

ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

1. THÔNG TIN CHUNG (General information)

- Tên học phần (<i>tiếng Việt</i>)	Email Marketing
- Tên học phần (<i>tiếng Anh</i>)	Email Marketing
- Mã học phần	DM2006
- Trình độ	: Cử nhân
- Loại học phần	☒ Bắt buộc ☐ Tự chọn
- Thuộc thành phần	☐ Kiến thức giáo dục đại cương ☐ Kiến thức cơ sở khối ngành ☒ Kiến thức cơ sở ngành ☐ Kiến thức ngành / chuyên ngành ☐ Kiến thức cuối khoá
- Khoa, Bộ môn phụ trách	: Bộ môn Marketing, Khoa Kinh tế Quản trị
- Số tín chỉ (<i>Lý thuyết, thực hành, Tự học</i>)	: 3 (15 , 35 , 5)
- Phân bổ thời gian	- Lên lớp (lý thuyết): 45 giờ - Làm việc nhóm, thực hành, thảo luận: 35 giờ - Tự học, tự nghiên cứu: 5 giờ
- Học phần tiên quyết	: không
- Học phần học trước	: Marketing Căn bản; Nhập môn Digital Marketing
- Học phần song hành	:

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 các khái niệm cơ bản và phổ biến trong email marketing.
O2	Hiểu và nắm được vai trò và đặc điểm của email marketing.
Kỹ năng	
O3	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.
Mức tự chủ và trách nhiệm	
O4	Nhận thức được sự vận động không ngừng của ngành, nắm rõ các quy chuẩn thực thi trong khuôn khổ pháp luật, nhận thức được 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:

Mục tiêu môn họcphần (Ox)	CDR của môn học (CLOx)	PLOx
O1	CLO1: Hiểu được các khái niệm và chức năng cơ bản của Email Marketing	PLO1
O2	CLO2: Hiểu được và giải thích được qui trình thực thi Email Marketing	PLO3; PLO4; PLO5
O3	CLO3: Xây dựng được kế hoạch Email Marketing trong bối cảnh một doanh nghiệp cụ thể	PLO5; PLO6
O4	CLO4: Nhận thức được tầm quan trọng của Email Marketing	PLO8; PLO9

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

5.1. Lý thuyết:

Số TT	Nội dung (Tên bài giảng)	Số giờ				TỔNG
		Lý thuyết	Thảo luận nhóm	Tự học	Khác (nếu có)	
Bài 1	Chương 1: Tổng quan về Email Marketing - Email Marketing là gì - Tiêu chuẩn đánh giá hiệu quả của Email Marketing - Tiêu chuẩn đánh giá tính thiếu hiệu quả của Email Marketing - Những ngành nghề có độ lệ thuộc cao vào Email Marketing - Vai trò của Thuê bao – Subscriber và cách giữ liên hệ với Subscriber - Thu hút đăng ký thông qua Website và Landing Page - Thực thi Email Marketing: các điểm thuận lợi và khó khăn	6	12			
Bài 2	Chương 2: Lập chiến lược marketing qua email - Xác định mục tiêu của chiến dịch Email Marketing - Các bước xây dựng mục tiêu trong Email Marketing - Sắp xếp nội dung Email theo các chủ đề - Tập trung vào mục tiêu: Tối ưu hoá trải nghiệm người xem - Chiến lược xây dựng danh sách email có chất lượng	6	12			

		Số giờ				
Bài 3 Số 11	Chương 3: Xây dựng chiến dịch Email Marketing hiệu quả (Tên bài giảng) Nội dung: 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 Marketing 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	6	12			TỔNG
Bài 4	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)	6	12			
Bài 5	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	6	12			

