

ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

1. Khoa phụ trách: Quản trị kinh doanh

2. Giảng viên

TT	Họ và tên	Năm sinh	Học hàm, học vị	Chuyên môn	Giảng chính, kiêm chức	Điện thoại, email
1	Đỗ Minh Ngọc	1981	Thạc sỹ	Quản trị kinh doanh	Kiểm chức	ĐT: 0902287369 Email: dmngockc2@gmail.com
2	Lê Nguyên Tùng	1976	Cử nhân	Quản trị kinh doanh	Giảng chính	ĐT: 0989350898 Email: nguyentungtiens@gmail.com

3. Thông tin về học phần

- Tên học phần: MARKETING TRÊN INTERNET
- Số tín chỉ: 02
- Điều kiện tiên quyết: Quản trị marketing

4. Đối tượng áp dụng

- Ngành đào tạo: Học phần bắt buộc đối với ngành Quản trị kinh doanh; Hệ thống thông tin quản lý
- Trình độ: Đại học
- Hệ đào tạo: Chính quy

5. Mục tiêu của học phần:

5.1. 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.

5.2. 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.

5.3. 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.

6. Tóm tắt nội dung 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 Optimzation), 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.

7. Phương pháp và phương tiện giảng dạy

7.1. Phương pháp giảng dạy

- Diễn giải, phân tích, phát vấn - đối thoại;
- Đặt vấn đề - giải quyết vấn đề;

- Thảo luận nhóm tại lớp.

7.2. Phương tiện giảng dạy

- Phấn, bảng, máy tính, máy chiếu, kịch bản giảng dạy;
- Đề cương bài giảng được xây dựng phù hợp nhu cầu đào tạo của nhà trường.

8. Thang điểm đánh giá: thang điểm 10 (từ 0 đến 10), làm tròn đến một chữ số thập phân.

9. Phương pháp và nội dung đánh giá:

9.1. Điểm chuyên cần (10%):

Được chấm theo thang điểm 10, dựa trên các tiêu chí sau: Thời gian dự học trên lớp, ý thức học tập trên lớp, mức độ hoàn thành các câu hỏi, bài tập giao về nhà và nội dung tự học ở nhà...

9.2. Kiểm tra đánh giá thường xuyên (10%)

- Bài kiểm tra được thực hiện dưới hình thức kiểm tra viết hoặc bài tập nhóm.
- Thời gian kiểm tra: Sau khi kết thúc chương 8

9.3. Kiểm tra đánh giá giữa học phần (10%)

- Bài kiểm tra được thực hiện dưới hình thức kiểm tra viết
- Thời gian kiểm tra: Sau khi kết thúc chương 6

9.4. Thi kết thúc học phần (70%)

- Thi kết thúc học phần do nhà trường tổ chức vào cuối kỳ học
- Thi theo hình thức tự luận

10. Tài liệu học tập và tham khảo

10.1. Tài liệu bắt buộc

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

10.2. Tài liệu bổ trợ

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

11. Nội dung chi tiết học phần

CHƯƠNG 1. TỔNG QUAN VỀ MARKETING TRÊN INTERNET

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
4. Internet marketing ngày nay
 - 4.1. Xu hướng trên toàn cầu

- 4.2. Tại sao doanh nghiệp cần phải hoạt động trực tuyến
- 4.3. Tại sao doanh nghiệp cần không ngừng tự học hỏi
- 5. Các kỹ thuật marketing trực tuyến
 - 5.1. Các kỹ thuật trực tuyến tương ứng với truyền thống
 - 5.2. Liên kết các chiến thuật
 - 5.3. Sự cần thiết của việc lập kế hoạch

