

CHƯƠNG TRÌNH MÔ ĐUN

(Kèm theo Thông tư số: 03/2017/TT-BLĐTBXH ngày 01/03/2017
của Bộ Lao động – Thương binh và Xã hội)

Tên mô đun: Nghiệp vụ quảng cáo

Mã mô đun: MĐ 21

Thời gian thực hiện mô đun: 45 giờ; (Lý thuyết: 15 giờ; Thực hành, thí nghiệm, thảo luận, bài tập: 26 giờ; Kiểm tra, thi: 4 giờ).

I. Vị trí, tính chất của mô đun:

- Vị trí: học kỳ 2 năm thứ hai; được học sau các môn cơ sở khác của nghề.
- Tính chất: mô đun Nghiệp vụ quảng cáo là mô đun chuyên ngành thuộc lĩnh vực Marketing du lịch, là mô đun chuyên sâu giúp người học tiếp thu và thực hiện được kỹ năng nghề nghiệp về quảng cáo sản phẩm dịch vụ.

II. Mục tiêu mô đun:

- Về kiến thức: Môn học cung cấp kiến thức tổng quan về quảng cáo (định nghĩa, vai trò, chức năng, lịch sử của quảng cáo, vấn đề văn hóa và đạo đức trong quảng cáo); tổ chức hoạt động của phòng quảng cáo và công ty quảng cáo; đặc điểm của quảng cáo trên các phương tiện báo in, radio, truyền hình; quảng cáo ngoài trời và trên các phương tiện giao thông công cộng; các loại hình quảng cáo khác; kế hoạch sử dụng các phương tiện truyền thông cho quảng cáo.
 - .- Về kỹ năng:
 - + Vận dụng kiến thức về quảng cáo vào việc đưa thông điệp đến với khách hàng;
 - + Phân tích từng hình thức quảng cáo phù hợp với sản phẩm dịch vụ của doanh nghiệp;
 - + Xây dựng được lời quảng cáo phù hợp;
 - Về năng lực tự chủ và trách nhiệm:
 - + Làm việc độc lập chiếm tỷ lệ ít và làm theo nhóm chiếm tỷ lệ cao, hình thành thói quen tốt về quảng cáo, quảng cáo có đạo đức.
 - + Cùng thực hiện, hướng dẫn, giám sát những thành viên trong nhóm thực hiện các chiến lược quảng cáo phù hợp.
 - + Đánh giá kết quả thực hiện và rút ra bài học kinh nghiệm cho bản thân.

III. Nội dung môn học:

1. Nội dung tổng quát và phân bổ thời gian:

	Tên chương, mục	Thời gian (giờ)
--	-----------------	-----------------

Số TT		Tổng số	Lý thuyết	Thực hành, thí nghiệm, thảo luận, bài tập	Kiểm tra/thi
1	Bài mở đầu	1	1		
2	Chương 1: Tổng quan về quảng cáo	2	1	1	
3	Chương 2: Công ty quảng cáo	9	3	5	1
4	Chương 3: Các hình thức quảng cáo	10	3	6	1
5	Chương 4: Lựa chọn phương tiện quảng cáo hiệu quả	12	4	8	1
6	Chương 5: Thông điệp quảng cáo	9	3	6	
7	Thi/kiểm tra kết thúc môn học	1			1
Cộng		45	15	26	4

2. Nội dung chi tiết:

Bài mở đầu: Giới thiệu về môn học

Thời gian: 01 giờ

Chương 1: Tổng quan về quảng cáo

Thời gian: 02 giờ

1. Mục tiêu:

- Trình bày được định nghĩa về quảng cáo
- Xác định được vai trò và chức năng trong quảng cáo
- Thực hiện được quảng cáo có đạo đức
- Nghiêm túc, chủ động, tích cực trong quá trình nghiên cứu, học tập.

