

Giới thiệu môn học

TRÍ TUỆ NHÂN TẠO VÀ ỨNG DỤNG VÀO MARKETING

Giảng viên: PGS TS Đinh Tiên Minh



PGS TS. Đinh Tiên Minh

- Giảng viên cao cấp, Trưởng Bộ môn Marketing – Khoa Kinh doanh Quốc tế & Marketing – Trường Kinh Doanh UEH – Đại học UEH.
- Giảng dạy các chương trình đào tạo liên kết quốc tế, chương trình toàn phần và bán phần tiếng Anh.
- Huấn luyện và Đào tạo các chương trình cho nội bộ doanh nghiệp, giám đốc điều hành, giám đốc kinh doanh và chuyên viên hoạch định.
- Tham gia nghiên cứu hàn lâm và ứng dụng trong lĩnh vực Marketing, hành vi tiêu dùng, chuyển đổi số và công nghệ số.



4. Tiếp cận các xu hướng và thực tiễn mới thông qua tình huống thực tế và các nghiên cứu về AI và Big Data trong marketing.

1. Trang bị kiến thức tổng quan và hệ thống về trí tuệ nhân tạo (AI) và dữ liệu lớn (Big Data) trong phân tích và quản trị marketing.

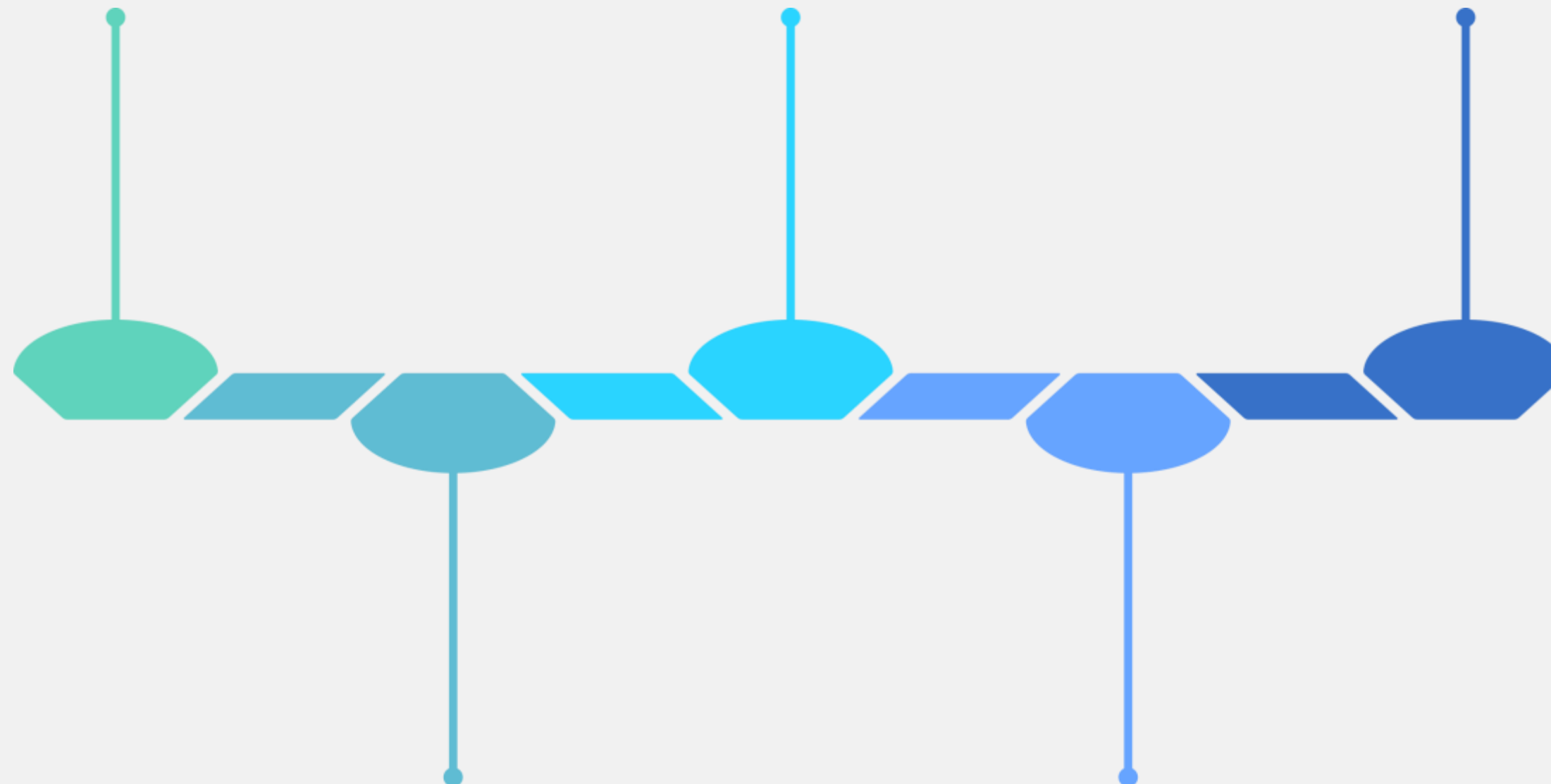
3. Phát triển khả năng phân tích hành vi khách hàng và hoạt động marketing trong bối cảnh chuyển đổi số.