CHƯƠNG 2. THIẾT KẾ VÀ PHÁT TRIỂN WEBSITE

- 1. Lý do khiến website trở thành trung tâm của chiến lược internet marketing
- 2. Xác định thị trường mục tiêu
- 3. Xác định các thông số kỹ thuật
 - 3.1. Bản mô tả thiết kế
 - 3.2. Bảng thông số kỹ thuật
- 4. Thiết kế website
 - 4.1. Lập kế hoạch
 - 4.2. Các khía cạnh trực quan của website
 - 4.3. Nội dung của trang web
 - 4.4. Giao diện và trải nghiệm người dùng
 - 4.5. Các cân nhắc pháp luật và đạo đức
 - 4.6. Ứng dụng
- 5. Phát triển web
 - 5.1. Thuê ngoài hoặc thuê người
 - 5.2. Giao tiếp với nhà phát triển web
 - 5.3. Lưu trữ và lựa chọn tên miền
- 6. Phát triển Website từng bước

CHƯƠNG 3. VIẾT BÀI VÀ QUAN HỆ CÔNG CHÚNG TRỰC TUYẾN

- 1. Viết quảng cáo trực tuyến
 - 1.1. Khái niệm
 - 1.2. Nơi xuất hiện quảng cáo trực tuyến
- 2. Viết bài cho web
 - 2.1. Các nguyên tắc chung để viết tốt
 - 2.2. Các kỹ thuật viết cho web
 - 2.3. Viết bài để tối ưu hóa công cụ tìm kiếm (SEO)

- 2.4. Nội dung bài viết cho trang web
- 3. Viết bài cho bản tin email (newsletter)
- 4. Viết bài cho blog
- 5. Summary
- 6. Web PR
 - 6.1. Sự khác biệt giữa PR truyền thống và web PR
 - 6.2. Các bước của một chiến dịch PR
- 7. Các khía cạnh quan trọng của PR web
 - 7.1. Tham gia với khán giả
 - 7.2. Kênh phân phối trực tuyến
- 8. Quản lý danh tiếng trực tuyến
 - 8.1. Giám sát
 - 8.2. Công cụ ORM
 - 8.3. Quản lý
 - 8.4. Quản lý khủng hoảng

CHƯƠNG 4. EMAIL MARKETING

- 1. Khái niệm
- 2. Lý do nên sử dụng email marketing
- 3. Sự khác biệt giữa email marketing và spam
- 4. Quy trình thực hiện chiến dịch email marketing
 - 4.1. Xây dựng danh sách email
 - 4.2. Thiết kế email
 - 4.3. Gửi và đánh giá kết quả
 - 4.4. Các loại thông điệp email marketing
 - 4.5. Lập kế hoạch email marketing
 - 4.6. Định dạng dữ liệu
- 5. Thiết kế email
 - 5.1. Thiết kế hình thức
 - 5.2. Thiết kế nội dung
 - 5.3. Các nguyên tắc trong thiết kế email
 - 5.4. Gửi email
 - 5.5. Thời điểm thích hợp để gửi email

5.6. Tần suất gửi email

6. Đánh giá kết quả

6.1. Thống kê từ phần mềm email marketing

6.2. Tính lợi nhuận trên vốn đầu tư

CHƯƠNG 5: QUẢNG CÁO TRỰC TUYẾN (ONLINE ADVERTISING)