		Số giờ				
Số TT	Nội dung (Tên bài giảng)					TỔNG G
	3. Hướng dẫn viết nội dung form đăng ký hoặc đăng bài 4. Hướng dẫn viết nội dung Email 5. Một số kỹ thuật nâng cao khi sử dụng nền tảng					
Bài 6	Thuyết trình bài tập nhóm	0	18	9		
Bài 7	Chương 5. Kênh phân phối và content marketing – Chiến dịch email marketing 5.7. Vai trò và lợi thế của email marketing 5.8. Xu hướng và nền tảng email marketing phổ biến 5.9. Hiểu về hành vi thư rác và quyền riêng tư 5.10. Lập kế hoạch và tạo chiến dịch email marketing 5.11. Thực hiện chiến dịch 5.12. Đánh giá hiệu quả chiến dịch	6	12			
Bài 8	Chương 6. Đo lường hiệu quả và theo dõi 6.1. Thực hiện kế hoạch content marketing 6.2. Đo lường tác động của content marketing 6.3. Tỷ suất sinh lợi trên mục tiêu ROO 6.4. Kim tự tháp content marketing 6.5. Tính toán khoản đầu tư 6.6. Tính toán lợi nhuận 6.7. Tính toán ROI	6	12			
	Ôn tập	3	0	6		
TỔNG		45	90	15		150

5.2. Thực hành: (không)

Số TT	Nội dung (Tên bài giảng)	Số giờ				TỔNG G
		...	...	...	...	
Bài 1						
Bài 2						
Bài 3						

SỐ TT TỔNG	Nội dung	Số giờ				TỔNG G
	(Tên bài giảng)					

6. PHƯƠNG PHÁP DẠY - HỌC (*Teaching – Learning methods*):

6.1. Phương pháp giảng dạy:

- Lý thuyết: thuyết giảng, bài tập, bài tập theo nhóm
- Thực hành: (không)

6.2. Phương pháp học:

- Lý thuyết: nghe giảng, nghiên cứu tài liệu, tổng hợp tài liệu, làm bài tập về nhà, làm bài tập theo nhóm
- Thực hành: (không)

7. TÀI LIỆU DẠY - HỌC, THAM KHẢO (*Learning materials*)

7.1. Tài liệu dạy học:

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

7.2. Tài liệu tự học và tham khảo:

[1] GetResponse, tại www.getresponse.com

[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

7.3. Phần mềm, công cụ hỗ trợ bài tập hoặc thực hành

[1] Get Response

[2] Outlook OneDrive

8. PHƯƠNG PHÁP KIỂM TRA, ĐÁNH GIÁ (*Testing and assessment methods*)

8.1. Thang điểm đánh giá:

Điểm học phần được chấm theo thang điểm 10, làm tròn với một chữ số thập phân (đến 0,1) và xếp loại điểm chữ như sau:

Loại	Thang điểm 10	Điểm chữ	Quy đổi thang điểm 4
Đạt (các học phần được tính vào điểm trung bình học tập)	8,5 – 10	A	4
	7,0 – 8,4	B	3
	5,5 – 6,9	C	2
	4,0 – 5,4	D	1
Đạt	Từ 5,0 trở lên	P	

Loại	Thang điểm 10	Điểm chữ	Quy đổi thang điểm 4
<i>(các học phần chỉ yêu cầu đánh giá “Đạt” và không tính điểm trung bình học tập)</i>			
Không đạt	< 4,0	F	0

8.2. Phương pháp kiểm tra đánh giá tự học:

Hoạt động	Hình thức đánh giá	Công cụ đánh giá	Tỷ lệ %
<i>Hoàn thành bài tập theo nhóm</i>	<i>Chấm bài tập</i>	<i>Rubric 1</i>	<i>100%</i>

8.3. Phương pháp đánh giá học phần:

Nội dung đánh giá		Hình thức đánh giá	Công cụ đánh giá	Tỷ lệ %
<i>Đánh giá quá trình</i>	<i>Chuyên cần</i>	<i>Điểm danh, ý thức học tập</i>	<i>Rubric 1</i>	<i>10%</i>
	<i>Kiểm tra thường xuyên</i>	<i>Trắc nghiệm</i>	<i>Rubric 4</i>	<i>30%</i>
		<i>Câu hỏi ngắn</i>		
		<i>Tình huống</i>		
		<i>Kết quả tự học</i>		
		<i>Thuyết trình nhóm (x)</i>		
<i>Kết thúc học phần</i>	<i>Thi</i>	<i>Trắc nghiệm</i>	<i>Rubric 7</i>	<i>60%</i>

