

CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO TRÌNH ĐỘ ĐẠI HỌC
NGÀNH ĐÀO TẠO: THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ
HƯỚNG CHUYÊN SÂU 1: THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN
TH94073: TRUYỀN THÔNG VÀ MẠNG XÃ HỘI (SOCIAL MEDIA MARKETING)

I. Thông tin về học phần

- Học kì: 7
- Tin chi: Tổng số tín chỉ 3 (Lý thuyết 2.5 - Thực hành 0.5 - Tự học 9)
- Giờ tín chỉ đối với các hoạt động học tập
 - + Học lý thuyết trên lớp: 37.5 tiết
 - + Thực hành trong phòng thí nghiệm/trong nhà lưới: 7.5 tiết
- Đơn vị phụ trách:
 - Bộ môn: Công nghệ phần mềm
 - Khoa: Công nghệ thông tin
- Học phần thuộc khối kiến thức:

Đại cương	☐	Cơ sở ngành	☐	Chuyên sâu 1: Thương mại điện tử	☒
Bắt buộc	☐	Tự chọn	☐	Bắt buộc	☒
Tự chọn	☐	Bắt buộc	☐	Tự chọn	☐

○ Học phần tiên quyết:

- Ngôn ngữ giảng dạy: Tiếng Anh ☐ Tiếng Việt ☒

II. Chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo và mục tiêu, kết quả học tập mong đợi của học phần

* Các chuẩn đầu ra và chỉ báo của chương trình đào tạo mà học phần đóng góp:

Chỉ báo chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo	Chuẩn đầu ra Sau khi hoàn tất chương trình, sinh viên có thể:
	Kiến thức chung
1.3. Áp dụng sự hiểu biết về các vấn đề đương đại vào lĩnh vực thương mại điện tử	CDR1. Áp dụng kiến thức khoa học tự nhiên, kinh tế - chính trị - xã hội, pháp luật, sinh thái, môi trường và sự hiểu biết về các vấn đề đương đại trong lĩnh vực thương mại điện tử
	Kiến thức chuyên môn
2.2. Vận dụng các kiến thức chuyên sâu về công nghệ thông tin vào giải quyết các vấn đề thực tiễn trong lĩnh vực thương mại điện tử	CDR2. Vận dụng các kiến thức chuyên sâu về thương mại, quản trị, kinh doanh và công nghệ thông tin vào giải quyết các vấn đề thực tiễn trong lĩnh vực thương mại điện tử

Ký hiệu	KQHTMB của học phần	Hoàn thành học phần này, sinh viên thực hiện được	Chỉ báo chuẩn đầu ra của CTBT
K1	Hiệu được vai trò, ưu điểm của Truyền thông xã hội trong lĩnh vực Marketing (Social Media Marketing)		
K2	Thực hiện cài đặt, sử dụng các công cụ Social Media phổ biến cho lĩnh vực Marketing như		

Mã HP	Tên HP	Mức độ đóng góp của học phần cho chỉ báo CDR của CTBT	TH94073	Truyền thông và mạng xã hội	P	R	P	R	M	R
					1.3	2.2	5.1	7.1	9.1	9.2

(Master)

Học phần đóng góp cho Chuẩn đầu ra sau đây của CTBT theo mức độ sau:
 I - Giới thiệu (Introduction); P - Thực hiện (Practice); R - Củng cố (Reinforce); M - Đạt được

*** Kết quả học tập mong đợi của học phần:**

- Sau khi hoàn thành học phần này sinh viên có thể đạt được: hiểu được tầm quan trọng của truyền thông xã hội trong lĩnh vực thương mại. Học phần tập chung vào phân tích nguyên lý truyền thông và mạng xã hội, những ưu và nhược điểm so với phương pháp truyền thông. Học phần sẽ giới thiệu chiến lược của một số mạng xã hội phổ biến như Facebook, Youtube, Zalo, v.v. để người học có thể lên kế hoạch, khai thác, tối ưu cho lĩnh vực Marketing. Đồng thời hướng dẫn cách quản lý, đọc và phân tích các số liệu tương ứng ở từng công cụ để đo lường hiệu quả của hoạt động Marketing sử dụng công nghệ Truyền thông và mạng xã hội.