1. Sự thay đổi từ phương tiện truyền thông cũ sang mới

2. Quảng cáo trực tuyến miễn phí và trả tiền

3. Nên chọn hình thức quảng cáo nào?

3.1. Quảng cáo miễn phí

3.2. Quảng cáo trả tiền

CHƯƠNG 6: TỐI ƯU HÓA CÔNG CỤ TÌM KIẾM

1. Tổng quan về SEO

1.1. SEO là gì

1.2. Lợi ích của SEO

1.3. Tìm hiểu về Google

1.4. SEM và PPC là gì

1.5. Quy trình SEO một trang web

1.6. Chuẩn bị gì trước khi học SEO

2. Lập danh sách từ khóa

2.1. Nghiên cứu và lựa chọn từ khóa

2.2. Thiết kế URL bài viết

3. Tối ưu hóa bên trong trang web

3.1. Title

3.2. META Description

3.3. Heading (H1, H2, H3)

3.4. Hình ảnh (IMG)

3.5. Mật độ từ khóa

4. Các yếu tố trên website

4.1. Tên miền và Hosting

4.2. Ngôn ngữ trang web

4.3. File robots.txt

4.4. Sitemap là gì?

4.5. Trang 404

4.6. Redirect 301

4.7. Canonical

4.8. Kiểm tra lỗi HTML

5. Xây dựng liên kết

5.1. Backlink là gì?

5.2. Các loại backlink

5.3. Pagerank là gì?

5.4. Nofollow là gì ?

6. Một số kỹ thuật Black-Hat SEO

7. Kiểm tra thứ hạng trang web

8. Tóm tắt SEO nội dung từ khóa

CHƯƠNG 7. PHƯƠNG TIỆN TRUYỀN THÔNG XÃ HỘI VÀ MARKETING LAN TRUYỀN

1. Phương tiện truyền thông xã hội (social media)

2. Các loại phương tiện truyền thông xã hội

2.1. Các mạng xã hội

2.2. Diễn đàn

2.3. Blog

3. Mạng xã hội là gì?

3.1. Lịch sử ngắn về mạng xã hội

3.2. Tại sao mọi người sử dụng mạng xã hội

3.3. Tại sao mạng xã hội được sử dụng như một công cụ tiếp thị?

4. Chiến lược truyền thông xã hội

4.1. Mục tiêu của doanh nghiệp là gì?

4.2. Điều gì là thích hợp cho doanh nghiệp

4.3. Tài nguyên nào có sẵn

4.4. Lợi ích và rủi ro

5. Giao tiếp trên phương tiện truyền thông xã hội

5.1. Quy tắc giao tiếp trên phương tiện truyền thông xã hội

5.2. Xây dựng cộng đồng

5.3. Duy trì cộng đồng

5.4. Các bước xây dựng cộng đồng

6. Tiếp thị lan truyền

6.1. Tiếp thị lan truyền hữu cơ so với kiểm soát

6.2. Tạo chiến dịch virut

CHƯƠNG 8. MARKETING TRÊN THIẾT BỊ DI ĐỘNG (MOBILE MARKETING)

1. Lịch sử của marketing trên thiết bị di động

1.1. Công nghệ 1G

1.2. Công nghệ 2G

1.3. Công nghệ 3G

1.4. Công nghệ 4G

2. Lợi ích của marketing trên thiết bị di động

3. Các kỹ thuật marketing trên thiết bị di động

3.1. Dịch vụ nhắn tin (SMS- short message service)

3.2. Trình duyệt web trên thiết bị di động

3.3. Phiếu giảm giá (coupons), chứng từ (vouchers) và mã vạch

3.4. Thanh toán di động và dịch vụ tài chính (Mobile payment and financial services)

4. Năm sai lầm cần tránh trong tiếp thị trên thiết bị di động

CHƯƠNG 9. CHIẾN LƯỢC INTERNET MARKETING

1. Khái quát về chiến lược internet marketing

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

12. Phân bổ thời gian

Nội dung	Phân bổ thời gian				Tổng cộng	Thời gian học
	Lý thuyết	Bài tập	Thảo luận	Tự học, tự nghiên cứu		
CHƯƠNG 1. TỔNG QUAN VỀ INTERNET MARKETING	02			04	06	Tuần 1
CHƯƠNG 2: THIẾT KẾ VÀ PHÁT TRIỂN WEBSITE	03		01	08	12	Tuần 2, 3
CHƯƠNG 3: VIẾT BÀI VÀ QUAN HỆ CÔNG CHÚNG TRỰC TUYẾN	03		01	08	12	Tuần 4, 5

CHƯƠNG 4: MARKETING BẰNG THƯ ĐIỆN TỬ (EMAIL MARKETING)	04		02	12	18	Tuần 6, 7, 8
CHƯƠNG 5: QUẢNG CÁO TRỰC TUYẾN (ONLINE ADVERTISING)	01		01	04	06	Tuần 9
CHƯƠNG 6: TỐI ƯU HÓA CÔNG CỤ TÌM KIẾM (SEARCH ENGINE OPTIMISATION)	02		01	06	09	Tuần 10, 11
<i>Kiểm tra giữa kỳ</i>	01			02	03	
CHƯƠNG 7: TRUYỀN THÔNG XÃ HỘI VÀ MARKETING LAN TRUYỀN	02		02	08	12	Tuần 12, 13
CHƯƠNG 8: MARKETING TRÊN THIẾT BỊ DI ĐỘNG (MOBILE MARKETING)	01			02	03	Tuần 14
<i>Kiểm tra thường xuyên</i>	01			02	03	
CHƯƠNG 9: CHIẾN LƯỢC INTERNET MARKETING	02			04	06	Tuần 15
Tổng cộng	22		08	60	90	

