

TP. Hồ Chí Minh, ngày tháng năm 2021

ĐỀ CƯƠNG MÔN HỌC MARKETING CÔNG CỤ TÌM KIẾM

A. THÔNG TIN CHUNG VỀ MÔN HỌC

1. Tên môn học (tiếng Việt) : **MARKETING CÔNG CỤ TÌM KIẾM**
2. Tên môn học (tiếng Anh) : **SEARCH ENGINE MARKETING**
3. Mã số môn học : **DIM705**
4. Trình độ đào tạo : **Đại học chính quy chuẩn**
5. Ngành đào tạo áp dụng : **Quản trị kinh doanh**
6. Số tín chỉ : **03**
 - Lý thuyết : 5/3 tín chỉ (tương đương 25 tiết)
 - Thảo luận và bài tập : 1 tín chỉ (tương đương 15 tiết)
 - Thực hành :
 - Khác (tham gia các buổi báo cáo tiểu luận nhóm) : 1/3 tín chỉ (tương đương 05 tiết)
7. Phân bổ thời gian :
 - Tại giảng đường : 45 tiết
 - Tự học ở nhà : 90 giờ để chuẩn bị bài, tự học, làm tiểu luận nhóm, và đồ án kết thúc môn học
 - Khác :
8. Khoa quản lý môn học : **Khoa Quản trị kinh doanh**
9. Môn học trước : **Hành vi khách hàng**
10. Mô tả môn học

Môn học thuộc kiến thức ngành Digital Marketing bậc đại học. Môn học cung cấp cho sinh viên kiến thức chủ yếu về: loại hình marketing dựa trên internet liên quan đến việc nghiên cứu, sử dụng nhiều phương pháp marketing khác nhau nhằm đưa website của cá nhân/doanh nghiệp đứng ở vị trí mong muốn trong kết quả tìm kiếm trên internet;

đồng thời, người học có thể thao tác tốt những về tối ưu hoá công cụ tìm kiếm (SEO), nghiên cứu từ khoá, phân tích cạnh tranh, tối ưu hoá trên nền tảng mạng xã hội...

Với những điều trên, sinh viên sẽ xây dựng được nội dung, lập kế hoạch, thực hiện chiến dịch marketing trên công cụ tìm kiếm cho tổ chức kinh doanh.

11. Mục tiêu và chuẩn đầu ra của môn học

11.1. Mục tiêu của môn học

Mục tiêu	Mô tả mục tiêu	Nội dung CDR CTĐT ¹ phân bổ cho môn học	CDR CTĐT
(a)	(b)	(c)	(d)
CO1	Trang bị cho sinh viên các kiến thức chuyên sâu về bản chất của công cụ tìm kiếm, và các vấn đề cốt lõi liên quan đến quá trình triển khai chiến dịch marketing công cụ tìm kiếm	Xây dựng các khả năng tư duy phản biện và tư duy logic trong việc thiết kế và triển khai chiến dịch marketing công cụ tìm kiếm.	PLO2
		Khả năng nhận diện, phân tích, vận dụng các kiến thức chuyên sâu về marketing công cụ tìm kiếm nhằm giải quyết hiệu quả các vấn đề, phát triển giải pháp ứng dụng trong hoạt động marketing của tổ chức kinh doanh.	PLO6
CO2	Cung cấp cho sinh viên các kỹ năng lập kế hoạch và triển khai chiến dịch marketing công cụ tìm kiếm.	Khả năng vận dụng chuẩn mực đạo đức, giá trị văn hóa, kỹ năng giao tiếp, truyền thông, thấu hiểu khách hàng và thị trường cũng như bản thân doanh nghiệp nhằm khai thác có hiệu quả chiến dịch marketing công cụ tìm kiếm phù hợp bối cảnh kinh doanh.	PLO7
CO3	Định hướng cho sinh viên cách thức vận dụng các kỹ năng lên ý tưởng, thiết kế, triển khai	Khả năng nhận diện, phân tích, vận dụng các kiến thức chuyên sâu về	PLO6

¹ Giải thích ký hiệu viết tắt: CDR – chuẩn đầu ra; CTĐT - chương trình đào tạo.

	marketing công cụ tìm kiếm của một tổ chức kinh doanh.	marketing công cụ tìm kiếm nhằm giải quyết hiệu quả các vấn đề, phát triển giải pháp ứng dụng trong hoạt động quản trị kinh doanh và marketing.	
--	--	---	--

11.2. Chuẩn đầu ra của môn học (CĐR MH) và sự đóng góp vào chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo (CĐR CTĐT)

