

41

HỌC VIỆN BÁO CHÍ VÀ TUYÊN TRUYỀN
KHOA QUAN HỆ CÔNG CHÚNG VÀ QUẢNG CÁO

ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

1. Thông tin chung về học phần

Tên học phần bằng tiếng Việt: Xây dựng và quản trị thương hiệu

Tên học phần bằng tiếng Anh: Brand Management

Mã học phần: **QQ02610**

Loại môn học: Kiến thức ngành

Số tín chỉ: 3.0 tín chỉ (1.5 tín chỉ lý thuyết, 1.25 tín chỉ thực hành, 0.25 tín chỉ tự học).

Số tiết học: 82,5 tiết (trong đó 22,5 tiết lý thuyết; 37,5 tiết thực hành; 22.5 tiết tự học).

Số tiết học cá nhân: 67.5 tiết (trải nghiệm thực tế, nghiên cứu, đánh giá...)

Loại học phần: bắt buộc

Nơi tiến hành môn học: Học viện Báo chí và Tuyên truyền

Thời gian học: Học kỳ 7

Môn học tiên quyết:

Các yêu cầu khác đối với học phần: Không

Bộ môn/Khoa phụ trách: Quan hệ công chúng và Quảng cáo.

Văn phòng khoa: tầng 7, nhà A1, Học viện Báo chí và Tuyên truyền, 36 Xuân Thủy, Cầu Giấy, Hà Nội.

Người phụ trách: TS. Nguyễn Thị Minh Hiền

Điện thoại, email: 0986770383, nguyentminhhien2016@gmail.com

Các giảng viên tham gia giảng dạy

1. Ths. Đỗ Thị Hải Đăng

Điện thoại, email: 0977159502, haidangdt@gmail.com

2, TS. Vũ Tuấn Hà

Điện thoại, email: 0989893938, vutuanha.ajc@gmail.com

2. Mục tiêu của học phần

2.1. Mục tiêu chung

Môn học cung cấp cho người học những kiến thức cơ bản về nghiên cứu quá trình xây dựng và quản trị thương hiệu bao gồm: tạo dựng hình ảnh thương hiệu, phân tích thị

trường; phân tích tình trạng của thương hiệu; định vị thương hiệu; kiểm nghiệm phương án mới; lập kế hoạch và đánh giá sự thực hiện. Môn học cũng giới thiệu các kiểu loại chiến lược thương hiệu điển hình và các hình thức tổ chức bộ phận quản lý thương hiệu. Môn học giúp người học hiểu được những công việc cụ thể của người làm marketing, xây dựng thương hiệu và vận dụng những kỹ năng để quản trị thương hiệu đó một cách hiệu quả

2.2. Mục tiêu cụ thể

Sau khi học xong môn học này, sinh viên sẽ:

- Về kiến thức:

- + Diễn giải được các khái niệm về thương hiệu, tầm quan trọng của thương hiệu và những thách thức đối với công tác xây dựng thương hiệu
- + Nắm bắt tổng quát những kiến thức chính về thương hiệu và quản trị thương hiệu.
- + Hiểu biết về quy trình hoạch định và nội dung của một số chiến lược và kế hoạch xây dựng thương hiệu tại một số công ty.
- + Thấu hiểu các vấn đề liên quan đến quá trình tổ chức và điều khiển thực hiện các chiến lược, kế hoạch xây dựng thương hiệu.
- + Tìm hiểu về việc kiểm soát, đánh giá hiệu quả và xây dựng các biện pháp cải tiến quá trình quản trị thương hiệu, kể cả một số định hướng nâng cao hiệu quả xây dựng thương hiệu.

- Về kỹ năng:

- ☐ Phân tích quy trình xây dựng kế hoạch quản trị thương hiệu và những nội dung cần có trong bản kế hoạch đó.
- ☐ Quản lý các công việc thuộc kế hoạch marketing công nghệ số một cách hiệu quả
- ☐ Kiểm tra, đánh giá hiệu quả của kế hoạch marketing công nghệ số của doanh nghiệp/tổ chức.

- Về ý thức tự chủ, chịu trách nhiệm

- ☐ Có thái độ đúng đắn đối với môn học cũng như việc rèn luyện những kỹ năng, phương pháp cơ bản phục vụ cho công việc khi tham gia vào môi trường làm việc thực tiễn.

