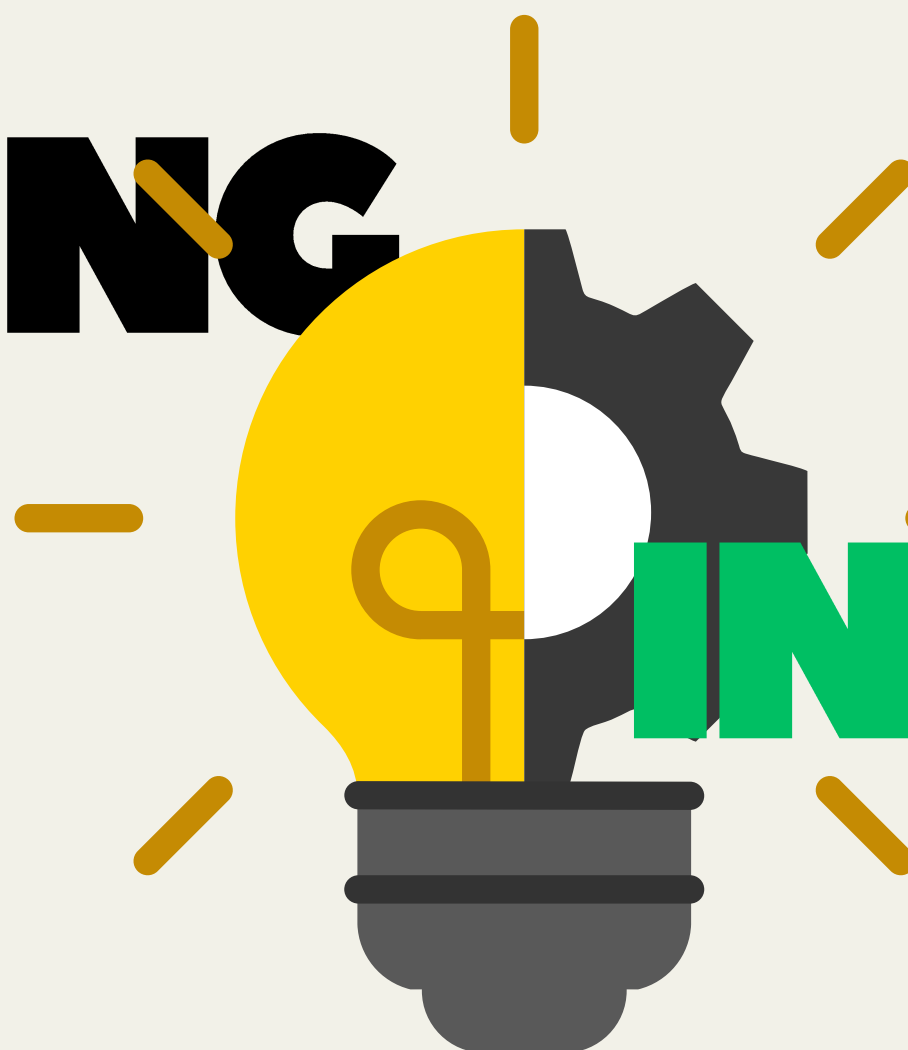


MARKETING
MARKETING
MARKETING

MARKETING



INNOVATION

INNOVATION

INNOVATION

INNOVATION

GIỚI THIỆU MÔN HỌC



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.



Chiến lược Đổi mới sáng tạo Marketing là học phần được thiết kế nhằm vào giải pháp đưa sản phẩm và dịch vụ ra thị trường thành công trong điều kiện liên tục sáng tạo. Môi trường thực thi marketing luôn có những thách thức từ cạnh tranh và thay đổi của khách hàng/người tiêu dùng, vì vậy, việc áp dụng đổi mới sáng tạo phải hướng đến giải quyết các vấn đề cạnh tranh trong marketing từ nhận diện cơ hội thị trường, thiết kế sản phẩm/dịch vụ, kênh marketing hữu hiệu hay những giải pháp dịch vụ cũng như xây dựng thương hiệu.