13. Lịch học cụ thể

Bài 1 (tiết 1-2)

CHƯƠNG 1. TỔNG QUAN VỀ INTERNET MARKETING

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết tín chỉ	Nội dung chính	Tài liệu học tập, tham khảo	Ghi chú
Lý thuyết	2	- Internet marketing là gì - Lịch sử hình thành của internet marketing - Ứng dụng phổ biến của internet trong kinh doanh và mức độ kinh doanh trên internet	- <i>Tài liệu bắt buộc:</i> từ trang 7 đến 14	Trên lớp
Tự nghiên cứu	4	- Internet marketing ngày nay - Tương lai của internet marketing - Marketing trong không gian đa chiều	- <i>Tài liệu bắt buộc:</i> từ trang 14 đến 19	Sinh viên tự bố trí thời gian và địa điểm

Bài 2 (tiết 3-4)

CHƯƠNG 2. THIẾT KẾ VÀ PHÁT TRIỂN WEBSITE

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết tín chỉ	Nội dung chính	Tài liệu học tập, tham khảo	Ghi chú
---------------------------	-----------------	----------------	-----------------------------	---------

Lý thuyết	2	- Lý do khiến website trở thành trung tâm của chiến lược internet marketing - Xác định thị trường mục tiêu - Xác định các thông số kỹ thuật	- Tài liệu bắt buộc: từ trang 20 đến 23	Trên lớp
Tự nghiên cứu	4	- Phát triển website	- Tài liệu bắt buộc: từ trang 36 đến 38	Sinh viên tự bố trí thời gian và địa điểm

Bài 3 (tiết 5-6)

CHƯƠNG 2. THIẾT KẾ VÀ PHÁT TRIỂN WEBSITE

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết tín chỉ	Nội dung chính	Tài liệu học tập, tham khảo	Ghi chú
Lý thuyết	1	- Thiết kế website	- Tài liệu bắt buộc: từ trang 23 đến 36	Trên lớp
Thảo luận	1	Đánh giá một số website trên mạng	<i>Mạng Internet</i>	
Tự nghiên cứu	4	- Phát triển website	- Tài liệu bắt buộc: từ trang 38 đến 40	Sinh viên tự bố trí thời gian và địa điểm

Bài 4 (tiết 7-8)

CHƯƠNG 3. VIẾT BÀI VÀ QUAN HỆ CÔNG CHÚNG TRỰC TUYẾN

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết tín chỉ	Nội dung chính	Tài liệu học tập, tham khảo	Ghi chú
Lý thuyết	2	- Viết quảng cáo trực tuyến - Viết bài cho web - Viết bài cho bản tin email (newsletter) - Viết bài cho blog	- Tài liệu bắt buộc: từ trang 41 đến 50	Trên lớp
Tự nghiên cứu	4	- Quản lý thương hiệu trực tuyến	- Tài liệu bắt buộc: từ trang 56 đến 58	Sinh viên tự bố trí thời gian và địa điểm

Bài 5 (tiết 9-10)

CHƯƠNG 3. VIẾT BÀI VÀ QUAN HỆ CÔNG CHÚNG TRỰC TUYẾN

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết tín chỉ	Nội dung chính	Tài liệu học tập, tham khảo	Ghi chú

Lý thuyết	1	- Quan hệ công chúng trực tuyến (internet PR) - Các khía cạnh quan trọng của PR web	- <i>Tài liệu bắt buộc:</i> từ trang 51 đến 56	Trên lớp
Thảo luận	1	Lấy ý tưởng viết bài quảng cáo trên facebook tại lớp		Trên lớp
Tự nghiên cứu	4	- Quản lý thương hiệu trực tuyến	- <i>Tài liệu bắt buộc:</i> từ trang 58 đến 61	Sinh viên tự bố trí thời gian và địa điểm