3. Chuẩn đầu ra của học phần

STT	Chuẩn đầu ra học phần (CLOs)	Phương pháp dạy – học	Hình thức KTĐG
CLO1	Trình bày được khái niệm thương hiệu, vai trò của xây dựng thương hiệu, quản trị thương hiệu, những yếu tố tạo nên giá trị thương hiệu và các kiến thức tổng quan về thương hiệu.	-Thuyết giảng -Nghiên cứu trường hợp -Thảo luận nhóm	-Kiểm tra chuyên cần -Bài tập về nhà -Hỏi - đáp
CLO2	Hiểu được các thành tố cấu thành một chiến lược thương hiệu. Nêu được các mô hình xây dựng thương hiệu; Nêu được các kiến trúc thương hiệu và các hệ thống nhận diện thương hiệu; Giải thích được tầm quan trọng của việc định vị thương hiệu và nhận diện thương hiệu; Hiểu được các chiến lược marketing hỗn hợp nhằm tạo dựng giá trị thương hiệu và quảng bá thương hiệu.	-Thuyết giảng -Thảo luận nhóm	-Kiểm tra chuyên cần -Hỏi - đáp -Quan sát làm việc nhóm
CLO3	Phân tích được quy trình xây dựng thương hiệu, vai trò và các phương pháp nghiên cứu thương hiệu	-Thuyết giảng -Thảo luận nhóm	-Thuyết trình -Quan sát làm việc nhóm -Hỏi -

			đáp
CLO4	Có kỹ năng giao tiếp, làm việc nhóm, làm việc độc lập, tự học, tự nghiên cứu, thuyết trình, báo cáo	-Thuyết giảng tương tác -Thảo luận nhóm -Nghiên cứu trường hợp -Bài tập thực hành	-Thuyết trình -Quan sát làm việc nhóm
CLO5	Năng lực tự chủ, chịu trách nhiệm + Có năng lực tự học, nghiên cứu, cập nhật, tích lũy kiến thức, kinh nghiệm để nâng cao trình độ + Có bản lĩnh chính trị vững vàng, kiên định với chủ nghĩa Mác - Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh, yêu nước, trung thành với mục tiêu, lý tưởng của Đảng + Có thái độ nghiêm túc trong học tập, tác phong làm việc chuyên nghiệp, chủ động, độc lập;	-Thảo luận nhóm -Nghiên cứu trường hợp -Bài tập thực hành	-Kiểm tra chuyên cần -Quan sát làm việc nhóm

4. Nội dung học phần và lịch trình giảng dạy

TT	Tuần	Nội dung	Số tiết					Tự học	CĐR học phần (CLOs)
			Lý thuyết		Thực hành				
			Trực tiếp	Trực tuyến	PLT	PTH	Thực địa/ trực tuyến		
1	1,2	Giới thiệu môn học Chương 1: Những vấn đề chung về Thương hiệu	5	0	0	0	5	2.5	1

		1.1. Khái niệm 1.2. Tầm quan trọng của thương hiệu đối với doanh nghiệp 1.3. Giá trị thương hiệu 1.4. Mô hình tài sản thương hiệu (CBBE) 1.5. Quy trình xây dựng thương hiệu							
2	3,4	Chương 2: Nghiên cứu thương hiệu 2.1. Sự quan trọng của việc nghiên cứu thương hiệu 2.2. Các phương pháp nghiên cứu thương hiệu	5	0	0	0	5	5	1,3
3	5	Chương 2: (tiếp) Trình bày kết quả nghiên cứu thương hiệu	2.5	0	5	0	2.5	2.5	1,3,4
4	6,7	Chương 3: Chiến lược thương hiệu 3.1. Ý tưởng trung tâm của	5	5	0	0	5	0	2,3,4

		thương hiệu 3.2. Tầm nhìn thương hiệu 3.3. Sứ mệnh thương hiệu 3.4. Định vị thương hiệu 3.4. Giá trị cốt lõi của thương hiệu 3.5. Lời hứa thương hiệu 3.7 Tính cách thương hiệu 3.8. Kiến trúc thương hiệu 3.9. Câu chuyện thương hiệu							
5	8,9	Thực hành phân tích chiến lược thương hiệu	0	0	0	0	5	5	3,4
6	10	Chương 4: Biểu đạt thương hiệu 4.1. Hệ thống tên gọi và bảng cấu trúc thương hiệu 4.2. Hệ thống biểu đạt 4.3. Hệ thống ứng dụng	2.5	0	0	0	5	2.5	2,3,4

7	11,12	Chương 5: Kích hoạt và bảo hộ thương hiệu 5.1. Truyền thông kích hoạt thương hiệu 5.2. Đào tạo quản trị thương hiệu 5.3 Giới thiệu về luật sở hữu trí tuệ 5.4. Các đối tượng bảo hộ của Luật sở hữu trí tuệ 5.6 Vấn đề nhượng quyền thương hiệu	2.5	0	5	0	5	5	2,4,5
---	-------	---	-----	---	---	---	---	---	-------

5. Ma trận liên kết giữa nội dung chuẩn đầu ra học phần với chuẩn đầu ra chương trình đào tạo

CLOs	PLOs														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
CLO1				3				4	4				4	3	3
CLO2				3				4	4				4	3	3
CLO3				3				4	4				4	3	3
CLO4				3				4	4				4	3	3
CLO5				3				4	4				4	3	3
Tổng hợp học phần				3				4	4				4	3	3