Học phần được thiết kế 3 phần; phần đầu giới thiệu bản chất sáng tạo trong marketing, chiến lược đổi mới sáng tạo và phần hai là những ứng dụng đổi mới sáng tạo trong trải nghiệm khách hàng, sản phẩm, phân phối/bán hàng và xây dựng thương hiệu. Từ đó, môn học giúp sinh viên biết cách vận dụng đổi mới sáng tạo nhằm giúp tăng khả năng nhận diện và giải quyết vấn đề. Đồng thời tăng khả năng thực hành kỹ năng, áp dụng kiến thức bằng một dự án cho một sản phẩm/thương hiệu cụ thể.



KIẾN THỨC

- Hiểu và biết về chiến lược marketing trong cạnh tranh và đổi mới sáng tạo.
- Biết cơ sở kiến thức đổi mới sáng tạo trong trải nghiệm khách hàng, sản phẩm/dịch vụ, phân phối/bán hàng, dịch vụ gia tăng và thương hiệu.
- Đưa ra được một giải pháp/kế hoạch thực thi chiến lược đổi mới sáng tạo marketing.
- Nhận diện và đánh giá được tình huống kinh doanh có thể áp dụng đổi mới sáng tạo marketing.



KỸ NĂNG


- Phân tích và thực hiện các loại đổi mới sáng tạo marketing.
- Kỹ năng kết nối, khai thác đổi mới sáng tạo phục vụ cho marketing.
- Trình bày và thuyết phục công ty thực thi đổi mới sáng tạo marketing.
- Áp dụng tư duy phản biện trong việc đề xuất xây dựng được dự án đổi mới sáng tạo marketing.



MỨC ĐỘ TỰ CHỦ VÀ TRÁCH NHIỆM

- Có năng lực xây dựng, làm việc trong các nhóm khởi nghiệp và nghiên cứu đổi mới sáng tạo marketing.
- CLO3.2: Tán thành sự đa dạng văn hóa, tôn trọng sự khác biệt và tinh thần sẵn sàng hỗ trợ, hợp tác trong quá trình học tập, làm việc trong các dự án đổi mới sáng tạo marketing.
- CLO3.3: Có khả năng hình thành thói quen tự học, có năng lực học tập suốt đời và phát triển nghề nghiệp quản lý marketing.

| No. | Thời gian | Nội dung học | Hoạt động của sinh viên |
|-----|----------------------|--|---|
| 1 | 8/1/2026 | Giới thiệu môn học Tổng quan về đổi mới sáng tạo | |
| 2 | 15/1/2026 | Đổi mới sáng tạo trong chiến lược Marketing | |
| 3 | 22/1/2026 | Đổi mới sáng tạo trong chiến lược sản phẩm và dịch vụ | (1) Giải <u>Case study.pdf</u> theo nhóm. Mỗi nhóm trình bày case trên một trang A4 theo phong cách infographic |
| 4 | 29/1/2026 | Đổi mới sáng tạo trong trải nghiệm & kết nối khách hàng | (2) Thuyết trình nhóm Nhóm 1 và 2 |
| 5 | 31/1/2026 | Đổi mới sáng tạo trong kênh marketing & dịch vụ gia tăng | (2) Thuyết trình nhóm Nhóm 3 và 4 |
| 6 | 05/02/2026 ONLINE | Đổi mới sáng tạo trong truyền thông tích hợp (IMC) | (2) Thuyết trình nhóm Nhóm 5 |
| 7 | 26/02/2026 ONLINE | Đổi mới sáng tạo trong xây dựng thương hiệu | (2) Thuyết trình nhóm Nhóm 6 |
| 8 | 5/3/2026 | LMS | |
| 9 | 12/3/2026 | Workshop Đổi mới sáng tạo | (A) ĐỀ XUẤT Ý TƯỞNG ĐỔI MỚI SÁNG TẠO (B) DEMO Ý TƯỞNG |

