

## CHƯƠNG TRÌNH GIÁO DỤC ĐẠI HỌC

Trình độ đào tạo: Đại học Ngành: Marketing

Mã số: 7340115

## ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

### 1. Thông tin chung về học phần

<b>1.1. Mã học phần:</b>	
<b>1.2. Tên học phần:</b>	Tên tiếng Việt: Truyền thông Marketing tích hợp Tên tiếng Anh: Intergrated Marketing Communication (IMC)
<b>1.3. Loại học phần:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Bắt buộc <input type="checkbox"/> Tự chọn
<b>1.4. Số tín chỉ:</b>	03
<b>1.3. Ký hiệu học phần:</b>	
<b>1.5. Phân bố thời gian:</b>	
- Lý thuyết:	39 tiết
- Thực hành/Thí nghiệm/Thảo luận	12 tiết
- Tự học:	99 tiết
<b>1.6. Bộ môn phụ trách</b>	TỔ QTKD
<b>1.7. Các giảng viên giảng dạy học phần</b>	
- Giảng viên 1	Họ Tên: Hoàng Thị Thuý Hằng Chức danh: Trưởng bộ môn QT Học hàm/học vị: Thạc sĩ Số ĐT: 0945.044.101 Email: hoangthithuyhang@naue.edu.vn
- Giảng viên 2	Họ tên: Nguyễn Thị Quỳnh Trang Chức danh: Giảng viên Học hàm/ học vị: ThS SĐT: 0917.958.657 Email: nguyenthiquynhtrang@naue.edu.vn
<b>1.8. Điều kiện tham gia học phần:</b>	
- Học phần tiên quyết:	Quản trị học, Marketing

- Học phân song hành:	Quản trị chất lượng, Quản trị dự án đầu tư
<b>1.9. Thuộc khối giáo dục:</b>	<input type="checkbox"/> Khối giáo dục đại cương <input type="checkbox"/> Khối giáo dục cơ sở ngành <input checked="" type="checkbox"/> Khối giáo dục chuyên ngành <input type="checkbox"/> Thực tập Tốt nghiệp và làm khoá luận <input type="checkbox"/> Khối giáo dục bổ trợ

## 2. Mô tả học phần

Học phần Truyền thông marketing tích hợp thuộc khối kiến thức chuyên ngành, trang bị cho sinh viên những kiến thức và kỹ năng nhằm giúp họ có khả năng phân tích, hoạch định chiến lược truyền thông marketing tích hợp cho một doanh nghiệp, khả năng tổ chức thực hiện, kiểm soát và đánh giá hiệu quả quá trình thực hiện kế hoạch truyền thông.

### 3. Mục tiêu học phần (Course Objective - viết tắt là CO)

#### 3.1. Về kiến thức

CO1: Phân tích được những kiến thức cơ bản về truyền thông Marketing, hoạch định và triển khai thực thi chiến lược truyền thông marketing tích hợp

#### 3.2. Về kỹ năng

CO2: Vận dụng các nguyên tắc, xác định chiến lược và kế hoạch phù hợp của Doanh nghiệp/tổ chức, phát triển chương trình truyền thông hấp dẫn các đối tượng cụ thể

#### 3.3. Về năng lực tự chủ và trách nhiệm

CO3: Thể hiện thái độ tích cực và học tập chủ động phát triển bản thân.

### 4. Chuẩn đầu ra của học phần (Course Learning Outcome - viết tắt là CLO)

**Bảng 4.1. Các chuẩn đầu ra của học phần**

Mục tiêu	Ký hiệu CLO	Nội dung CLO	Phương pháp dạy học	Phương pháp đánh giá	Mức độ CDR
CO1	CLO1.1	Giải thích được những kiến thức cơ bản về truyền thông Marketing tích hợp	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Thuyết giảng</li> <li>- Giải thích cụ thể</li> <li>- Câu hỏi gợi mở</li> <li>- Giải quyết vấn đề</li> <li>- Tự học</li> </ul>	Thuyết trình	Hiểu (2/6)
	CLO1.2	Phân tích được các nội dung liên quan đến việc xây dựng chiến lược		Thi tự luận	Phân tích (4/6)