CĐR MH	Nội dung CĐR MH	Mức độ theo thang đo của CĐR MH	Mục tiêu môn học	CĐR CTĐT
(a)	(b)	(c)	(d)	(e)
CLO1	Giải thích những khái niệm, thuật ngữ về công cụ tìm kiếm, tối ưu hoá công cụ tìm kiếm, marketing công cụ tìm kiếm, vai trò và tầm quan trọng của marketing công cụ tìm kiếm trong chiến lược marketing nói chung và chiến lược marketing số nói riêng.	3	CO1 CO2	PLO2 PLO6
CLO2	Định hình và minh họa tiến trình xây dựng và triển khai marketing công cụ tìm kiếm như: thiết kế ý tưởng, viết nội dung, tối ưu hoá từ khoá, triển khai marketing công cụ tìm kiếm trên nền tảng phương tiện kỹ thuật số là công cụ tìm kiếm.	3	CO1 CO2	PLO6
CLO3	Áp dụng những kiến thức môn học để khái quát những công việc, nhiệm vụ, vai trò của người làm marketing và môi trường làm việc trong lĩnh vực marketing công cụ tìm kiếm.	3	CO2	PLO6 PLO7

CLO4	Phân tích và chỉ ra nhiệm vụ và quy trình làm việc của nhóm, nhiệm vụ của các thành viên; xác định các mục tiêu cụ thể và lập kế hoạch hoạt động của nhóm để thực hiện các hoạt động tối ưu hoá các chiến dịch marketing công cụ tìm kiếm	3	CO3	PLO2 PLO7
CLO5	Thiết lập chiến lược marketing công cụ tìm kiếm phù hợp cho một doanh nghiệp/ tổ chức hoạt động trong một ngành cụ thể.	4	CO3	PLO6 PLO7

11.3. Ma trận đóng góp của môn học cho PLO

Mã CĐR CTĐT	PLO2	PLO6	PLO7
Mã CĐR MH			
CLO1	3	3	
CLO2		3	
CLO3		3	3
CLO4	3		3
CLO5		3	3

12. Phương pháp dạy và học

Triết lý đào tạo “**lấy người học làm trung tâm**” được áp dụng. Do đó *chiến lược giảng dạy tương tác* được vận dụng; theo đó, hoạt động giảng dạy của giảng viên luôn định hướng vào: khuyến khích sinh viên quan tâm đến nghề nghiệp; thúc đẩy việc thu nhận kiến thức, hình thành các khuôn mẫu ứng xử. Môi trường giảng dạy hướng đến việc động viên kịp thời, tạo động lực tích cực, khuyến khích tinh thần đồng đội và thảo luận cởi mở. Kết quả học tập mong đợi dự kiến đạt được thông qua phương pháp giảng

dạy theo định hướng phát triển năng lực cho người học, với 40% thời gian giảng viên thuyết giảng lý thuyết, 50% sinh viên thuyết trình, thảo luận với giảng viên, nhóm và lớp học, 10% làm bài tập cá nhân.

Phương pháp giảng dạy tích cực được thực hiện. Giảng viên chủ yếu đóng vai trò là người truyền bá tri thức khoa học, tổ chức, cố vấn, hỗ trợ người học khám phá, làm chủ tri thức, phát triển khả năng giải quyết vấn đề liên quan đến khoa học lãnh đạo trong tổ chức kinh doanh. Giảng viên giải thích, phân tích các khái niệm, nguyên lý, bản chất của khoa học lãnh đạo; trả lời các câu hỏi của sinh viên; nêu các vấn đề để sinh viên tự học, tự nghiên cứu, khám phá và làm chủ tri thức liên quan. Giảng viên áp dụng *phương pháp giảng dạy theo nhóm*: tổ chức hình thức học tập theo nhóm (hình thức học tập hợp tác) để tăng cường phối hợp học tập cá thể với học tập hợp tác nhằm giúp sinh viên thực hiện và nâng cao năng lực tranh luận, thảo luận về tri thức khoa học, củng cố năng lực làm việc nhóm, tạo cơ hội trải nghiệm quá trình lãnh đạo (và tham gia vào quá trình lãnh đạo) nhóm nhỏ cho sinh viên. Bên cạnh đó, giảng viên cũng có thể áp dụng *phương pháp giảng dạy nêu vấn đề* nhằm phát triển năng lực tư duy, khả năng nhận biết và giải quyết vấn đề liên quan đến khoa học lãnh đạo trong tổ chức kinh doanh cho sinh viên.

Sinh viên cần phát huy tính tích cực, tự giác, chủ động trong quá trình học tập tại giảng đường và ở nhà nhằm nắm vững các tri thức căn bản, hình thành và phát triển năng lực tự học (sử dụng giáo trình, tài liệu tham khảo; lắng nghe, ghi chép, tìm kiếm thông tin, thảo luận, hỏi đáp...), trên cơ sở đó trau dồi các phẩm chất linh hoạt, độc lập, sáng tạo, độc đáo trong tư duy, chiếm lĩnh và làm chủ tri thức liên quan đến khoa học lãnh đạo trong tổ chức kinh doanh. Sinh viên cần bố trí thời gian tự học ở nhà hợp lý để chuẩn bị bài học, tự nghiên cứu sâu để khám phá và làm chủ tri thức về lãnh đạo. Sinh viên cần có kỹ năng làm việc nhóm, phát huy tinh thần tương trợ, có thái độ nghiêm túc, trách nhiệm cao để tham gia các hoạt động nhằm hoàn thành các nhiệm vụ của nhóm học tập.

