

**TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ - LUẬT
KHOA HỆ THỐNG THÔNG TIN**



BÀI TẬP QUÁ TRÌNH 1

MÔN: MARKETING ĐIỆN TỬ

ĐỀ BÀI:

Xây dựng kế hoạch E-marketing nhằm quảng bá và tăng nhận diện thương hiệu Khoa Hệ Thống Thông Tin (Website, Fanpage) - UEL? Viết bài chuẩn SEO

Nhóm thực hiện: Nhóm 14

STT	Họ Và Tên	MSSV	Mức độ hoàn thành
1	Nguyễn Bảo Duyên	K214111318	100%
2	Đinh Thị Bé Nhân	K214111949	100%
3	Phạm Thị Thanh Trúc	K214110826	100%
4	Ma Ngọc Xuân Kỳ	K214110802	100%
5	Nguyễn Thị Cẩm Ly	K214111945	100%

Giảng viên hướng dẫn: Th.S Phạm Mạnh Cường

Hồ Chí Minh, ngày 10 tháng 10 năm 2023

Mục lục

CHƯƠNG I: PHÂN TÍCH HIỆN TRẠNG	5
1.1. Giới thiệu tổng quan về Khoa hệ thống thông tin	5
1.1.1 Lịch sử phát triển của Khoa	5
1.1.2 Tầm nhìn	6
1.1.3 Sứ mạng	6
1.1.4 Mục tiêu	6
1.2. Các nhân tố môi trường	6
1.2.1. Môi trường vĩ mô	6
1.2.2 Môi trường vi mô	9
1.3. Phân tích và ma trận SWOT	14
1.2.3.1 Phân tích SWOT	14
1.2.3.2 Ma trận SWOT	15
1.4. Các kênh tương tác hiện tại	16
1.2.2 Website	16
1.2.2 Fanpage	17
CHƯƠNG II: PHÂN TÍCH KHÁCH HÀNG MỤC TIÊU	19
2.1. Phân khúc thị trường	19
2.2. Xác định thị trường mục tiêu- Cựu Sinh viên	22
2.2.1. Chân dung khách hàng mục tiêu	22
2.2.2. Động lực và rào cản của nhóm khách hàng mục tiêu	25
2.3. Định vị thương hiệu	25
CHƯƠNG III: LẬP KẾ HOẠCH E-MARKETING	27
3.1. Mục tiêu truyền thông	27
3.1.1. Mục tiêu doanh nghiệp	27
3.1.2. Mục tiêu Marketing	27
3.2. Kế hoạch đặt ra cho mục tiêu	27
3.3. Chiến lược E-Marketing	29
3.3.1. Đối tượng truyền thông và hành vi đối tượng	29
3.3.2 Thông điệp truyền thông	30
3.3.3 Ý tưởng truyền thông	30
CHƯƠNG IV: TRIỂN KHAI KẾ HOẠCH E-MARKETING	32
4.1. Kế hoạch tổng quan	32
4.2. Kế hoạch triển khai chi tiết	33
4.2.1. Facebook	33
4.2.2. Website	41
4.3. Ngân sách dự kiến	49

4.4. Chỉ số KPI.....	50
CHƯƠNG V: ĐÁNH GIÁ VÀ CẢI TIẾN.....	51
5.1. Đánh giá kế hoạch	51
5.1.1. Đo lường hiệu quả chiến dịch bằng mô hình <i>Balanced Scorecard</i>	51
5.1.2. Công cụ đo lường.....	53
5.1.3. Đánh giá kế hoạch truyền thông.....	54
5.2. Hạn chế rủi ro	55
TÀI LIỆU THAM KHẢO	56

CHƯƠNG I: PHÂN TÍCH HIỆN TRẠNG

1.1. Giới thiệu tổng quan về Khoa hệ thống thông tin

1.1.1 Lịch sử phát triển của Khoa



Bộ môn Tin học quản lý được thành lập theo Quyết định số 138/QĐ/KKT ngày 02 tháng 12 năm 2003 của Trường Khoa Kinh tế trực thuộc Đại học quốc gia TP.HCM do ThS. Tạ Minh Châu làm Trưởng Bộ môn. Tiền thân là Bộ môn Tin học quản lý, Khoa Hệ thống thông tin (HTTT) thuộc Trường Đại học Kinh tế – Luật được thành lập theo quyết định số 96/QĐ-ĐHKTL-TCHC ngày 01/7/2010 của Hiệu trưởng Trường Đại học Kinh tế – Luật. Hiện tại Khoa có 2 Bộ môn: Bộ môn Thương mại điện tử và Bộ môn Hệ thống thông tin quản lý. Khoa HTTT đang triển khai đào tạo hệ đại học chính quy với 3 ngành: Hệ thống thông tin Quản lý (MIS – Management Information System), Hệ thống thông tin Quản lý Chất lượng cao và ngành Thương mại điện tử.

Bắt đầu từ năm 2004, Khoa HTTT triển khai đào tạo bậc đại học ngành Hệ thống thông tin quản lý. Cho đến năm 2016, Khoa đã có 9 khóa sinh viên tốt nghiệp. Sinh

viên chuyên ngành Hệ thống thông tin quản lý của Khoa HTTT ra trường hầu hết đã có công việc làm tốt tại các doanh nghiệp, ngân hàng trong và ngoài nước. Một số sinh viên của Khoa sau khi tốt nghiệp tiếp tục học cao học và đi du học nước ngoài. Riêng đối với ngành Thương mại điện tử được triển khai đào tạo bắt đầu vào năm 2014.

1.1.2 Tầm nhìn

Đến năm 2030, Khoa hệ thống thông tin của Trường Đại học Kinh tế - Luật sẽ trở thành đơn vị đào tạo, nghiên cứu có uy tín hàng đầu Việt Nam trong lĩnh vực Hệ thống thông tin quản lý và Thương mại điện tử, đạt chuẩn khu vực Châu Á, đào tạo người học đủ kiến thức và năng lực làm việc trong môi trường toàn cầu.

1.1.3 Sứ mạng

Thúc đẩy sự phát triển và tiến bộ xã hội thông qua đào tạo và nghiên cứu chất lượng cao trong lĩnh vực Hệ thống thông tin quản lý và Thương mại điện tử

1.1.4 Mục tiêu

Xây dựng và triển khai các chương trình đào tạo từ đại học đến sau đại học (gồm thạc sĩ và tiến sĩ) theo hướng hiện đại, tiên tiến; đảm bảo người học đủ năng lực làm việc, sáng tạo, có khả năng nghiên cứu độc lập, khả năng học tập suốt đời trong môi trường hội nhập;

Nâng cao năng lực nghiên cứu hàn lâm và ứng dụng thúc đẩy sự phát triển của đất nước thông qua các đề tài, dự án nghiên cứu trọng điểm; tăng cường hợp tác nghiên cứu và đào tạo với các đối tác nước ngoài.

Tăng cường hợp tác với các tổ chức, doanh nghiệp uy tín trong và ngoài nước; gắn kết giữa lý thuyết và thực tế giúp người học tiếp cận với thực tiễn, tiếp cận với cách tổ chức, quản lý hiện đại, hiệu quả trong lĩnh vực chuyên môn.

1.2. Các nhân tố môi trường

1.2.1. Môi trường vĩ mô

1.2.1.1 Thực trạng lựa chọn ngành học ở Việt Nam

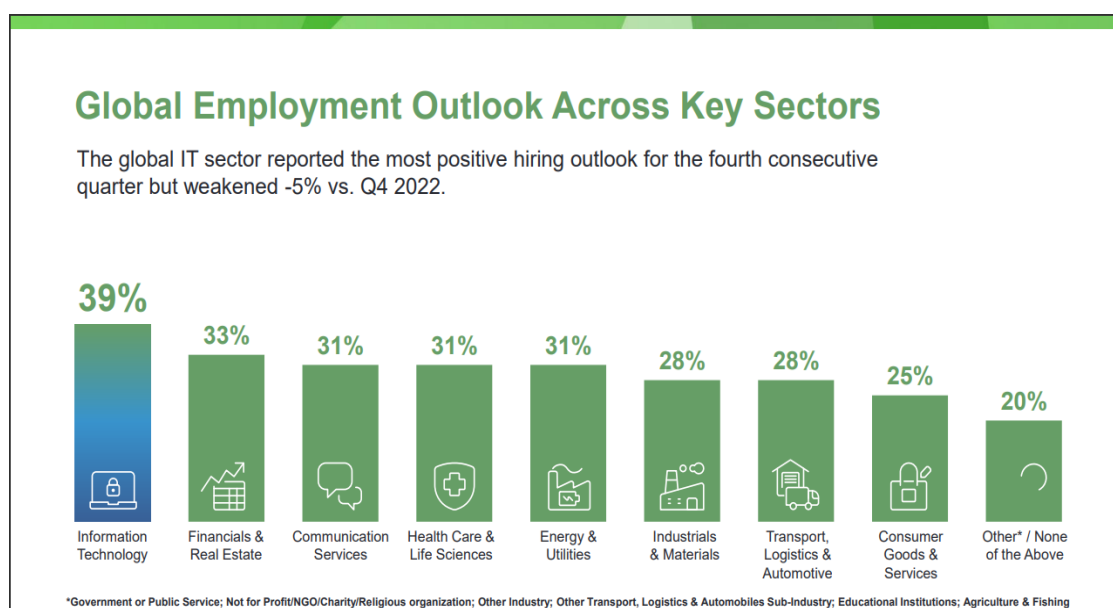
Việt Nam hiện đang đào tạo rất nhiều ngành và cũng đang mở thêm những ngành học mới để theo kịp xu hướng của thế giới. Tính đến đầu năm 2023, tại các trường ĐH, CĐ tại Việt Nam đã có tổng cộng hơn 300 các ngành nghề đào tạo, thuộc hơn 20 khối ngành khác nhau như: Khoa học giáo dục và Đào tạo sư phạm, Năng khiếu nghệ thuật, CNTT, Báo chí – Truyền hình – Truyền thông,... Chưa hết, số lượng ngành mới vẫn đã và đang được “khai sinh” thêm nhiều với mục đích giúp người học hiểu rõ tính chất ngành và thấy được độ đa dạng của ngành nghề hiện tại^[1]. Theo thống kê của Bộ GD&ĐT về số lượng thí sinh đăng ký vào các nhóm ngành 2021, Kinh doanh và Quản lý là nhóm ngành có số lượng nguyện vọng đăng ký nhiều nhất, chiếm khoảng 32,8% tổng số nguyện vọng đăng ký. Số lượng nguyện vọng đăng ký vào ngành này cũng gấp hơn 10 lần chỉ tiêu tuyển sinh của các trường. Tiếp theo là nhóm ngành Máy tính và Công nghệ thông tin với 336,001 nguyện vọng đăng ký, chiếm khoảng 7% tổng số nguyện vọng đăng ký^[2].

Nhóm ngành	Chỉ tiêu	Nguyện vọng	% nguyện vọng/tổng nguyện vọng	% nguyện vọng/chỉ tiêu
Nhóm ngành nhiều NV nhất				
Kinh doanh và quản lý	118679	1218773	32.781%	1026.95%
Khoa học xã hội và hành vi	29052	239491	6.442%	824.35%
Máy tính và công nghệ thông tin	49582	336001	9.037%	677.67%
Nhân văn	43076	272692	7.335%	633.05%
Công nghệ kỹ thuật	45136	257288	6.920%	570.03%
Khoa học giáo dục và đào tạo giáo viên	50737	228821	6.155%	450.99%
Những nhóm Ngành ít nhất				
Cao đẳng SP ngành GDMN	14534	9641	0.259%	66.33%
Dịch vụ xã hội	2808	13024	0.350%	463.82%

Hình 1: Bảng thống kê chi tiết số lượng nguyện vọng đăng ký của thí sinh vào các nhóm ngành

1.2.1.2 Xu hướng nghề nghiệp hiện nay

Khảo sát của tạp chí Forbes cho thấy, những lĩnh vực việc làm có triển vọng hàng đầu trong năm 2023 này bao gồm thương mại điện tử, chăm sóc sức khỏe và du lịch - khách sạn. Đặc biệt, sau vài năm điều đứng vì COVID-19, ngành du lịch - khách sạn được kỳ vọng một trong những lĩnh vực có tốc độ tăng trưởng tốt nhất trong năm nay.^[3] Trong một báo cáo gần đây của ManpowerGroup Employer Outlook Survey về *Đo lường kế hoạch tuyển dụng trong quý 4* đã chỉ ra rằng ngành công nghệ thông tin đang thể hiện hướng tích cực với 39% doanh nghiệp có ý tuyển dụng trong lĩnh vực này, 33% cho các ngành tài chính và bất động sản, dịch vụ truyền thông, sức khỏe và năng lượng đều có chung tỉ lệ nhu cầu tuyển dụng là 31%. Từ đó ta thấy được trong bối cảnh công nghệ kỹ thuật ngày càng phát triển thì nhu cầu cho việc làm trong lĩnh vực này cũng tăng theo và luôn được nhiều doanh nghiệp ưu tiên trong kế hoạch tuyển dụng.^[5]



Hình 2: Triển vọng việc làm toàn cầu trong các lĩnh vực trọng điểm

1.2.1.3 Khối ngành kinh doanh quản lý và công nghệ thông tin ở miền Nam

Ở khu vực miền Nam, trọng điểm là Thành phố Hồ Chí Minh hiện đang tập trung 28 trường đào tạo chủ yếu về các ngành kinh tế^[6] và gần 20 trường đào tạo chủ yếu về khối ngành công nghệ thông tin^[7]. Trong đó có nhiều trường kinh tế đào tạo các ngành về công nghệ thông tin, và ngược lại. Điều này tạo sự đa dạng về lựa chọn nguyện vọng cho đối tượng học sinh THPT và các trường đại học cũng đang dần mở

rộng hơn định hướng chương trình, bắt kịp xu hướng và nhu cầu của thế giới, không còn gò bó theo một khối ngành nhất định. Tuy nhiên, điều này một phần sẽ gây khó khăn trong việc đưa ra quyết định theo học ngành nào trong trường nào là hợp lý.