		truyền thông marketing tích hợp của doanh nghiệp			
CO2	CLO2.1	Phát triển được kỹ năng làm việc cá nhân và làm việc nhóm	- Tranh luận - Giải quyết vấn đề - Học nhóm - Tự học	Thuyết trình	Vận dụng (4/5)
CO3	CLO3.1	Thể hiện thái độ tự chủ trong giải quyết các vấn đề của doanh nghiệp	- Giải quyết vấn đề - Học theo tình huống - Học nhóm - Tự học	Thi tự luận	Hình thành phẩm chất (5/5)

**5. Ma trận thể hiện sự đóng góp của các chuẩn đầu ra học phần cho các chuẩn đầu ra của CTĐT**

**Bảng 5.1. Ánh xạ với chuẩn đầu ra chương trình đào tạo**

CLO	PLO			
	2		3	5
	PI2.1	PI2.3	PI3.1	PI5.1
CLO1.1	M			
CLO1.2		M,A		
CLO2.1			R	
CLO3.1				M
Học phần Truyền thông Marketing (*)		M,A		

**6. Đánh giá học phần**

**6.1. Phương pháp, hình thức kiểm tra - đánh giá của học phần**

Bài đánh giá	Hình thức kiểm tra đánh giá	Công cụ đánh giá	CLO	Lấy dữ liệu đo lường mức độ đạt CLO	Lấy dữ liệu đo lường mức độ đạt PI	Trọng số cho CLO	Điểm tối đa cho CLO	Trọng số cho học phần (%)
<b>Đánh giá quá trình</b>								

A1	Thuyết trình	Rubric 1	CLO1.1			50%	6	40%
			CLO2.1			50%	4	
<b>Đánh giá cuối kỳ</b>								
A2	Thi tự luận	Thang điểm 10 theo đáp án được thiết kế sẵn	CLO1.2	x	PI2.3	40%	6	60%
			CLO3.1			60%	4	

## 6.2. Chính sách đối với học phần

- Sinh viên nghỉ học dưới 30% số tiết của học phần được dự thi kết thúc học phần tại kỳ thi chính (thi lần 1);

- Sinh viên nghỉ học từ 30% đến dưới 50% số tiết của học phần thì không được dự thi hết học phần lần thứ 1, phải nhận điểm thi lần 1 (ĐT) là điểm 0, nhưng sau khi tự học lại những phần còn thiếu, được dự kỳ thi hết học phần lần thứ 2 (Thi lại).

- Sinh viên nghỉ học từ 50% số tiết trở lên thì không được dự thi hết học phần, phải nhận điểm đánh giá học phần là điểm 0 (điểm F) và phải học lại học phần đó.

## 7. Kế hoạch và nội dung giảng dạy học phần

Tuần	Nội dung	Hình thức tổ chức dạy học	Yêu cầu SV chuẩn bị	CDR học phần	Bài đánh giá
1 (3 giờ LT)	<b>Chương 1: Tổng quan về truyền thông marketing tích hợp</b> 1.1. Khái niệm và vai trò của truyền thông Marketing tích hợp 1.2. Các công cụ cơ bản của truyền thông marketing tích hợp	Thuyết giảng	- Đọc trước nội dung (tài liệu [1]) - Trả lời câu hỏi	CLO1.1	A2
2 (3 giờ LT)	<b>Chương 1: Tổng quan về truyền thông marketing tích hợp</b> 1.3. Quá trình lập kế hoạch truyền thông marketing tích hợp	Thuyết giảng Thảo luận	- Đọc trước nội dung (tài liệu [1]) - Trả lời câu hỏi - Thảo luận	CLO1.1	A2

