

BA (Honours) Digital Marketing / Chương trình Cử nhân chuyên ngành Digital Marketing

1. Marketing căn bản

Môn học này được thiết kế nhằm mục đích thiết lập nền tảng lý luận vững chắc về các nguyên lý cốt lõi trong Marketing, Marketing kỹ thuật số, Quan hệ công chúng (PR) và Quảng cáo. Môn học cung cấp hệ thống khái niệm, chiến lược và kỹ thuật trọng yếu của từng lĩnh vực, đồng thời phân tích sự khác biệt cũng như tính tương hỗ giữa chúng trong việc tối ưu hóa tác động truyền thông. Thông qua hệ thống lý thuyết, các nghiên cứu điển hình thực tiễn và hoạt động ứng dụng, Sinh viên sẽ được khảo sát cơ chế vận hành của truyền thông marketing trong bối cảnh thực tế. Ngoài ra, Môn học còn định hướng về các vị trí nhân sự và lộ trình nghề nghiệp đa dạng trong ngành, qua đó làm rõ vai trò đóng góp của các lĩnh vực này đối với sự thành công và phát triển bền vững của tổ chức.

2. Trí tuệ nhân tạo và Marketing

Môn học này được thiết kế nhằm mục đích khảo sát các nguyên lý chủ đạo thúc đẩy việc nhận thức và ứng dụng Trí tuệ nhân tạo (AI) trong các lĩnh vực Marketing, Marketing kỹ thuật số, Quan hệ công chúng và Quảng cáo. Sinh viên sẽ được nghiên cứu hệ thống khái niệm trọng yếu, các công cụ và kỹ thuật liên quan đến AI, đồng thời có cơ hội thực hành ứng dụng chúng trong đa dạng các bối cảnh chuyên môn phù hợp. Thông qua sự kết hợp giữa khung lý thuyết, các nghiên cứu điển hình và bài tập thực nghiệm, Sinh viên sẽ dần thấu hiểu cơ chế vận hành của AI trong nền công nghiệp, cũng như phân tích các hệ quả và tác động của công nghệ này đối với thực tại và tương lai.

3. Ứng dụng Marketing, Quan hệ công chúng và thực hành Truyền thông

Môn học này được thiết kế nhằm mục đích khám phá cơ chế vận hành thực tiễn của Marketing, Quan hệ công chúng, Quảng cáo và Nội dung số trong bối cảnh thực tế. Môn học được cấu trúc theo lộ trình logic nhằm phân tích thấu đáo môi trường Marketing đương đại. Sinh viên sẽ nghiên cứu phạm vi ảnh hưởng, đồng thời rèn luyện kỹ năng triển khai các hoạt động và chiến thuật truyền thông marketing thực nghiệm nhằm hiện thực hóa các mục tiêu chiến lược của tổ chức. Bên cạnh đó, môn học cũng chú trọng vào quy trình hoạch định, thực thi và giám sát các đề xuất chiến lược trong thực tế.

4. Các công cụ truyền thông

Môn học này được thiết kế nhằm mục đích xây dựng và phát triển hệ thống công cụ truyền thông đa nền tảng, bao gồm các nền tảng truyền thống và kỹ thuật số, thông qua việc thiết lập bộ thông cáo báo chí và tư liệu truyền thông (media kit) cho tổ chức hoặc thương hiệu. Môn học nhằm nâng cao nhận thức về các năng lực cốt lõi cần thiết để trở thành một chuyên gia Marketing và Truyền thông thực thụ. Trong quá trình xây dựng kế hoạch phát triển cá nhân và định hướng nghề nghiệp, Sinh viên sẽ được kiện toàn các kỹ năng tương tác liên cá nhân, năng lực giải quyết vấn đề và các kỹ năng thực hành chuyên môn. Sau khi hoàn thành môn học, Sinh viên sẽ có khả năng truyền đạt

thông tin một cách mạch lạc, súc tích và đảm bảo các chuẩn mực đạo đức khi triển khai nhiệm vụ đối với các nhóm đối tượng mục tiêu đa dạng..

