



## Giới thiệu môn học Quản trị Marketing Chương trình Mini MBA của Trường Kinh doanh Sài Gòn

Năm học 2023 – 2024

### Tổng quan

Là nhà quản lý, dù không trực tiếp tham gia vào hoạt động marketing hay bán hàng, bạn cũng có một phần trách nhiệm với các chỉ tiêu về kinh doanh của doanh nghiệp. Một nhà quản lý am hiểu marketing chắc chắn sẽ giúp doanh nghiệp phát triển mạnh mẽ, vì suy đến cùng, thước đo đánh giá chuyện “thành hay bại” của một sản phẩm là ở chỗ nó có được khách hàng và thị trường đón nhận hay không.

Tại sao có những sản phẩm thành công, thu hút được khách hàng, đánh bại đối thủ và vươn lên vị trí hàng đầu; trong khi có những sản phẩm bị “lãng quên” ngay từ khi mới thăm dò thị trường?

Một sản phẩm, dịch vụ có doanh số trong top đầu của thị trường, liệu có phải là do được “marketing tốt”? Mà “marketing tốt” nghĩa là như thế nào?

Môn học Quản trị Marketing trong chương trình Mini MBA của Trường Kinh doanh Sài Gòn (SBS) có thể giúp cho bạn và doanh nghiệp của bạn tiết kiệm ngân sách và gia tăng hiệu quả lên nhiều lần cho các chiến dịch marketing của mình, nhất là khi bạn cần tung ra một thương hiệu mới, thâm nhập các thị trường mới, hay đơn giản là muốn tăng doanh số bán hàng hiện tại của mình.

Trong môn học này, những kỹ năng và kiến thức quan trọng nhất của marketing từ việc chuẩn bị và lập kế hoạch; hiểu khách hàng và đối thủ cạnh tranh; đặt giá; cung cấp đúng sản phẩm cho đúng người; cho tới cách thức triển khai & đo lường hiệu quả của các chiến dịch cụ thể đều được cung cấp một cách trực quan và sinh động. Bạn sẽ được cung cấp tất cả các mô hình lý thuyết và thực tiễn mới nhất từ các khóa MBA hàng đầu, nhưng với các công cụ và ví dụ thực tế, bạn có thể sử dụng ngay để đạt được kết quả tốt hơn cho doanh nghiệp của mình.

Một cách tổng quan, những nội dung chính của khoá học là:

- Cách thức đưa sản phẩm đến đúng người vào đúng thời điểm để thấy được doanh số bán hàng tăng vọt;
- Làm thế nào để hiểu khách hàng của bạn tốt hơn;
- Phát hiện các thị trường sinh lợi mới để thâm nhập;
- Hiểu điểm yếu của bạn và giảm thiểu chúng;
- Các lý thuyết Marketing từ SWOT, 4Ps, Porters 5 Forces, etc.
- Cách thức đặt giá để có doanh thu tối đa
- Theo dõi và đo lường các chỉ số marketing quan trọng, nhất là chỉ số về digital marketing
- Cách đảm bảo ngân sách tiếp thị của bạn nhận được lợi nhuận cao nhất có thể



## Mục tiêu môn học

Với ý nghĩa tổng quan như trên, môn học có những mục tiêu cụ thể sau đây:

- Giúp người học hiểu đúng vai trò của marketing trong doanh nghiệp trên góc nhìn của một nhà quản trị
- Phân tích và ứng dụng các lý thuyết, mô hình và công cụ marketing nhằm giải quyết các vấn đề kinh doanh cụ thể trong doanh nghiệp
- Phân tích và đánh giá các quyết định chiến lược về marketing và hiệu quả của các quyết định đó
- Xây dựng và thiết lập các kế hoạch marketing từ A tới Z
- Triển khai marketing trên môi trường số (Digital Marketing)
- Theo dõi, đo lường và đánh giá các chỉ số quan trọng về marketing trong doanh nghiệp.