2. Nâng cao năng lực ứng dụng AI và Big Data trong quản lý, lập kế hoạch và hỗ trợ ra quyết định marketing cho doanh nghiệp.

Phần 1: Tổng quan AI và dữ liệu trong marketing

Phần 3: AI Business Framework

Phần 5: Conversational AI



Phần 2: Nắm bắt Marketing Insights, Data Analytics in Marketing and Customer Analytics

Phần 4: Big Data Analytics

ĐIỂM HỌC PHẦN

TRÍ TUỆ NHÂN TẠO VÀ ỨNG DỤNG VÀO MARKETING



Điểm quá trình (50%)



Điểm dự án (50%)



**Bài tập prompting
(40%)**



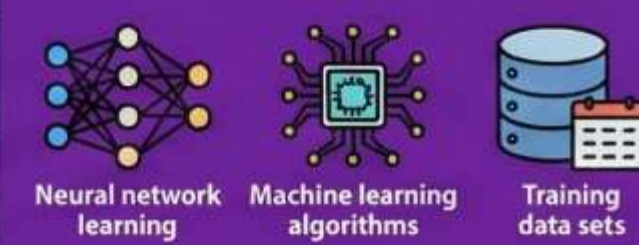
**Bài tập ứng dụng AI
trong nghiên cứu thị
trường (60%)**