| <div> <div>  <div> <div>TỔNG QUAN</div> <div>MỤC TIÊU MÔN HỌC</div> <div>KẾ HOẠCH GIẢNG DẠY</div> <div>ĐÁNH GIÁ KẾT QUẢ</div> <div>TÀI LIỆU THAM KHẢO</div> <div>Q&A</div> </div> </div> </div> | | | |
|--|----------------------|--|--|
| No. | Thời gian | Nội dung học | Hoạt động của sinh viên |
| 1 | 8/1/2026 | Giới thiệu môn học Tổng quan về đổi mới sáng tạo | |
| 2 | 15/1/2026 | Đổi mới sáng tạo trong chiến lược Marketing | |
| 3 | 22/1/2026 | Đổi mới sáng tạo trong chiến lược sản phẩm và dịch vụ | (1) Giải Case study.pdf theo nhóm. Mỗi nhóm trình bày case trên một trang A4 theo phong cách infographic |
| 4 | 29/1/2026 | Đổi mới sáng tạo trong trải nghiệm & kết nối khách hàng | (2) Thuyết trình nhóm Nhóm 1 và 2 :Đổi mới sáng tạo trong chiến lược sản phẩm và dịch vụ |
| 5 | 31/1/2026 | Đổi mới sáng tạo trong kênh marketing & dịch vụ gia tăng | (2) Thuyết trình nhóm Nhóm 3 và 4: Đổi mới sáng tạo trong trải nghiệm & kết nối khách hàng |
| 6 | 05/02/2026 ONLINE | Đổi mới sáng tạo trong truyền thông tích hợp (IMC) | (2) Thuyết trình nhóm Nhóm 5: Đổi mới sáng tạo trong kênh marketing & dịch vụ gia tăng |
| 7 | 26/02/2026 ONLINE | Đổi mới sáng tạo trong xây dựng thương hiệu | (2) Thuyết trình nhóm Nhóm 6: Đổi mới sáng tạo trong truyền thông tích hợp (IMC) |
| 8 | 5/3/2026 | LMS | |
| 9 | 12/3/2026 | Workshop Đổi mới sáng tạo | (A) ĐỀ XUẤT Ý TƯỞNG ĐỔI MỚI SÁNG TẠO (B) DEMO Ý TƯỞNG |

ĐQT = 20% (1) + 30% (2)

ĐIỂM KTHP = 30% (A) + 20% (B)



01- CASE STUDY

Case study: Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). Developing new products and managing the product life cycle. In Marketing: An introduction (Ch. 9). Pearson Education.

Yêu cầu:

- Giải câu 9-19 ; 9-20 ; 9-21.
- Giải theo nhóm.
- Trình bày trên một trang A4 dạng infographic.

Tỉ trọng: 20% điểm quá trình



02- THUYẾT TRÌNH NHÓM

Đề bài: Mỗi nhóm chọn 1 thương hiệu theo chủ đề thuyết trình.

- **Chủ đề thuyết trình:** Như trong timeline môn học quy định.
- **Yêu cầu nội dung:** trình bày theo outline như sau:
 - Bối cảnh & vấn đề
 - Hình thức đổi mới sáng tạo
 - Giá trị mang lại cho KH
 - Đánh giá mức độ thành công & hạn chế
 - Bài học rút ra

Lưu ý:

- SV được sáng tạo thêm, nhưng không được bỏ bớt những mục chính trong outline.

Tỉ trọng: 30% điểm quá trình



A- ĐỀ XUẤT CHIẾN LƯỢC

Đề bài: Nhóm SV lựa chọn 01 thương hiệu và đề xuất 01 ý tưởng đổi mới sáng tạo, chủ đề phải thuộc ít nhất MỘT trong các chủ đề đã học (SP/DV, thương hiệu, IMC,...).

Yêu cầu nội dung:

- Giới thiệu ngắn về thương hiệu & bối cảnh thị trường.
- Vấn đề/insight khách hàng cần giải quyết.
- Ý tưởng đổi mới sáng tạo đề xuất.
- Giá trị khác biệt so với hiện tại/đối thủ.
- Mức độ phù hợp với chiến lược thương hiệu.
- Tính khả thi (nguồn lực, rủi ro, điều kiện triển khai).

Tỉ trọng: 30% điểm dự án



B- DEMO SÁNG TẠO

Đề bài: SV cần hiện thực hóa 01 ý tưởng trong đề xuất. Demo phải giúp người xem “nhìn thấy - trải nghiệm hoặc hiểu được” ý tưởng.