*** Mục tiêu:**

Chuẩn đầu ra	Chỉ báo chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo
Sau khi hoàn tất chương trình, sinh viên có thể:	
trong các đơn vị sản xuất kinh doanh và trong các cơ quan, tổ chức	
Kỹ năng chung	
CDR5. Làm việc nhóm và làm việc độc lập hiệu quả trong lĩnh vực thương mại điện tử	5.1. Vận dụng hiệu quả kỹ năng làm việc nhóm và làm việc độc lập để thực hiện nhiệm vụ và đạt mục tiêu đề ra.
Kỹ năng chuyên môn	
CDR7. Vận dụng các nghiệp vụ chuyên môn để giải quyết các tình huống trong lĩnh vực thương mại điện tử	7.1. Thực hiện thành thạo các nghiệp vụ chuyên môn trong lĩnh vực thương mại điện tử.
Năng lực tự chủ và trách nhiệm	
CDR9. Tuân thủ pháp luật và giữ gìn đạo đức nghề nghiệp trong lĩnh vực thương mại điện tử	9.1. Tuân thủ pháp luật khi thực hiện các công việc trong lĩnh vực thương mại điện tử.
thương mại điện tử	9.2. Giữ gìn đạo đức nghề nghiệp.

○ Trước giờ học:

nhiệm vụ trên, sinh viên còn có các nhiệm vụ sau:

- Nhiệm vụ của sinh viên khi tham gia học trực tuyến: Khi tham gia học trực tuyến, ngoài các
- Thi cuối kì: Tất cả sinh viên tham dự học phải tham gia thi cuối kỳ.
- Thi giữa kì: Tất cả sinh viên phải tham gia làm đồ án môn học và báo cáo kết quả.
- Thực hành: Tất cả sinh viên tham dự học phải tham gia đầy đủ số buổi thực hành
- Bài tập: Tất cả sinh viên tham dự học phải hoàn thành 70% các bài tập được giao.
- làm bài tập của phần học trước khi đến lớp.
- Chuẩn bị cho bài giảng: Tất cả sinh viên tham dự học phải đọc sách tham khảo và
- Chuyền cần: Tất cả sinh viên tham dự học phải đầy đủ khóa học, theo quy định của Học

V. Nhiệm vụ của sinh viên

- viên giảng dạy
- Làm bài tập lớn theo nhóm, thuyết trình, báo cáo kết quả và thảo luận với bạn học và giảng
- bàn học và thầy cô. Học theo nhóm qua đồ án môn học.
- Sinh viên nghe giảng lý thuyết, thực hành trên phòng máy, kết hợp với tự học, trao đổi với

2. Phương pháp học tập

- Làm bài tập lớn, sau đó thuyết trình, báo cáo kết quả và thảo luận
- Sử dụng kết hợp nhiều phương pháp giảng dạy khác nhau: thuyết trình kết hợp demo các ví

1. Phương pháp giảng dạy

IV. Phương pháp giảng dạy và học tập

Mô tả văn tài nội dung: Hiểu được nguyên lý truyền thông xã hội và mạng xã hội; Tìm hiểu một số TH94073 - Truyền thông và mạng xã hội (3TC: 2.5 - 0.5 - 9).

III. Nội dung tóm tắt của học phần

K6	Sinh viên có thái độ học tập nghiêm túc, chăm chỉ, có kỷ luật; có tư duy logic và sáng tạo; hoàn thành các bài tập về nhà và bài tập lớn.	5.1. Vận dụng hiệu quả kỹ năng làm việc nhóm và làm việc độc lập để thực hiện nhiệm vụ và đạt mục tiêu đề ra.
K5	Thái độ hợp tác trong nhóm. Phối hợp nhịp nhàng giữa các thành viên trong nhóm để hoàn thành được mục tiêu đề án đặt ra.	9.1. Tuân thủ pháp luật khi thực hiện các công việc trong lĩnh vực thương mại điện tử. 9.2. Giữ gìn đạo đức nghề nghiệp.
Năng lực tự chủ và trách nhiệm		
K4	Phân tích và báo cáo được kết quả của các chiến dịch Marketing	7.1. Thực hiện thành thạo các nghiệp vụ chuyên môn trong lĩnh vực thương mại điện tử.
K3	Thực hành sử dụng thành thạo các công cụ Social Medial cho lĩnh vực Marketing	7.1. Thực hiện thành thạo các nghiệp vụ chuyên môn trong lĩnh vực thương mại điện tử.
Kỷ năng	Facebook, Youtube, Zalo, v.v.	mại điện tử