13. Yêu cầu môn học

– Sinh viên chỉ được đánh giá đạt học phần khi: (1) có điểm quá trình, (2) có điểm thi kết thúc học phần (trường hợp sinh viên nhận điểm 0 do vắng thi không được ghi nhận là có điểm thi), (3) có tổng điểm học phần từ 4 trở lên.

– Tùy số lượng sinh viên mà giảng viên quyết định số lượng thành viên các nhóm học tập.

– Sinh viên tham dự lớp học phải tuân thủ quy tắc ứng xử của Nhà Trường; sinh viên phải đến lớp đúng giờ, đảm bảo thời gian học trên lớp, có thái độ nghiêm túc và chủ động, tích cực trong học tập, nghiên cứu.

– Sinh viên phải có ý thức chuẩn bị giáo trình, học liệu, máy tính cá nhân (khi cần thiết) để phục vụ quá trình học tập.

14. Học liệu của môn học

14.1. Giáo trình

[1] Subhankar (2021). Search engine optimization and marketing: A recipe for success in digital marketing.

14.2. Tài liệu tham khảo

[2] Andreas Ramos and Stephanie Cota (2008). Search Engine Marketing. Mc Graw Hill.

[3] P.Kotler *Tiếp thị 4.0 - Dịch Chuyển Từ Truyền Thống Sang Công Nghệ Số- Nhóm dịch: Nguyễn Khoa Hồng Thành, Hoàng Thùy Minh Anh, Nguyễn Quỳnh Như, nhà xuất bản trẻ*

B. PHƯƠNG THỨC ĐÁNH GIÁ MÔN HỌC

1. Các thành phần đánh giá môn học

Thành phần đánh giá	Phương thức đánh giá	Các CDR MH	Trọng số
A.1. Đánh giá quá trình	A.1.1. Chuyên cần	CLO1, CLO2	10%
	A.1.2. Bài kiểm tra tự luận	CLO1, CLO2, CLO3	20%
	A.1.3. Tiểu luận nhóm	CLO1, CLO2, CLO3	20%
A.2. Đánh giá cuối kỳ	A.2.1. Bài đồ án	CLO1, CLO2, CLO3, CLO5	50%

2. Nội dung và phương pháp đánh giá

A.1. Đánh giá quá trình

A.1.1. Chuyên cần

❖ Nội dung đánh giá

Nội dung của đánh giá chuyên cần gồm: tần suất hiện diện của sinh viên và sự tham gia vào quá trình học tập tại giảng đường.

❖ *Phương pháp và tổ chức thực hiện đánh giá*

Đánh giá kết quả học tập bằng đánh giá chuyên cần được thực hiện bằng phương thức điểm danh và ghi nhận quá trình tham gia học tập các nội dung của học phần. *Điểm danh* thực hiện trên danh sách lớp học phần chính thức do Trường cung cấp. Việc *ghi nhận quá trình tham gia học tập các nội dung của học phần* được thực hiện khi: (1) giảng viên mời đích danh sinh viên trả lời các câu hỏi hay phân công giải quyết các bài tập/chủ đề thảo luận (tham gia thụ động), (2) sinh viên tự giác (xung phong) trả lời các câu hỏi hay tham gia giải quyết các bài tập/chủ đề thảo luận (tham gia chủ động); sinh viên có tần suất tham gia trên 50% số buổi học với đa số lời đáp sát đáp án của vấn đề thì được xác định là chủ động tham gia rất tích cực vào quá trình học tập trên giảng đường.

A.1.2. Bài kiểm tra

❖ *Nội dung đánh giá*

Nội dung đánh giá của Bài đồ án cá nhân là khối lượng kiến thức kiểm tra tương ứng với khối lượng kiến thức của tiến độ dạy học đã được quy định. Đề kiểm tra do giảng viên yêu cầu sinh viên xây dựng một đồ án triển khai các kiến thức đã học vào một tổ chức kinh doanh.

❖ *Phương pháp và tổ chức thực hiện đánh giá*

Đánh giá kết quả học tập bằng Bài đồ án cá nhân được thực hiện bằng cách mỗi sinh viên tự thực hiện: vận dụng những kiến thức đã học để xây dựng một đồ án là kế hoạch, chiến lược, phương pháp cụ thể nhằm giải quyết vấn đề trong một tổ chức kinh doanh.

A.1.3. Tiểu luận nhóm

❖ *Nội dung đánh giá*

Nội dung đánh giá của hình thức đánh giá kết quả học tập bằng Tiểu luận nhóm là khối lượng kiến thức của học phần đã quy định trong Đề cương này, thể hiện cụ thể qua các chủ đề của tiểu luận nhóm.

