

ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

1. THÔNG TIN CHUNG (General information)

Tên môn học (tiếng Việt):	Email Marketing
Tên môn học (tiếng Anh):	Email Marketing
Mã môn học:	05121
Thuộc khối kiến thức:	Đại cương ☐ ; Cơ sở nhóm ngành ☐ ; Cơ sở ngành ☒ ; Chuyên ngành ☐ ; Tốt nghiệp ☐
Khoa, Bộ môn phụ trách:	Khoa Kinh tế và Quản lý, Bộ môn Quản trị Kinh doanh Email:.....
Giảng viên biên soạn:	ThS Phạm Thị Thanh Tâm
Giảng viên cập nhật:	
Số tín chỉ:	3 tín chỉ (45 tiết)
Lý thuyết:	3 chỉ (45 tiết)
Thực hành:	
Tự học:	SV phải học và đọc thêm tại nhà trước và sau mỗi bài giảng.
Môn học tiên quyết:	Không
Môn học trước:	Marketing Căn bản; Nhập môn Digital Marketing

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:

Ox	Mục tiêu học phần
----	-------------------

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.
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
O4	Có thái độ đúng đắn với sự vận động không ngừng của ngành, về các quy chuẩn thực thi trong khuôn khổ pháp luật về quyền riêng tư, về văn hoá doanh nghiệp, 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)

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 4. Tập trung vào mục tiêu: Tối ưu hoá trải nghiệm người xem 5. Chiến lược xây dựng danh sách email có chất lượng	CLO1, CLO2	Thuyết giảng Thảo luận tình huống, Bài tập hay thuyết trình	A1.1 A1.2
5 buổi (15 tiết)	Chương 3: Xây dựng chiến dịch Email Marketing hiệu quả	CLO1, CLO2, CLO3	Thuyết giảng Thảo luận tình huống,	A1.1

	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		Bài tập hay thuyết trình	
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 thuyết trình	A1.1
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	CLO1, CLO2, CLO3	Thuyết giảng Thảo luận tình huống, Bài tập hay thuyết trình	A1.1 A1.2

	4. Hướng dẫn viết nội dung Email 5. Một số kỹ thuật nâng cao khi sử dụng nền tảng			
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

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 CDR G1, G2)	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

Giáo trình

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

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. Hồ Chí Minh, ngày tháng 06 năm 2019

P. Trưởng Khoa

(ký và ghi rõ họ tên)

P. Trưởng Bộ môn

(ký và ghi rõ họ tên)

Giảng viên

(ký và ghi rõ họ tên)