KQHTMB	K1	Chi báo 1: Trình bày những đặc điểm truyền thông xã hội, phân tích được những ưu điểm và nhược điểm truyền thông xã hội so với phương pháp truyền thông truyền thống. Chi báo 2: Tóm tắt được các kiểu truyền thông xã hội và phương pháp truyền thông theo mạng xã hội.	K2	Chi báo 3: Vận dụng cái đặt, khai thác các công cụ Social Media phổ biến cho lĩnh vực Marketing như Facebook, Youtube, Zalo. Chi báo 4: Lập kế hoạch marketing trên các nền tảng truyền thông xã hội.	K3	Chi báo 5: Phân tích, thực hiện sáng tạo nội dung số như tạo video, image, văn bản để triển khai các chiến dịch truyền thông.	K4	Chi báo 5: Phân tích được kết quả của các chiến dịch truyền thông trên các nền tảng truyền thông xã hội. Đánh giá kết quả và hiệu chỉnh các kỹ thuật truyền thông và so sánh kết quả.
--------	----	--	----	---	----	---	----	--

Bảng 2. Chỉ báo thực hiện các kết quả học tập mong đợi của học phần

Hoạt động đánh giá	KQHTMB được đánh giá	Trọng số (%)	Thời gian/Tuần học
<i>Đánh giá quá trình</i>			
Tham dự lớp	K6	10	Trong suốt quá trình học tập trên lớp
Bài tập lớn	K2, K3, K4, K5	30	2 tuần học cuối
<i>Đánh giá cuối kì</i>			
Thi cuối kỳ	K1, K2, K3, K4	60	Theo lịch thi của Học viện

Bảng 1: Kế hoạch đánh giá và trong số

1. Thang điểm: 10

VI. Đánh giá và cho điểm

- Sinh viên chuẩn bị máy tính có camera, có kết nối màn hình, có cài đặt phần mềm Microsoft Teams; mặc trang phục theo quy định của Học viện như khi học trên giảng đường.
 - Sinh viên đăng nhập vào Microsoft Teams, tham gia vào buổi học do giảng viên tổ chức. Trường hợp mất kết nối màn hình, hoặc máy tính gặp sự cố, sinh viên cần báo lại cho nhóm trưởng nhóm học phần để báo cáo với giảng viên.
- Trong giờ học: Sinh viên tắt camera và mic, chỉ bật lên khi giảng viên yêu cầu hoặc khi cần trao đổi, thảo luận liên quan đến nội dung của học phần.

tham dự		
---------	--	--

Rubric 2: Bài tập lớn

Dạng bài tập lớn: Thực hiện tạo kênh truyền thông trên các mạng xã hội, sáng tạo nội dung và đo lường kết quả.

Mức chất lượng		
----------------	--	--

Tiêu chí	Trọng số (%)	Tốt	Khá	Trung bình	Kém
----------	--------------	-----	-----	------------	-----