**Báo cáo dự án
(80%)**



**Training AI
(20%)**





GIẢNG VIÊN

MỤC TIÊU MÔN HỌC

CẤU TRÚC MÔN HỌC

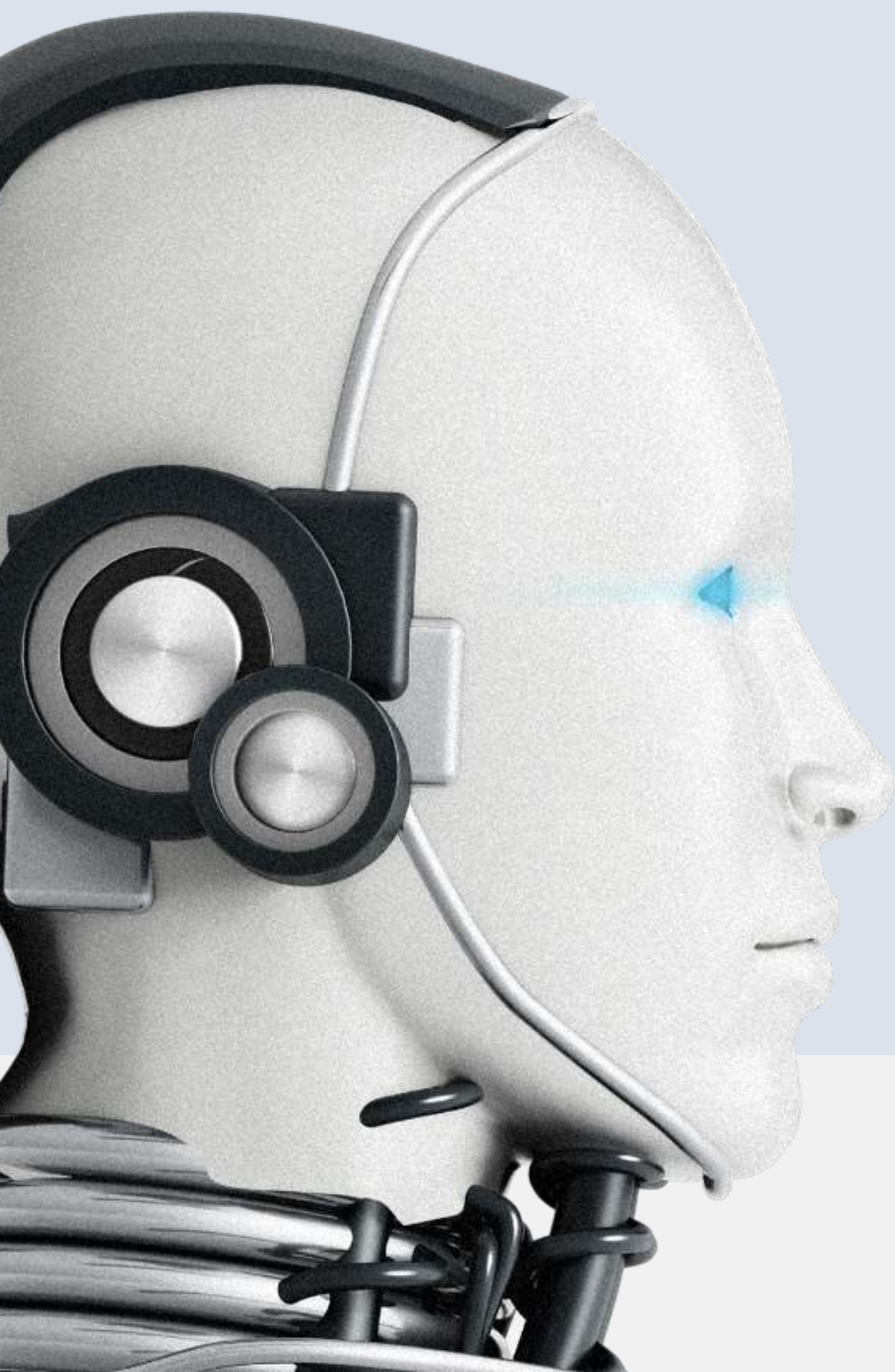
ĐÁNH GIÁ

KẾ HOẠCH HỌC TẬP

| | Nội dung học | Hoạt động của sinh viên |
|--------|---|--|
| Buổi 1 | Giới thiệu môn học | Thành lập nhóm, chọn doanh nghiệp/thương hiệu cho dự án |
| | Bài 1: Tổng quan về Trí tuệ nhân tạo | |
| Buổi 2 | Bài 2: Prompting & AI Business Framework | (A) Sử dụng 3 loại AI (mỗi AI dùng 3 loại prompt) đã đề cập trong bài học để mô tả doanh nghiệp/thương hiệu + 1 vấn đề marketing của DN. Sau đó so sánh và rút ra nhận xét của nhóm về kết quả phân tích của từng loại prompt. Lưu ý: Bài làm cần thể hiện được: - Phiên bản 1 (prompt thô). - Phiên bản 2 và 3 (prompt cải tiến bằng cách thêm bối cảnh, ràng buộc, format output) trong 10 loại prompt So sánh output và rút bài học. |
| Buổi 3 | Bài 3: Tổng quan về Marketing hiện đại | Mục tiêu marketing và bối cảnh thị trường |
| Buổi 4 | Bài 4: AI trong nghiên cứu thị trường | (1) Thiết kế bảng câu hỏi (2) Chỉnh sửa bảng câu hỏi (3) Tiến hành khảo sát |
| Buổi 5 | Bài 5: AI trong phân tích khách hàng | (B) Phân tích kết quả bằng AI + Trình bày kết quả khảo sát + prompt đã sử dụng |
| Buổi 6 | Bài 6: Data-driven Marketing & AI Analytics | |
| Buổi 7 | Bài 7: Marketing Data Foundation for AI | |
| Buổi 8 | Bài 8: AI-driven Marketing Planning & Decision Making | |
| Buổi 9 | Thuyết trình AI-driven Insight & Direction Report | (C) Trình bày báo cáo với sự hỗ trợ từ các công cụ AI. Trong phần đề xuất hoạt động, nhóm cần sử dụng AI để tạo ra 3 sản phẩm demo. Ví dụ: - Dùng AI tạo ảnh để demo hình ảnh sản phẩm nếu nhóm đề xuất thay đổi bao bì trong chiến lược marketing. - Dùng AI để tạo video quảng cáo nếu đề xuất có đề cập đến quảng cáo OOH hoặc digital ads. - Dùng AI tạo nhạc kết hợp AI tạo video nếu nhóm đề xuất launching TVC. (D) Trình bày cách nhóm đã training và sử dụng AI như thế nào trong quá trình làm bài (Link prompt) |

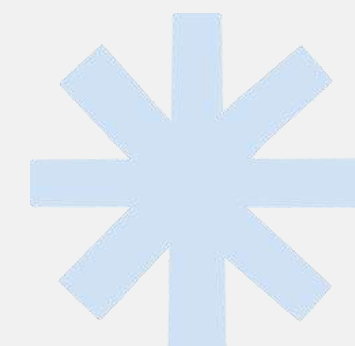
Điểm quá trình = 40% (A) + 60% (B)

Điểm dự án = 80% (C) + 20% (D)



Xin mời đặt câu hỏi.

Đề nghị hỏi rõ trước khi bắt đầu học để đạt kết quả tốt nhất!



KẾT THÚC

