ĐỀ TÀI: **TÁC ĐỘNG CỦA QUẢNG CÁO TRÊN FACEBOOK ĐẾN NGƯƠI TIÊU DÙNG**

Giới thiệu tổng quan (Các đề mục nhỏ trong phần này y như outline mẫu Thầy gửi, nhóm trưởng checkmail của Thầy và phổ biến cho mọi người để dựng cho đủ)

Giới thiệu đề tài

Mục tiêu nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu

Phương pháp nghiên cứu

…

1. **Cơ sở lý luận**
   1. Tổng quan về Facebook

1.1.2 Lịch sử hình thành

1.1.3 Đặc điểm của Facebook (Vì sao FB trở thành top mạng xã hội lớn nhất trên thế giới?)

1.1.4 Ứng dụng liên hệ với Facebook

1.2 Quảng cáo và Ám thị

1.2.1 Ám thị

2.2.1.1 Khái niệm ám thị

2.2.1.2 Phân loại ám thị

1.2.2 Quảng cáo

1.2.2.1 Khái niệm quảng cáo

1.2.2.2 Phân loại quảng cáo (Trong sách Marketing căn bản có: Báo giấy, Tivi, Banner ngoài trời, trong nhà, qua mail, qua điện thoại, qua mạng xã hội…)

1.2.2.3 Khái niệm về Social Media và Facebook Marketing (Các loại hình quảng cáo trên Facebook)

1.3 Người tiêu dùng

1.3.1 Khái niệm về người tiêu dùng

1.3.2 Đặc điểm của người tiêu dùng

1.3.2.1 Độ tuổi (tuổi nào thì có đủ nhận thức và hiểu biết để mua hàng?

1.3.2.2 Năng lực tài chính (Chia thành 2 đối tượng: Học sinh sinh viên k có thu nhập nhưng dc trợ cấp từ gia đình vẫn có thể tìm mua hàng. Người đã đi làm, có thu nhập thì mua hàng phục vụ nhiều nhu cầu…)

1.3.2.3 Mục đích mua hàng trên Facebook (Nhu cầu cá nhân, quà tặng, giao tiếp xã hội…)

2**. Thực trạng việc sử dụng Facebook**

2.1 Thực trạng (Các lĩnh vực)

2.1.1 Chức năng công cụ quảng cáo trên Facebook

2.1.2 Chức năng của Like, Share, Comment

2.2 Nguyên nhân

2.2.1 Hiệu quả của quảng cáo trên Facebook (Vì sao chon FB để quảng cáo)

2.2.2 Hiệu quả của việc mua hàng trên Facebook (Vì sao chọn FB để mua hàng)

**3. Tác động của quảng cáo trên Facebook đến người tiêu dùng**

3.1 Nhận thức ( Chỉ share cảm quan, chủ quan mà không hiểu rõ hay không biết mình đang share cái gì…)

3.2 Cảm xúc

3.3 Hành vi (Fb quảng cáo qua một nhân vật nổi tiếng nào đó rồi người theo dõi cứ share mà không kiểm chứng…)

**4. Đề xuất giải pháp**

4.1 Giải pháp để nâng cao hiệu quả và chất lượng quảng cáo trên FB (dành cho người bán hàng)

4.2 Giải pháp để nhận biết và lựa chọn tiêu dùng thông qua quảng cáo trên FB (dành cho người mua hàng trên FB)

**5. Kết Luận**

TÀI LIỆU THAM KHẢO (Theo chuẩn APA)