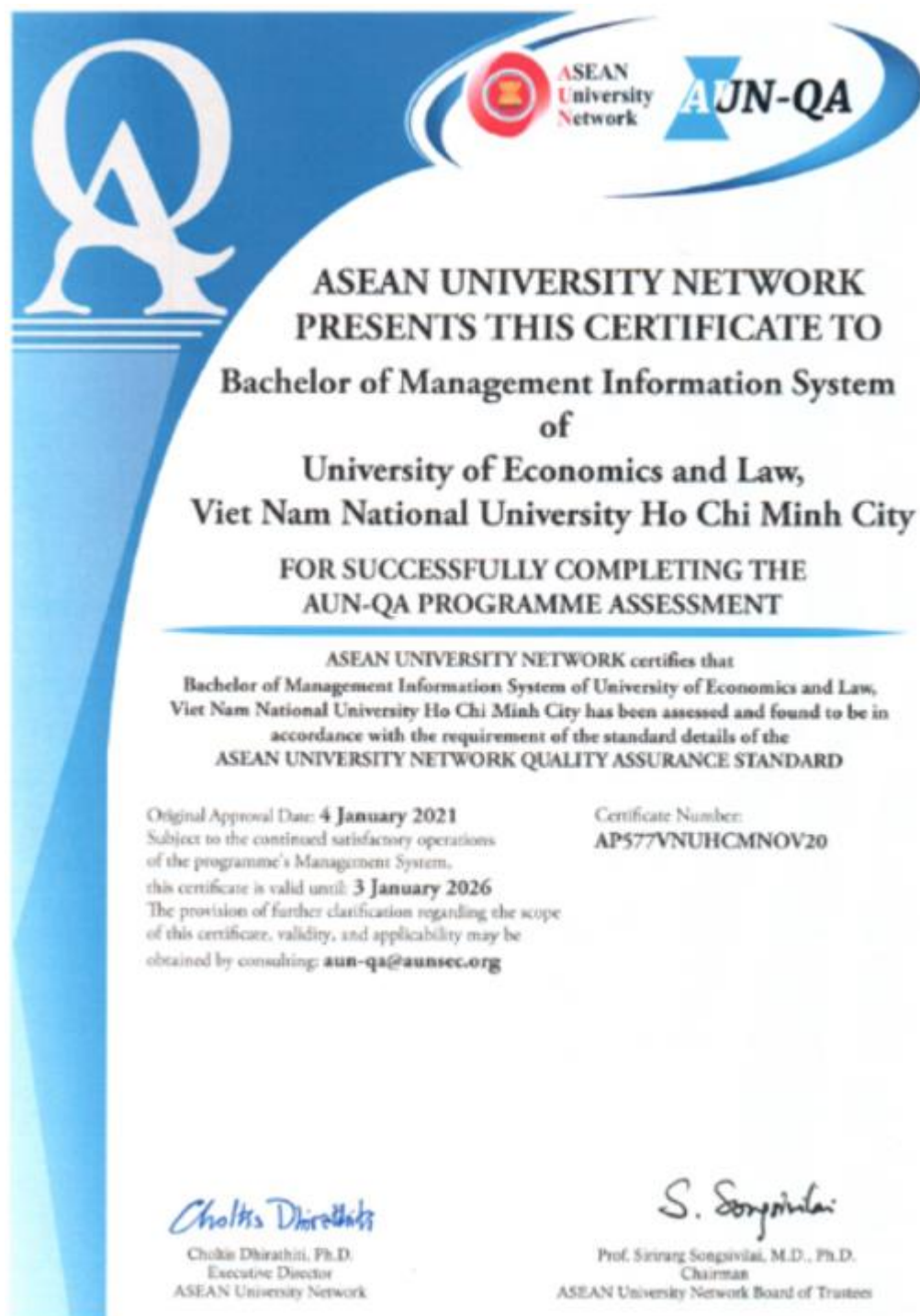
1.2.2 Môi trường vi mô

1.2.2.1 Chỉ tiêu tuyển sinh của Khoa Hệ thống thông tin

Trong các năm gần đây, chỉ tiêu tuyển sinh của Trường Đại học Kinh tế - Luật (ĐHQG TP.HCM) giao động từ 2000 đến 2500 sinh viên hằng năm. Trong đó, chỉ tiêu của Khoa Hệ thống thông tin là 250 (2021) chiếm 11,2% so với tổng chỉ tiêu cùng năm.^[8] Với số lượng chỉ tiêu khá thấp, có thể thấy đầu vào của Khoa có điểm chuẩn của các phương thức rất cao và tỉ lệ chọi khốc liệt cho thí sinh.

1.2.2.2 Chất lượng đào tạo và giảng dạy của Khoa Hệ thống thông tin

Khoa Hệ thống thông tin - Trường Đại học Kinh tế - Luật được thành lập vào 2003, trải qua gần 20 năm, Khoa vẫn luôn đảm bảo chất lượng của chương trình đào tạo cũng như đội ngũ giảng dạy của mình. Tháng 01/2021 Khoa nhận được kết quả đánh giá của tổ chức AUN - QA cho Chương trình Hệ thống thông tin quản lý với số điểm cao nhất trong các chương trình kiểm định cùng đợt trong Đại học Quốc Gia. AUN - QA là bộ tiêu chuẩn với các quy tắc chất lượng khắt khe, có tiêu chí cụ thể, rõ ràng, tập trung đánh giá toàn diện chương trình đào tạo trên nhiều khía cạnh như chuẩn đầu ra, khung chương trình, đội ngũ giảng viên, cơ sở vật chất, công tác đảm bảo chất lượng, kết nối giữa nhà trường, sinh viên và doanh nghiệp để đảm bảo chất lượng của toàn bộ chương trình đào tạo.



Hình 4: Giấy chứng nhận AUN - QA chương trình Hệ thống thông tin quản lý

1.2.2.3 Cơ sở vật chất hiện tại của Khoa

Hiện tại Khoa hệ thống thông tin đang sở hữu Phòng nghiên cứu Kinh doanh thông minh (Business Intelligence Lab) và Phòng Nghiên cứu NEXT-GEN-LAB được thành lập tháng 06/2016 từ nguồn kinh phí của Đại học Quốc gia Tp. HCM và kinh phí đối ứng của trường Đại học Kinh tế - Luật. BI LAB được trang bị máy tính và các trang thiết bị hiện đại, nhằm mục đích hỗ trợ và thúc đẩy các nghiên cứu khoa học, chuyển giao công nghệ, và đào tạo chất lượng cao trong các lĩnh vực.

Ngoài ra, BI LAB còn được hỗ trợ từ các phần mềm, hệ thống chuyên môn như: SAP Business One & SAP S/4 HANA, Haravan. Các trang thiết bị nhúng phục vụ IoT, các máy ảo. Tổ chức các hoạt động NCKH, các seminar chuyên môn, cuộc thi học thuật, góp phần kết nối doanh nghiệp – sinh viên.

1.2.2.4 Đối thủ cạnh tranh

Trong giới hạn của lĩnh vực hệ thống thông tin, nhóm sẽ phân tích các đối thủ cạnh tranh có tính chất đương đồng với Khoa. Cụ thể sẽ chia ra hai nhóm sau:

1. Khoa Công nghệ thông tin kinh doanh - Trường Công nghệ và Thiết kế - UEH

Khoa Công nghệ thông tin kinh doanh (CNTTKD), tiền thân là Khoa Tin học quản lý (2001-2012) và Khoa Hệ thống thông tin kinh doanh (2012-2016), được xây dựng dựa trên nền tảng là bộ môn Tin học quản lý thuộc khoa Thống kê – Toán – Tin học. Khoa Hệ thống thông tin kinh doanh được đổi tên thành Khoa Công nghệ thông tin kinh doanh vào năm 2017 để mở rộng đào tạo, bổ sung thêm những ngành mới theo hướng chuyên sâu về công nghệ nhằm cung cấp nguồn nhân lực chất lượng cao cho quá trình chuyển đổi số của các doanh nghiệp, có thể kể đến như: Hệ thống hoạch định nguồn lực doanh nghiệp, Kỹ thuật phần mềm, Khoa học dữ liệu,...^[9]

Các ngành giảng dạy:

Bậc đại học

- Hệ thống thông tin quản lý (gồm 02 chuyên ngành Hệ thống thông tin kinh doanh và Hệ thống hoạch định nguồn lực doanh nghiệp).
- Thương mại điện tử
- Kỹ thuật phần mềm.
- Khoa học dữ liệu

Bậc cao học

- Đào tạo thạc sĩ ngành công nghệ thiết kế thông tin và truyền thông (Information Design and Technology – IDT) thuộc ngành Hệ thống thông tin quản lý.

Đội ngũ giảng viên: 22 giảng viên và 02 thư ký khoa, trong đó có 07 tiến sĩ, 06 nghiên cứu sinh, 08 thạc sĩ

Điểm mạnh:

- Trực thuộc Đại học có chất lượng đào tạo uy tín và độ nhận biết rất cao trong khu vực miền Nam.
- Các ngành học mang tính hội nhập và xu hướng cao.
- Chỉ tiêu tuyển sinh cao (300 sinh viên)
- Đội ngũ giảng viên đông đảo và có trình độ chuyên môn cao.

Điểm yếu:

- Truyền thông chính thống (website, fanpage) của Khoa vẫn còn hạn chế, chủ yếu truyền thông với sinh viên trong khoa qua fanpage “Đoàn - hội”
- Trường vẫn đang có thế mạnh về các ngành kinh tế - quản lí.

2. Khoa hệ thống thông tin - Trường Đại học Công nghệ thông tin - ĐHQG. HCM

Khoa Hệ thống Thông tin (HTTT) - UIT được thành lập vào năm 2006 cùng thời điểm thành lập của trường Đại học Công nghệ Thông tin. Đội ngũ giảng viên của khoa là các chuyên gia có uy tín, đáp ứng yêu cầu về đào tạo và nghiên cứu khoa học trong lĩnh vực HTTT. Sứ mệnh của Khoa HTTT là phát triển ngành công nghiệp CNTT và nguồn nhân lực CNTT. Khoa HTTT cung cấp chương trình giáo dục chất lượng cao đáp ứng yêu cầu của thị trường lao động trong lĩnh vực HTTT. Năm 2017, Khoa HTTT là khoa đầu tiên của Trường Đại học Công nghệ Thông tin được tổ chức mạng lưới các trường đại học Đông Nam Á (ASEAN University Network) công nhận đạt chuẩn kiểm định AUN-QA (ASEAN University Network – Quality Assurance). Đây là bộ tiêu chuẩn với các tiêu chuẩn chất lượng, có tiêu chí cụ thể, rõ ràng, tập trung đánh giá toàn diện chương trình đào tạo trên nhiều khía cạnh như chuẩn đầu ra, khung chương trình, đội ngũ giảng viên, cơ sở vật chất, công tác đảm bảo chất lượng, kết nối giữa nhà trường, sinh viên, và doanh nghiệp để đảm bảo chất lượng của toàn bộ chương trình đào tạo.^[11]

Các ngành giảng dạy:

Bậc đại học

- Hệ thống thông tin
- Thương mại điện tử

Bậc cao học

- Đào tạo thạc sĩ ngành Hệ thống thông tin

Đội ngũ giảng viên: bao gồm 28 giảng viên cơ hữu, trong đó có 01 Giáo sư – Tiến sĩ, 01 Phó giáo sư – Tiến sĩ, 06 Tiến sĩ, 18 Thạc sĩ và nhiều giảng viên sinh hoạt

chuyên môn tại khoa, giảng viên mời giảng từ các trường uy tín trong và ngoài nước.^[10]

Điểm mạnh:

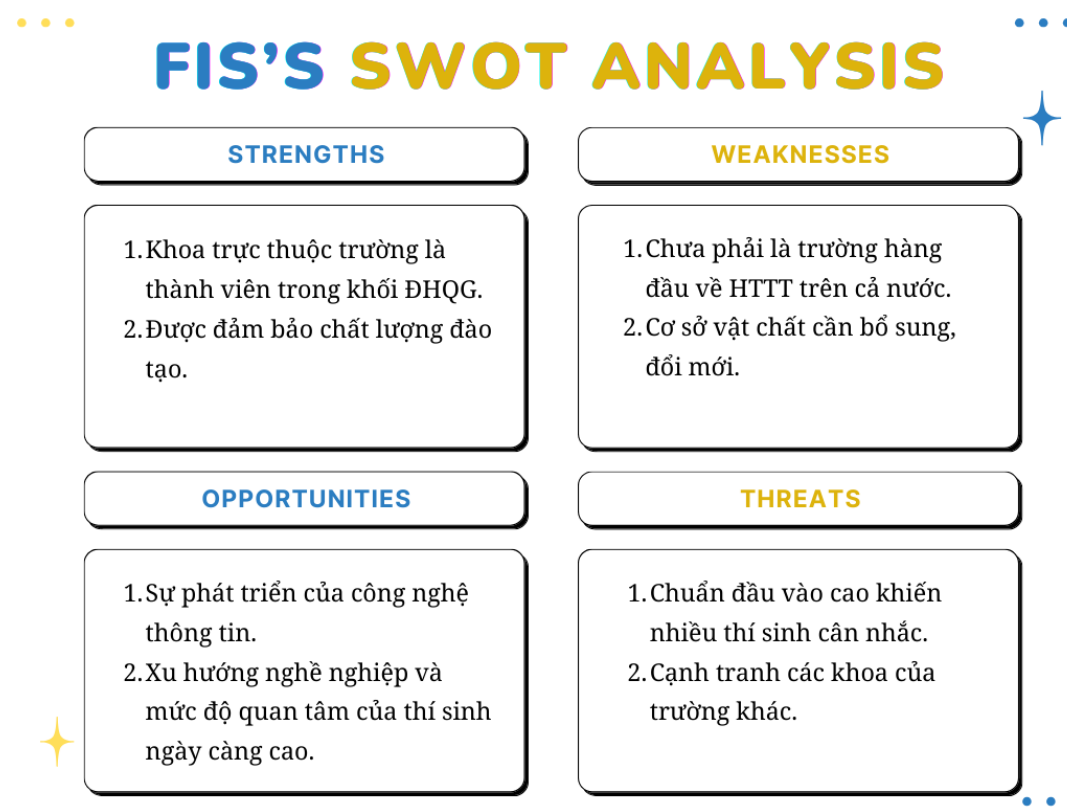
- Trực thuộc Trường Đại học Công nghệ thông tin - ĐHQG. HCM, có thể mạnh về độ nhận diện trong khu vực.
- Đội ngũ giảng viên chuyên sâu, ngoài Khoa Hệ thống thông tin, UIT còn là trường chuyên về lĩnh vực công nghệ, hệ thống, khoa học máy tính, với các ngành dạy khác liên quan.

Điểm yếu:

- UIT là một trường thế mạnh không phải về các ngành kinh tế.
- Truyền thông vẫn còn thấp, chủ yếu hoạt động qua các fanpage “Đoàn-hội”.