Nội dung	50	Đầy đủ theo yêu cầu	Khá đầy đủ theo yêu cầu	Thiếu một nội dung quan trọng	Thiếu nhiều nội dung quan trọng
Hình thức	10	Tạo được kênh, sáng tạo các nội dung thu hút, dung ở mức khá, kênh có số lượng người tiếp cận ở mức cao	Tạo được kênh, sáng tạo các nội dung ở mức khá, dung có số lượng người tiếp cận ở mức trung bình	Tạo được kênh, sáng tạo các nội dung ở mức trung bình, kênh có số lượng người tiếp cận ít	Tạo được kênh, sáng tạo các nội dung ở mức độ thấp, mức độ tương tác người dùng ít
Trình bày báo cáo	10	Mạch lạc, rõ ràng, nhất quán	Khá mạch lạc, rõ ràng, nhất quán	Tương đối rõ ràng, nhất quán	Thiếu rõ ràng, nhất quán
Trả lời câu hỏi	30	Trả lời đúng, đầy đủ, rõ ràng, và thỏa đáng tất cả các câu hỏi	Trả lời đúng, đầy đủ, rõ ràng, nhất quán	Trả lời đúng đa số các câu hỏi, chưa nêu được định hướng phù hợp đối với những câu hỏi chưa trả lời	Trả lời sai đa số các câu hỏi

- Phương pháp đánh giá trực tuyến: Tương tự như đánh giá trực tiếp.

4. Các yêu cầu, quy định đối với học phần

- Tham gia trình bày, báo cáo bài tập lớn: Sinh viên cần chuẩn bị báo cáo, hoàn thành bài tập lớn được giao theo nhóm, nộp và trình bày báo cáo theo đúng lịch. Trường hợp sinh viên không tham gia làm bài tập lớn theo nhóm, hoặc không tham gia báo cáo kết quả thi điểm bài tập lớn bằng 0.
- Tham dự các bài thi: Tất cả sinh viên tham dự học phần này phải tham gia thi cuối kỳ.
- Yêu cầu về đạo đức: Sinh viên cần có thái độ học tập nghiêm túc, tích cực, chủ động.

VII. Giáo trình/tài liệu tham khảo

* Sách giáo trình/Bài giảng:

- Shiv Shigh and al. (2012). Social Media Marketing For Dummies. Hoboken, NJ: Wiley.

* Tài liệu tham khảo khác:

- Dan Zarrella (2009). The Social Media Marketing Book. ISBN 978-0-596-80660-6. O'Reilly Media.
- Jan Zimmerman and al. (2017). Social Media Marketing. 4rd edition. John Wiley & Son, Inc.
- Dave Chaffey and Fiona Ellis-Chadwick. Digital marketing strategy implementation and practice, Pearson, 2016.
- Khóa học Social Media Marketing, <https://timoday.edu.vn>

VIII. Nội dung chi tiết của học phần

Tuần	Nội dung	KQHTMB của học phần
1	Chương 1: Truyền thông xã hội với Marketing A/Các nội dung chính trên lớp: (6 tiết) Nội dung GD lý thuyết: 1.1. Truyền thông xã hội (Social Media) là gì? 1.2. Phân loại các dạng Social Media 1.3. Tầm quan trọng của truyền thông xã hội trong Marketing 1.4. Nội dung nào nên chia sẻ trên truyền thông xã hội? 1.5. Sự khác biệt của Marketing truyền thông với Social Media Marketing 1.6. Các công cụ quản lý truyền thông xã hội phổ biến 1.7. Chiến lược truyền thông xã hội 1.8. Thiết kế nội dung B/Các nội dung cần tự học ở nhà: (14 tiết) ✓ Đọc nội dung phần 1 trong sách ✓ Cài đặt sử dụng một số phần mềm sáng tạo nội dung như chỉnh sửa ảnh và video	K1, K2
2-3	Chương 2: Marketing với Facebook A/Tóm tắt các nội dung chính trên lớp: (3 tiết) Nội dung GD lý thuyết: 2.1. Chiến lược Marketing trên Facebook 2.2. Xây dựng và tối ưu Fanpage 2.3. Sử dụng Keyword, tối ưu SEO trên Fanpage 2.4. Quảng cáo với Facebook Ads 2.5. Công cụ quản lý, phân tích dữ liệu Facebook Bài 1: Tào Fanpage trên Facebook ✓ Tào Fanpage ✓ Tào các bài viết trên Fanpage ✓ Tối ưu từ khóa, tối ưu Fanpage ✓ Đo lường hiệu quả của Fanpage B/Các nội dung cần tự học ở nhà: (8 tiết) ✓ Đọc nội dung phần 2 trong sách ✓ Thực hành thêm các bài tập ở nhà	K2, K3, K4, K5, K6
4-7	Chương 3: Marketing với YouTube A/Tóm tắt các nội dung chính trên lớp: (3 tiết) Nội dung GD lý thuyết: 3.1. Chiến lược Marketing trên YouTube 3.2. Tào tài khoản, tạo kênh và tối ưu kênh YouTube 3.3. Tối ưu video trên YouTube	K2, K3, K4, K5, K6

