TRƯỜNG ĐẠI HỌC QUỐC TẾ HỒNG BÀNG
KHOA KINH TẾ QUẢN TRỊ

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc Lập - Tự Do - Hạnh Phúc

ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

1. THÔNG TIN CHUNG (General information)

Tên học phần (tiếng Việt)	Email Marketing
Tên học phần(tiếng Anh)	Email Marketing
Mã học phần	DM2006
Thuộc khốikiến thức	Đại cương □; Cơ sở ngành □ Ngành □; Chuyên ngành □; Tốt nghiệp □
Khoa, Bộ môn phụ trách:	Kinh tế và Quản lý, Marketing
Số tín chỉ (LT, TH, Tự học)	33,0,6)
Số giờ lý thuyết:	45 tiết
Số giờ thực hành:	0
Số giờ tự học:	90 tiết
Học phần tiên quyết:	Không
Học phần học trước:	

2. MÔ TẢ HỌC PHẦN (Course description)

Môn học này trình bày : Kiến thức tổng quan về email marketing, phương thức tích hợp email marketing vào marketing mix. Ngoài ra, sau khi học xong, người học sẽ nắm được xu hướng của email marketing hiện đại cũng như từng bước lập kế hoạch và thực thi hiệu quả.

3. MỤC TIÊU HỌC PHẦN (Course goals)

Sau khi hoàn thành học phần này, sinh viên có thể:

Ký hiệu (Ox)	Mục tiêu học phần

Kiến thức	
O1	Hiểu được vai trò và đặc điểm của email marketing, nắm được qui trình xây dựng kế hoạch digital marketing của doanh nghiệp trong bối cảnh thực tế
O2	Hiểu và xây dựng được một kế hoạch email marketing, xác định được vai trò của các thành phần: công cụ, nội dung, báo cáo trong email marketing.
Kỹ năng	
O3	Có khả năng thực hành xây dựng chân dung khách hàng trong email marketing, xác định trải nghiệm khách hàng trong email marketing, lựa chọn công cụ và nền tảng cũng như xây dựng được kế hoạch email marketing tối ưu trong doanh nghiệp
Mức tự chủ và trách nhiệm	
O4	Có thái độ đúng đắn với sự vận động không ngừng của email marketing, về các quy chuẩn thực thi trong khuôn khổ pháp luật về quyền riêng tư, sự liên kết các thành phần liên quan trong bộ máy doanh nghiệp.

4. CHUẨN ĐẦU RA HỌC PHẦN (Course learning outcomes - CLOs)

Học phần đáp ứng các chuẩn đầu ra như sau:

Ox	CLOx	PLOx
Kiến thức		
O1	CLO1: Hiểu được các chức năng cơ bản của Email Marketing	PLO1
O2	CLO2: Hiểu được và giải thích được qui trình thực thi Email Marketing	PLO2; PLO3
Kỹ năng		
O3	CLO3: Xây dựng được kế hoạch Email Marketing trong bối cảnh một doanh nghiệp cụ thể	PLO3; PLO4; PLO5
Mức tự chủ và trách nhiệm		
O4	CLO4: Phân tích đánh giá được hiệu quả của hoạt động Email marketing trong doanh nghiệp	PLO5; PLO6
O5	CLO5: Nhận thức được tầm quan trọng của Email Marketing	PLO8; PLO9

5. NỘI DUNG HỌC PHẦN, KẾ HOẠCH GIẢNG DẠY (Course content, lesson plan)

Buổi học (3 tiết)	Nội dung	CĐR của môn học (CLOx)	Hoạt động dạy và học	Hoạt động đánh giá (Ax)
3 buổi (9 tiết)	**Chương 1: Tổng quan về Email Marketing** 1. Email Marketing là gì 2. Tiêu chuẩn đánh giá hiệu quả của Email Marketing 3. Tiêu chuẩn đánh giá tính thiếu hiệu quả của Email Marketing 4. Những ngành nghề có độ lệ thuộc cao vào Email Marketing 5. Vai trò của Thuê bao – Subscriber và cách giữ liên hệ với Subscriber 6. Thu hút đăng ký thông qua Website và Landing Page 7. Thực thi Email Marketing: các điểm thuận lợi và khó khăn	CLO1	Thuyết giảng, Thảo luận tình huống	**A1.1**
2 buổi (6 tiết)	**Chương 2: Lập chiến lược marketing qua email** 1. Xác định mục tiêu của chiến dịch Email Marketing 2. Các bước xây dựng mục tiêu trong Email Marketing 3. Sắp xếp nội dung Email theo các chủ đề	CLO1, CLO2	Thuyết giảng Thảo luận tình huống, Bài tập hay thuyết trình	**A1.1** **A1.2**