6. Phương pháp dạy

Ma trận giữa phương pháp dạy với chuẩn đầu ra của học phần

Phương pháp dạy	CLOs				
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Giảng lý thuyết	x	X	x	X	
Hỏi đáp	x	x			
Thảo luận nhóm	X	X	X		
Thảo luận chuyên đề	x	X	X		
Giải quyết vấn đề	x	x	X		
Thực hành	x	x	X	x	x
Bài tập thực hành	x	x	X	x	x

7. Phương pháp học

Ma trận giữa phương pháp học với chuẩn đầu ra của học phần

Phương pháp học	CLOs				
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Đặt câu hỏi	x	x	x	x	x
Đọc nghiên cứu tài liệu	x	x			x
Thảo luận nhóm	x	x	x		
Lập sơ đồ tư duy			x	x	x
Thuyết trình - thảo luận	x	x	x	x	x

8. Phương pháp kiểm tra, đánh giá

- Quy định về kiểm tra, đánh giá/ thi kết thúc học phần:

T	T	Tên học phần	Trực tiếp							Trực tuyến (tối đa 30%)								
			Tự luận	Trắc nghiệm	Tự luận + Trắc nghiệm	Tự luận, trắc nghiệm, vấn đáp	Vấn đáp	Tiểu luận	Bài tập lớn	Tác phẩm	Tự luận	Trắc nghiệm	Tự luận + Trắc nghiệm	Tự luận, trắc nghiệm, vấn đáp	Vấn đáp	Tiểu luận	Bài tập lớn	Tác phẩm
1		Xây	X								X							

T T	Tên học phần	Trực tiếp							Trực tuyến (tối đa 30%)								
		Tự luận	Trắc nghiệm	Tự luận + Trắc nghiệm	Tự luận, trắc nghiệm, vấn đáp	Vấn đáp	Tiểu luận	Bài tập lớn	Tác phẩm	Tự luận	Trắc nghiệm	Tự luận + Trắc nghiệm	Tự luận, trắc nghiệm, vấn đáp	Vấn đáp	Tiểu luận	Bài tập lớn	Tác phẩm
	dùng và quản trị thương hiệu																

- Quy định về trọng số điểm: Đánh giá quá trình 20%, đánh giá giữa kỳ 30%, đánh giá cuối kỳ 50%

Thành phần đánh giá	Hình thức đánh giá	Trọng số	CLOs
Đánh giá quá trình	Điểm danh chuyên cần, kiểm tra bài tập về nhà, hỏi - đáp, quan sát các hoạt động học tập của sinh viên, kết quả tự học	20%	1,3,4
Đánh giá giữa kỳ	Viết bài luận, Thuyết trình, kết quả tự học	30%	3,4,5
Đánh giá cuối kỳ	Bài tập lớn	50%	2,3,4,5

9. Nhiệm vụ của sinh viên

- Tham dự đầy đủ các buổi học. Sinh viên nghỉ học quá 25% thời lượng các tiết học lý thuyết, vắng các tiết học thực hành; điểm đánh giá ý thức học tập, điểm kiểm tra giữa học phần đạt dưới 4 điểm sẽ không được phép tham dự thi/kiểm tra hết môn học.

- Tích cực tham gia chuẩn bị bài, tham gia thảo luận trên lớp.

- Nộp bài kiểm tra theo đúng thời hạn quy định, nếu nộp muộn phải xin phép giảng viên và phải có lý do chính đáng. Sinh viên nộp bài muộn không có lý do sẽ bị trừ 5% điểm/ngày nộp muộn.

- Không vi phạm quy tắc về đạo văn.

- Tuân thủ theo đúng các quy định trong Quy chế đào tạo của Học viện Báo chí và Tuyên truyền.

10. Học liệu tham khảo

10.1. Học liệu bắt buộc

1. Đinh Thị Thúy Hằng (chủ biên), *PR lý luận và ứng dụng*, NXB Lao động xã hội, Hà Nội, 2007.

10.2. Học liệu tham khảo

1. Ronald J. Alsop, 18 quy luật bất biến trong phát triển danh tiếng thương hiệu công ty, 2008, NXB Trẻ

2. Jacky Tai, Đặt tên cho thương hiệu, 2010, NXB Trẻ

3. Douglas B. Holt, Hành trình biến thương hiệu thành biểu tượng, 2014, NXB Lao động – Xã hội

4. Alison Theaker, Heather Yaxley – Biên dịch: Vũ Thanh Vân và Hà Mai Thùy Giang, *Bộ công cụ chiến lược Quan hệ công chúng*, NXB Chính trị Quốc gia sự thật, 2018..



GIÁM ĐỐC

PGS, TS Phạm Minh Sơn

TRƯỞNG KHOA

TS Nguyễn Thị Minh Hiền

GIẢNG VIÊN BIÊN SOẠN

TS Nguyễn Thị Minh Hiền