❖ *Phương pháp và tổ chức thực hiện*

Đánh giá kết quả học tập bằng Tiểu luận nhóm được thực hiện bằng hình thức đánh giá nội dung, hình thức bài tiểu luận do một nhóm không quá 5 thành viên thực hiện (khi cần thiết, giảng viên xem xét việc tăng thành viên của nhóm), qua đó lựa chọn nhóm

báo cáo bài tiểu luận để tổ chức thảo luận toàn thể lớp học phần. Quy cách của tiểu luận được giảng viên quy định ở buổi học thứ nhất.

Giảng viên tổ chức cho sinh viên hình thành các nhóm viết tiểu luận. Đề tài của tiểu luận, thời gian và phương thức nộp tiểu luận (bằng file) được giảng viên thông báo nhóm sinh viên trực tiếp tại lớp hoặc qua email trong tuần học đầu tiên của học phần. Nhóm sinh viên tổ chức thực hiện tiểu luận trong thời gian tự học tại nhà; sau đó nộp tiểu luận đến giảng viên theo thời gian quy định. Giảng viên chấm tiểu luận, trả điểm và cung cấp nhận xét cho các nhóm rút kinh nghiệm, đúc kết tri thức cần lĩnh hội. Việc lựa chọn nhóm sinh viên thực hiện báo cáo tiểu luận do giảng viên quyết định dựa vào chất lượng (nội dung khoa học và hình thức trình bày) của tiểu luận và quỹ thời gian cho phép của học phần.

A.2. Bài thi bằng đồ án

❖ Nội dung đánh giá

Nội dung đánh giá của hình thức đánh giá kết quả học tập bằng Bài đồ án cá nhân là khối lượng kiến thức của học phần đã quy định trong các chương của Đề cương này.

❖ Phương pháp và tổ chức thực hiện

Thi cuối kỳ thông qua Bài đồ án cá nhân: Giảng viên tổ chức cho sinh viên hình thức viết đồ án. Phương pháp lựa chọn đề tài của đồ án, thời gian và phương thức nộp đồ án (bằng file) được giảng viên thông báo sinh viên trực tiếp tại lớp hoặc qua email trong tuần học đầu tiên của học phần. Sinh viên tổ chức thực hiện đồ án trong thời gian tự học tại nhà; sau đó nộp đồ án đến giảng viên theo thời gian quy định. Giảng viên chấm đồ án, trả điểm và cung cấp nhận xét cho sinh viên kinh nghiệm, đúc kết tri thức cần lĩnh hội.

3. Các rubrics đánh giá

A.1. Đánh giá quá trình

A.1.1. Chuyên cần

Bảng tiêu chí đánh giá (rubric)

Tiêu chí đánh giá	Trọng số	Thang điểm				
		Từ 0 đến 3,9	Từ 4,0 đến 5,4	Từ 5,5 đến 6,9	Từ 7,0 đến 8,4	Từ 8,5 đến 10
Tần suất hiện diện của sinh viên	40%	Hiện diện	Hiện diện	Hiện diện	Hiện diện	Hiện diện

		giảng đường dưới 40% số buổi học	giảng đường trên 50% số buổi học	giảng đường trên 60% số buổi học	giảng đường trên 70% số buổi học	giảng đường trên 80% số buổi học
Sự tham gia vào quá trình học tập tại giảng đường	60%	không tham gia vào quá trình thảo luận về nội dung bài học trong suốt học phần	tham gia thụ động vào quá trình thảo luận về nội dung bài học trong suốt học phần	tham gia chủ động vào quá trình thảo luận về nội dung bài học trong suốt học phần	chủ động tham gia tích cực vào quá trình thảo luận về nội dung bài học trong suốt học phần	chủ động tham gia rất tích cực vào quá trình thảo luận về nội dung bài học trong suốt thời học phần

A.1.2. Bài kiểm tra tự luận

Rubric sau đây được dùng để chấm cho từng câu hỏi trong bài kiểm tra tự luận

Tiêu chí đánh giá	Trọng số	Thang điểm				
		Từ 0 đến 3,9	Từ 4,0 đến 5,4	Từ 5,5 đến 6,9	Từ 7,0 đến 8,4	Từ 8,5 đến 10
Cơ sở lý luận (nền tảng/lý thuyết khoa học)	40%	Không sử dụng lý luận khoa học liên quan	Có sử dụng nhưng chưa đúng lý luận khoa học liên quan	Trình bày lý luận khoa học liên quan, nhưng chưa đủ sức thuyết phục	Sử dụng đúng lý luận khoa học liên quan, có sức thuyết phục	Sử dụng chính xác, rất thuyết phục về lý luận khoa học liên quan
Tổ chức lập luận để giải quyết vấn đề	40%	Không có logic	Lập luận còn lỏng	Lập luận và	Lập luận tương đối	Lập luận

		trong lập luận; thiếu minh chứng	lẽo; minh chứng thiếu thuyết phục	minh chứng có thể chấp nhận được	chặt chẽ; minh chứng thuyết phục	chặt chẽ; minh chứng thuyết phục
Văn phong bài kiểm tra	20%	Hành văn tối nghĩa ở các phần nội dung chính	Hành văn lủng củng khiến cho người đọc khó có thể hiểu nội dung	Hành văn lủng củng nhưng người đọc vẫn có thể hiểu nội dung	Hành văn tốt, đôi khi có lỗi diễn đạt	Hành văn rõ ràng, mạch lạc