5. Phân tích web và mạng xã hội

Môn học này được thiết kế nhằm mục đích khám phá hệ thống khái niệm và các công cụ hỗ trợ cho việc phân tích dữ liệu trên nền tảng web và mạng xã hội. Môn học chú trọng phát triển năng lực sử dụng các bộ công cụ phân tích chuyên biệt nhằm phục vụ mục đích theo dõi, giám sát và phân tích các chỉ số đo lường hiệu suất (KPIs) của các hoạt động và chiến dịch marketing. Thông qua đó, Sinh viên sẽ nhận thức sâu sắc về tầm quan trọng của các kỹ thuật phân tích trong việc hình thành những hiểu biết mang tính chiến lược (informed insights) về hiệu quả truyền thông trực tuyến và quy luật hành vi của khách hàng.

6. Marketing nội dung

Môn học này được thiết kế nhằm mục đích nghiên cứu khái niệm Marketing nội dung và tầm quan trọng chiến lược của lĩnh vực này đối với tổ chức. Sinh viên sẽ tiến hành phân tích các phương thức tiếp cận Marketing nội dung từ nhiều doanh nghiệp khác nhau, từ đó xác lập mối liên hệ giữa chiến lược nội dung với các mục tiêu quản trị doanh nghiệp và mục tiêu marketing tổng thể. Dựa trên nền tảng lý luận đã tiếp thu, Sinh viên sẽ xây dựng một kế hoạch Marketing nội dung toàn diện cho một doanh nghiệp thực tế (live business) được chỉ định. Quá trình này đòi hỏi việc vận dụng kiến thức về phân khúc đối tượng, mục đích và định dạng nội dung, kết hợp với các học thuyết trọng yếu về nghệ thuật kể chuyện (storytelling) để tối ưu hóa tính hiệu quả của kế hoạch trong thực tiễn.

7. Kế hoạch hoá chiến dịch Digital Marketing

Môn học này được thiết kế nhằm mục đích trang bị trải nghiệm thực nghiệm và tư duy ứng dụng về hành trình khách hàng (consumer journey) thông qua việc khảo sát sự tương tác giữa hai phương thức trực tuyến (online) và ngoại tuyến (offline), đồng thời phân tích cơ chế vận hành của các điểm chạm (touchpoints) liên quan. Sinh viên sẽ được cung cấp hệ thống kiến thức và kỹ năng cần thiết để thiết lập các kế hoạch chiến dịch hiệu quả dựa trên việc vận dụng linh hoạt các nguyên lý về Marketing, Quan hệ công chúng và Truyền thông. Kết thúc môn học, Sinh viên sẽ nhận thức rõ rệt về tính đa diện và phức tạp của thị trường đương đại, từ đó hình thành năng lực ra quyết định chiến lược nhằm tạo dựng giá trị bền vững cho khách hàng, các bên liên quan (stakeholders) và tổ chức.

8. Truyền thông thương hiệu tích hợp

Môn học này được thiết kế nhằm mục đích phát triển tư duy phân tích chuyên sâu về quản trị thương hiệu và phương thức thiết lập thương hiệu như một thành phần hữu cơ trong chiến lược truyền thông tích hợp. Môn học củng cố hệ thống kiến thức về bản chất thương hiệu, mối quan hệ tương quan giữa người tiêu dùng và thương hiệu, cũng như quy trình xây dựng và quản trị thương hiệu trong một môi trường vận hành biến động và có tính cạnh tranh cao. Sinh viên sẽ có cơ hội thực hành thiết lập và triển khai các hoạt động cũng như chiến dịch truyền thông thương hiệu đương đại, áp dụng linh hoạt trong đa dạng các lĩnh vực và phân khúc công nghiệp khác nhau.