Hình thức demo có thể là:

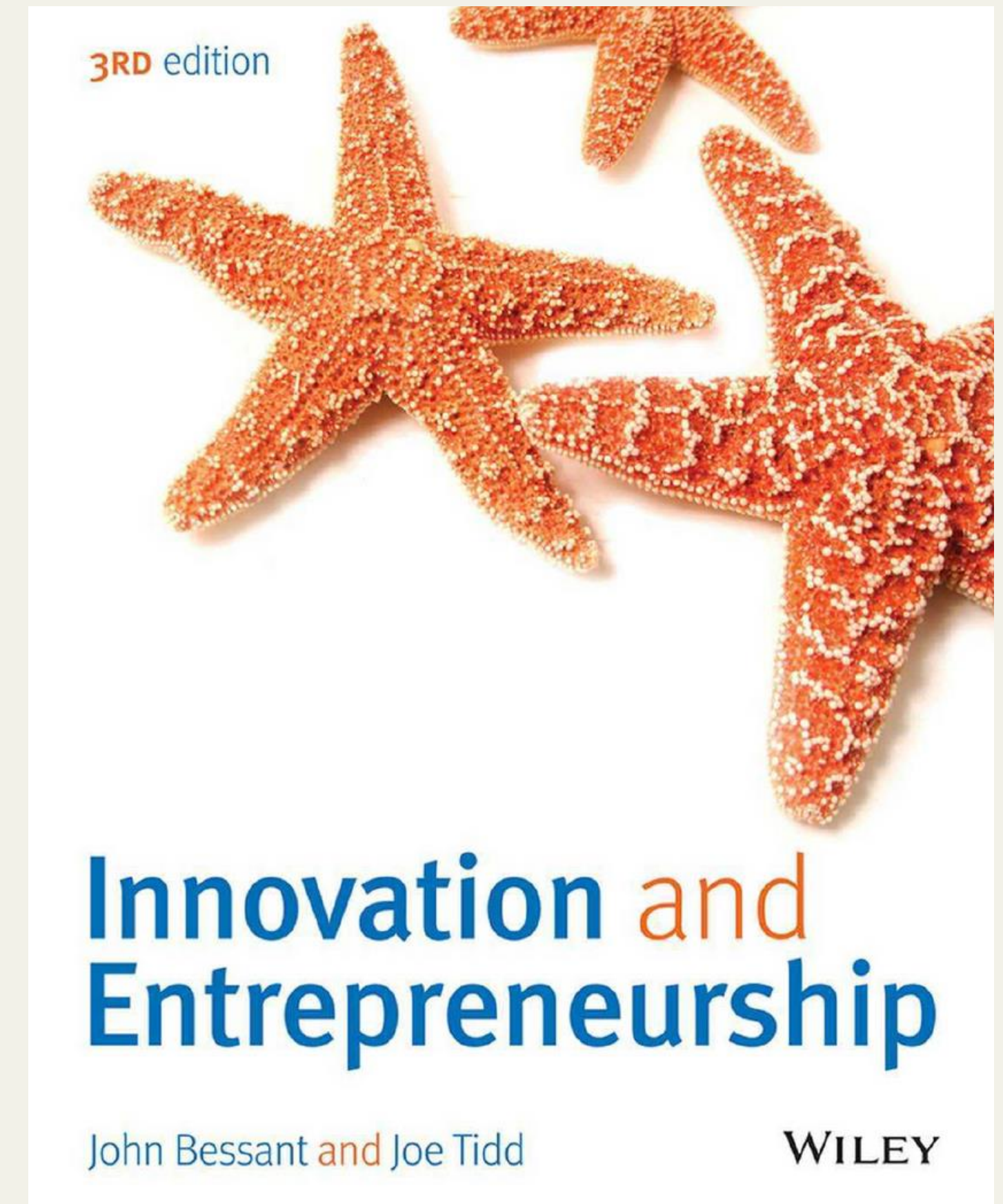
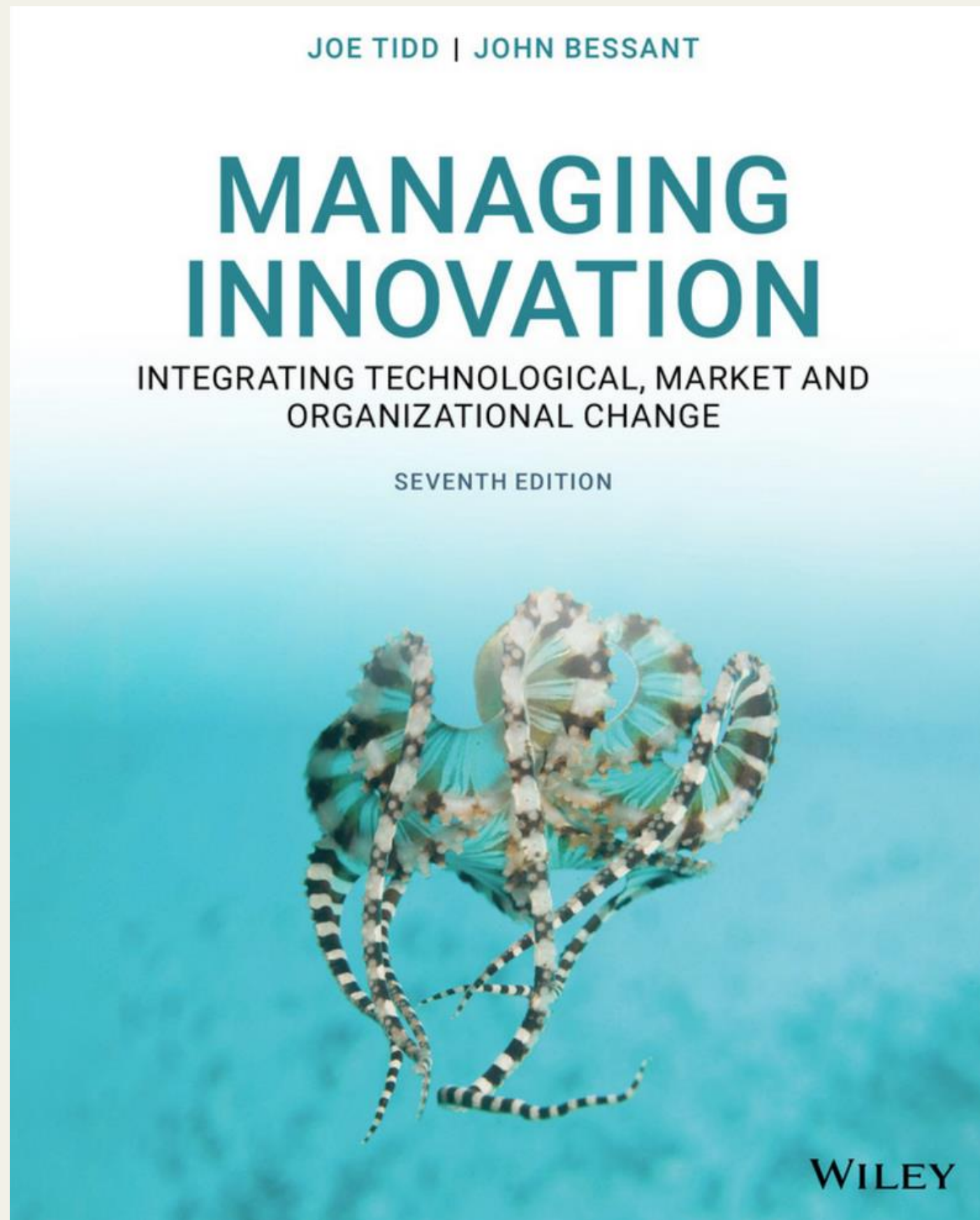
- Prototype (app, website, landing page, chatbot, mini game...).
- Video mô phỏng trải nghiệm khách hàng.
- Mô phỏng chiến dịch truyền thông / trải nghiệm tại điểm chạm.
- ...

Tỉ trọng: 20% điểm dự án

50% ĐIỂM QUÁ TRÌNH

50% ĐIỂM DỰ ÁN

ĐIỂM HỌC PHẦN



Xin mời đặt câu hỏi.

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



*"Simplicity is about subtracting the obvious
and adding the meaningful."*

John Maeda

thank you