1.3. Phân tích và ma trận SWOT

1.2.3.1 Phân tích SWOT



Hình 5: Phân tích SWOT FIS UEL

1.2.3.2 Ma trận SWOT:

	Strength	Weak
Opportunities	<p>S1O1: Tận dụng độ nhận biết rộng của ĐHQG để có thể được đầu tư và ứng dụng nhiều nền tảng công nghệ mới.</p> <p>S1O2: Tận dụng độ nhận biết để thu hút thêm nhiều thí sinh quan tâm về xu hướng Hệ thống thông tin.</p> <p>S2O1: Với chất lượng tốt, Khoa có thể xem đó là cơ sở để kết hợp với các xu hướng công nghệ mới từ đó cải tiến hơn về chất lượng.</p> <p>S2O2: Truyền thông về chất lượng đào tạo của Khoa, để tạo niềm tin và thu hút các thí sinh đăng ký nguyện vọng.</p>	<p>W1O1: Tận dụng các nền tảng công nghệ mới để phát triển và nâng cao thêm về chất lượng để vươn lên vị trí hàng đầu về Khoa đào tạo Hệ thống thông tin.</p> <p>W1O2: Tận dụng sự quan tâm tăng lên của học sinh Trung học phổ thông về Hệ thống thông tin để cải thiện và nâng cao chất lượng đào tạo.</p> <p>W2O1: Tận dụng các công nghệ phát triển mới để thay đổi, cải tạo cơ sở vật chất, hạ tầng cho Khoa.</p> <p>W2O2: Nâng cấp, cập nhật cơ sở vật chất để tăng sự thu hút cho thí sinh.</p>
Threats	<p>S1T1: Sử dụng nhiều phương thức tuyển sinh khác nhau để phân tán nhiều đối tượng.</p> <p>S1T2: Đẩy mạnh truyền thông để có thể tiếp cận và nâng cao vị trí trong đối tượng các học sinh THPT.</p> <p>S2T1: Khoa có thể tổ chức các buổi hội thảo hoặc sự kiện giới thiệu về chất lượng đào tạo của mình, để thuyết phục thí sinh rằng việc đầu tư vào việc học tại Khoa sẽ mang lại lợi ích lâu dài cho họ. Đồng thời, Khoa cũng nên xem xét việc điều chỉnh chuẩn đầu vào sao cho phù hợp với năng lực của thí sinh, nhưng vẫn đảm bảo chất lượng đào tạo.</p> <p>S2T2: Với điểm mạnh là chương trình</p>	<p>W1T1: Để khắc phục điểm yếu và đối phó với mối đe dọa, trường có thể tập trung vào việc nâng cao chất lượng đào tạo và uy tín của mình trong lĩnh vực Hệ thống thông tin. Điều này có thể bao gồm việc cải tiến chương trình học, thu hút giáo viên giỏi, và tạo ra các cơ hội thực tế cho sinh viên.</p> <p>W1T2: Để khắc phục điểm yếu và đối phó với mối đe dọa, trường có thể tập trung vào việc xây dựng một hình ảnh độc đáo và khác biệt cho ngành Hệ thống thông tin của mình. Điều này có thể bao gồm việc phát triển những chương trình đào tạo độc đáo, tạo ra các cơ hội nghiên cứu và thực tập cho sinh viên, hoặc tổ chức các sự kiện và hoạt động ngoại khóa liên quan đến ngành Hệ thống thông tin.</p>

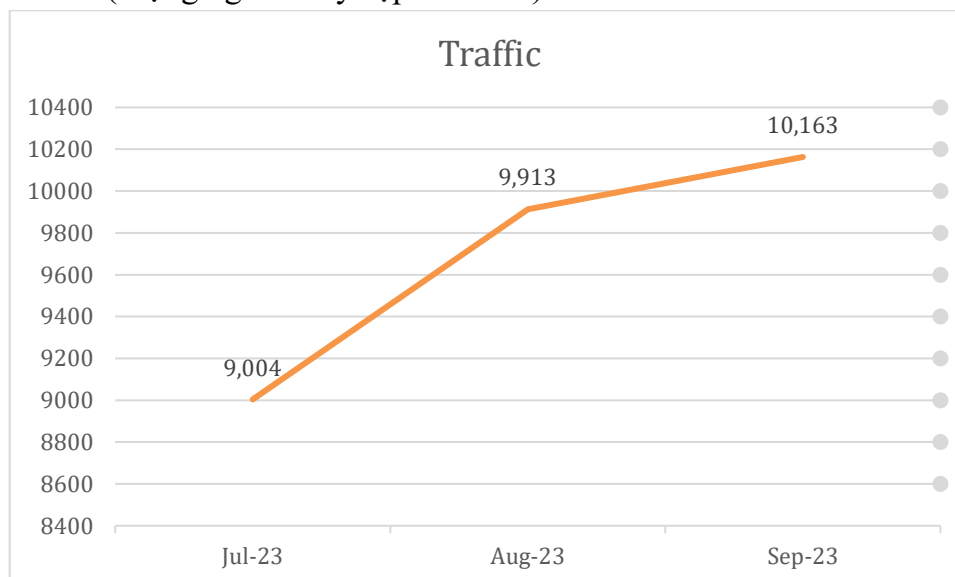
	Strength	Weak
	đào tạo đạt chuẩn, Khoa có thể tùy chỉnh nội dung chương trình sao cho phù hợp với nhu cầu thị trường lao động, nhằm tạo lợi thế cạnh tranh so với các khoa của trường khác.	<p>W2T1: Cải tiến cơ sở vật chất để thu hút thêm giảng viên, và tạo nhiều cơ hội thực tế hơn cho người học. Từ đó tăng tính cạnh tranh của Khoa so với các “Khoa cạnh tranh khác”.</p> <p>W2T2: Bổ sung, sửa đổi cơ sở vật chất để đảm bảo về chất lượng đào tạo.</p>

1.4. Các kênh tương tác hiện tại

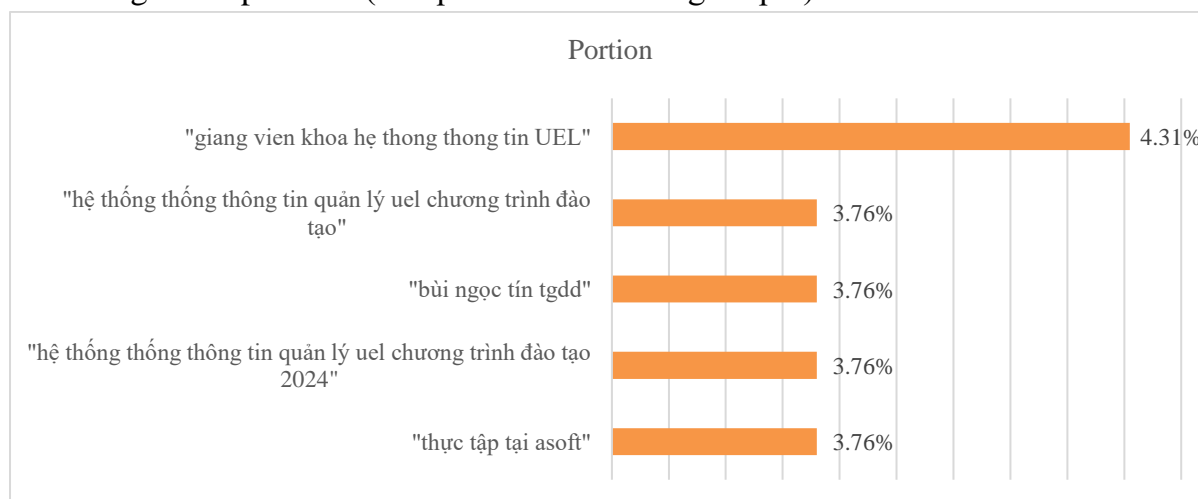
1.2.2 Website

Hiện tại Khoa có 1 website chính: “[Khoa Hệ Thông Thông Tin \(uel.edu.vn\)](http://Khoa Hệ Thông Thông Tin (uel.edu.vn))” với các chỉ số đo đạc được với khung thời gian từ tháng 07/2023 – tháng 09/2023: (Theo nguồn thống kê từ [Website Performance \(similarweb.com\)](http://Website Performance (similarweb.com)))

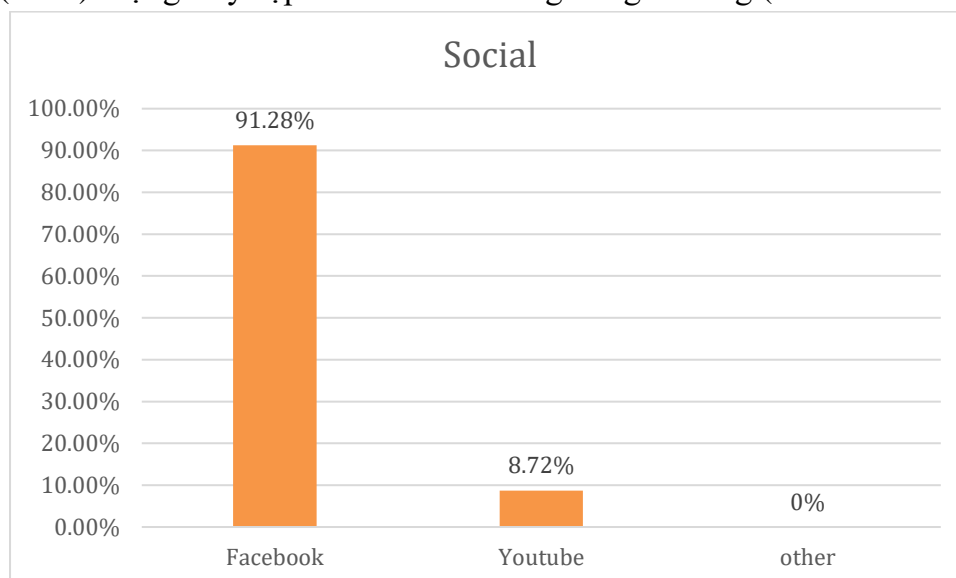
- Traffic (lượng người truy cập Website):



- Organic top search (kết quả tìm kiếm không trả phí):



- Social direct to Website on desktop: Các trang mạng xã hội chiếm tới 13.87% (4033) lượt truy cập của Website trong vòng 3 tháng (07/2023 – 09/2023).



- Visit duration: 1 phút 29 giây.
- Page/visit: 1.93
- Bounce Rate (tỉ lệ người dùng rời khỏi Website sau khi xem một trang): 36.27%

1.2.2 Fanpage

Khoa hệ thống thông tin đang sở hữu một Fanpage chính thức là: [Khoa Hệ thống thông tin - Trường Đại học Kinh tế - Luật](#). Với các chỉ số như sau:

- Theo dõi: 6200 người theo dõi, 5700 lượt thích
- Tương tác từ tháng 6/2023 – 10/2023:
 - + Tổng bài viết: 10
 - + Tổng tương tác: 698

- + Bài viết có lượt tương tác cao nhất: 244
- + Bài viết có lượt tương tác thấp nhất: 5

CHƯƠNG II: PHÂN TÍCH KHÁCH HÀNG MỤC TIÊU

2.1. Phân khúc thị trường

	Nhân khẩu học	Đặc điểm tâm lý	Đặc điểm hành vi
Học sinh	<p>Học sinh đang ở giai đoạn cuối cấp trung học và chuẩn bị lựa chọn trường đại học.</p> <p>Độ tuổi: 16-18.</p> <p>Chưa có kinh nghiệm đại học và đang tìm hiểu về các ngành học và chương trình đào tạo.</p>	<p>Tìm hiểu về lĩnh vực hệ thống thông tin và quan tâm đến cơ hội học tập và nghề nghiệp trong lĩnh vực này.</p> <p>Họ có sự tò mò và mong muốn khám phá kiến thức mới, đồng thời cảm thấy áp lực và lo lắng về quyết định lựa chọn trường và ngành học phù hợp.</p>	<p>Học sinh chuẩn bị lên đại học thường tham gia các buổi tư vấn, ngày hội tuyển sinh và các sự kiện giới thiệu của Khoa Hệ Thống Thông Tin.</p> <p>Họ cũng có thể tìm hiểu thông qua website, tài liệu và trò chuyện với sinh viên hoặc cựu sinh viên của Khoa.</p> <p>Họ thường tham gia vào các khóa học chuẩn bị đại học và tìm hiểu về kỹ năng cần thiết để thành công trong lĩnh vực công nghệ thông tin.</p>
Phụ huynh	<p>Nhóm đối tượng quan trọng trong quá trình quyết định học của học sinh.</p> <p>Độ tuổi: 35-65</p>	<p>Quan tâm đến tương lai giáo dục và nghề nghiệp của con cái.</p> <p>Họ có sự quan tâm sâu sắc về chất lượng giáo dục và</p>	<p>Tham gia các buổi gặp gỡ phụ huynh, tham quan trường và tìm hiểu về các chương trình và chính sách giáo dục</p>

	Nhân khẩu học	Đặc điểm tâm lý	Đặc điểm hành vi
	<p>Đóng vai trò tư vấn và hỗ trợ trong quá trình lựa chọn trường đại học cho con em mình.</p>	<p>cơ hội nghề nghiệp trong lĩnh vực công nghệ thông tin.</p> <p>Họ thường muốn đảm bảo rằng con cái sẽ nhận được giáo dục tốt và có thể đáp ứng được nhu cầu của thị trường lao động.</p>	<p>của Khoa Hệ Thống Thông Tin.</p> <p>Họ cũng có thể tìm hiểu thông qua các nguồn thông tin trực tuyến, đọc về các bài viết và tư vấn từ các chuyên gia về giáo dục và lĩnh vực công nghệ thông tin.</p> <p>Phụ huynh thường hỗ trợ con cái trong việc chuẩn bị hồ sơ đăng ký, nghiên cứu về các ngành học và cung cấp sự định hướng và khuyến khích cho con cái trong lĩnh vực họ quan tâm.</p>
Sinh viên	<p>Đang theo học tập tại Khoa, có nhu cầu về kiến thức và kỹ năng trong lĩnh vực hệ thống thông tin.</p> <p>Độ tuổi: 18-22</p>	<p>Sinh viên thường có một mức độ động lực cao đối với việc học tập và phát triển bản thân.</p> <p>Họ có ý thức rõ ràng về mục tiêu nghề nghiệp và mong muốn áp dụng kiến thức trong thực tế.</p>	<p>Sinh viên thường tham gia tích cực vào các khóa học, bài giảng, và hoạt động thực hành. Họ tìm kiếm cơ hội thực tập và việc làm sau khi tốt nghiệp để áp dụng kiến thức đã học.</p>

	Nhân khẩu học	Đặc điểm tâm lý	Đặc điểm hành vi
		Sinh viên thường có sự quan tâm sâu sắc đến việc đạt được thành công trong học tập và xây dựng một tương lai tốt.	<p>Sinh viên thường hình thành các nhóm nghiên cứu và dự án để tăng cường khả năng học tập và tạo ra một môi trường hợp tác.</p> <p>Họ thường tham gia vào các hoạt động ngoại khóa như câu lạc bộ sinh viên, tổ chức sự kiện và hội thảo để mở rộng mạng lưới và phát triển kỹ năng xã hội.</p>
Cựu sinh viên	<p>Học vấn: Đã hoàn thành tốt nghiệp và thường.</p> <p>Nghề nghiệp: Thường có nghề nghiệp ổn định. Họ có thể làm việc trong lĩnh vực liên quan đến ngành học của mình.</p> <p>Độ tuổi: 22-40</p>	<p>Cựu sinh viên thường có một tâm lý tự tin và quyết tâm trong việc xây dựng sự nghiệp sau khi tốt nghiệp.</p> <p>Họ có sự quan tâm và đam mê trong việc áp dụng kiến thức đã học và phát triển kỹ năng chuyên môn.</p> <p>Họ có xu hướng tìm kiếm sự kết nối và tham gia vào cộng đồng cựu sinh viên hoặc mạng lưới</p>	<p>Cựu sinh viên thường tìm kiếm cơ hội việc làm và thực tập trong lĩnh vực liên quan đến chuyên ngành của mình.</p> <p>Họ có thể sử dụng mạng lưới sinh viên cũ và các nguồn thông tin khác để tìm kiếm thông tin về việc làm và xây dựng mối quan hệ trong ngành công nghệ thông tin.</p>

	Nhân khẩu học	Đặc điểm tâm lý	Đặc điểm hành vi
		chuyên ngành, quan tâm đến việc tham gia hoạt động, sự kiện, buổi hội thảo hoặc các diễn đàn trực tuyến liên quan đến lĩnh vực công nghệ thông tin.	Cựu sinh viên thường tham gia vào các khóa đào tạo và sự kiện chuyên ngành để nâng cao kỹ năng và kiến thức của mình.
Doanh nghiệp	Doanh nghiệp trong lĩnh vực hệ thống thông tin và các ngành liên quan. Bao gồm chủ doanh nghiệp, nhà quản lý và chuyên gia trong lĩnh vực hệ thống thông tin.	Tìm kiếm nhân sự chất lượng cao để phát triển và cải tiến liên tục trong hệ thống thông tin. Họ có ý thức về tầm quan trọng của việc nâng cao hiệu suất, tăng cường bảo mật và tích hợp các công nghệ tiên tiến để đáp ứng nhu cầu kinh doanh.	Tìm kiếm tư vấn và hỗ trợ từ các nền tảng giáo dục hệ thống thông tin trong việc triển khai, vận hành và bảo trì hệ thống. Họ tương tác với giảng viên, nghiên cứu viên và sinh viên để nhận được kiến thức và kỹ năng chuyên môn cần thiết và nguồn nhân lực tri thức, chất lượng cao.