A.1.3. Tiêu luận nhóm

Bảng tiêu chí đánh giá (rubric)

Tiêu chí đánh giá	Trọng số	Thang điểm				
		Từ 0 đến 3,9	Từ 4,0 đến 5,4	Từ 5,5 đến 6,9	Từ 7,0 đến 8,4	Từ 8,5 đến 10
Cấu trúc của tiểu luận	10%	Tiểu luận thiếu một trong hai phần: phần cơ sở lý luận khoa học liên quan; danh	Tiểu luận thiếu phần kết luận	Tiểu luận thiếu phần danh mục tài liệu tham khảo, danh mục bảng - hình	Tiểu luận thiếu mục lục tự động	Tiểu luận có đủ tất cả các phần theo quy định

		sách tác giả				
Giới thiệu vấn đề	10%	Không trình bày được tính cấp thiết (tầm quan trọng..) của vấn đề	Trình bày không đúng về tính cấp thiết (tầm quan trọng..) của vấn đề	Trình bày được nhưng chưa đủ về tính cấp thiết (tầm quan trọng..) của vấn đề	Trình bày được về tính cấp thiết (tầm quan trọng..) của vấn đề nhưng chưa thuyết phục người đọc	Phân tích rõ ràng, rất thuyết phục về tính cấp thiết (tầm quan trọng..) của vấn đề
Cơ sở lý luận (nền tảng/lý thuyết khoa học)	20%	Không sử dụng lý luận khoa học liên quan	Có sử dụng nhưng chưa đúng lý luận khoa học liên quan	Trình bày lý luận khoa học liên quan, nhưng chưa đủ sức thuyết phục	Sử dụng đúng lý luận khoa học liên quan, có sức thuyết phục	Sử dụng chính xác, rất thuyết phục về lý luận khoa học liên quan
Tổ chức lập luận để giải quyết vấn đề	20%	Không có logic trong lập luận; thiếu minh chứng	Lập luận còn lỏng lẻo; minh chứng thiếu tính thuyết phục	Lập luận và minh chứng có thể chấp nhận được	Lập luận tương đối chặt chẽ; minh chứng thuyết phục	Lập luận chặt chẽ; minh chứng thuyết phục
Văn phong khoa học	10%	Hành văn tối nghĩa ở các phần	Hành văn lung củng khiến cho	Hành văn lung củng nhưng	Hành văn tốt, đôi khi có lỗi diễn đạt	Hành văn rõ ràng,

		nội dung chính	người đọc khó có thể hiểu nội dung	người đọc vẫn có thể hiểu nội dung		mạch lạc
Lỗi đạo văn	10%	Trên 50%	Từ 46%-50%	Từ 31%-45%	Từ 15%-30%	Dưới 15%
Hình thức	10%	Không định dạng theo bất cứ tiêu chí nào	Có lỗi: không căn lề, không thống nhất định dạng đoạn văn, sai khổ giấy	Có lỗi: Không định dạng toàn văn bản, không thống nhất font chữ	Có lỗi: thiếu đánh số trang; thiếu bìa hoặc trình bày bìa sai quy định	Định dạng đúng tất cả các tiêu chí yêu cầu
Báo cáo bài nhóm (chỉ chấm cho nhóm đạt tiêu chuẩn để báo cáo)						
+ Kỹ năng thuyết trình	5%	Không thể báo cáo được bài tiểu luận	Báo cáo bài kém thuyết phục; tương tác chưa tốt; quản lý thời gian chưa tốt	Báo cáo bài lỗi cuốn, thuyết phục; tương tác chưa tốt; quản lý thời gian chưa tốt	Báo cáo bài lỗi cuốn, thuyết phục; tương tác tốt; quản lý thời gian chưa tốt	Báo cáo bài lỗi cuốn, thuyết phục; tương tác tốt; quản lý thời gian tốt
+ Trả lời câu hỏi	5%	Không trả lời được	Trả lời đầy đủ, rõ ràng,	Trả lời đầy đủ, rõ ràng,	Trả lời đầy đủ, rõ ràng, và	Trả lời đầy đủ, rõ ràng,

		các câu hỏi đặt hỏi đúng	và thỏa đáng cho chỉ dưới 1/2 các câu hỏi đặt hỏi đúng	và thỏa đáng từ 1/2 các câu hỏi đặt hỏi đúng trở lên; các câu còn lại chưa có hướng trả lời	thỏa đáng từ 1/2 các câu hỏi đặt hỏi đúng trở lên; các câu còn lại có hướng trả lời chấp nhận được	và thỏa đáng cho tất cả các câu hỏi đặt hỏi đúng
--	--	--------------------------	--	---	--	--

