

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO**  
**TRƯỜNG ĐẠI HỌC QUẢN LÝ VÀ CÔNG NGHỆ HẢI PHÒNG**

---



**CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO**  
**ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT**  
**MÔN: MARKETING KỸ THUẬT SỐ**

**NGÀNH QUẢN TRỊ KINH DOANH**  
**TRÌNH ĐỘ ĐẠI HỌC - MÃ NGÀNH 7340101**

**HẢI PHÒNG, 2023**

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO  
TRƯỜNG ĐẠI HỌC QUẢN LÝ VÀ CÔNG NGHỆ HẢI PHÒNG

---



**CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO**  
**ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT**  
**MÔN: MARKETING KỸ THUẬT SỐ**

**NGÀNH QUẢN TRỊ KINH DOANH**

**TRÌNH ĐỘ ĐẠI HỌC - MÃ NGÀNH 7340101**

*(Ban hành theo Quyết định số ... ngày .../.../20...  
của Hiệu trưởng Nhà trường)*

**Phê duyệt**

**Trình duyệt**

**Hiệu trưởng**  
**TS Nguyễn Tiến Thanh**

**Phụ trách ngành**  
**TS Nguyễn Thị Hoàng Đan**

# MARKETING KỸ THUẬT SỐ

**Mã học phần: DIM33031 – Số tín chỉ: 03**

Dùng cho ngành: Quản trị Kinh doanh

Điều kiện tiên quyết (nếu có): Marketing căn bản

Hình thức đào tạo: Trực tiếp hoặc trực tuyến

Đơn vị phụ trách: Khoa Quản trị Kinh doanh

Giảng viên phụ trách giảng dạy:

1. TS. Nguyễn Thị Xuân Hương

2. ThS. Đỗ Văn Tuyên

## 1. Mô tả chung về học phần

Trong tiến trình chuyển đổi sang nền kinh tế thị trường theo định hướng xã hội chủ nghĩa và hội nhập vào nền kinh tế thế giới ở nước ta hiện nay, việc hiểu biết và vận dụng kiến thức công nghệ vào thực tiễn kinh doanh là mối quan tâm lớn của các doanh nghiệp.

Học phần Digital Marketing giới thiệu tầm quan trọng của Marketing trong kỷ nguyên kỹ thuật số. Học phần tập trung vào phân tích hoạt động truyền thông trên môi trường Internet và các công cụ digital như: marketing qua công cụ tìm kiếm, marketing qua mạng xã hội, email marketing, mobile marketing....

Qua đó, sinh viên sinh viên có khả năng phân tích được các công cụ Digital marketing và vận dụng vào quá trình lập kế hoạch truyền thông marketing tổng thể. Đồng thời có thể đọc và phân tích các số liệu tương ứng với từng công cụ trong việc đo lường hiệu quả của hoạt động Digital Marketing

## 2. Các chữ viết tắt (nếu có):

ĐG – Đánh giá, QT – Quản trị, BT-Bài tập, GV- Giảng viên

## 3. Chuẩn đầu ra của học phần

Mã	Chuẩn đầu ra học phần
a4	<b>Vận dụng</b> kiến thức học phần để thiết kế website
a4	<b>Vận dụng</b> kiến thức học phần để thiết lập các công cụ truyền thông xã hội và hoạt động marketing qua các công cụ đó
a4	<b>Vận dụng</b> kiến thức học phần để thực hành hoạt động quảng cáo trực tuyến theo tình huống giả định.
b3	<b>Sử dụng</b> kỹ năng phân tích, tổng hợp, tư duy logic
c3	<b>Duy trì</b> tác phong học tập, làm bài theo đúng yêu cầu về chất lượng, thời gian

## 4. Giáo trình và tài liệu học tập

### 4.1. Giáo trình và tài liệu học tập:

[1] Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, and Iwan Setiawan. (2017). *Marketing 4.0 (Moving from traditional to Digital)*. NXB Trẻ

#### Tài liệu tham khảo:

[2] Sunil Gupta. (2018). *Driving Digital Strategy (Kinh doanh trong thời đại 4.0)*. NXB Đại học Kinh Tế Quốc Dân

[3] Brian Halligan and Dharmesh Sha. (2019). *Inbound marketing (Thu hút thế giới về với bạn trong môi trường trực tuyến)*. NXB Tổng hợp Tp. Hồ Chí Minh

## 5. Chiến lược học tập

Sinh viên cần tích cực và chủ động tham gia vào quá trình học tập; phải tham gia đầy đủ các tiết học theo quy định, hoàn thành các nhiệm vụ học tập theo đúng tiến độ.