2.2. Xác định thị trường mục tiêu- Cựu Sinh viên

2.2.1. Chân dung khách hàng mục tiêu

a. Who:

Đối tượng truyền thông: cựu sinh viên Khoa Hệ Thống Thông Tin trường Đại học Kinh tế - Luật

Nhân khẩu học

+ Độ tuổi: Cựu sinh viên Khoa Hệ Thống Thông Tin UEL có thể thuộc độ tuổi trưởng thành từ 25 đến 40 tuổi, thường là những người đã hoàn thành chương trình đào tạo đại học hoặc cao hơn.

- + Giới tính: bao gồm cả nam và nữ.
- + Học vấn: đã tốt nghiệp hoặc hoàn thành chương trình đào tạo tại Khoa Hệ Thống Thông Tin UEL, với trình độ học vấn cao.

Đặc điểm tâm lý:

+ Cựu sinh viên - nhóm đối tượng quan tâm đến việc phát triển nghề nghiệp trong lĩnh vực hệ thống thông tin. Họ có thể tìm kiếm thông tin về cơ hội việc làm, các khóa học bổ sung, hoặc các chương trình thực tập để nâng cao kỹ năng và kiến thức của mình.

+ Họ có xu hướng tìm kiếm sự kết nối và tham gia vào cộng đồng cựu sinh viên hoặc mạng lưới chuyên ngành, quan tâm đến việc tham gia hoạt động, sự kiện, buổi hội thảo hoặc các diễn đàn trực tuyến liên quan đến lĩnh vực công nghệ thông tin.

Đặc điểm hành vi:

+ Có thói quen sử dụng công nghệ và mạng xã hội, dùng các nền tảng trực tuyến và mạng xã hội để tiếp cận thông tin, kết nối và tương tác với cộng đồng.

+ Quan tâm đến việc tìm hiểu thông tin mới, xu hướng công nghệ và các cơ hội nghề nghiệp trong lĩnh vực hệ thống thông tin.

+ Có xu hướng tham gia các hoạt động chuyên ngành, các sự kiện, hội thảo, buổi gặp mặt, và diễn đàn trực tuyến để trao đổi kiến thức và kết nối với những người cùng ngành.

b. What

Cựu sinh viên Khoa Hệ Thống Thông Tin tìm đến các phương tiện truyền thông của Khoa để cập nhật thông tin, tìm hiểu cơ hội nghề nghiệp và liên kết doanh nghiệp, cũng như tương tác và gắn kết với cộng đồng cựu sinh viên. Những nhu cầu này giúp họ duy trì liên kết với Khoa, việc tương tác và gắn kết với cộng đồng cựu sinh viên, cựu sinh viên có cơ hội chia sẻ kinh nghiệm, mở rộng mạng lưới kết nối, tìm kiếm sự hỗ trợ trong sự nghiệp của mình như:

- + Các chương trình đào tạo sau đại học, chương trình cao học
- + Mạng lưới kết nối rộng rãi với cộng đồng cựu sinh viên và các doanh nghiệp đối tác. Qua các hoạt động giao lưu, hội thảo, sự kiện networking, cựu sinh viên có cơ hội gặp gỡ, trao đổi kinh nghiệm và xây dựng mối quan hệ với những người có chung quan điểm và nghề nghiệp. Mở rộng mạng lưới kết nối giúp cựu sinh viên tiếp cận thông tin về cơ hội việc làm, dự án hợp tác và các sự kiện trong ngành công nghệ thông tin.

c. When

Các chiến dịch truyền thông nên được triển khai thường xuyên, định kỳ để cung cấp thông tin mới nhất và duy trì liên kết với cựu sinh viên. Việc quảng bá có thể bao gồm việc phát hành bài viết hàng tuần, cập nhật thông tin thường xuyên trên mạng xã hội, tổ chức sự kiện định kỳ hoặc tham gia các sự kiện liên quan.

d. Why

Sinh viên sau khi hoàn thành chương trình đào tạo có thể có sự quan tâm nhất định đến việc xây dựng mối quan hệ lâu dài với Khoa và với cựu sinh viên, cơ hội hợp tác và giao lưu. Không dừng lại ở đó, họ cũng cần các thông tin về chương trình đào tạo cao học, các dự án nghiên cứu liên quan để không ngừng nâng cao trình độ chuyên môn của mình.

e. Where

Kênh truyền thông: Sử dụng các kênh truyền thông trực tuyến như trang web Khoa Hệ Thống Thông Tin UEL, blog, mạng xã hội (Facebook), diễn đàn trực tuyến, email marketing. Với tập khách hàng chính trong độ tuổi từ 25-40, có nhu cầu và cách tiếp cận thông tin chủ yếu qua mạng xã hội, forum, báo chí, internet ... Trong đó đặc biệt là mạng xã hội đang trở thành xu hướng chính khi nó ngày càng phổ biến, tính cởi mở thông tin và sự chia sẻ là hiệu quả và được tin tưởng. Chính vì vậy, Khoa Hệ Thống Thông Tin có thể xây dựng và duy trì trang mạng xã hội như facebook với fanpage Khoa Hệ Thống Thông Tin trường Đại học Kinh tế - Luật, hoặc các fanpage của các tổ chức trong khoa như Đoàn khoa, Liên Chi hội, Câu lạc bộ ITB, nơi cựu sinh viên có thể kết nối với nhau, chia sẻ thông tin, đăng tải bài viết chuyên sâu và thảo luận với giảng viên và sinh viên hiện tại. Trang mạng xã hội này có thể cung cấp một không gian trực tuyến an toàn và riêng tư cho cựu sinh viên giao lưu và hỗ trợ lẫn nhau. Đồng thời, Khoa Hệ Thống Thông Tin UEL cần xây dựng và duy trì trang web và blog, cung cấp thông tin về chương trình đào tạo, dự án nghiên cứu, thành tựu của cựu sinh viên và các tài liệu học thuật. Điều này giúp cựu sinh viên tiếp cận thông tin và tạo sự tương tác trực tuyến với Khoa Hệ Thống Thông Tin.

f. How

Để tiếp cận nhóm đối tượng này, Khoa Hệ Thống Thông Tin xây dựng nội dung hấp dẫn, chất lượng như bài viết, hình ảnh, video và câu chuyện thành công để chia sẻ trên fanpage, trang web và blog của Khoa:

Tạo ra nền tảng giao tiếp hiệu quả: để đạt được lợi ích trong việc tương tác và tạo mối quan hệ với cựu sinh viên, chiến dịch cần tạo ra một nền tảng giao tiếp hiệu quả, sử dụng các kênh truyền thông phù hợp như email, trang web, mạng xã hội và ứng dụng di động để thông báo về các hoạt động, sự kiện và cơ hội của Khoa. Các thông điệp cần được thiết kế sao cho hấp dẫn, dễ tiếp cận và thúc đẩy cựu sinh viên tham gia vào các hoạt động và chương trình.

Tổ chức các hoạt động hấp dẫn và ý nghĩa: một trong những cách hiệu quả để thu hút sự quan tâm và tham gia của cựu sinh viên là tạo ra các hoạt động hấp dẫn và ý nghĩa. Chiến dịch có thể tổ chức các buổi gặp mặt, hội thảo, khóa học, chương trình đào tạo hoặc các hoạt động tình nguyện để cung cấp giá trị cho cựu sinh viên. Điều này không chỉ giúp cung cấp kiến thức và kỹ năng mới, mà còn tạo ra cơ hội để cựu sinh viên kết nối với nhau và xây dựng mạng lưới cộng đồng mạnh mẽ.

Xây dựng môi trường đáng tin cậy, tạo cơ hội cho cựu sinh viên gặp gỡ, giao lưu và chia sẻ kinh nghiệm, trao đổi ý kiến, tạo ra cơ hội hợp tác và phát triển chuyên nghiệp.

Tối ưu hóa trang web và fanpage để tăng khả năng xuất hiện trên các công cụ tìm kiếm.

2.2.2. Động lực và rào cản của nhóm khách hàng mục tiêu

a. Động lực

- Động lực muốn tiếp tục học hỏi và nâng cao kiến thức trong lĩnh vực Hệ thống thông tin để phát triển sự nghiệp và cập nhật với công nghệ mới.
- Mở rộng networking: tạo mạng lưới kết nối với cựu bạn học, giảng viên và sinh viên hiện tại để chia sẻ kinh nghiệm và cơ hội kinh doanh.

b. Rào cản

- Những thông tin mới về chương trình đào tạo cũng như tin tức mới, sự kiện hoạt động mới chưa được cập nhật một cách liên tục trên trang website cũng như Fanpage.
- Với đối tượng hướng đến là cựu sinh viên, đây là nhóm đối tượng bận rộn với công việc chính vì vậy việc tiếp cận đối tượng còn nhiều khó khăn.

2.3. Định vị thương hiệu

Trong những năm gần đây, điểm chuẩn đầu vào Khoa Hệ Thống Thông Tin Trường Đại học Kinh tế - Luật đã có bước tăng trưởng vượt bậc. Cụ thể trong năm 2023, điểm chuẩn ngành Thương mại điện tử và Hệ thống thông tin quản lý của Khoa đạt cao thứ 2 trên cả nước nói chung và cao nhất miền Nam nói riêng.

Khoa Hệ Thống Thông Tin Trường Đại học Kinh tế - Luật là một trong 3 đơn vị đào tạo công nghệ trên cả nước sở hữu phòng Lab Next-Gen do tập đoàn đa quốc gia SAP hỗ trợ.

Khoa Hệ Thống Thông Tin đã đào tạo chương trình Hệ thống thông tin quản lý được hơn 15 năm và để khẳng định chất lượng của chương trình thì nhà trường đã chủ động kiểm định chương trình theo chuẩn quốc tế. Khoa Hệ Thống Thông Tin – Trường Đại học Kinh tế - Luật đã nhận được kết quả đánh giá của tổ chức AUN - QA cho Chương trình Hệ thống thông tin quản lý với số điểm cao nhất trong các chương trình kiểm định cùng đợt trong Đại học Quốc Gia. Theo đó Chương trình Hệ thống thông tin quản lý đã nhận được kết quả đánh giá chi tiết của đoàn đánh giá và Giấy chứng nhận AUN-QA vào tháng 01/2021.

Năm 2022, ngành Thương mại điện tử của Khoa Hệ Thống Thông Tin đăng ký kiểm định quốc tế FIBAA. FIBAA (Foundation for International Business Administration Accreditation) là tổ chức đảm bảo chất lượng của Chính phủ Thụy Sĩ, được công nhận rộng rãi trên thế giới bởi tính khắt khe và yêu cầu cao về chất

lượng giảng viên, thiết kế chương trình, tính ứng dụng thực tiễn, chất lượng dịch vụ, cơ sở vật chất, chất lượng người học...

Với các chương trình đào tạo đạt những tiêu chuẩn kiểm định quốc tế, đã phần nào khẳng định nỗ lực trong giáo dục và đào tạo của giảng viên Khoa Hệ Thống Thông Tin nói riêng và Trường Đại học Kinh tế - Luật nói chung; một lần nữa khẳng định chất lượng đào tạo của Khoa – một trong những đơn vị tiên phong đào tạo ngành Hệ thống thông tin quản lý ở Việt Nam. Bên cạnh đó, kết quả này cũng sẽ đem đến cho người học cơ hội được chuyển đổi tín chỉ với các trường đại học trong khu vực và trên thế giới cũng như cơ hội tìm kiếm việc làm ở nước ngoài, trở thành các công dân toàn cầu.

CHƯƠNG III: LẬP KẾ HOẠCH E-MARKETING

3.1. Mục tiêu truyền thông

3.1.1. Mục tiêu doanh nghiệp

Tăng sự tin cậy và lòng tin tưởng từ cựu sinh viên, tạo điều kiện cho cựu sinh viên thấy được giá trị và lợi ích mà họ nhận được từ Khoa, thu hút sự quan tâm và ủng hộ của họ.

Tăng sự gắn kết giữa cựu sinh viên và Khoa. Tạo một cộng đồng cựu sinh viên mạnh mẽ, nơi mọi người cảm thấy thân thuộc và đoàn kết với mái nhà chung Hệ Thống Thông Tin.

Tăng độ nhận diện thương hiệu; đồng thời tạo dựng hình ảnh tích cực và độc đáo của Khoa trong cộng đồng.

3.1.2. Mục tiêu Marketing

Tăng lưu lượng truy cập cho website, tăng sự tương tác và tham gia của họ.

Tăng lượt like và theo dõi Fanpage trên nền tảng Facebook, từ đó tạo dựng một cộng đồng trực tuyến mạnh mẽ và mở rộng tầm ảnh hưởng của Khoa trong môi trường số.