## Cấu trúc

Môn học gồm 4 phần lớn:

- Phần 1: Marketing cho nhà quản trị
- Phần 2: Digital Marketing
- Phần 3: Phân tích, đo lường và đánh giá các chỉ số quan trọng về marketing
- Phần 4: Dự án doanh nghiệp hoặc Bài tập thực tế (case-studies)

## Nội dung chi tiết

Khoá học gồm 15 buổi học lý thuyết và 1 tuần làm dự án hoặc bài tập thực tế, kéo dài trong tổng cộng 6 tuần. Nội dung chi tiết như sau:

Buổi học	Nội dung
<b>Phần 1: Marketing cho nhà quản trị</b>	
#1	<b>Hiểu đúng về Marketing</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Thế nào là marketing?</li><li>- Marketing 5.0</li><li>- Vai trò của Marketing trong doanh nghiệp và mối quan hệ giữa Marketing với các bộ phận khác</li></ul>
#2	<b>Hiểu sản phẩm - Bạn bán gì cho khách hàng?</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Các cách tiếp cận sản phẩm: product-led, market-led, customer-led hay marketing-led?</li><li>- Dòng đời sản phẩm (product lifecycle)</li><li>- Nhận diện những sản phẩm hiệu quả (high performing products)</li><li>- Xác định thị phần (market share)</li></ul>



	<ul style="list-style-type: none"><li>- Giá trị của sản phẩm &amp; so sánh với đối thủ. Cách thức xây dựng báo cáo phân tích đối thủ (competitor analysis)</li></ul>
#3	<b>Hiểu khách hàng - Bán bán cho ai?</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Thị trường luôn bị phân mảnh (fragmented market)</li><li>- Mô hình STP (Segmentation – Targeting – Positioning) để xác định thị trường mục tiêu và định vị sản phẩm</li><li>- Áp dụng tư duy thiết kế (Design thinking) để xây dựng đúng sản phẩm cho đúng người</li></ul>
#4	<b>Hiểu về cạnh tranh và các yếu tố để cạnh tranh thành công</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Thị trường có thực sự hấp dẫn như bạn nghĩ?</li><li>- Tính cạnh tranh của thị trường. Lợi thế cạnh tranh của bạn là gì? Mô hình phân tích năng lực cạnh tranh của Michael Porter</li><li>- Phân tích lợi thế cạnh tranh nhờ ma trận SWOT</li><li>- Các yếu tố thành công (success factors) dưới góc nhìn marketing</li></ul>
#5	<b>Xây dựng chiến lược &amp; kế hoạch marketing</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Mục tiêu &amp; các bước xây dựng một bản chiến lược &amp; kế hoạch marketing hiệu quả</li><li>- Thế nào là một chiến lược tốt? Những chiến thuật nhằm tối đa hoá lợi nhuận, thu hút và giữ chân khách hàng.</li></ul>
#6	<b>Nghệ thuật truyền thông tới thị trường</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Lãnh đạo tự trở thành KOL, tại sao không?</li><li>- Nghệ thuật xây dựng thương hiệu (branding) ghi dấu ấn với khách hàng và thị trường</li></ul>
<b>Phần 2: Digital Marketing</b>	
#7	<b>Chiến lược digital marketing</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Thị trường “go digital” nên marketing cũng vậy</li><li>- Làm digital marketing là làm những gì? Tổng quan về Website, Google Analytics, SEO, Digital Advertising, Social Media</li></ul>
#8	<b>Website và SEO</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Thuê hay tự làm web?</li><li>- Domain &amp; hosting</li><li>- Google Analytics &amp; Tối ưu hoá các nền tảng tìm kiếm cho website (SEO – Search Engine Optimization)</li></ul>
#9	<b>Quảng cáo trực tuyến (Digital Advertisement)</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Quảng cáo trên các trình duyệt: Google Ads, Cốc cốc Ads</li><li>- Quảng cáo trên các nền tảng mạng xã hội: Facebook Ads, Tiktok Ads, Zalo ads</li><li>- Quảng cáo trên báo điện tử: banner, poster, đặt bài quảng cáo</li></ul>
#10	<b>Mạng xã hội (Social media) – Xây dựng kênh Tiktok</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Kỹ thuật khai thác các ý tưởng quảng cáo triệu view trên Tiktok</li><li>- Edit video với Capcut</li><li>- Xây dựng kịch bản chốt sales hoàn hảo</li></ul>