Để hoàn thành tốt học phần này, sinh viên cần:

- Nghe giảng để hiểu được kiến thức cơ bản của học phần do giảng viên cung cấp trên lớp và tìm hiểu kiến thức trong tài liệu chính và tài liệu tham khảo.
- Thu thập thông tin qua các phương tiện truyền thông như qua ti vi, internet và sách báo nhằm có được tư duy thực tế để giải quyết tình huống liên quan đến nội dung học phần hoặc các bài tập do giảng viên đưa ra.
- Trong các buổi học, sinh viên cần chủ động, tích cực và sáng tạo giải quyết tốt được các câu hỏi giúp cho việc đánh giá kết quả tốt hơn.
- Sinh viên cần phải biết làm việc theo nhóm một cách hiệu quả nhất để hoàn thành được các bài tập do giảng viên giao cho.

## 6. Nội dung, kế hoạch giảng dạy và đánh giá

Nội dung và kế hoạch giảng dạy, đánh giá	Hoạt động học tập của người học				Chuẩn đầu ra
	Trên lớp	ST	Tự học	SG	
<b>Chương 1: Tổng quan về Digital marketing</b>		2	Đọc và nghiên cứu nội dung tổng quan về digital Marketing trong tài liệu [1][2][3]	10	a4, b3, c3
1.1. Khái niệm, đặc điểm, vai trò 1.2. Sự khác biệt của Digital marketing và marketing truyền thống	Nghe giảng Thảo luận	1			
1.3. Mô hình hoạt động & Các công cụ truyền thông trên Digital	Nghe giảng Thảo luận	1			

<b>Chương 2: Môi trường Internet &amp; hoạt động Marketing trên môi trường Internet</b>		2	Đọc và nghiên cứu nội dung môi trường internet và hoạt động Marketing trên môi trường internet trong tài liệu [1][2][3]	10	a4, b3, c3
2.1. Các yếu tố môi trường trên Internet 2.2. Nghiên cứu thị trường trên Internet	Nghe giảng Thảo luận	1			
2.3. Sự thay đổi của chiến lược 4P trên môi trường Internet	Nghe giảng Thảo luận	1			
<b>Chương 3: Website</b>		11	Đọc và nghiên cứu nội dung về Website trong tài liệu [1][2][3]. Làm BT	20	a4, b3, c3
3.1. Khái niệm, phân loại	Nghe giảng Thảo luận	1			
3.2. Thiết kế website	Thực hành	8			
3.3. Thông số đo lường website	Thực hành	2			
Đánh giá 1 <b>Vận dụng</b> các kiến thức đã học để thiết kế website		2			a4, b3, c3
<b>Chương 4: Marketing qua công cụ tìm kiếm</b>		5	Đọc và nghiên cứu nội dung Marketing qua công cụ tìm kiếm trong tài liệu [1][2][3]. Làm BT	15	a4, b3, c3
4.1. Tổng quan về công cụ tìm kiếm	Nghe giảng Thảo luận	1			
4.2. Tối ưu website trên nền tảng tìm kiếm 4.3. Quảng cáo tìm kiếm trả tiền	Thực hành	4			
<b>Chương 5: Marketing trên môi trường truyền thông xã hội</b>		8	Đọc và nghiên cứu nội dung Marketing trên môi trường truyền thông xã hội trong tài liệu [1][2][3]. Làm BT	25	a4, b3, c3
5.1. Khái niệm 5.2. Các công cụ truyền thông xã hội	Nghe giảng Thảo luận	1			
5.3. Hoạt động marketing qua các công cụ truyền thông xã hội phổ biến	Thực hành	7			
Đánh giá 2 <b>Vận dụng</b> các kiến thức đã học để thiết lập các công cụ	Kiểm tra trên lớp	2			

truyền thông xã hội và hoạt động marketing qua các công cụ đó					
<b>Chương 6: Marketing mối quan hệ trực tuyến</b>		4	Đọc và nghiên cứu nội dung Marketing mối quan hệ trực tuyến trong tài liệu [1][2][3]. Làm BT	10	a4, b3, c3
6.1. Khái niệm	Nghe giảng Thảo luận	1			
6.2. Quản lý quan hệ khách hàng bằng phần mềm CRM 6.3. Email marketing 6.4. Mobile marketing	Thực hành	3			
<b>Chương 7: Quảng cáo trực tuyến</b>		4	Đọc và nghiên cứu nội dung quảng cáo trực tuyến trong tài liệu [1][2][3]. Làm BT	10	a4, b3, c3
7.1. Khái niệm, vai trò của quảng cáo trực tuyến	Nghe giảng Thảo luận	1			
7.2. Các hình thức quảng cáo trực tuyến 7.3. Phương pháp tính phí quảng cáo	Thực hành	3			
<b>Chương 8: Lập kế hoạch truyền thông marketing trên internet</b>		3		10	
8.1. Khái niệm 8.2. Các nội dung của kế hoạch 8.3. Thang đo lường hiệu quả của kế hoạch	Nghe giảng Thảo luận	1	Đọc và nghiên cứu nội dung lập kế hoạch truyền thông Marketing trên internet trong tài liệu [1][2][3]		
BT lập kế hoạch	Thực hành	2	Làm BT		
Tổng kết, ôn tập cho đánh giá 3	Thực hành	2	Làm BT	5	a4, b3, c3
<b>Tổng số tiết/giờ học</b>		<b>45</b>		<b>120</b>	