10-13	A/Tóm tắt các nội dung chính trên lớp: (3 tiết) Nội dung GD lý thuyết: 5.1. Marketing với Instagram 5.2. Marketing với TikTok 5.3. Marketing với Blog và MicroBlog Nội dung giảng dạy thực hành/thực nghiệm: (3 tiết) Bài 4: Thực hiện Marketing với một số nền tảng mạng xã hội - Với Instagram - Với TikTok - Với các Blog hoặc MicroBlog B/Các nội dung cần tự học ở nhà: (8 tiết) ✓ Đọc nội dung phần 4 trong sách ✓ Thực hành thêm các bài tập ở nhà	K1, K2, K7
8-9	Chương 4: Marketing với Zalo A/Tóm tắt các nội dung chính trên lớp: (6 tiết) Nội dung GD lý thuyết: 4.1. Chiến lược Marketing với Zalo 4.2. Zalo Marketing qua tài khoản cá nhân 4.3. Zalo Marketing qua tài khoản tổ chức 4.4. Zalo Marketing qua quảng cáo Nội dung giảng dạy thực hành/thực nghiệm: (3 tiết) Bài 3: Sử dụng Marketing với Zalo - Tạo tài khoản trên Zalo - Tạo Zalo Page, đăng bài trên Zalo Page - Phân tích dữ liệu trên Zalo Page B/Các nội dung cần tự học ở nhà: (8 tiết) ✓ Đọc nội dung phần 4 trong sách ✓ Thực hành thêm các bài tập ở nhà	K2, K3, K4, K5, K6
	B/Các nội dung cần tự học ở nhà: (8 tiết) ✓ Đọc nội dung phần 3 trong sách ✓ Thực hành thêm các bài tập ở nhà Nội dung giảng dạy thực hành/thực nghiệm: (3 tiết) Bài 2: Tạo tài khoản và video trên YouTube - Tạo tài khoản trên YouTube và tạo kênh - Đưa video lên YouTube - Tối ưu nội dung, tối ưu từ khóa trên YouTube - Phân tích dữ liệu trên YouTube 3.4. Tạo màn hình cuối với YouTube 3.5. Quảng cáo Video trả tiền 3.6. Bảo cáo và phân tích dữ liệu trên YouTube	K2, K3, K4, K5, K6

Chương 6: Báo cáo, Phân tích các công cụ Social Media		
14-15	A/ Tóm tắt các nội dung chính trên lớp: (4 tiết) Nội dung GD lý thuyết: 6.1. Công cụ phân tích On-Site: Google Analytics 6.2. Các công cụ phân tích Off-Site: Facebook, Nội dung giảng dạy thực hành/thực nghiệm: (3 tiết) Bài 5: Phân tích kết quả với Google Analytics và Facebook - Cài đặt và phân tích kết quả qua Marketing với Google Analytics - Cài đặt và phân tích kết quả với Facebook	K2, K3, K4, K5, K6, K7
	B/ Các nội dung cần tự học ở nhà: (14 tiết) ✓ Đọc nội dung phần 6 trong sách ✓ Thực hành thêm các bài tập ở nhà	K1, K2, K7

IX. Yêu cầu của giảng viên đối với học phần

- Phòng học: Phòng học lý thuyết có đủ ánh sáng, đủ chỗ ngồi cho sinh viên.
- Phương tiện phục vụ giảng dạy: Có máy chiếu, micro, bảng, phấn.
- Yêu cầu đối với việc dạy trực tuyến (E-learning): Phần mềm dạy trực tuyến (Microsoft Teams...), máy tính, hệ thống máy chủ và hạ tầng kết nối mạng Internet với bảng thông đáp ứng được nhu cầu người dùng, không dễ xảy ra tình trạng nghẽn mạng hay quá tải; phòng học trực tuyến đầy đủ ánh sáng, cách âm tốt, thông thoáng, ngăn nắp, gọn gàng, sạch sẽ.