3.2. Kế hoạch đặt ra cho mục tiêu

Fanpage Facebook

Thời gian chiến dịch: 01/07/2024 - 31/08/2025				
	Người tiếp cận (cựu sinh viên)	Lượt tương tác	Lượt thích trang	Lượt theo dõi
Start Goal	500	50 like/bài 10 bình luận/bài 10 lượt chia sẻ/bài	5,700	6.200
Final Goal	2,000	800 like/bài 80 bình luận/bài 70 lượt chia sẻ/bài	7,000	8,000

Số giai đoạn	3	3	3	3
Giai đoạn	1	2	3	
Người tiếp cận	1,000 50%	1,500 75%	2,000 100%	
Lượt tương tác	300 like/bài 20 bình luận/bài 20 lượt chia sẻ/bài	600 like/bài 60 bình luận/bài 40 lượt chia sẻ/bài	800 like/bài 80 bình luận/bài 70 lượt chia sẻ/bài	
Lượt thích trang	6,000	6,500	7,000	
Lượt theo dõi	6,500	7,500	8,000	

Nhóm cộng đồng đối tượng mục tiêu trên Facebook

Thời gian chiến dịch: 01/07/2024 - 31/08/2025			
Start Goal	500	6 bài/ tháng	20%
Final Goal	1500	20 bài/ tháng	80%
Số giai đoạn	3	3	3

Số người tham gia cộng đồng	600	1000	1500
Tổng số bài viết	10 bài/tháng	15 bài/tháng	20 bài/tháng

Website

Thời gian chiến dịch: 01/07/2024 - 31/08/2025		
Start Goal	80.000 lượt truy cập/ tháng	5 phút

Final Goal	100.000 lượt truy cập / tháng	25 phút
Số giai đoạn	3	3

3.3. Chiến lược E-Marketing

3.3.1. Đối tượng truyền thông và hành vi đối tượng

Đối tượng truyền thông chính trong chiến lược này là cựu sinh viên của Khoa Hệ Thống Thông Tin tại trường Đại học Kinh tế Luật. Đây là những người đã từng học tại Khoa này và đã tốt nghiệp hoặc đã rời khỏi trường nhưng vẫn có mối quan tâm và liên kết với mái nhà chung Khoa Hệ Thống Thông Tin. Cựu sinh viên có thể đóng vai trò quan trọng trong việc xây dựng và duy trì một cộng đồng chuyên ngành mạnh mẽ và hỗ trợ phát triển của Khoa Hệ Thống Thông Tin.

Hành vi đối tượng:

HÀNH VI ĐỐI TƯỢNG		
	Nhóm chủ động	Nhóm bị động
Tham gia mạng xã hội nào?	Facebook, Zalo, Tiktok, Instagram, diễn đàn trực tuyến	Facebook, Zalo, Tiktok, Instagram, diễn đàn trực tuyến
Hay làm gì trên online?	Tìm kiếm thông tin; Đọc tin tức; Trao đổi công việc, Trò chuyện với bạn bè, người thân; liên lạc với giảng viên cũ	Tìm kiếm thông tin; Đọc tin tức; Trao đổi công việc, Trò chuyện với bạn bè, người thân.
Cách tìm kiếm thông tin thông qua	Google, Website, Mạng xã hội, hội nhóm, người quen.	Google, Website, Mạng xã hội, người quen.
Nhu cầu	Tìm kiếm thông tin dựa trên nhu cầu cá nhân và hướng tiếp cận chuyên môn.	Dựa vào nhu cầu cá nhân và hướng tiếp cận chuyên môn để tìm kiếm thông tin.
Kênh tiếp cận hiệu quả	Mạng xã hội, Ads, Website, Sự kiện, Hội thảo của khoa, Bản tin khoa, truyền miệng,	Mạng xã hội,...

3.3.2 Thông điệp truyền thông

Thông điệp truyền thông “*Hệ thống thông tin - Kết nối tương lai, gắn kết quá khứ.*”

Tuy tuổi đời còn chưa được lâu, song Khoa Hệ thống thông tin - Trường Đại học Kinh tế Luật đã xây dựng được một chỗ đứng nhất định trong nhóm các trường đại học chuyên đào tạo các ngành học liên quan tại miền Nam Việt Nam nói riêng và cả nước nói chung. Để có được sự thành công hiện tại, đó là sự nỗ lực rất lớn từ phía giảng viên, cựu sinh viên và sinh viên. Chính vì thế thông điệp truyền thông “*Hệ thống thông tin - Kết nối tương lai, gắn kết quá khứ*”, muốn nhắc đến một bộ phận quan trọng trong tiến trình phát triển đầy đó là cựu sinh viên. Thông điệp nhằm hướng họ về mái nhà chung đã góp một phần vào sự thành công của họ trong sự nghiệp hiện tại. Cựu sinh viên là những người đã tham gia học tập tại môi trường FIS, do đó họ có đủ trải nghiệm để có thể chia sẻ cho các thế hệ sau - “kết nối tương lai”, đồng thời cũng nhắc nhở những kỷ niệm đáng nhớ với những con người, những sự vật tại đây - “gắn kết quá khứ”. Xuất phát từ những lý do đó, cựu sinh viên chính là đối tượng truyền tải thông điệp này đúng định hướng nhất qua việc cùng nhau lan tỏa những điều tích cực với việc thường xuyên tổ chức các hoạt động gắn kết giữa sinh viên và cựu sinh viên, các sự kiện giao lưu giữa các khóa sinh viên. Từ đó xây dựng một cộng đồng cựu sinh viên mạnh mẽ, và khẳng định truyền thống đoàn kết của Khoa. Tất cả đều vì chung một mục tiêu đưa thương hiệu Khoa Hệ thống thông tin - UEL ngày càng phổ biến hơn trong ngành đào tạo đại học, đúng với slogan của Khoa: “Hệ thống vươn xa, thông tin bứt phát”.

3.3.3 Ý tưởng truyền thông

Phân tích ý tưởng:

Dựa trên nhu cầu thực tế cần sự gắn kết với bộ phận cựu sinh viên để hỗ trợ cho các hoạt động của Khoa: workshop, giao lưu doanh nghiệp, tài trợ kinh phí, ...

Với cộng đồng cựu sinh viên hùng hậu, làm việc tại các doanh nghiệp lớn, sẽ khẳng định một cách mạnh mẽ chất lượng đào tạo của Khoa.

Các hoạt động gắn kết sinh viên - cựu sinh viên sẽ tạo điều kiện cho các doanh nghiệp kết nối nhanh hơn với các bạn trẻ tài năng cũng như xây dựng mối quan hệ bền chặt giữa các khóa đào tạo.

Quảng bá cho chương trình đào tạo cao học cho các chuyên ngành tại Khoa.

Danh sách ý tưởng:

Quảng bá chương trình đào tạo cao học của Khoa Hệ Thống Thông Tin qua trang Website và Fanpage Facebook.

Tạo ra một cộng đồng trên Facebook và diễn đàn trên trang web của Khoa, nơi cựu sinh viên có thể chia sẻ kiến thức, kinh nghiệm, và thông tin liên quan đến ngành học, các hướng nghề nghiệp. Điều này tạo ra một nền tảng để tăng cường và gắn kết giữa cựu sinh viên với nhau.

Tạo một bản tin trực tuyến định kỳ để chia sẻ thông tin về các sự kiện, hoạt động và thành tựu của cựu sinh viên trên website và trên mạng xã hội.

Thu hút sự chú ý của cựu sinh viên thông qua bản tin tuyển dụng trên website và fanpage, cập nhật thông tin về các cơ hội việc làm và tuyển dụng từ các doanh nghiệp liên quan.

Quảng bá các sự kiện trọng điểm kết nối cựu sinh viên của khoa, chẳng hạn như "Ngày về" hoặc "Hội trại truyền thống ISC". Tạo trang landing page riêng cho các sự kiện này để thu hút sự quan tâm và đăng ký tham gia từ cựu sinh viên.

Lên chuỗi bài podcast định kỳ với sự tham gia của cựu sinh viên đã/đang học các chương trình cao học tại Khoa, trong đó họ chia sẻ kinh nghiệm và lời khuyên về trải nghiệm học của mình. Sử dụng những câu chuyện này để tạo sự tin tưởng và động viên cho cựu sinh viên khác.

Xây dựng một danh sách email của cựu sinh viên và duy trì liên lạc thường xuyên.

Quảng cáo và chia sẻ thông tin về buổi Giao lưu hướng nghiệp, mời các anh chị cựu sinh viên về làm diễn giả.

CHƯƠNG IV: TRIỂN KHAI KẾ HOẠCH E-MARKETING

4.1. Kế hoạch tổng quan

Kế hoạch thực thi cho thương hiệu Khoa Hệ Thống Thông Tin sẽ kéo dài trong vòng một năm (kéo dài từ tháng 01/07/2024 đến tháng 31/08/2025) được chia làm 3 giai đoạn chính gắn với các cái tên: **Thu hút**, **Lan tỏa**, **Gắn kết**. Khung thời gian và hoạt động được mô tả cụ thể trong bảng dưới đây:

	Thu hút	Lan tỏa	Gắn kết
Thời gian	01/07/2024 - 31/10/2024	01/11/2024 - 31/05/2025	01/06/2025 - 31/08/2025
Hoạt động	<ul style="list-style-type: none">- Tạo nội dung chất lượng và hấp dẫn liên quan đến các thành tựu, hoạt động và sự phát triển của Khoa Hệ Thống Thông Tin.- Xây dựng cộng đồng cựu sinh viên trên nền tảng Facebook và diễn đàn cựu sinh viên trên website.- Tập trung đăng các bài viết về thành tựu nổi bật của các cựu sinh viên.- Bảng tin sự kiện của các tổ chức Đoàn hội, câu lạc bộ, đội nhóm trong Khoa.	<ul style="list-style-type: none">- Tạo nội dung cho chương trình “Giao lưu doanh nghiệp”, diễn giả là cựu sinh viên đang làm việc tại các công ty, có các vị trí liên quan đến các hướng ngành trong Khoa.- Bản tin tuyển dụng: thông tin đến sinh viên và cựu sinh viên về các cơ hội thực tập và việc làm tại các doanh nghiệp.- Khoa kết nối với cựu sinh viên: tổ chức cho sinh viên thực tập tại công ty của	<ul style="list-style-type: none">- Quảng cáo chương trình nâng cao trình độ chuyên môn-thạc sĩ.- Kết nối với công ty của cựu sinh viên: quảng bá các hoạt động mà công ty cựu sinh viên đang thực hiện thông qua việc chia sẻ, reup bài đăng,...- Đăng các bài truyền thông về “Ngày về” (hoạt động gắn kết cựu sinh viên thường niên) cũng như workshop thường xuyên, gắn kết sinh viên và cựu sinh viên.

	Thu hút	Lan tỏa	Gắn kết
	<ul style="list-style-type: none"> - Quảng cáo chương trình nâng cao trình độ chuyên môn-thạc sĩ. - Recap kỉ niệm về Hội trại truyền thống "IS Camping V". 	<ul style="list-style-type: none"> các cựu sinh viên đang làm việc. Tạo mối liên kết chặt chẽ giữa Khoa - cựu sinh viên- sinh viên. - Podcast định kỳ: chia sẻ trải nghiệm học Thạc sĩ từ cựu sinh viên đã/đang học các chương trình cao học tại Khoa. 	<ul style="list-style-type: none"> - Sử dụng video để truyền tải thông tin và tạo sự tương tác với cựu sinh viên.
Kênh	Trang Facebook, Website Khoa		
Hoạt động hỗ trợ	<ul style="list-style-type: none"> -Truyền miệng thông qua Cố vấn học tập, sinh viên, cựu sinh viên,... -Seeding thông qua Fanpage của các tổ chức khác trong Khoa. -SEO -Facebook Ads. 		

4.2. Kế hoạch triển khai chi tiết

4.2.1. Facebook

Lý do lựa chọn

Khả năng tiếp cận tối đa với chi phí tối thiểu

Facebook là mạng xã hội phổ biến nhất trên thế giới, với hàng tỷ người dùng đăng ký. Sự phổ biến này tạo ra một cơ hội lớn để Khoa tiếp cận và tương tác với đối tượng khách hàng tiềm năng. Kênh này giúp Khoa tiếp cận được một lượng lớn cựu sinh viên và xây dựng một cộng đồng truyền thông mạnh mẽ.

Ngoài khả năng tiếp cận tối đa, các dịch vụ trên facebook cũng có giá tương đối rẻ. Ví dụ: dịch vụ quảng cáo trên Facebook rẻ hơn trên Google, lượt xem video trên Facebook cũng rẻ hơn trên Youtube.

Đa dạng đối tượng người dùng

Facebook thu hút một loạt các đối tượng người dùng, bao gồm cả cựu sinh viên. Điều này phù hợp với mục tiêu của Khoa Hệ Thống Thông Tin trong việc xây dựng một cộng đồng tích cực và tăng độ nhận diện của Khoa đối với cựu sinh viên. Facebook cung cấp khả năng tiếp cận một đối tượng đa dạng, từ các cựu sinh viên mới ra trường cho đến những người đã từng tốt nghiệp từ nhiều năm trước.

Công cụ quảng cáo hiệu quả

Facebook cung cấp nhiều công cụ quảng cáo mạnh mẽ giúp Khoa xác định đối tượng khách hàng mục tiêu dựa trên độ tuổi, vị trí địa lý, quan tâm và hành vi người dùng. Điều này cho phép Khoa tạo ra các chiến dịch quảng cáo chính xác và tối ưu hóa hiệu quả chi phí quảng cáo. Khoa có thể tùy chỉnh quảng cáo để đáp ứng nhu cầu và mong muốn của cựu sinh viên, đồng thời thu hút sự chú ý của những người dùng tiềm năng.

Tương tác và tạo cộng đồng

Facebook cho phép tương tác và giao tiếp với khách hàng thông qua bình luận, chia sẻ và đánh giá. Điều này giúp Khoa tạo ra một cộng đồng truyền thông mạnh mẽ và tạo sự tham gia tích cực từ cựu sinh viên. Các bài viết, thông tin bổ ích về các chương trình, sự kiện cũng như câu chuyện thành công của cựu sinh viên có thể được chia sẻ và lan truyền, tạo động lực cho những người khác và tạo nền tảng cho việc tạo dựng mối quan hệ lâu dài giữa Khoa và cựu sinh viên. Đồng thời, Khoa có thể tạo cộng đồng riêng cho cựu sinh viên thông qua tạo các hội, nhóm trên trang Facebook.

Dễ dàng đo lường kết quả

Facebook cung cấp các công cụ phân tích và báo cáo chi tiết về hiệu quả quảng cáo, số lượng người theo dõi, tương tác và lưu lượng truy cập. Điều này cho phép Khoa đánh giá và đo lường kết quả của các chiến dịch truyền thông trên Facebook. Khoa có thể theo dõi số lượt tương tác, lượt chia sẻ, lượt nhận xét và số lượng người theo dõi trang Facebook của Khoa. Thông qua việc phân tích dữ liệu này, Khoa có thể điều chỉnh và cải thiện chiến lược truyền thông của mình để đạt được hiệu quả tốt hơn trong việc tương tác và thu hút sự quan tâm của cựu sinh viên.