Bài 6 (tiết 11-12)

CHƯƠNG 4. MARKETING BẰNG THƯ ĐIỆN TỬ (EMAIL MARKETING)

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết tín chỉ	Nội dung chính	Tài liệu học tập, tham khảo	Ghi chú
Lý thuyết	2	- Khái niệm thư điện tử (email marketing) - Lý do sử dụng thư điện tử như một công cụ marketing - Sự khác biệt giữa email marketing và spam - Quy trình thực hiện chiến dịch email marketing	- <i>Tài liệu bắt buộc:</i> từ trang 62 đến 73	Trên lớp
Tự nghiên cứu	4	- Một số mẹo để thành công trong chiến dịch gửi thư điện tử	- <i>Tài liệu bắt buộc:</i> từ trang 82 đến 88	Sinh viên tự bố trí thời gian và địa điểm

Bài 7 (tiết 13-14)

CHƯƠNG 4. MARKETING BẰNG THƯ ĐIỆN TỬ (EMAIL MARKETING)

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết tín chỉ	Nội dung chính	Tài liệu học tập, tham khảo	Ghi chú
Lý thuyết	1	- Lập kế hoạch chiến lược thư điện tử - Định dạng dữ liệu	- <i>Tài liệu bắt buộc:</i> từ trang 73 đến 80	Trên lớp
Thảo luận	1	Trình bày bài tập nhóm		Trên lớp
Tự nghiên cứu	4	- Theo dõi và đo lường hiệu quả - Nhược điểm của marketing sử dụng thư điện tử	- <i>Tài liệu bắt buộc:</i> từ trang 91 đến 96	Sinh viên tự bố trí thời gian và địa điểm

Bài 8 (tiết 15-16)

CHƯƠNG 4. MARKETING BẰNG THƯ ĐIỆN TỬ (EMAIL MARKETING)

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết tín chỉ	Nội dung chính	Tài liệu học tập, tham khảo	Ghi chú
Lý thuyết	1	- Thiết kế hình thức - Xây dựng nội dung	- <i>Tài liệu bắt buộc:</i> từ trang 80 đến 82	Trên lớp
Thảo luận	1	Trình bày bài tập nhóm		Trên lớp
Tự nghiên cứu	4	- Gửi thư điện tử	- <i>Tài liệu bắt buộc:</i> từ trang 88 đến 91	Sinh viên tự bố trí thời gian và địa điểm

Bài 9 (tiết 17-18)

CHƯƠNG 5. QUẢNG CÁO TRỰC TUYẾN (ONLINE ADVERTISING)

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết tín chỉ	Nội dung chính	Tài liệu học tập, tham khảo	Ghi chú
Lý thuyết	1	- Sự thay đổi từ phương tiện truyền thông cũ sang mới - Quảng cáo trực tuyến miễn phí và trả tiền - Nên chọn hình thức quảng cáo nào?	- <i>Tài liệu bắt buộc:</i> từ trang 97 đến 104	Trên lớp
Thảo luận	1	Giới thiệu cách chạy quảng cáo trên facebook		Trên lớp
Tự nghiên cứu	4	- Quảng cáo trả tiền	- <i>Tài liệu bắt buộc:</i> từ trang 104 đến 111	Sinh viên tự bố trí thời gian và địa điểm

Bài 10 (tiết 19-20)

CHƯƠNG 6. TỐI ƯU HÓA CÔNG CỤ TÌM KIẾM (SEARCH ENGINE OPTIMISATION)

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết tín chỉ	Nội dung chính	Tài liệu học tập, tham khảo	Ghi chú
Lý thuyết	2	- Tổng quan về SEO - Lập danh sách từ khóa	- <i>Tài liệu bắt buộc:</i> từ trang 112 đến 117	Trên lớp
Tự nghiên cứu	4	- Tìm kiếm từ khóa - Tối ưu hóa trang web	- <i>Tài liệu bắt buộc:</i> từ trang 117 đến 120	Sinh viên tự bố trí thời gian và địa điểm