3 (4 giờ LT)	<b>Chương 2: Truyền thông marketing tích hợp trong quy trình marketing</b> 2.1. Phân tích thị trường và cạnh tranh 2.2. Quy trình marketing mục tiêu	- Thuyết giảng - Tự học - Thảo luận	- Đọc trước nội dung tài liệu [1,2] - Thảo luận - Trả lời câu hỏi	CLO1.2 CLO2.1	A1
4 (3 giờ LT)	<b>Chương 2: Truyền thông marketing tích hợp trong quy trình marketing</b> 2.3. Phát triển chiến lược định vị 2.4. Phát triển chương trình hoạch định marketing		- Đọc trước nội dung tài liệu 1	CLO1.2 CLO2.1	A1
5 (3 giờ LT)	<b>Chương 3: Tổ chức hoạt động truyền thông marketing</b> 3.1. Vai trò của các đại lý và các tổ chức truyền thông marketing khác		- Đọc trước nội dung tài liệu 1	CLO1.2 CLO2.1	A1
6 (3 giờ LT)	<b>Chương 3: Tổ chức hoạt động truyền thông marketing</b> 3.2. Hành vi người tiêu dùng trong truyền thông marketing tích hợp	- Thuyết giảng - Giải quyết vấn đề - Học theo tình huống - Tự học	- Đọc trước nội dung tài liệu 1 - Học nhóm	CLO1.2 CLO2.1	A1
7 (4 giờ TL)	<b>Chương 4: Quy trình truyền thông marketing tích hợp</b> 4.1. Quy trình truyền thông 4.2. Nguồn phát, thông điệp và kênh truyền thông	- Thuyết giảng - Giải quyết vấn đề - Học theo tình huống - Tự học	- Đọc trước nội dung tài liệu 1 - Học nhóm	CLO1.2 CLO2.1	A1
8	<b>Chương 5: Mục tiêu và ngân sách truyền thông marketing</b>	- Thuyết giảng	- Đọc trước nội dung tài liệu 1	CLO1.2 CLO2.1	A1

(3 giờ LT)	5.1. Thiết lập mục tiêu truyền thông marketing	- Giải quyết vấn đề - Học theo tình huống - Tự học	- Học nhóm		
9 (4 giờ LT)	<b>Chương 5: Mục tiêu và ngân sách truyền thông marketing</b> 5.2. Thiết lập và phân bổ ngân sách truyền thông marketing 5.3. Phân bổ ngân sách	- Thuyết giảng - Giải quyết vấn đề - Học theo tình huống - Tự học	- Đọc trước nội dung tài liệu 1 - Học nhóm	CLO1.2 CLO2.1	A1
10 (3 giờ LT)	<b>Chương 6: Phát triển chương trình truyền thông marketing tích hợp</b> 6.1. Sáng tạo trong truyền thông marketing 6.2. Hoạch định chiến lược sử dụng các phương tiện truyền thông 6.3. Các phương tiện truyền thông	- Thuyết giảng - Giải quyết vấn đề - Học theo tình huống - Tự học	- Đọc trước nội dung tài liệu 1 - Học nhóm	CLO1.2 CLO2.1	A1
11 (4 giờ TL)	Đánh giá quá trình Thuyết trình			CLO1.2 CLO2.1	A1
12 (3 giờ LT)	<b>Chương 7: Các công cụ truyền thông trong hoạt động truyền thông marketing tích hợp</b> 7.1. Marketing trực tiếp 7.2. Bán hàng cá nhân	- Thuyết giảng - Giải quyết vấn đề - Học theo tình huống - Tự học	- Đọc trước nội dung tài liệu 1 - Học nhóm	CLO1.1 CLO3.1	A2
13 (4 giờ LT)	<b>Chương 7: Các công cụ truyền thông trong hoạt động truyền thông marketing tích hợp</b> 7.3. Xúc tiến bán 7.4. Quan hệ công chúng	- Thuyết giảng - Giải quyết vấn đề - Học theo tình huống	- Đọc trước nội dung tài liệu 1 - Học nhóm	CLO1.1 CLO3.1	A2