Số tiết nghe giảng và thảo luận: 14 tiết, Số tiết thực hành thực tế: 31 tiết

ST - Số tiết chuẩn, SG - Số giờ

## 7. Đánh giá kết quả học tập

Hoạt động đánh giá của học phần gồm:

Phân loại	Phương pháp đánh giá	Tỷ trọng	Chuẩn đầu ra			
			a4	a4	a4	b3, c3
Quá trình	ĐG1. Thực hành	20%	x			x
	ĐG2. Thực hành	20%		x		x
Kết thúc học phần	ĐG3. Bài thi Thực hành	60%			x	x
<i>Tổng cộng:</i>		100%				

### 7.1. Hoạt động đánh giá 1 - Chuẩn đầu ra: a4, b3, c3 - Tỷ lệ: 30% điểm học phần

- Hình thức đánh giá: Thực hành
- Mô tả bài đánh giá :  
Giảng viên đưa ra nội dung ôn tập các kiến thức đã học và thực hành. Bài đánh giá sẽ liên quan đến áp dụng kiến thức chuyên ngành và công nghệ để thực hành thiết kế website. Thời gian làm bài đánh giá là 2 tiết.
- Ma trận đánh giá:

Tiêu chí đánh giá	Khung điểm				
	A	B	C	D	F
	8,5 ÷ 10	7,0 ÷ 8,4	5,5 ÷ 6,9	4,0 ÷ 5,4	< 4,0
a4: 80%	Phải giải quyết được ít nhất (85% - 100%) các yêu cầu của đề bài	Phải giải quyết được ít nhất (70% - 84%) các yêu cầu của đề bài	Phải giải quyết được ít nhất (55% - 69%) các yêu cầu của đề bài	Phải giải quyết được ít nhất (40% - 54%) các yêu cầu của đề bài	Phản giải quyết <40% các yêu cầu của đề bài
b3, c3: 20%	Đạt yêu cầu 85% trở lên	Đạt yêu cầu 70% - 84%	Đạt yêu cầu 55% - 69%	Đạt yêu cầu 40% - 54%	Đạt yêu cầu < 40%

### 7.2. Hoạt động đánh giá 2 - Chuẩn đầu ra: a4, b3, c3 - Tỷ lệ: 20% điểm học phần

- Hình thức đánh giá: Thực hành
- Mô tả bài đánh giá :  
Giảng viên đưa ra nội dung ôn tập các kiến thức đã học và thực hành. Bài đánh giá sẽ liên quan đến áp dụng kiến thức để thiết lập các công cụ truyền thông xã hội và hoạt động marketing qua các công cụ đó. Thời gian làm bài đánh giá là 2 tiết.
- Ma trận đánh giá:

Tiêu chí đánh giá	Khung điểm				
	A	B	C	D	F
	8,5 ÷ 10	7,0 ÷ 8,4	5,5 ÷ 6,9	4,0 ÷ 5,4	< 4,0
a4: 60%	Phải giải quyết được ít nhất (85% - 100%) các yêu cầu của đề bài	Phải giải quyết được ít nhất (70% - 84%) các yêu cầu của đề bài	Phải giải quyết được ít nhất (55% - 69%) các yêu cầu của đề bài	Phải giải quyết được ít nhất (40% - 54%) các yêu cầu của đề bài	Phải giải quyết <40% các yêu cầu của đề bài
b3, c3: 20%	Đạt yêu cầu 85% trở lên	Đạt yêu cầu 70% - 84%	Đạt yêu cầu 55% - 69%	Đạt yêu cầu 40% - 54%	Đạt yêu cầu < 40%

**7.3. Hoạt động đánh giá 3 - Chuẩn đầu ra: a4, b3, c3 - Tỷ lệ: 50% điểm học phần**

- Hình thức đánh giá: Thực hành
- Mô tả bài đánh giá :

Giảng viên đưa ra nội dung ôn tập các kiến thức đã học và thực hành. Bài đánh giá sẽ liên quan đến vận dụng kiến thức để thực hành hoạt động quảng cáo trực tuyến. Thời gian làm bài đánh giá là 120 phút.