Bài 11 (tiết 21-22)**CHƯƠNG 6. TỐI ƯU HÓA CÔNG CỤ TÌM KIẾM (SEARCH ENGINE OPTIMISATION)**

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết tín chỉ	Nội dung chính	Tài liệu học tập, tham khảo	Ghi chú
Thảo luận	1	- Các yếu tố trên website - Xây dựng liên kết - Một số kỹ thuật Black-Hat SEO	- <i>Tài liệu bắt buộc:</i> từ trang 121 đến 128	Trên lớp
Kiểm tra giữa kỳ	1	Lí thuyết		Trên lớp
Tự nghiên cứu	4	- Tối ưu hóa các trang liên quan - Một số công cụ và cách áp dụng	- <i>Tài liệu bắt buộc:</i> từ trang 128 đến 130	Sinh viên tự bố trí thời gian và địa điểm

Bài 12 (tiết 23-24)**CHƯƠNG 7. TRUYỀN THÔNG XÃ HỘI VÀ MARKETING LAN TRUYỀN**

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết tín chỉ	Nội dung chính	Tài liệu học tập, tham khảo	Ghi chú
Lý thuyết	1	- Phương tiện truyền thông xã hội (social media) - Các loại phương tiện truyền thông xã hội - Mạng xã hội là gì?	- <i>Tài liệu bắt buộc:</i> từ trang 131 đến 139	Trên lớp
Thảo luận	1	Trình bày bài tập nhóm		Trên lớp
Tự nghiên cứu	4	- Sử dụng truyền thông xã hội	- <i>Tài liệu bắt buộc:</i> từ trang đến	Sinh viên tự bố trí thời gian và địa điểm

Bài 13 (tiết 25-26)**CHƯƠNG 7. TRUYỀN THÔNG XÃ HỘI VÀ MARKETING LAN TRUYỀN**

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết tín chỉ	Nội dung chính	Tài liệu học tập, tham khảo	Ghi chú
Lý thuyết	1	- Chiến lược truyền thông xã hội - Giao tiếp trên phương tiện truyền thông xã hội	- <i>Tài liệu bắt buộc:</i> từ trang 139 đến 147	Trên lớp

Thảo luận	1	Tìm hiểu về virul marketing		Trên lớp
Tự nghiên cứu	4	- Marketing lan truyền	- <i>Tài liệu bắt buộc:</i> từ trang 147 đến 151	Sinh viên tự bố trí thời gian và địa điểm

Bài 14 (tiết 27-28)

CHƯƠNG 8. MARKETING TRÊN THIẾT BỊ DI ĐỘNG (MOBILE MARKETING)

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết tín chỉ	Nội dung chính	Tài liệu học tập, tham khảo	Ghi chú
Lý thuyết	1	- Lịch sử của marketing trên thiết bị di động - Lợi ích của marketing trên thiết bị di động - Các kỹ thuật marketing trên thiết bị di động	- <i>Tài liệu bắt buộc:</i> từ trang 151 đến 157	Trên lớp
Kiểm tra thường xuyên	1	Lý thuyết		Trên lớp
Tự nghiên cứu	4	- Một số lỗi cần tránh khi áp dụng marketing trên thiết bị di động	- <i>Tài liệu bắt buộc:</i> từ trang 157 đến 158	Sinh viên tự bố trí thời gian và địa điểm

Bài 15 (tiết 29-30)

CHƯƠNG 9. CHIẾN LƯỢC INTERNET MARKETING

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết tín chỉ	Nội dung chính	Tài liệu học tập, tham khảo	Ghi chú
Lý thuyết	2	- Khái quát về chiến lược internet marketing - Hệ thống lại toàn bộ nội dung học phần - Giải đáp các câu hỏi, các yêu cầu của sinh viên.	<i>Tài liệu bắt buộc:</i> từ trang 158 đến 160	Trên lớp
Tự nghiên cứu	4	- Các bước tạo chiến lược internet marketing - Xem lại toàn bộ nội dung học phần	<i>Tài liệu bắt buộc:</i> từ trang 160 đến 168	Sinh viên tự bố trí thời gian và địa điểm