	4. Tập trung vào mục tiêu: Tối ưu hoá trải nghiệm người xem 5. Chiến lược xây dựng danh sách email có chất lượng			
5 buổi (15 tiết)	**Chương 3: Xây dựng chiến dịch Email Marketing hiệu quả** 1. Thiết kế trong Email Marketing 2. Vai trò của chủ đề và tỉ lệ mở thư trong Email Marketing 3. Xử lý nội dung chữ trong Email Markeing 4. Xử lý nội dung hình và nội dung đa phương tiện trong Email Marketing 5. Nội dung được xây dựng nhằm mang lại giá trị cho người đọc 6. Các bước chuyển đổi từ đọc email tới mua hàng 7. Các hình thức nội dung hỗ trợ tăng tỉ lệ mở thư (free gift, demo) 8. Các bước chuyển đổi từ mua hàng lần đầu tới khách hàng trung thành	CLO1, CLO2, CLO3	Thuyết giảng Thảo luận tình huống, Bài tập hay thuyết trình	**A1.1**
2 buổi (6 tiết)	**Chương 4: Gửi và theo dõi email (Email Tracking)** 1. Theo dõi kết quả của chiến dịch Email Marketing 2. Tối ưu hoá tốc độ gửi Email 3. Tối ưu hoá lượt nhấp (CTR – click-through rate)	CLO1, CLO2, CLO3	Thuyết giảng Thảo luận tình huống, Bài tập hay	**A1.1**

			thuyết trình	
2 buổi (6 tiết)	**Chương 5: Công cụ và nền tảng** 1. Lựa chọn một nền tảng gửi Email chuyên nghiệp và tạo tài khoản 2. Tạo chiến dịch và tối ưu hoá chiến dịch 3. Hướng dẫn xây dựng form đăng ký hoặc landing page 4. Hướng dẫn viết nội dung Email 5. Một số kỹ thuật nâng cao khi sử dụng nền tảng	CLO1, CLO2, CLO3	Thuyết giảng Thảo luận tình huống, Bài tập hay thuyết trình	**A1.1** **A1.2**
1 buổi (3 tiết)	Tổng kết và tóm tắt môn học Giải đáp câu hỏi	CLO1, CLO4	Thuyết giảng Hỏi đáp	**A1.1** **A1.2** **A2**

Chương 1: SV đọc tài liệu chương tương ứng, tìm hiểu các mẫu email phổ biến theo hướng dẫn của giảng viên
Chương 2, 3, 4 : SV đọc tài liệu tương ứng và làm các bài tập cuối tài liệu
Chương 5: SV đọc tài liệu tương ứng và tìm hiểu công cụ email marketing hàng đầu

6. ĐÁNH GIÁ HỌC PHẦN (Course assessment):

Hoạt động đánh giá	Phương pháp đánh giá	CLO	Tỷ lệ (%)
A1. Đánh giá quá trình	A.1.1. Chuyên cần	CLO1; CLO2; CLO3; CLO4;CLO5 …	20%
	A1.2. Thuyết trình nhóm	CLO1; CLO2’CLO3	20%

A2. Đánh giá tổng kết	Bài kiểm tra tự luận	CLO2; CLO3; CLO4; CLO5	60%
		Tổng	**100%**

Rubric của thành phần đánh giá A1.1

Kiểm tra trên lớp	***Giỏi (8-10đ)***	***Khá(6-7đ)***	***TB(5đ)***	***Yếu(3-4đ)***	***Kém(0-3đ)***
Hỏi bài cũ, bài mới và làm bài tập tại lớp (kiểm tra khả năng tự học của sinh viên)	*Xung phong trả lời hoặc lên bảng làm bài tập 4 - 5 lần*	*Xung phong trả lời hoặc lên bảng làm bài tập 3 lần*	*Xung phong trả lời hoặc lên bảng làm bài tập 2 lần*	*Xung phong trả lời hoặc lên bảng làm bài tập 1 lần*	*Xung phong trả lời hoặc lên bảng làm bài tập 0 lần*
Điểm danh đi học đầy đủ	*Đi học đầy đủ 100% các buổi điểm danh*	*Đi học 75% các buổi điểm danh*	*Đi học 50% các buổi điểm danh*	*Đi học 25% các buổi điểm danh*	*Không đi học*

7. QUY ĐỊNH CỦA HỌC PHẦN (Course requirements and expectations)

- Dự lớp: theo qui định chung của trường.
- Sinh viên đọc trước slide bài giảng của môn học và những tài liệu theo yêu cầu của giảng viên trước mỗi buổi học.
- Làm bài tập về nhà, trả lời các câu hỏi ngắn trên lớp, và các bài kiểm tra tại lớp: các điểm này sẽ được đánh giá vào cột điểm quá trình của sinh viên.

8. TÀI LIỆU HỌC TẬP, THAM KHẢO

8.1 Giáo trình

[1] John Arnold (2011), Email Marketing for Dummies, Wiley Publishing

8.2. Tài liệu tham khảo

[2] Simm Jenkins (2012), Marketing qua Email, NXB Lao động Xã hội

[3] DJ Waldow, Jason Falls (2012), The Rebel's Guide to Email Marketing Grow Your List, Break the Rules, and Win, Que Publishing

9. PHẦN MỀM HAY CÔNG CỤ HỖ TRỢ BÀI TẬP HOẶC THỰC HÀNH

1. Laptop
2. Slides
3. Máy chiếu
4. Viết và bảng
5. Micro

Tp.HCM, ngày 30 tháng 7 năm 2022

Trưởng Khoa	**Trưởng Bộ môn**	**Giảng viên 2**	**Giảng viên 1**
(Ký và ghi rõ họ tên)	*(Ký và ghi rõ họ tên)*	*(Ký và ghi rõ họ tên)*	*(Ký và ghi rõ họ tên)*