9. MA TRẬN (Matrix):

❖ Ma trận tương thích chuẩn đầu ra của học phần và chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo:

Chuẩn đầu ra của học phần (CLOs)	Chuẩn đầu ra chương trình đào tạo (PLOs)											
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)
CLO1		H	P		S							
CLO2				H	H		H					
CLO3				H	H		H				P	S
CLO4											P	P

Ghi chú: các ký tự trong các ô thể hiện

P: Đóng góp một phần cho chuẩn đầu ra

Partial supported

S: Đóng góp cho chuẩn đầu ra

Supported

H: Đóng góp quan trọng cho chuẩn đầu ra

Highly supported

Đề trống ô, nếu học phần không có đóng góp cho chuẩn đầu ra tương ứng

❖ Ma trận tương thích phương pháp dạy - học và chuẩn đầu ra của học phần

PP dạy - học	Chuẩn đầu ra chương trình đào tạo (PLOs)											
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)
Thuyết trình	P	P	S	H	H	S						
Thảo luận nhóm		H	H	H	H	H					P	
Hỏi – trả lời	P	P	S	H	H	S						P
Báo cáo chuyên đề		S		H	H		S	H	H			P
Bài tập		S		H			S		H			

❖ Ma trận tương thích phương pháp kiểm tra đánh giá và chuẩn đầu ra của học phần

PP kiểm tra, đánh giá	Chuẩn đầu ra chương trình đào tạo (PLOs)											
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)
Lý thuyết		P	S	H	H	S						
Điểm chuyên cần		H	H	H	H	H					P	P
Điểm kiểm tra MCQ	P	P	S	H	H	S						
Thi kết thúc		H	H		H						S	S

❖ Ma trận tương thích nội dung dạy – học và chuẩn đầu ra của học phần

❖ Ma trận tương thích phương pháp dạy - học và nội dung dạy – học

9. RUBRIC / THANG ĐIỂM ĐÁNH GIÁ (*Scoring guide/Rubric*):

Rubric 1: Điểm danh, đánh giá điểm chuyên cần

Số giờ vắng Số giờ HP	Mức điểm Thang điểm 10	Ghi chú
0%	10	
> 0% - 10%	9	Có phép/ Không có phép
> 10% - 20%	7	Có phép/ Không có phép
....		
> 25%	0	Không được dự thi kiểm tra học phần

Rubric 2: thang điểm chấm bài trắc nghiệm (kiểm tra thường xuyên).

Rubric 3: Đánh giá bài báo cáo nhóm

Rubric 4: Đánh giá thuyết trình nhóm

<i>Tiêu chí</i>	<i>Điểm</i>	<i>Ghi chú</i>
Làm việc tập thể và phân công công việc	2	
Kỹ năng thuyết trình	2	
Kỹ năng trình bày nội dung	3	
Giá trị kiến thức của nội dung	3	
TỔNG	10	

Rubric 5: Đánh giá hoạt động cá nhân tự học

- Bài tập cá nhân
- Tham gia hoạt động nhóm
- Hoạt động trong giờ học trên lớp

Rubric 6: Thang điểm chấm bài thi thực hành

Rubric 7: Thang điểm chấm bài thi trắc nghiệm cuối kỳ

- Trắc nghiệm: 70 câu phân bổ nội dung đều trong các chương, thời gian làm bài 70 phút
- Tự luận: thang điểm 0.5 cho bài thi 10 điểm thuộc nội dung đã học

11. HOẠT ĐỘNG HỖ TRỢ CỦA GIẢNG VIÊN VÀ TRỢ GIẢNG (*Student support*)

- Giảng viên sẽ giải đáp tất cả các thắc mắc của học viên liên quan đến môn học.
- Sinh viên có thể gửi email qua địa chỉ của giáo viên giảng dạy. hoặc gặp trực tiếp giảng viên vào ngày thứ hai hàng tuần tại Văn phòng khoa Kinh tế Quản trị

TP. HCM, ngày 08 tháng 06 năm 2022

Trưởng Khoa
(Ký và ghi rõ họ tên)

Trưởng Bộ môn
(Ký và ghi rõ họ tên)

Người biên soạn
(Ký và ghi rõ họ tên)