A.2.1 Bài thi bằng đồ án

Rubric sau đây được dùng để chấm cho các ý trong bài đồ án

Tiêu chí đánh giá	Trọng số	Thang điểm				
		Từ 0 đến 3,9	Từ 4,0 đến 5,4	Từ 5,5 đến 6,9	Từ 7,0 đến 8,4	Từ 8,5 đến 10
Cấu trúc của tiểu luận	10%	Tiểu luận thiếu một trong hai phần: phần cơ sở lý luận khoa học liên quan; danh sách tác giả	Tiểu luận thiếu phần kết luận	Tiểu luận thiếu tham khảo, danh mục bảng - hình	Tiểu luận thiếu mục lục tự động	Tiểu luận có đủ tất cả các phần theo quy định
Giới thiệu vấn đề	10%	Không trình bày được tính cấp	Trình bày không đúng về tính cấp	Trình bày được nhưng chưa đủ	Trình bày được về tính cấp thiết (tầm quan	Phân tích rõ ràng, rất thuyết

		thiết (tầm quan trọng) của vấn đề	thiết (tầm quan trọng) của vấn đề	về tính cấp thiết (tầm quan trọng) của vấn đề	trọng) của vấn đề nhưng chưa thuyết phục người đọc	phục về tính cấp thiết (tầm quan trọng) của vấn đề
Cơ sở lý luận (nền tảng/lý thuyết khoa học)	20%	Không sử dụng lý luận khoa học liên quan	Có sử dụng nhưng chưa đúng lý luận khoa học liên quan	Trình bày lý luận khoa học liên quan, nhưng chưa đủ sức thuyết phục	Sử dụng đúng lý luận khoa học liên quan, có sức thuyết phục	Sử dụng chính xác, rất thuyết phục về lý luận khoa học liên quan
Tổ chức lập luận để giải quyết vấn đề	30%	Không có logic trong lập luận; thiếu minh chứng	Lập luận còn lỏng lẻo; minh chứng thiếu tính thuyết phục	Lập luận và minh chứng có thể chấp nhận được	Lập luận tương đối chặt chẽ; minh chứng thuyết phục	Lập luận chặt chẽ; minh chứng thuyết phục
Văn phong khoa học	10%	Hành văn tối nghĩa ở các phần nội dung chính	Hành văn lung củng khiến cho người đọc khó có thể hiểu nội dung	Hành văn lung củng nhưng người đọc vẫn có thể hiểu nội dung	Hành văn tốt, đôi khi có lỗi diễn đạt	Hành văn rõ ràng, mạch lạc

Lỗi đạo văn	10%	Trên 50%	Từ 46%-50%	Từ 31%-45%	Từ 15%-30%	Dưới 15%
Hình thức	10%	Không định dạng theo bất cứ tiêu chí nào	Có lỗi: không căn lề, không thống nhất định dạng đoạn văn, sai khổ giấy	Có lỗi: Không định dạng toàn văn bản, không thống nhất font chữ	Có lỗi: thiếu đánh số trang; thiếu bìa hoặc trình bày bìa sai quy định	Định dạng đúng tất cả các tiêu chí yêu cầu

C. NỘI DUNG CHI TIẾT GIẢNG DẠY

Thời lượng (tiết)	Nội dung giảng dạy chi tiết	CDR MH	Hoạt động dạy và học	Phương pháp đánh giá	Học liệu
(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)
5	<p>CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN VỀ MARKETING CÔNG CỤ TÌM KIẾM</p> <p>1.1. Giới thiệu về CMS, SEO, SEM và mô hình marketing phân bổ (Attribution Modeling)</p> <p>1.2. Hệ thống quản lý nội dung (Content Management System)</p> <p>1.3. Website marketing và xây dựng thương hiệu số (Digital Branding)</p> <p>1.4. Marketing công cụ tìm kiếm (SEM)</p> <p>1.5. Mô hình marketing phân bổ (Attribution Modeling)</p>	CLO1 CLO2	<p>GIẢNG VIÊN:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Giới thiệu môn học (chú ý: giáo trình, công bố lịch kiểm tra giữa kỳ, giao đề tài bài tiểu luận nhóm). - Giảng bài, vấn đáp về các khái niệm cơ bản. - Tổ chức thảo luận nhóm về: tầm quan trọng và vai trò của marketing công cụ tìm kiếm đối với một tổ chức kinh doanh. - Giao cho sinh viên chuẩn bị chủ đề thảo luận “<i>xây dựng và phát triển website</i>”. - Giao sinh viên chuẩn bị bài Chương 2. <p>SINH VIÊN:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nghe giảng, tham gia thảo luận, phát biểu ý kiến xây dựng bài. - Trả lời câu hỏi của giảng viên. 	A.1.1 A.1.2 A.1.3	<i>Chương 1</i>