9. Marketing và Chiến lược Công nghệ Số

Môn học này được thiết kế nhằm mục đích cho phép các tổ chức nhận diện và thích ứng với những biến động của thị trường, thiết lập lợi thế cạnh tranh bền vững, đồng thời tối ưu hóa các cơ hội tăng trưởng và kiến tạo giá trị. Sinh viên sẽ tiến hành đánh giá hệ thống các hoạt động marketing chiến lược, đồng thời hình thành nhận thức sâu sắc về các khía cạnh quản trị vĩ mô cũng như các quy

trình trọng yếu trong việc hoạch định và kiểm soát vận hành marketing. Thông qua việc phân tích môi trường marketing dựa trên các học thuyết và công cụ chiến lược phù hợp, Sinh viên sẽ rèn luyện năng lực đưa ra các đề xuất chuyên môn xác đáng. Kết thúc môn học, Sinh viên có khả năng kiến nghị các giải pháp đổi mới sáng tạo nhằm giải quyết các vấn đề tồn tại của tổ chức dưới lăng kính marketing chiến lược.

10. Tối ưu hoá Digital Marketing

Môn học này được thiết kế nhằm mục đích thấu hiểu và đánh giá định lượng các tác động của môi trường kỹ thuật số đối với tổ chức, các quy trình vận hành, cũng như hệ thống kiến thức và kỹ năng cần thiết để tối ưu hóa hiệu suất marketing kỹ thuật số. Môn học xem xét các yêu cầu và hành vi của các nhóm bên liên quan trọng yếu (key stakeholders) trong bối cảnh thực thi chiến lược và chiến thuật marketing, nhằm hỗ trợ quá trình tối ưu hóa lấy khách hàng làm trọng tâm (customer-centric optimisation).

11. Đo lường trong Marketing

Môn học này được thiết kế nhằm mục đích nghiên cứu cơ chế vận hành của dữ liệu trong việc thúc đẩy các quyết định marketing chiến lược. Môn học phân tích vai trò của các chỉ số đo lường marketing kỹ thuật số trong nội tại tổ chức, đồng thời làm rõ phương thức lựa chọn và vận dụng hiệu quả các kỹ thuật định lượng nhằm hỗ trợ quá trình ra quyết định. Sinh viên sẽ khảo sát sự tương quan và tính thống nhất giữa các chỉ số marketing với các mục tiêu quản trị doanh nghiệp và hệ thống chỉ số hiệu suất tổng thể (KPIs), đồng thời đánh giá hiệu quả truyền thông trên các kênh kỹ thuật số. Ngoài ra, môn học cũng chú trọng thảo luận về các chuẩn mực đạo đức dữ liệu đương đại và tầm ảnh hưởng của các bên liên quan (stakeholders) đối với quy trình lựa chọn, diễn giải và ứng dụng các chỉ số đo lường.

12. Digital Marketing trong tương lai

Môn học này được thiết kế nhằm mục đích hỗ trợ Sinh viên xác định các điểm tương đồng và khác biệt giữa Marketing truyền thống và Marketing kỹ thuật số, xét trên cả phương diện hiện tại lẫn các kịch bản phát triển trong tương lai. Môn học cung cấp những phân tích chuyên sâu về các công nghệ đột phá (disruptive technology) hiện hữu và mới nổi, cũng như tác động của chúng đối với các hoạt động marketing, quy luật hành vi của người tiêu dùng và các thị trường toàn cầu. Nội dung nghiên cứu bao hàm các lĩnh vực đa dạng, từ khoa học dữ liệu và trí tuệ nhân tạo (AI), vấn đề quyền riêng tư và an ninh mạng, Internet vạn vật (IoT), cho đến các hoạt động đổi mới sáng tạo số và các xu hướng tương lai của nội dung số.

13. Khóa luận tốt nghiệp

Môn học này được thiết kế nhằm mục đích tạo điều kiện cho sinh viên kiện toàn kỹ năng nghiên cứu độc lập và minh chứng cho năng lực thực thi các đề án cá nhân chuyên sâu. Sinh viên sẽ tiến hành phân tích, đánh giá dữ liệu và hệ thống hóa các luận điểm liên quan đến chủ đề nghiên cứu tự chọn trong phạm vi các lĩnh vực: Marketing, Marketing kỹ thuật số, Quan hệ công chúng và/hoặc Quảng cáo. Sinh viên được linh hoạt lựa chọn hình thức triển khai nghiên cứu thông qua một luận văn học thuật (dissertation) hoặc một dự án nghiên cứu thực nghiệm (practical research project).