**Vận dụng** Ma trận đánh giá:

Tiêu chí đánh giá	Khung điểm				
	A	B	C	D	F
	8,5 ÷ 10	7,0 ÷ 8,4	5,5 ÷ 6,9	4,0 ÷ 5,4	< 4,0
a4: 80%	Phải giải quyết được ít nhất (85% - 100%) các yêu cầu của đề bài	Phải giải quyết được ít nhất (70% - 84%) các yêu cầu của đề bài	Phải giải quyết được ít nhất (55% - 69%) các yêu cầu của đề bài	Phải giải quyết được ít nhất (40% - 54%) các yêu cầu của đề bài	Phải giải quyết <40% các yêu cầu của đề bài
b3, c3: 20%	Đạt yêu cầu 85% trở lên	Đạt yêu cầu 70% - 84%	Đạt yêu cầu 55% - 69%	Đạt yêu cầu 40% - 54%	Đạt yêu cầu < 40%

**8. Kết quả đánh giá chung**

**a. Cách tính kết quả học tập chung của học phần**

Điều kiện hoàn thành học phần: tham dự tối thiểu 80% số giờ học tập trên lớp, tham dự đầy đủ các bài đánh giá và có kết quả học tập chung của học phần đạt từ 5,0 trở lên. Để thuận lợi cho việc xét tốt nghiệp cuối khóa, Nhà trường khuyến nghị sinh viên cần đạt tối thiểu mức C ở mỗi học phần.

Xếp loại kết quả học tập chung của học phần quy định như sau:

<b>Kết quả học tập</b>	Xuất sắc	Tốt	Trung bình	Trung bình yếu	Không đạt
<b>Thang điểm chữ</b>	A	B	C	D	F



<b>Thang điểm 10</b>	8,5 ÷ 10	7,0 ÷ 8,4	5,5 ÷ 6,9	4,0 ÷ 5,4	< 4,0
----------------------	----------	-----------	-----------	-----------	-------

**Kết quả học phần= 30% ĐG1 + 20% ĐG2+ 50% ĐG3**

### **9. Các phương tiện, trang thiết bị dạy và học**

Để hoàn thành nhiệm vụ học tập, sinh viên cần phải lấy dữ liệu, thông tin trên các phương tiện thông tin đại chúng, trên mạng, đi thực tế ... quay phim, chụp ảnh làm tư liệu cho các phần thuyết trình trước lớp, phục vụ cho việc đánh giá kết quả học tập của từng nhóm. Vì vậy, cần có giáo trình, tài liệu và các phương tiện như máy tính, mạng Internet, máy chiếu,...

### **10. An toàn của sinh viên và giảng viên**

Phòng học sạch sẽ, đủ ánh sáng, nhiệt độ phù hợp. Y tế học đường hoạt động tốt.

### **11. Kỷ luật, khiếu nại và hỗ trợ**

\*Sinh viên phải tham dự học phần theo đúng quy định của nhà trường.

\*c3: Sinh viên sẽ có điểm thưởng cho từng ĐG tương đương trong thời gian học nội dung của ĐG khi: có ý thức học tập trên lớp - có ý thức chuẩn bị bài cá nhân, BT nhóm, phát biểu, thảo luận nhóm, thuyết trình, phản biện, đi học đầy đủ, nộp BT đúng thời gian (Cộng 1- 2 điểm)

\*Sinh viên sẽ bị trừ điểm hoặc bị điểm 0 cho từng ĐG tương đương trong thời gian học nội dung của ĐG khi: Không có ý thức học tập trên lớp: không hoặc chậm chuẩn bị bài, không phát biểu, thảo luận nhóm (Trừ từ 1-2 điểm); Nghi học không phép: <20% sẽ trừ 1 điểm; Từ 1 đến 2 lần sinh viên chậm/không làm bài sẽ trừ 0,3/0,5 điểm; Từ 3 đến 4 lần sinh viên chậm/không làm bài sẽ trừ 0,5/1 điểm; 4 lần sinh viên chậm/không làm bài sẽ trừ 1 điểm/sẽ bị điểm 0.

\*Sinh viên phải tham dự ĐG1, ĐG2 mới được tham dự ĐG3.

\*Sinh viên phải tham dự đủ 3 ĐG mới có điểm kết thúc học phần.

Các đánh giá trên lớp được giảng viên cho cải thiện điểm ngay trên lớp với những sinh viên có nhu cầu bằng bài tập, ĐG do giảng viên đưa ra.

Mọi khiếu nại được nêu và giải quyết công khai ngay trên lớp.

Sinh viên gặp bất kỳ khó khăn gì trong học tập có thể liên hệ trực tiếp với giảng viên, Trưởng khoa/bộ môn, Văn phòng hỗ trợ sinh viên, Phòng Đào tạo, Ban Thanh tra của nhà trường để được hướng dẫn và hỗ trợ.

**Chủ tịch Hội đồng  
Xây dựng CTĐT ngành**

*Hải Phòng, ngày .... tháng .... năm 2023*  
**Người biên soạn**