5	<p>CHƯƠNG 2: WEBSITE VÀ PHÁT TRIỂN WEBSITE</p> <p>2.1. Giới thiệu website tĩnh và động</p> <p>2.1.1. Website tĩnh</p> <p>2.1.2. Website động</p> <p>2.2. Nền tảng công nghệ xây dựng website</p> <p>2.2.1. WordPress và CMS</p> <p>2.2.2. Features</p> <p>2.2.3. Pros và Cons</p> <p>2.3. Giới thiệu ngôn ngữ lập trình PHP</p> <p>2.4. Domain, Hosting</p> <p>2.5. Những mẹo tạo website tốt</p>	CLO1 CLO2 CLO3	<p>GIẢNG VIÊN:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kiểm tra bài cũ. - Giảng bài mới. - Tổ chức thảo luận toàn thể lớp về nền tảng công nghệ xây dựng website. - Giao sinh viên chuẩn bị bài Chương 3. - Giải đáp các câu hỏi của sinh viên. - Hướng dẫn sinh viên tự học, tự nghiên cứu. - Thảo luận “<i>những mẹo tạo website tốt</i>”. - Giao sinh viên chuẩn bị chủ đề: “tối ưu hoá trên trang (on-page)”. <p>SINH VIÊN:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nghe giảng, tham gia thảo luận, phát biểu ý kiến xây dựng bài. - Trả lời câu hỏi của giảng viên. 	A.1.1 A.1.2 A.1.3	<i>Chương 2</i>
5	<p>CHƯƠNG 3: TỐI ƯU HOÁ TRÊN TRANG WEBSITE (ON-PAGE SEO)</p> <p>3.1. On-page SEO</p> <p>3.2. Tìm kiếm từ khoá có ý nghĩa</p> <p>3.2.1. Chọn từ khoá phù hợp với SEO</p>	CLO2 CLO3 CLO4	<p>GIẢNG VIÊN:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kiểm tra bài cũ. - Giảng bài mới. - Tổ chức thảo luận về chủ đề “tối ưu hoá lựa chọn từ khoá trong SEO”. - Giao sinh viên chuẩn bị bài Chương 4. 	A.1.1 A.1.2 A.1.3	<i>Chương 3</i>

	<p>3.2.2. Số lần từ khoá trên website</p> <p>3.2.3. Các vấn đề khác liên quan đến từ khoá</p> <p>3.3. Domain</p> <p>3.4. Kế hoạch và thiết kế cấu trúc website, nội dung và hosting</p> <p>3.5. Cấu trúc và tái cấu trúc URL</p> <p>3.6. HTML sitemap và XML sitemap</p> <p>3.7. Thẻ Alt và thẻ Meta</p> <p>3.8. Các công cụ nghiên cứu từ khoá cho SEO</p>		<ul style="list-style-type: none"> - Giải đáp các câu hỏi của sinh viên. - Dẫn dò sinh viên chuẩn bị kiểm tra giữa kỳ (buổi 4). <p>SINH VIÊN:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nghe giảng, tham gia phát biểu ý kiến xây dựng bài. - Trả lời câu hỏi của giảng viên. - Tham gia thảo luận tại lớp về chủ đề đã giao. - Tham gia kiểm tra giữa kỳ. 		
10	<p>CHƯƠNG 4: THIẾT LẬP VÀ XÂY DỰNG LIÊN KẾT</p> <p>4.1. Liên kết xây dựng (Building linking), liên kết đối xứng (Reciprocal linking) và Anchor Text</p> <p>4.2. Truy cập trực tiếp (Directing traffic) với Robots.txt Files</p> <p>4.2.1. Tìm kiếm Robots.txt Files</p>	<p>CLO2</p> <p>CLO3</p> <p>CLO4</p>	<p>GIẢNG VIÊN:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kiểm tra bài cũ. - Giảng bài mới. - Tổ chức thảo luận về chủ đề “xây dựng các liên kết”. <p>- Giải đáp các câu hỏi của sinh viên.</p> <p>SINH VIÊN:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nghe giảng, tham gia phát biểu ý kiến xây dựng bài. - Trả lời câu hỏi của giảng viên. - Tham gia thảo luận tại lớp về chủ đề đã giao. 	<p>A.1.1</p> <p>A.1.2</p> <p>A.1.3</p>	<p><i>Chương 4</i></p>