2. Nội dung chương:

1.1. Định nghĩa quảng cáo

1.2. Lịch sử quảng cáo

1.3. Vai trò và chức năng của quảng cáo

1.4. Phân loại quảng cáo

1.5. Đạo đức trong quảng cáo

3. Thực hành: Vận dụng các tình huống quảng cáo có đạo đức trong việc đưa sản phẩm đến với khách hàng.

Chương 2: Công ty quảng cáo

Thời gian: 09 giờ

1. Mục tiêu:

- Trình bày được khái niệm công ty quảng cáo
- Phân tích được vai trò của công ty quảng cáo
- Thực hiện được các bài tập tình huống.
- Tích cực, chủ động trong quá trình học tập, nghiên cứu.

2. Nội dung chương:

2.1. Khái niệm công ty quảng cáo

2.2. Vai trò của công ty quảng cáo

2.3. Phương thức thanh toán

2.4. Tổ chức phòng quảng cáo trong công ty

3. Thực hành: Các nhóm tìm hiểu các công ty quảng cáo ở địa phương, mức giá quảng cáo

4. Kiểm tra

Chương 3: Các hình thức quảng cáo

Thời gian: 10 giờ

1. Mục tiêu:

- Xác định được các hình thức quảng cáo
- Phân tích ưu nhược điểm của từng hình thức quảng cáo
- Thực hiện được các bài tập tình huống.
- Nghiêm túc, chủ động, tích cực trong quá trình học tập, nghiên cứu

2. Nội dung:

3.1. Các hình thức quảng cáo

3.2. Ưu nhược điểm của từng hình thức quảng cáo

3.3. Cách chọn hình thức quảng cáo phù hợp với từng sản phẩm dịch vụ

3.4. Sức mạnh của quảng cáo Internet

3. Thực hành: Các nhóm tìm hiểu về các hình thức quảng cáo, so sánh giữa hiện đại và truyền thống

4. Kiểm tra

Chương 4: Lựa chọn phương tiện quảng cáo hiệu quả

Thời gian: 12 giờ

1. Mục tiêu:

- Xác định được chiến lược mua sắm, mua trang.
- Lập được kế hoạch truyền thông
- Thương lượng được mức giá phù hợp
- Chủ động, tích cực trong quá trình học tập và nghiên cứu môn học.

2. Nội dung chương:

4.1. Chiến lược mua sắm, mua trang

4.2. Lập kế hoạch truyền thông

4.3. Thương lượng giá cả

4.4. Quản lý hiệu quả các phương tiện truyền thông đã chọn lựa

4.5. Xác định đối tượng khách hàng cần hướng tới

3. Bài tập: Các nhóm thực hiện lập kế hoạch mua trang báo địa phương để quảng cáo các mẫu tin.

4. Kiểm tra:

Chương 5: Thông điệp quảng cáo

Thời gian: 9 giờ

1. Mục tiêu:

- Xác định được quy trình thiết kế thông điệp quảng cáo
- Viết được lời quảng cáo có ý nghĩa
- Vận dụng 2 phương pháp thu hút khách hàng qua lời quảng cáo
- Thực hiện được các bài tập tình huống.
- Nghiêm túc, tích cực, chủ động trong việc học tập, nghiên cứu

2. Nội dung:

5.1. Thông điệp quảng cáo

5.2. Quy trình thiết kế thông điệp quảng cáo

5.3. Cấu trúc thông điệp quảng cáo

5.4. Viết lời quảng cáo

5.5. Phương pháp thu hút lý tính, cảm tính trong quảng cáo.

3. Thực hành: Tìm hiểu về các thông điệp quảng cáo của các công ty du lịch lớn.

Thi kết thúc môn học:

Thời gian: 1 giờ

IV. Điều kiện thực hiện môn học:

1. Phòng học chuyên môn hóa/nhà xưởng: phòng học thực hành đáp ứng không quá 20 sinh viên.
2. Trang thiết bị máy móc: máy tính, máy chiếu.
3. Học liệu, dụng cụ, nguyên vật liệu: bảng biểu, sơ đồ, hàng hóa, màn hình, micro, âm thanh, các dụng cụ nghe nhìn, các tài liệu về quảng cáo sản phẩm du lịch.
4. Các điều kiện khác: phòng thoát mát, đủ ánh sáng, quạt gió, vệ sinh sạch sẽ

V. Nội dung và phương pháp, đánh giá:

1. Nội dung:

- Về kiến thức:

Cung cấp cho người học các kiến thức cơ bản về quảng cáo sản phẩm du lịch: nghiên cứu qui trình viết thông điệp quảng cáo, các hình thức quảng cáo hiệu quả trên thị trường, thông qua đó đưa hình ảnh công ty đến với khách hàng du lịch hiệu quả.

