khảo	Chuẩn đầu ra (HP)
Lý thuyết/ Thực hành	2	1. Khái quát về chiến lược internet marketing	- Đề cương bài giảng Marketing trên Internet – ThS. Đỗ Minh Ngọc - Giáo trình Quản trị marketing – PGS.TS. Trương Đình Chiến - ĐH Kinh tế quốc dân Hà Nội	CĐR2, CĐR3, CĐR4, CĐR5, CĐR6
Tự học, tự nghiên cứu	4	2. Các bước tạo chiến lược internet marketing 2.1. Lập kế hoạch 2.2. Thiết lập các công cụ cơ bản 2.3. Theo dõi và phân tích 2.4. Mở rộng chiến lược	- Đề cương bài giảng Marketing trên Internet – ThS. Đỗ Minh Ngọc - Giáo trình Quản trị marketing – PGS.TS. Trương Đình Chiến - ĐH Kinh tế quốc dân Hà Nội	CĐR5, CĐR7, CĐR8

TRƯỞNG KHOA

TRƯỞNG BỘ MÔN

GIẢNG VIÊN BIÊN SOẠN

LÊ MINH HẠNH

ĐỖ MINH NGỌC