	<p>4.2.2. Sáng tạo Robots.txt Files</p> <p>4.2.3. Tối ưu hoá Robots.txt Files</p> <p>4.3. Viết và tối ưu hoá nội dung cho SEO</p> <p>4.4. Sử dụng công cụ Google Webmaster</p>		<ul style="list-style-type: none"> - Sinh viên tham gia giữa kỳ. 		
10	<p>CHƯƠNG 5: OFF – PAGE SEO</p> <p>5.1. Khái niệm về Off – page SEO</p> <p>5.2. Backlink và tầm quan trọng của Backlinks trong SEO</p> <p>5.3. Các kỹ thuật xoay quanh backlink</p> <p>5.3.1. Bắt đầu xây dựng backlink</p> <p>5.3.2. Backlink dofollow và backlink nofollow</p> <p>5.4. Quy trình đăng ký khai báo trong SEO (submission)</p> <p>5.4.1. Directory Submission</p> <p>5.4.2. Article Submission</p> <p>5.4.3. Thông cáo báo chí và SEO submission</p>	<p>CLO2</p> <p>CLO3</p> <p>CLO4</p>	<p>GIẢNG VIÊN:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kiểm tra bài cũ. - Giảng bài mới. - Tổ chức thảo luận về các khái niệm “các kỹ thuật xoay quanh backlink”. - Giao sinh viên chuẩn bị bài Chương 6. - Giải đáp các câu hỏi của sinh viên. - Tham gia thảo luận tại lớp về chủ đề đã giao. <p>SINH VIÊN:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nghe giảng, tham gia thảo luận, phát biểu ý kiến xây dựng bài. - Trả lời câu hỏi của giảng viên. - Thực hiện/tham gia buổi báo cáo bài tiểu luận nhóm; hỏi/ đáp các vấn đề cần giảng viên/nhóm báo cáo giải đáp. - Chuẩn bị các nội dung về học phần tiếp theo. 	<p>A.1.1</p> <p>A1.2</p> <p>A.1.3</p>	<p><i>Chương 5</i></p>

<p>5.5. Cài đặt SEO plugin</p> <p>5.6. Các kỹ thuật trong Off – page SEO</p> <p>5.6.1. Thành lập cộng đồng mạng xã hội</p> <p>5.6.2. Tạo diễn đàn</p> <p>5.6.3. Tạo blog</p> <p>5.6.4. Trao đổi liên kết</p> <p>5.6.5. Các kỹ thuật khác</p>				
<p>CHƯƠNG 6: THUẬT TOÁN TỐI ƯU HOÁ CÔNG CỤ TÌM KIẾM VÀ MARKETING CÔNG CỤ TÌM KIẾM</p> <p>6.1. Thuật toán Algorithm</p> <p>6.2. Google Panda, Google Penguin, và Google EMD</p> <p>6.3. PPC (Pay Per Click)</p> <p>6.4. CPM (Cost Per Mille)</p>	<p>CLO2</p> <p>CLO3</p> <p>CLO4</p> <p>CLO5</p>	<p>GIẢNG VIÊN:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kiểm tra bài cũ. - Giảng bài mới. - Tổ chức thảo luận về “PPC và các chiến dịch PPC trong tổ chức kinh doanh”. - Giao sinh viên chuẩn bị bài Chương 6. - Giải đáp các câu hỏi của sinh viên. - Tham gia thảo luận tại lớp về chủ đề đã giao. <p>SINH VIÊN:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nghe giảng, tham gia thảo luận, phát biểu ý kiến xây dựng bài. - Trả lời câu hỏi của giảng viên. 	<p>A.1.1</p> <p>A1.2</p> <p>A.1.3</p>	<p>Chương 6</p>

	<p>6.5. Hiểu biết các vấn đề xoay quanh và tối ưu hoá chiến dịch marketing công cụ tìm kiếm</p> <p>6.6. Remarketing và Adwords</p>		<ul style="list-style-type: none"> - Thực hiện/tham gia buổi báo cáo bài tiểu luận nhóm; hỏi/đáp các vấn đề cần giảng viên/nhóm báo cáo giải đáp. - Chuẩn bị các nội dung về học phần tiếp theo. 		
5	<p>CHƯƠNG 7: LẬP CHIẾN LƯỢC VÀ KẾ HOẠCH THỰC HIỆN MARKETING CÔNG CỤ TÌM KIẾM</p> <p>6.1. Tạo kế hoạch marketing công cụ tìm kiếm</p> <p>6.2. Sự phù hợp giữa marketing công cụ tìm kiếm với mục tiêu marketing của doanh nghiệp</p> <p>6.3. Phác thảo và viết kế hoạch marketing công cụ tìm kiếm</p>	CLO5	<p>GIẢNG VIÊN:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kiểm tra bài cũ; - Giảng bài mới, - Tổ chức thảo luận về các khái niệm kế hoạch, kế hoạch thực hiện marketing công cụ tìm kiếm. - Giải đáp các câu hỏi của sinh viên. - Tham gia thảo luận tại lớp về chủ đề lập kế hoạch marketing công cụ tìm kiếm của một tổ chức kinh doanh. <p>SINH VIÊN:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nghe giảng, tham gia thảo luận, phát biểu ý kiến xây dựng bài. - Trả lời câu hỏi của giảng viên. - Thực hiện/tham gia buổi báo cáo bài tiểu luận nhóm; hỏi/đáp các vấn đề cần giảng viên/nhóm báo cáo giải đáp. - Ôn tập các bài đã học. 	<p>A.1.1</p> <p>A.1.2</p> <p>A.1.3</p> <p>A.2.1</p>	<p><i>Chương 6</i></p> <p>+ 7</p>

TRƯỞNG BỘ MÔN

TS. Trần Văn Đạt

TRƯỞNG KHOA

TS. Nguyễn Văn Tiến

NGƯỜI BIÊN SOẠN



TS. Châu Đình Linh

HIỆU TRƯỞNG