	- Phân tích dữ liệu để tối ưu video quảng cáo trên Tiktok
<b>Phần 3: Phân tích, đo lường và đánh giá các chỉ số quan trọng về marketing</b>	
#11	<b>Các chỉ số quan trọng về digital marketing</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- <b>Web analytics:</b> Thời gian khách hàng truy cập website của bạn (<i>Time spent on site</i>); Nguồn truy cập (<i>Traffic sources</i>); Tỷ lệ thoát trang (<i>Bounce rate</i> – khách hàng truy cập rời khỏi trang web mà không thực hiện bất kỳ hành động nào); Tỷ lệ bỏ dở (<i>Abandon rate</i> – khách hàng thực hiện dở dang một thao tác trên website)</li><li>- <b>Social media analytics:</b> <i>Followers/ Like, Engagement</i></li><li>- <b>Digital ad analytics:</b> <i>Impressions and Reach, Click-through-rate (CTR), Cost-per-click (CPC)</i></li><li>- <b>Tỷ lệ chuyển đổi khách hàng:</b> <i>Lead conversion</i></li></ul>
#12	<b>Các chỉ số quan trọng về khách hàng:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- <i>Customer acquisition cost:</i> chi phí sở hữu khách hàng</li><li>- <i>Customer lifetime value:</i> giá trị vòng đời của khách hàng</li><li>- <i>Net promoter score:</i> chỉ số đo lường sự hài lòng</li></ul>
#13	<b>Thực hành phân tích các chỉ số</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Tính toán <i>Cost-per-lead</i> và <i>Lead conversion</i></li><li>- Tính toán số lượng khách hàng mới (<i>number of new customers</i>)</li><li>- Tính toán chi phí sở hữu khách hàng và doanh số bình quân (<i>Customer acquisition cost &amp; Average purchases</i>)</li><li>- Tính toán giá trị vòng đời khách hàng (<i>Customer lifetime value</i>)</li><li>- Tính toán chỉ số đo lường sự hài lòng (<i>Net promoter score</i>)</li><li>- Chỉ số hiệu quả đầu tư của một chiến dịch marketing (<i>ROI – Return on Investment</i>)</li></ul>
#14	<b>Mô hình hoá và trực quan hoá dữ liệu</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Xây dựng Pivot chart và Pivot Table</li><li>- Xây dựng một số mô hình trực quan hoá dữ liệu cơ bản (Modelling tips &amp; best practices)</li></ul>
<b>Phần 4: Dự án doanh nghiệp hoặc Bài tập thực tế (case-studies)</b>	
#15	Giới thiệu dự án doanh nghiệp hoặc bài tập thực tế (case-studies)
#16 - 18	Học viên làm dự án với doanh nghiệp hoặc cùng giải bài tập thực tế theo một trong các mô hình dưới đây: <ul style="list-style-type: none"><li>- <b>Trò chơi mô phỏng (gamification):</b> các nhóm được cấp ngân sách để chạy một chiến dịch digital marketing thật theo đề bài của giảng viên hoặc doanh nghiệp. Báo cáo kết quả &amp; các chỉ số trọng yếu vào bài thuyết trình cuối khoá.</li><li>- <b>Giải bài toán thực tế:</b> phỏng vấn để nắm tình hình về một vấn đề doanh nghiệp đang gặp phải liên quan tới marketing. Đưa ra một chiến lược và kế hoạch marketing mới để giúp doanh nghiệp giải quyết bài toán đó.</li></ul>



Buổi học cuối cùng, học viên sẽ trình bày kết quả dự án của mình tại SBS hoặc tại doanh nghiệp đối tác.
---

## Học liệu

Học viên sẽ được SBS cấp quyền truy cập vào các hệ thống học liệu sau đây:

- **Google classrooms** (truy cập bằng email domain riêng của SBS): để xem và tải tài liệu được giảng viên đưa lên theo từng tuần học.
- **Hệ thống quản lý học tập (Academic portal)** để điểm danh, theo dõi thông tin về tiến độ học tập, thi cử, ...

## Kiểm tra, đánh giá

Học viên được đánh giá dựa trên ba tiêu chí:

- Điểm chuyên cần (Attendance – 10%): theo điểm danh, học viên vắng quá 20% số buổi học sẽ không được nhận chứng chỉ.
- Đánh giá quá trình (progress test – 30%): các bài tập nhóm, bài tập cá nhân do giảng viên đưa ra trong quá trình học tập.
- Dự án doanh nghiệp hoặc bài tập thực tế cuối môn học (Final project – 60%)

Học viên đạt đủ điều kiện chuyên cần và đạt tổng điểm trung bình môn học từ 5.0 trở lên sẽ nhận được chứng chỉ khoá học “Quản trị Marketing” của SBS.

Học viên tích lũy đủ các chứng chỉ trong toàn khoá học sẽ nhận được bằng Mini MBA do SBS cấp.