- Về kỹ năng:

- + Lựa chọn được hình thức quảng cáo, công ty quảng cáo phù hợp
- + Phân tích được mức giá nào là chấp nhận được và doanh nghiệp có lời;
- + Xác định được các yếu tố tác động trực tiếp đến thông điệp cần gửi đến khách hàng.
- Năng lực tự chủ và trách nhiệm:
 - + Có ý thức học tập theo phương pháp biết suy luận, kết hợp lý luận với thực tiễn
 - + Chủ động, tích cực trong việc học tập, nghiên cứu môn học; tiếp cận và giải quyết các vấn đề kinh tế hiện đại phù hợp với xu thế phát triển hiện nay.

2. Phương pháp:

Bài thi kết thúc môn được đánh giá theo thang điểm 10

Thời gian làm bài thi: 60 phút

Hình thức thi: tự luận

Sinh viên được sử dụng tài liệu

Bài thi được kết cấu tối thiểu 3 câu. Bao gồm trong các nội dung:

- + Các yếu tố tác động việc lựa chọn phương tiện quảng cáo;
- + Các phương pháp thu hút trong quảng cáo;
- + Xác định ưu nhược điểm của từng phương tiện quảng cáo...

VI. Hướng dẫn thực hiện môn học:

1. Phạm vi áp dụng môn học: Chương trình môn học được sử dụng để giảng dạy cho trình độ Cao đẳng nghề. Tổng thời gian thực hiện môn học là 45 giờ.

2. Hướng dẫn về phương pháp giảng dạy, học tập môn học:

- Đối với giáo viên, giảng viên: Chương trình nhấn mạnh nội dung thực tế khá nhiều. Để giảng dạy được chương trình ngoài các kiến thức cơ bản trong nội dung 5 chương, giảng viên phải có kiến thức thực tế. Giảng viên cần tham khảo thêm nhiều tài liệu trên Internet đặc biệt là hành vi thực tế của khách hàng. Phương pháp giảng dạy: Kết hợp nhiều phương pháp giảng dạy. Phương pháp chính là thảo luận trên nền tảng việc giao cho sinh viên về nghiên cứu giá cả thực tế tại các doanh nghiệp du lịch, khách sạn.

- Đối với người học: Nghiên cứu kỹ chương trình học phần chi tiết, chuẩn bị các nội dung trước khi đến lớp theo yêu cầu của giảng viên, tham gia thảo luận:

- + Phải có tài liệu trước khi đến lớp
- + Nghiên cứu giáo trình trước khi lên lớp
- + Chuẩn bị tốt các nội dung giáo viên giao việc về nhà
- + Có ý thức liên hệ những kiến thức đã học vào thực tiễn
- + Đọc tài liệu do giáo viên hướng dẫn
- + Khảo sát thực tế.

3. Những trọng tâm cần chú ý:

Sau mỗi chương giáo viên cần tóm lại nội dung của chương và giao thêm bài tập về nhà cho SV; khi tiến hành giảng dạy chương mới cần nhắc lại nội dung chương đã học để tạo tính liên tục.

4. Tài liệu tham khảo:

- ❶ Nguyễn Văn Dung (2010), *Giáo trình Marketing du lịch*. Nhà xuất bản Giao thông vận tải
- ❷ Trần Thị Bích Tuyền (2019), *Bài giảng Nghiệp vụ quảng cáo*, Tài liệu nội bộ.
- ❸ Philip Kotler và James Makens (1999), *Marketing for tourism* - NXB TP. HCM biên dịch.

5. Ghi chú và giải thích (nếu có):

TRƯỞNG KHOA

GIẢNG VIÊN BIÊN SOẠN

Trần Thị Bích Tuyền