Mục tiêu: dài hạn, ngắn hạn

Mục tiêu ngắn hạn:

- Tăng sự tham gia và tương tác của cựu sinh viên trên trang Facebook của Khoa.
- Tạo sự quan tâm và tìm hiểu về các chương trình cao học của khoa.

Mục tiêu dài hạn:

- Xây dựng trang truyền thông chính cho Khoa. Fanpage Khoa Hệ Thống Thông Tin sẽ trở thành một nguồn thông tin chính thức và đáng tin cậy về ngành học và sự nghiệp, tiếp cận được nhiều đối tượng, trong đó có cựu sinh viên để có thể kết nối các chương trình, sự kiện và hoạt động của khoa với cựu sinh viên.
- Tạo một cộng đồng mạnh mẽ cho đối tượng cựu sinh viên trên Facebook bằng các group để cựu sinh viên có thể kết nối với Khoa và giao lưu với nhau. Thông qua Facebook, chúng ta có thể xây dựng và duy trì mối quan hệ lâu dài với cựu sinh viên.

Kế hoạch triển khai

Nội dung:

Fanpage: Khoa Hệ Thống Thông Tin - Trường Đại học Kinh tế - Luật

Đường dẫn: <https://www.facebook.com/khoahttt.uel>

Thời gian thực hiện: từ tháng 01/07/2024 đến tháng 31/08/2025.

Bên cạnh các bài đăng định kỳ, kế hoạch còn xây dựng ba tuyến bài đăng dài hạn cho cả ba giai đoạn bao gồm: Bản tin sự kiện “IS Watch” điểm lại những hoạt động/sự kiện nổi bật của Khoa và các tổ chức trong khoa trong mỗi quý (tháng 3,6,9,12), bản tin tuyển dụng “IS Career” đăng vào mỗi đầu tháng, bảng tin thành tựu nổi bật của cựu sinh viên Khoa Hệ Thống Thông Tin với tên gọi “Góc tự hào FISer” nhằm tuyên dương những cựu sinh viên có những thành tích xuất sắc trong mỗi 2 tháng và được đăng vào giữa tháng của kế hoạch.

Các Hashtag chính:

Hashtag	Nghĩa
#UEL	Tên trường
#KHTTT #FIS #Hethongthongtin	Khoa Hệ Thống Thông Tin
#MaiamcuuFISer	Nhóm cộng đồng cựu sinh viên
#Giaoluudoanhnghiep	Chương trình giao lưu doanh nghiệp
#Bantintuyendung	Bản tin tuyển dụng
#ISWatch #ISCarrer #GoctuhaoFISer	Các tuyến bài dài hạn như bản tin sự kiện, tuyển dụng và thành tựu nổi bật
#IS-Bantinhocthuat	Bản tin học thuật
#podcast	Podcast chia sẻ

Timeline truyền thông Facebook qua 3 giai đoạn:

Giai đoạn 1

	Tuần 1	Tuần 2	Tuần 3	Tuần 4
07/2024	Tạo và đăng tải ấn phẩm truyền thông (video) về lịch sử phát triển và thành tựu của Khoa trong năm 2023 để tạo sự quan tâm và thu hút người xem.	Tạo bài đăng trên Fanpage giới thiệu về việc xây dựng cộng đồng cựu sinh viên. Trong các bài đăng này, giải thích mục tiêu của cộng đồng và lợi ích mà cựu sinh viên có thể nhận được từ việc tham gia.		Tạo Group “Mái ấm Cựu FIS-er” trên Facebook và đăng tải bài viết kêu gọi tham gia.
08/2024	Kết hợp với các Fanpage đoàn, liên chi, câu lạc bộ, đội /nhóm trong Khoa đăng truyền thông về cộng đồng “Mái ấm Cựu FIS-er” để kết nối được nhiều cựu sinh viên vào nhóm.		Đăng tải bài đăng về những thành tựu nổi bật của Khoa “Góc tự hào FISer”.	Đăng tải về lợi ích của việc học thạc sĩ.
09/2024	Tạo bài viết trong nhóm cộng đồng cựu sinh viên để tạo sự tương tác và gắn kết trong cộng đồng.	Tạo tuyển bài về kiến thức học thuật mang tên “IS - Bản tin học thuật”	Tạo bài viết trong nhóm cộng đồng cựu sinh viên.	Tạo Bản tin sự kiện “IS Watch” về hoạt động tiêu biểu các tổ chức Đoàn hội, câu lạc bộ, đội nhóm trong Khoa trong quý 3 năm 2024.

	Tuần 1	Tuần 2	Tuần 3	Tuần 4
10/2024	Đăng bảng tin nhìn lại kỷ niệm hình ảnh về Hội trại truyền thống "IS Camping V".	Tạo tuyển bài về kiến thức học thuật mang tên "IS - Bản tin học thuật"	Đăng tải bài đăng về những thành tựu nổi bật của Khoa "Góc tự hào FISer".	Đăng ấn phẩm truyền thông giới thiệu về chương trình "Giao lưu doanh nghiệp" trong "Mái ấm Cựu FIS-er" để mời cựu sinh viên làm diễn giả chương trình.

Giai đoạn 2

	Tuần 1	Tuần 2	Tuần 3	Tuần 4
11/2024	Đăng bảng tin tuyển dụng "IS Career" về vị trí việc làm tại các doanh nghiệp trong lĩnh vực Hệ thống thông tin trên Fanpage và nhóm cộng đồng.	Tạo tuyển bài về kiến thức học thuật mang tên "IS - Bản tin học thuật"	Đăng tải giới thiệu về chương trình "Giao lưu doanh nghiệp" trên Fanpage và thông tin về diễn giả cựu sinh viên đang làm việc tại các công ty hàng đầu.	
12/2024	Bắt đầu chuỗi podcast định kỳ trên Fanpage. Mời các cựu sinh viên đã	Đăng ấn phẩm truyền thông giới thiệu về chương trình tổ chức cho sinh	Đăng tải bài đăng về những thành tựu nổi bật của Khoa	Đăng bài viết recap về chương trình "Giao lưu doanh nghiệp"

	Tuần 1	Tuần 2	Tuần 3	Tuần 4
	hoặc đang học các chương trình cao học tại Khoa chia sẻ trải nghiệm của họ. Đăng các bài viết, hình ảnh và thông tin liên quan đến các tập podcast để tạo sự chú ý và khích lệ cựu sinh viên tham gia.	viên thực tập tại công ty của các cựu sinh viên đang làm việc: "Career Connections: Alumni-Guided Internship Program" trong "Mái ấm Cựu FIS-er" để mời cựu sinh viên tham gia chương trình.	"Góc tự hào FISer".	và cảm ơn đến những cựu sinh viên tham gia vị trí diễn giả chương trình. -Tạo Bản tin sự kiện "IS Watch" về hoạt động tiêu biểu các tổ chức Đoàn hội, câu lạc bộ, đội nhóm trong Khoa trong quý 4 năm 2024.
01/2025	Đăng tải bài viết "Chúc mừng năm mới 2025" trên Fanpage và nhóm cộng đồng. Đăng bảng tin tuyển dụng "IS Career" về vị trí việc làm tại các doanh nghiệp trong lĩnh vực Hệ thống thông tin trên Fanpage và nhóm cộng đồng.	Tổng kết các hoạt động nổi bật của Khoa và cựu trong năm 2024. Đăng tải giới thiệu về chương trình "Career Connections: Alumni-Guided Internship Program" trên Fanpage.		Tiếp tục chuỗi podcast định kỳ với các bài chia sẻ trải nghiệm từ cựu sinh viên về học tập và công việc sau khi tốt nghiệp. Đăng tải bài viết "Chúc mừng năm mới 2025" trên Fanpage và nhóm cộng đồng.

	Tuần 1	Tuần 2	Tuần 3	Tuần 4
02/2025-05/2025	<p>Đăng bài viết recap về chương trình tổ chức cho sinh viên thực tập tại công ty của các cựu sinh viên và cảm ơn đến những cựu sinh viên tham gia..</p> <p>Đăng bảng tin tuyển dụng “IS Career” về vị trí việc làm tại các doanh nghiệp trong lĩnh vực Hệ thống thông tin trên Fanpage và nhóm cộng đồng.</p>	<p>Đăng tải bài đăng về những thành tựu nổi bật của Khoa “Góc tự hào FISer”.</p>	<p>Tiếp tục chuỗi podcast định kỳ với các bài chia sẻ trải nghiệm từ cựu sinh viên về học tập và công việc sau khi tốt nghiệp.</p> <p>Tạo Bản tin sự kiện “IS Watch” về hoạt động tiêu biểu các tổ chức Đoàn hội, câu lạc bộ, đội nhóm trong Khoa trong quý 1 năm 2025.</p>	

Giai đoạn 3

	Tuần 1	Tuần 2	Tuần 3	Tuần 4
06/2025	<p>Thông báo về hoạt động “Ngày về” trên Fanpage và nhóm cộng đồng.</p> <p>Đăng bảng tin tuyển dụng “IS Career” về vị trí việc làm tại</p>	<p>Sử dụng video để truyền tải thông tin về các hoạt động của Khoa, bao gồm cả "Ngày về" và workshop, tạo sự tương tác và thu hút sự quan</p>	<p>Đăng tải bài đăng về những thành tựu nổi bật của Khoa “Góc tự hào FISer”.</p>	<p>Đăng bài viết giới thiệu chương trình nâng cao trình độ chuyên môn-thạc sĩ của Khoa Hệ Thống Thông Tin và lịch khai giảng.</p>

	Tuần 1	Tuần 2	Tuần 3	Tuần 4
	các doanh nghiệp trong lĩnh vực Hệ thống thông tin trên Fanpage và nhóm cộng đồng.	tâm của cựu sinh viên.		-Tạo Bản tin sự kiện “IS Watch” về hoạt động tiêu biểu các tổ chức Đoàn hội, câu lạc bộ, đội nhóm trong Khoa trong quý 2 năm 2025.
07/2025	Đăng bảng tin tuyển dụng “IS Career” về vị trí việc làm tại các doanh nghiệp trong lĩnh vực Hệ thống thông tin trên Fanpage và nhóm cộng đồng.	Đăng bài viết và video liên quan đến "Ngày về", chia sẻ thông tin về những kỷ niệm, hoạt động và thành tựu của cựu sinh viên trong suốt thời gian sau khi tốt nghiệp.	Đăng bài viết quảng cáo chương trình nâng cao trình độ chuyên môn-thạc sĩ, tập trung vào lợi ích và cơ hội nghề nghiệp mà chương trình mang lại cho cựu sinh viên.	
08/2025	Đăng bảng tin tuyển dụng “IS Career” về vị trí việc làm tại các doanh nghiệp trong lĩnh vực Hệ thống thông tin trên Fanpage và nhóm cộng đồng.	Đăng bài viết và video về các workshop thường xuyên, chia sẻ thông tin về nội dung, lịch trình và cách đăng ký tham gia.	Đăng tải bài đăng về những thành tựu nổi bật của Khoa “Góc tự hào FISer”.	Đăng bài viết quảng cáo chương trình nâng cao trình độ chuyên môn-thạc sĩ, nhấn mạnh vào mục tiêu và giá trị của chương trình, cũng như các thông tin về học phí, thời

	Tuần 1	Tuần 2	Tuần 3	Tuần 4
				gian đào tạo và tiến độ.

4.2.2. Website

Lý do lựa chọn

- *Khả năng kiểm soát hoàn toàn nội dung:*

Một trang web riêng cho Khoa cho phép Khoa hoàn toàn kiểm soát và tùy chỉnh nội dung được đăng tải. Điều này có nghĩa là Khoa có quyền quyết định về nội dung, giao diện và trải nghiệm truyền thông mà Khoa muốn gửi đến cựu sinh viên. Khoa có thể đảm bảo rằng thông điệp và hình ảnh của mình được truyền tải một cách chính xác và hiệu quả.

- *Tạo dựng hình ảnh chuyên nghiệp:*

Một trang web chuyên nghiệp là một công cụ mạnh mẽ để tạo dựng và thể hiện hình ảnh chuyên nghiệp của Khoa. Thiết kế web chất lượng cao, cùng với giao diện hợp lý và nội dung hấp dẫn, giúp tạo ra ấn tượng tích cực đối với cựu sinh viên. Hình ảnh chuyên nghiệp và đáng tin cậy của Khoa sẽ tạo lòng tin và sự tín nhiệm từ phía cựu sinh viên.

- *Tương tác và tạo diễn đàn:*

Việc sử dụng website của Khoa cung cấp một diễn đàn trực tuyến cho cựu sinh viên để chia sẻ kiến thức, kinh nghiệm và thông tin liên quan đến ngành học, các hướng nghiệp giúp tạo ra một nền tảng tuyệt vời để tăng cường và gắn kết giữa cựu sinh viên với nhau. Bằng cách tham gia vào diễn đàn trên trang web, cựu sinh viên có thể tiếp cận thông tin mới nhất, tìm hiểu về các cơ hội nghề nghiệp và trao đổi ý kiến với những người có chung quan điểm và quyền lợi. Điều này không chỉ giúp cựu sinh viên mở rộng mạng lưới kết nối chuyên ngành, mà còn tạo ra một sân chơi tương tác và học hỏi liên tục giữa các thế hệ sinh viên. Thông qua website, Khoa có thể tạo ra một cộng đồng mạnh mẽ và phát triển sự gắn kết của cựu sinh viên với Khoa, tạo điều kiện thuận lợi để chia sẻ thông tin, hợp tác và phát triển chung.

- *Truyền tải thông tin chi tiết:*

Website cho phép Khoa cung cấp thông tin chi tiết về các chương trình, sự kiện, hoạt động và thành tựu của Khoa một cách rõ ràng và cụ thể hơn. Trang web đi kèm với các diễn đàn hoặc blog để cung cấp một nền tảng tương tác, tạo điều kiện để cựu sinh viên có thể đặt câu hỏi, chia sẻ ý kiến và tham gia vào các cuộc thảo luận với các đối tượng sinh viên, học sinh, phụ huynh. Điều này giúp cựu sinh viên dễ dàng theo dõi hoạt động của Khoa và tạo ra sự quan tâm và tương tác tích cực.

- *Tạo độ tin cậy và uy tín:*

Một trang web chất lượng và chuyên nghiệp giúp xây dựng độ tin cậy và uy tín cho Khoa. Cựu sinh viên có thể coi trang web là một nguồn thông tin đáng tin cậy về Khoa, vì nó cung cấp thông tin chi tiết và được cập nhật thường xuyên. Sự tin cậy và uy tín này là yếu tố quan trọng trong việc thu hút cựu sinh viên tham gia và tương tác với Khoa.