		- Tự học			
14 (4 giờ TL)	<b>Chương 7: Các công cụ truyền thông trong hoạt động truyền thông marketing tích hợp</b> 7.5. Quảng cáo 7.6. Truyền thông trực tuyến	- Thuyết giảng - Giải quyết vấn đề - Học theo tình huống - Tự học	- Đọc trước nội dung tài liệu 1 - Học nhóm	CLO1.1 CLO3.1	A2
15 (3 giờ LT)	<b>Chương 8: Đánh giá hiệu quả chương trình truyền thông marketing tích hợp</b> 8.1. Ý nghĩa, đặc trưng của hoạt động đánh giá hiệu quả truyền thông 8.2. Quy trình đánh giá hiệu quả truyền thông	- Thuyết giảng - Giải quyết vấn đề - Học theo tình huống - Tự học	- Đọc trước nội dung tài liệu 1 - Học nhóm	CLO1.1 CLO3.1	A2
<b>Đánh giá cuối kỳ: Thi tự luận</b>				CLO1.1 CLO3.1	A2

## 8. Học liệu

### 8.1. Giáo trình

[1] Trương Đình Chiến, 2023, Giáo trình Truyền thông marketing tích hợp, NXB trường ĐH Kinh tế Quốc dân

### 8.2. Tài liệu tham khảo

[2] Nguyễn Hoàng Phương, Bộ sách xây dựng kế hoạch marketing hoàn hảo - Dành riêng cho doanh nghiệp Việt Nam (3 tập), Nhà xuất bản Thông tin và Truyền thông, 2012.

[3] Nguyễn Văn Dung, Thiết kế và quản lý truyền thông marketing, NXB Lao Động, 2010

*Nghệ An, ngày 10 tháng 09 năm 2023*

**Trưởng khoa**



**Hồ Thị Hiền**

**Trưởng bộ môn**



**Hoàng Thị Thuý Hằng**

**Người biên soạn**



**Nguyễn Thị Quỳnh Trang**

## PHỤ LỤC

### Rubric 1: Thuyết trình (Tiêu chí đánh giá bài A1)

Tiêu chí đánh giá	Mức độ đạt chuẩn quy định					Trọng số
	MỨC F (0-3.9)	MỨC D (4.0-5.4)	MỨC C (5.5-6.9)	MỨC B (7.0-8.4)	MỨC A (8.5-10)	
Nội dung	Chủ đề trình bày không trọng tâm, không liên quan. Nội dung có nhiều phần chưa chính xác	Chủ đề trình bày không trọng tâm. Nội dung có nhiều phần chưa chính xác.	Chủ đề trình bày liên quan và có trọng tâm. Nội dung có nhiều phần chưa chính xác.	Chủ đề trình bày liên quan và có trọng tâm. Nội dung có một số phần chưa chính xác	Chủ đề trình bày liên quan và có trọng tâm. Nội dung phù hợp và chính xác	<b>50%</b>
Trình bày	Slide không đảm bảo chất lượng theo yêu cầu.	Slide trình bày phù hợp. Sử dụng một số hình ảnh, bảng biểu, sơ đồ không liên quan. Dùng một số thuật ngữ khó hiểu, đưa nhiều nội dung vào slide.	Trình bày hình ảnh, bảng biểu, sơ đồ hợp lý. Dùng một số thuật ngữ khó hiểu, đưa nhiều nội dung vào slide.	Slide trình bày rõ ràng. Trình bày các thuật ngữ, hình ảnh, bảng biểu, sơ đồ hợp lý.	Slide được trình bày với bố cục rõ ràng, hợp lý. Trình bày các thuật ngữ, hình ảnh, bảng biểu, sơ đồ dễ hiểu.	<b>25%</b>
Trả lời câu hỏi	Các câu trả lời hoàn toàn không liên quan đến câu hỏi. Thiếu tự tin khi trả lời.	Câu trả lời không rõ ràng, ít liên quan đến câu hỏi. Thiếu tự tin khi trả lời	Câu trả lời tập trung vào câu hỏi. Hơi thiếu tự tin khi trả lời	Trả lời ngắn gọn và phù hợp. Tự tin khi trả lời	Biết phân tích và trả lời đầy đủ, ngắn gọn liên quan trực tiếp đến câu hỏi. Tự tin khi trả lời.	<b>25%</b>