Hà Nội, ngày 21 tháng 6 năm 2024

GIẢNG VIÊN BIÊN SOẠN

(Ký và ghi rõ họ tên)

Phạm Văn Cường

TRƯỞNG BỘ MÔN

(Ký và ghi rõ họ tên)

Nguyễn Thị Hương

TRƯỞNG KHOA

(Ký và ghi rõ họ tên)

Phạm Văn Cường

KT. GIÁM ĐỐC

(Ký và ghi rõ họ tên)

Phạm Văn Cường



PHÓ GIÁM ĐỐC

PHỤ LỤC

THÔNG TIN VỀ ĐỘI NGŨ GIẢNG VIÊN GIẢNG DẠY HỌC PHẦN

Họ và tên: Phan Trọng Tiễn	Học hàm, học vị: Thạc sỹ
Địa chỉ cơ quan: Khoa CNTT – Học viện Nông nghiệp Việt Nam, Trâu Quỳ, Gia Lâm, Hà Nội	Điện thoại liên hệ: 0963493598
Email: ptientien@vnua.edu.vn	Trang web: https://ftta.vnua.edu.vn/pttien
Cách liên lạc với giảng viên: qua email hoặc điện thoại	

Giảng viên phụ trách học phần

Họ và tên: Hoàng Thị Hà	Học hàm, học vị: GVC. Thạc sỹ
Địa chỉ cơ quan: Khoa CNTT – Học viện Nông nghiệp Việt Nam, Trâu Quỳ, Gia Lâm, Hà Nội	Điện thoại liên hệ: 0916893835
Email: htha@vnua.edu.vn	Trang web: https://ftta.vnua.edu.vn/htha/
Cách liên lạc với giảng viên: qua email hoặc điện thoại	

Giảng viên phụ trách học phần

Họ và tên: Ngô Công Thăng	Học hàm, học vị: Thạc sỹ
Địa chỉ cơ quan: Khoa CNTT – Học viện Nông nghiệp Việt Nam, Trâu Quỳ, Gia Lâm, Hà Nội	Điện thoại liên hệ: 0912817498
Email: ncthang@vnua.edu.vn	Trang web: https://ftta.vnua.edu.vn/ncthang/
Cách liên lạc với giảng viên: qua email hoặc điện thoại	

CÁC LẦN CẢI TIẾN

- Lần 1: 07/2018
 - Rà soát và cập nhật tài liệu tham khảo.
- Lần 2: 07/2019
 - Sửa đề cương chi tiết viết theo ngành (năm 2018 đề cương viết theo chuyên ngành).
 - Sửa kết quả học tập mong đợi đáp ứng 14 CDR (năm 2018 kết quả học tập mong đợi đáp ứng 22 CDR).
- Lần 3: 03/2020
 - Bổ sung phương pháp giảng dạy và học tập, nhiệm vụ của sinh viên, phương pháp đánh giá để phù hợp với việc triển khai dạy và học theo hình thức trực tuyến khi có dịch Covid-19.
- Lần 4: 07/2021
 - Rà soát và cập nhật nội dung kiến thức học phần, tài liệu tham khảo.
- Lần 5: 07/2022
 - Rà soát và cập nhật tài liệu tham khảo.
- Lần 6: 07/2023
 - Rà soát và cập nhật mức đóng góp của học phần theo Chuẩn đầu ra và ma trận IPRM mới.
- Lần 7: 07/2024
 - Chuyển thành môn học bắt buộc thuộc khối Kiến thức ngành định hướng chuyên sâu I - Công nghệ phần mềm.
 - Rà soát và cập nhật mức đóng góp của học phần theo Chuẩn đầu ra và ma trận IPRM mới.