- *Đo lường và phân tích dữ liệu:*

Truyền thông thông qua trang web cung cấp khả năng đo lường và phân tích dữ liệu chi tiết về lưu lượng truy cập, nguồn truy cập, thời gian ở lại trang web và hành vi người dùng, đặc biệt là đối tượng cựu sinh viên. Thông qua các công cụ phân tích web, Khoa có thể thu thập thông tin về cách cựu sinh viên tương tác với trang web, quan tâm và tham gia vào nội dung nào. Điều này giúp Khoa đánh giá hiệu quả truyền thông và điều chỉnh chiến lược truyền thông của mình để tạo ra kết quả tốt hơn trong việc tương tác với cựu sinh viên.

Mục tiêu: dài hạn, ngắn hạn

- *Mục tiêu ngắn hạn:*

Thu hút sự tham gia tích cực của cựu sinh viên, khuyến khích họ chia sẻ kiến thức, kinh nghiệm và thông tin liên quan đến ngành học và hướng nghiệp cho sinh viên hiện tại. Mục tiêu của kế hoạch còn giúp tạo ra một môi trường trực tuyến sôi nổi và tương tác, tăng cường sự gắn kết giữa cựu sinh viên và Khoa. Bằng cách xây dựng một cộng đồng mạnh mẽ trên website thông qua diễn đàn cụ thể dành riêng cho cựu sinh viên, Khoa hy vọng sẽ thúc đẩy cựu sinh viên tích cực tham gia vào hoạt động của Khoa, tạo ra cơ hội hợp tác và phát triển chung.

- *Mục tiêu dài hạn:*

Xây dựng một kênh truyền thông mạnh mẽ và hiệu quả cho Khoa thông qua kênh website riêng. Khoa muốn trang web trở thành một nguồn thông tin đáng tin cậy và được tìm kiếm hàng đầu về ngành học và các hướng nghiệp liên quan. Bằng cách cung cấp nội dung chất lượng và hữu ích trên trang web thông qua diễn đàn, Khoa hy vọng thu hút sự quan tâm và tham gia của không chỉ cựu sinh viên mà còn cả học sinh, sinh viên và những người quan tâm đến ngành học, kinh nghiệm và chia sẻ hướng nghiệp. Mục tiêu này giúp tăng cường uy tín và danh tiếng của Khoa, thu hút đối tác, nhà tuyển dụng và nguồn tài trợ. Ngoài ra, Khoa cũng hy vọng rằng thông

qua trang web, họ có thể xây dựng và duy trì mối quan hệ lâu dài với cựu sinh viên, tạo cơ hội hỗ trợ và phát triển chuyên môn cho họ trong tương lai.

Phân tích theo S.M.A.R.T model

1. Specific:

Tăng cường nhận diện thương hiệu và tương tác cộng đồng thông qua website của Khoa.

Tạo nội dung tin tức chất lượng và cập nhật hàng tuần về các sự kiện, hoạt động, thành tích và xu hướng mới liên quan đến Khoa.

Xây dựng diễn đàn trực tuyến cho cộng đồng sinh viên, cựu sinh viên và giảng viên để giao lưu, chia sẻ thông tin và thảo luận về các vấn đề liên quan đến Khoa.

2. Measurable:

Đạt 500 lượt truy cập hàng tháng vào trang web của Khoa.

Tăng 20% số lượng đăng ký nhận tin tức từ website.

Có ít nhất 30 bài viết và 200 bình luận trên diễn đàn mỗi tháng.

3. Achievable:

Tính khả thi của mục tiêu:

Với khối lượng và chất lượng của cựu sinh viên ra trường hàng năm, việc giữ liên lạc và thông tin liên quan đến Khoa giúp cựu sinh viên cảm thấy họ vẫn là một phần quan trọng của cộng đồng Khoa. Điều này tạo điều kiện cho việc chia sẻ kinh nghiệm, cập nhật thông tin về các chương trình và hoạt động mới, cũng như cơ hội hợp tác và giao lưu.

Bằng cách thông báo về các sự kiện, hội thảo, hoạt động xã hội và mạng lưới kết nối, Khoa tạo ra một môi trường thuận lợi để cựu sinh viên tương tác, giao lưu ý tưởng, chia sẻ kinh nghiệm và tìm kiếm cơ hội hợp tác trong lĩnh vực công nghệ thông tin.

Thông qua việc chia sẻ thành tựu, thành công của cựu sinh viên, và thông tin về các hoạt động và dự án của Khoa, cựu sinh viên cảm thấy họ là một phần của sự phát triển và thành công của Khoa, gây cường lòng tự hào và tinh thần đồng thuận.

Kế hoạch truyền thông đến cựu sinh viên cung cấp cơ hội cho họ tìm kiếm sự hỗ trợ và đóng góp cho Khoa. Cựu sinh viên có thể cung cấp những lời khuyên, hỗ trợ tài chính, hoặc tham gia vào các chương trình và hoạt động từ thiện của Khoa. Điều này tạo ra một môi trường hỗ trợ và sự đoàn kết trong cộng đồng cựu sinh viên.

Tài nguyên và nhân lực:

Các cựu sinh viên thành công: Khoa Hệ Thống Thông Tin đã tạo ra một số cựu sinh viên thành công trong lĩnh vực hệ thống thông tin. Những cựu sinh viên này đóng vai trò quan trọng trong việc xây dựng hình ảnh và danh tiếng của Khoa. Họ có thể đóng góp vào kế hoạch truyền thông bằng cách chia sẻ câu chuyện thành công, nhận định về giá trị của chương trình đào tạo và cung cấp đánh giá về chất lượng giáo dục.

Cơ sở vật chất: Khoa Hệ Thống Thông Tin đã được trang bị cơ sở vật chất tương đối tốt, bao gồm phòng học, phòng thí nghiệm BI-LAB và các công nghệ hỗ trợ giảng dạy và nghiên cứu. Điều này cung cấp một môi trường thuận lợi cho việc tổ chức các hoạt động truyền thông như hội thảo, buổi tọa đàm, hoặc các buổi gặp gỡ giữa cựu sinh viên và sinh viên hiện tại.

Đoàn/Hội/CLB/Đội: Hiện tại Khoa Hệ Thống Thông Tin có 5 tổ chức nắm chính và đảm nhận từng vai trò cụ thể phục vụ cho Khoa nói chung và cộng đồng sinh viên khoa nói riêng. Đây là nguồn nhân lực tốt, có kinh nghiệm để hợp tác thực hiện và chia sẻ kinh nghiệm khi triển khai kế hoạch truyền thông cho Khoa.

Mạng lưới cộng đồng: Khoa Hệ Thống Thông Tin đã xây dựng một mạng lưới cộng đồng với các cựu sinh viên và đối tác trong lĩnh vực hệ thống thông tin. Mạng lưới này cung cấp một nguồn tài nguyên và liên kết quan trọng để triển khai kế hoạch truyền thông. Các cựu sinh viên và đối tác có thể cung cấp hỗ trợ, chia sẻ cơ hội nghề nghiệp và đóng góp vào sự phát triển của Khoa.

Đề xuất chỉ số đo lường tiến độ:

Số lượng bài viết/truyền thông phát hành: đánh giá việc sản xuất nội dung và tần suất phát hành.

Đo lường tỷ lệ tương tác (lượt thích, bình luận, chia sẻ) của bài viết hoặc truyền thông trên các nền tảng mạng xã hội: mức độ tương tác và sự lan truyền của thông điệp.

Lượt truy cập trang web: mức độ quan tâm và tương tác của người dùng với nội dung trên trang web.

4. Relevant:

Mục tiêu phù hợp với lĩnh vực hoạt động của Khoa, bao gồm chương trình đào tạo, nghiên cứu và công nghệ.

Đáp ứng nhu cầu thông tin của cộng đồng liên quan, bao gồm sinh viên, cựu sinh viên, giảng viên và học sinh, phụ huynh.

5. Time-bound

Đạt được mục tiêu trong vòng 12 tháng từ ngày triển khai.

Kế hoạch triển khai

Nội dung:

Website: Khoa Hệ Thống Thông Tin

Đường dẫn: <https://is.uel.edu.vn/>

Thời gian thực hiện: từ tháng 01/07/2024 đến tháng 31/08/2025

Tạo lập diễn đàn liên kết với các bài tin tức giúp tạo ra một môi trường trực tuyến sôi nổi và tương tác, tăng cường sự gắn kết giữa cựu sinh viên và học sinh, sinh viên trong Khoa.

Bên cạnh các bài đăng định kỳ, kế hoạch còn xây dựng ba tuyến bài đăng dài hạn cho cả ba giai đoạn bao gồm: Bản tin sự kiện “IS Watch” điểm lại những hoạt động/sự kiện nổi bật của Khoa và các tổ chức trong khoa trong mỗi quý (tháng 3,6,9,12), bản tin tuyển dụng “IS Career” đăng vào mỗi đầu tháng, bảng tin thành tựu nổi bật của cựu sinh viên Khoa Hệ Thống Thông Tin với tên gọi “Góc tự hào FISer” nhằm tuyên dương những cựu sinh viên có những thành tích xuất sắc được đăng vào giữa tháng của kế hoạch, tuyển bài “IS R&D” đăng về các dự án, nghiên cứu mới nhất của sinh viên và giảng viên trong Khoa vào đầu mỗi quý.

Timeline truyền thông Website qua 3 giai đoạn:

Giai đoạn 1

	Tuần 1	Tuần 2	Tuần 3	Tuần 4
07/2024	Đăng bài viết về việc xây dựng cộng đồng kết nối sinh viên - cựu sinh viên thông qua diễn đàn trên website và khuyến khích sự tham gia.		Nhìn lại hoạt động và thành tựu của Khoa trong năm học trước.	Tạo lập chủ đề “ERP S/4HANA” trên diễn đàn.
08/2024		Tạo tuyển bài về kiến thức học thuật mang tên “IS - Bản tin học thuật”	Đăng tải bài đăng về những thành tựu nổi bật của Khoa “Góc tự hào FISer”.	
09/2024	Tạo tuyển bài đăng về các dự án, nghiên cứu mới nhất của sinh viên và giảng viên trong Khoa “IS R&D”		Tạo Bản tin sự kiện “IS Watch” về hoạt động tiêu biểu các tổ chức Đoàn hội, câu lạc bộ, đội nhóm trong Khoa trong quý 3 năm 2024.	
10/2024	Đăng bảng tin nhìn lại kỷ niệm hình ảnh về Hội trại truyền thống "IS Camping V". Chia sẻ hình ảnh, kỷ niệm và câu chuyện của cựu sinh viên tham gia sự kiện này.		-Đăng tải bài đăng về những thành tựu nổi bật của Khoa “Góc tự hào FISer”.	Tạo lập chủ đề “Phân tích thiết kế hệ thống trong hệ thống thông

	Mời cựu sinh viên tham gia chia sẻ kỷ niệm và những ảnh hưởng của sự kiện đối với cuộc sống và sự nghiệp của họ.		tin” trên diễn đàn.
--	--	--	---------------------

Giai đoạn 2

	Tuần 1	Tuần 2	Tuần 3	Tuần 4
11/2024	Đăng bảng tin tuyển dụng “IS Career” về vị trí việc làm tại các doanh nghiệp trong lĩnh vực Hệ thống thông tin.	Đăng về các dự án, nghiên cứu mới nhất của sinh viên và giảng viên trong Khoa “IS R&D”	Đăng bài viết giới thiệu về chương trình "Giao lưu doanh nghiệp" và thông tin về diễn giả cựu sinh viên đang làm việc tại các công ty hàng đầu.	
12/2024	Đăng bảng tin tuyển dụng “IS Career” về vị trí việc làm tại các doanh nghiệp trong lĩnh vực Hệ thống thông tin	Đăng bài viết về các vị trí công việc liên quan đến các hướng ngành trong Khoa Hệ Thống Thông Tin tại các doanh nghiệp, và cung cấp thông tin về cách sinh viên có thể tham gia vào chương trình giao lưu.	Đăng tải bài đăng về những thành tựu nổi bật của Khoa “Góc tự hào FISer”.	Tạo Bản tin sự kiện “IS Watch” về hoạt động tiêu biểu các tổ chức Đoàn hội, câu lạc bộ, đội nhóm trong Khoa trong quý 4 năm 2024.

01/2025-05/2025	Đăng bảng tin tuyển dụng “IS Career” về vị trí việc làm tại các doanh nghiệp trong lĩnh vực Hệ thống thông tin.	Đăng về các dự án, nghiên cứu mới nhất của sinh viên và giảng viên trong Khoa “IS R&D” Đăng bài viết về các hoạt động kết nối với cựu sinh viên, chia sẻ thông tin về sinh viên đã thực tập tại công ty của các cựu sinh viên đang làm việc và tạo mối liên kết chặt chẽ giữa Khoa, cựu sinh viên và sinh viên hiện tại.	Đăng tải bài đăng về những thành tựu nổi bật của Khoa “Góc tự hào FISer”. Tạo lập các chủ đề xoay quanh hướng ngành “Business Intelligence trên diễn đàn”	Tạo Bản tin sự kiện “IS Watch” về hoạt động tiêu biểu các tổ chức Đoàn hội, câu lạc bộ, đội nhóm trong Khoa trong quý 1 năm 2025.

Giai đoạn 3

	Tuần 1	Tuần 2	Tuần 3	Tuần 4
06/2025	Đăng bảng tin tuyển dụng “IS Career” về vị trí việc làm tại các doanh nghiệp	Đăng về các dự án, nghiên cứu mới nhất của sinh viên và giảng viên	Đăng tải bài đăng về những thành tựu nổi bật của Khoa	Đăng bài viết giới thiệu chương trình nâng cao trình độ chuyên

	<p>ngành trong lĩnh vực Hệ thống thông tin.</p> <p>Đăng bài truyền thông về việc kết nối với công ty của cựu sinh viên, quảng bá các hoạt động mà công ty đang thực hiện thông qua việc chia sẻ và reup bài đăng trên website của Khoa.</p>	<p>trong Khoa “IS R&D”</p> <p>Tạo lập tuyên bài chia sẻ trải nghiệm khi học chương trình cao học/sau đại học tại Khoa</p>	<p>“Góc tự hào FISer”</p> <p>Tạo lập chủ đề “Front end” trên diễn đàn.</p>	<p>môn-thạc sĩ trong lĩnh vực Hệ thống thông tin, yêu cầu đăng ký và lợi ích của việc tham gia.</p> <p>- Tạo Bản tin sự kiện “IS Watch” về hoạt động tiêu biểu các tổ chức Đoàn hội, câu lạc bộ, đội nhóm trong Khoa trong quý 2 năm 2025.</p>
07/2025	<p>Đăng bảng tin tuyển dụng “IS Career” về vị trí việc làm tại các doanh nghiệp trong lĩnh vực Hệ thống thông tin.</p>	<p>Đăng bài chia sẻ trải nghiệm khi học chương trình cao học/sau đại học tại Khoa.</p>	<p>Tạo lập chủ đề “Back end” trên diễn đàn.</p> <p>Đăng bài viết và video về các workshop thường xuyên, chia sẻ thông tin về nội dung, lịch trình và cách đăng ký tham gia.</p>	<p>Đăng bài viết quảng cáo chương trình nâng cao trình độ chuyên môn-thạc sĩ, nhấn mạnh vào mục tiêu và giá trị của chương trình, cũng như các thông tin về học phí, thời gian đào tạo và tiến độ.</p>
08/2025	<p>Đăng bảng tin tuyển dụng “IS</p>	<p>Đăng về các dự án, nghiên</p>	<p>Đăng tải bài đăng về những</p>	<p>Đăng bài viết chương trình</p>

	Career” về vị trí việc làm tại các doanh nghiệp trong lĩnh vực Hệ thống thông tin	cứu mới nhất của sinh viên và giảng viên trong Khoa “IS R&D” Đăng bài chia sẻ trải nghiệm khi học chương trình cao học/sau đại học tại Khoa.	thành tựu nổi bật của Khoa “Góc tự hào FISer”. Tạo lập chủ đề “Data trong kỷ nguyên số” trên diễn đàn.	nâng cao trình độ chuyên môn - thạc sĩ, tập trung vào lợi ích và cơ hội nghề nghiệp mà chương trình mang lại cho cựu sinh viên.
--	---	---	---	---

4.3. Ngân sách dự kiến

Ngân sách dự kiến						
STT	Nội dung	Chi phí hạng mục		Đơn vị tính	Số lượng	Tổng chi phí
1	Website					
	Thiết kế lại website	VND	7,000,000	Sản phẩm	1	VND 7,000,000
	Viết bài trên website	VND	250,000	Bài viết	15	VND 3,750,000
2	Marketing					
	Google Ads			Gói/tháng	12	
	Facebook Ads	VND	7,000,000	Gói/tháng	12	VND 84,000,000
3	Công cụ đo lường					
	Phân tích Website	VND	3,000,000	Gói/tháng	12	VND 36,000,000
	Phân tích Fanpage	VND	-			VND -
4	Nhân sự					
	Admin Fanpage	VND	6,000,000	Tháng	12	VND 72,000,000
	Admin Website	VND	6,000,000	Tháng	12	VND 72,000,000
Tổng						VND 274,750,000

4.4. Chỉ số KPI

Google Adwords (số lượng click hợp lệ tối thiểu đạt được): 15000 lượt click hợp lệ.

SEO: vị trí top từ top 3 trở lên trong hiển thị kết quả tìm kiếm về các từ khóa xây dựng trong chiến dịch.

Website traffic/ tháng: 20000 lượt truy cập.

Fanpage follower: 10000 người theo dõi sau khi chiến dịch kết thúc.

Lượng tương tác trung bình: 150 tương tác mỗi bài viết.

CHƯƠNG V: ĐÁNH GIÁ VÀ CẢI TIẾN

5.1. Đánh giá kế hoạch

5.1.1. Đo lường hiệu quả chiến dịch bằng mô hình *Balanced Scorecard*

	Goals	Measures
Stakeholder Interest	Xây dựng mối quan hệ tốt với các bên liên quan và đối tác để tăng cường sự hỗ trợ và hợp tác	Đánh giá mức độ hài lòng và cam kết của cựu sinh viên đối với Khoa Hệ Thống thông tin dựa trên khảo sát và phản hồi từ cựu sinh viên.
	Tăng cường tương tác và tham gia của cựu sinh viên trong các hoạt động, sự kiện và chương trình của Khoa Hệ Thống thông tin.	Tỷ lệ tương tác và tham gia của cựu sinh viên trong các bài viết, bình luận, chia sẻ và các hoạt động trên website và fanpage.
	Phát triển kênh truyền thông hiệu quả	Tỷ lệ chuyển đổi thông qua số lượng cựu sinh viên tham gia các hoạt động và sự kiện của Khoa Hệ Thống thông tin dựa trên thông tin từ website và fanpage
Customer Perspective	Kênh truyền thông thú vị vị cung cấp thông tin hữu ích và các chương trình đào tạo mới nhất cho cựu sinh viên, giúp họ nắm bắt được cơ hội và tiếp cận với các hoạt động của Khoa.	Đo lường kênh truyền thông: + Số lượng lượt truy cập: Đo số lượng người truy cập vào kênh truyền thông, bao gồm website và fanpage. + Tỷ lệ tương tác: Đo tỷ lệ tương tác trên kênh truyền thông, bao gồm số lượng like, bình luận, chia sẻ, và click vào các liên kết. + Thời gian truy cập trung bình: Đo thời gian mà người dùng tiêu tốn trên kênh truyền thông, cho biết mức

	Goals	Measures
		độ hấp dẫn và tiện ích của nội dung.
	Giải quyết kịp thời những thắc mắc của cựu sinh viên về các hoạt động cũng như các chương trình đào tạo	Thời gian phản hồi Mức độ hài lòng cựu sinh viên về việc giải quyết thắc mắc.
Internal Business Perspective	Tối ưu hóa quy trình quản lý và cung cấp nội dung trên website và fanpage, đảm bảo thông tin được cập nhật đúng và kịp thời.	Thời gian cập nhật thông tin trên website và fanpage, đo lường thời gian từ khi có thông tin mới đến khi nó được đăng tải công khai.
	Xây dựng và phát triển hệ thống quản lý khách hàng (CRM) hiệu quả để quản lý thông tin và tương tác với cựu sinh viên một cách hiệu quả.	Đánh giá hiệu suất và hiệu quả của hệ thống quản lý khách hàng (CRM), đo lường sự tiện lợi, đáp ứng và tương tác của hệ thống với cựu sinh viên.
	Tăng cường khả năng phản hồi và giải quyết thắc mắc của cựu sinh viên, đảm bảo rằng mọi câu hỏi và thắc mắc được giải quyết kịp thời và đáp ứng đúng nhu cầu của họ.	Tỷ lệ phản hồi và giải quyết thắc mắc của cựu sinh viên, đo lường thời gian và hiệu quả trong việc giải quyết câu hỏi và thắc mắc của cựu sinh viên.
Innovation and Learning Perspective	Xây dựng và duy trì một môi trường học tập và nâng cao năng lực chuyên môn	Tỷ lệ nhân viên tham gia các khóa đào tạo và chương trình nâng cao năng lực chuyên môn
	Đảm bảo sự phát triển liên tục của công nghệ và tối ưu hóa hiệu quả...	Đánh giá sự tiến bộ trong việc áp dụng công nghệ và công cụ e-marketing mới, đo lường thông qua việc đo lường hiệu suất và hiệu quả

	Goals	Measures
		của các chiến dịch quảng cáo trực tuyến.
	Thúc đẩy sáng tạo và đổi mới trong việc cung cấp nội dung hấp dẫn và chất lượng trên website và fanpage để thu hút sự quan tâm và tương tác của cựu sinh viên.	Đánh giá mức độ sáng tạo và đổi mới trong việc tạo ra nội dung hấp dẫn trên website và fanpage, đo lường qua sự tương tác, chia sẻ và phản hồi từ cựu sinh viên.

5.1.2. Công cụ đo lường

5.1.2.1. Kênh truyền thông fanpage Khoa Hệ Thống Thông Tin Trường Đại học Kinh tế - Luật

Brand Comments (Tổng lượt thảo luận): Tổng số lần trò chuyện công khai và bình luận của những người theo dõi ghi nhận về trang.

Fan Reach – Lượt tiếp cận trên facebook: Fan reach đơn giản là số fans của Page có thấy bất kì bài post nào của Page. Đây là độ reach “tự nhiên”, nghĩa là nó chỉ ra số người trực tiếp thấy bài post mà không phải thông qua hành động của bạn của fan (như like, share hoặc bình luận). Lượt view từ hành động của fan được tính vào trong lượng “viral”.

Facebook Engagement – Lượt tương tác trên facebook: xét ở mức mỗi bài post, engagement là “số người click vào bất kỳ nơi nào trong bài post của bạn”.

Tỷ lệ truy cập: Đo lường tỷ lệ phần trăm các đối tượng tiếp cận của Fanpage chủ động truy cập vào Fanpage. Chỉ số này được thể hiện dưới công thức như sau:

$$\text{Tỷ lệ truy cập} = (\text{tổng lượt truy cập}) / (\text{tổng lượt tiếp cận}) \times 100$$

Tỷ lệ tương tác (Engagement Rate hay ER): Tỷ lệ tương tác cho thấy rằng trong tổng số người đã nhìn thấy post đó, có bao nhiêu % thực sự quan tâm. ER càng lớn, sức hấp dẫn của nội dung bạn post lên fanpage càng cao. Chỉ số này được thể hiện dưới công thức như sau:

Tỷ lệ tương tác (ER) = (tổng tất cả users đã tương tác trên post) / số reach của post x 100.

Click-Through Rate: CTR trong Facebook cũng tương tự như trong các công cụ khác xét về mặt khái niệm. Click-through rate cho bạn biết số người đã click vào liên kết trong nội dung, hoặc click vào để xem video hoặc phóng to ảnh có trong nội dung của bạn. Tỷ lệ CTR trên 1% chứng tỏ bài viết có lượt nhấp tích cực. Công thức tính CTR như sau: $CTR = (\text{Tổng lượt nhấp} / \text{Tổng lượt tiếp cận}) \times 100\%$

5.1.2.2. Kênh truyền thông website Khoa Hệ Thống Thông Tin Trường Đại học Kinh tế - Luật:

Google Analytics

5.1.3. Đánh giá kế hoạch truyền thông

5.1.3.1. Ưu điểm

Kênh Facebook, Website là nền tảng triển khai chính của chiến dịch, đã có hướng đi truyền thông đúng đắn với mục tiêu của mình đề ra và đang hướng đến đúng tệp khách hàng của mình là sinh viên, cựu sinh viên FIS. Đây cũng là nền tảng có tần suất các bài đăng dày đặc nhất so với các nền tảng khác như Instagram, Tiktok... vì vậy vẫn có thể duy trì các chỉ số đo lường của mình ở mức tốt.

Email và các kênh hỗ trợ cho Facebook trong chiến dịch: hoạt động đúng với mục tiêu ban đầu là mang lại hiệu quả riêng về mặt xây dựng thương hiệu khi các bài đăng, video đều mang lại lượt tương tác ổn định.

5.1.3.2. Nhược điểm

Hiệu quả thực hiện kế hoạch trên các nền tảng có thể không đồng đều: Với các chiến dịch truyền thông trước, nền tảng Facebook hiện đang ghi nhận sự tăng trưởng tốt và vượt KPI về nhiều chỉ tiêu. Trong khi đó, các nền tảng còn lại ghi nhận mức tăng trưởng chậm, một số chỉ tiêu không đạt so với yêu cầu. Có thể thấy kế hoạch đang đi đúng hướng đối với nền tảng Facebook nhưng vẫn cần có điều chỉnh cho các nền tảng còn lại.

Nội dung mang lại lượt tiếp cận cao nhưng chưa quá tập trung vào đối tượng cựu sinh viên. Các nền tảng đang xây dựng nội dung theo định hướng cho đối tượng chủ yếu là sinh viên, chưa thật sự tập trung vào tệp khách hàng cựu sinh viên với chân dung khách hàng mục tiêu.

5.2. Hạn chế rủi ro

Ba giai đoạn truyền thông trong kế hoạch quảng bá độ nhận diện của Khoa Hệ Thống Thông Tin đến đối tượng cựu sinh viên, cần xác định nền tảng truyền thông phát triển chính là kênh truyền thông Fanpage Facebook với các nội dung hướng đến đúng đối tượng, các kênh còn lại là email sẽ có tần suất ít hơn để tập trung chuyển đổi về kênh truyền thông chính để có được hiệu quả tốt nhất. Tuy nhiên, để lan tỏa hình ảnh thương hiệu đến nhiều người hơn, hiện tại các kênh hỗ trợ sẽ xây dựng các nội dung mang tính phổ quát, mới mẻ, không chỉ hướng đến cựu sinh viên mà còn là các đối tượng đã tốt nghiệp các ngành thuộc lĩnh vực hệ thống thông tin của các trường khác.

Mặt khác, với tính chất là một cơ sở giáo dục hàng đầu về Thương mại điện tử và Hệ thống thông tin quản lý, Khoa Hệ Thống Thông Tin vẫn sẽ tiếp tục đẩy mạnh phát triển kênh truyền thông website vì tính chất đặc trưng của kênh phù hợp với thương hiệu về mặt hình ảnh và giới thiệu sản phẩm đến với đại chúng. Website của Khoa Hệ Thống Thông Tin sẽ tập trung cải thiện giao diện, đồng bộ bộ nhận diện trên các trang và tập trung vào nội dung chuyển đổi.

Trong tương lai, Khoa sẽ cố gắng tập trung vào đối tượng mục tiêu chính là sinh viên, cựu sinh viên các trường khác thay vì tập khách hàng là những người đã và đang theo học Khoa Hệ Thống Thông Tin nói chung, nhằm tập trung phát triển, thúc đẩy hiệu quả và tiết kiệm chi phí, nhân lực.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] [Xu hướng 2023 - Học ngành gì để bắt kịp thị trường? \(fpt.edu.vn\)](http://fpt.edu.vn)
- [2] [Tuyển sinh 2021: Bộ GD&ĐT thống kê nhóm ngành được thí sinh đăng ký nguyện vọng nhiều nhất \(tuyensinhso.vn\)](http://tuyensinhso.vn)
- [3] [What To Expect In The Job Market From Now Until The End Of 2023 \(forbes.com\)](http://forbes.com)
- [4] [Employers planning 'measured' hiring in Q4: report | HRD America \(hcamag.com\)](http://hcamag.com)
- [5] [PowerPoint Presentation \(manpowergroup.com\)](http://manpowergroup.com)
- [6] [Các trường có ngành kinh tế. Danh sách trường ĐH, CĐ có ngành kinh tế. \(fpt.edu.vn\)](http://fpt.edu.vn)
- [7] [Các Trường Đại Học Có Ngành CNTT Tại Việt Nam \(diendantuyensinh24h.com\)](http://diendantuyensinh24h.com)
- [8] [Đề án tuyển sinh đại học năm 2022 - UEL](http://uel.edu.vn)
- [9] [Khoa Hệ thống thông tin nhận Giấy chứng nhận AUN-QA chương trình Hệ thống thông tin quản lý \(uel.edu.vn\)](http://uel.edu.vn)
- [10] [Lịch sử phát triển – Khoa Công nghệ Thông tin Kinh doanh \(ueh.edu.vn\)](http://ueh.edu.vn)
- [11] [TỔNG QUAN | Khoa Hệ thống thông tin \(uit.edu.vn\)](http://uit.edu.vn)