

Trí tuệ nhân tạo ứng dụng

Module 3: Sáng tạo Nội dung số

Nội dung Module 3



1. Phát triển nội dung số

Phân tích mục tiêu, đối tượng; Lập kế hoạch; Sản xuất nội dung đa dạng.



2. Tích hợp và tạo lập lại nội dung số

Rà soát, đánh giá tài nguyên cũ; Thiết kế khung; Biên tập và chuyển đổi định dạng.



3. Thực thi bản quyền và giấy phép

Nhận diện thành phần có bản quyền; Kiểm tra nguồn gốc và giấy phép; Áp dụng đúng quy định.



Lập trình

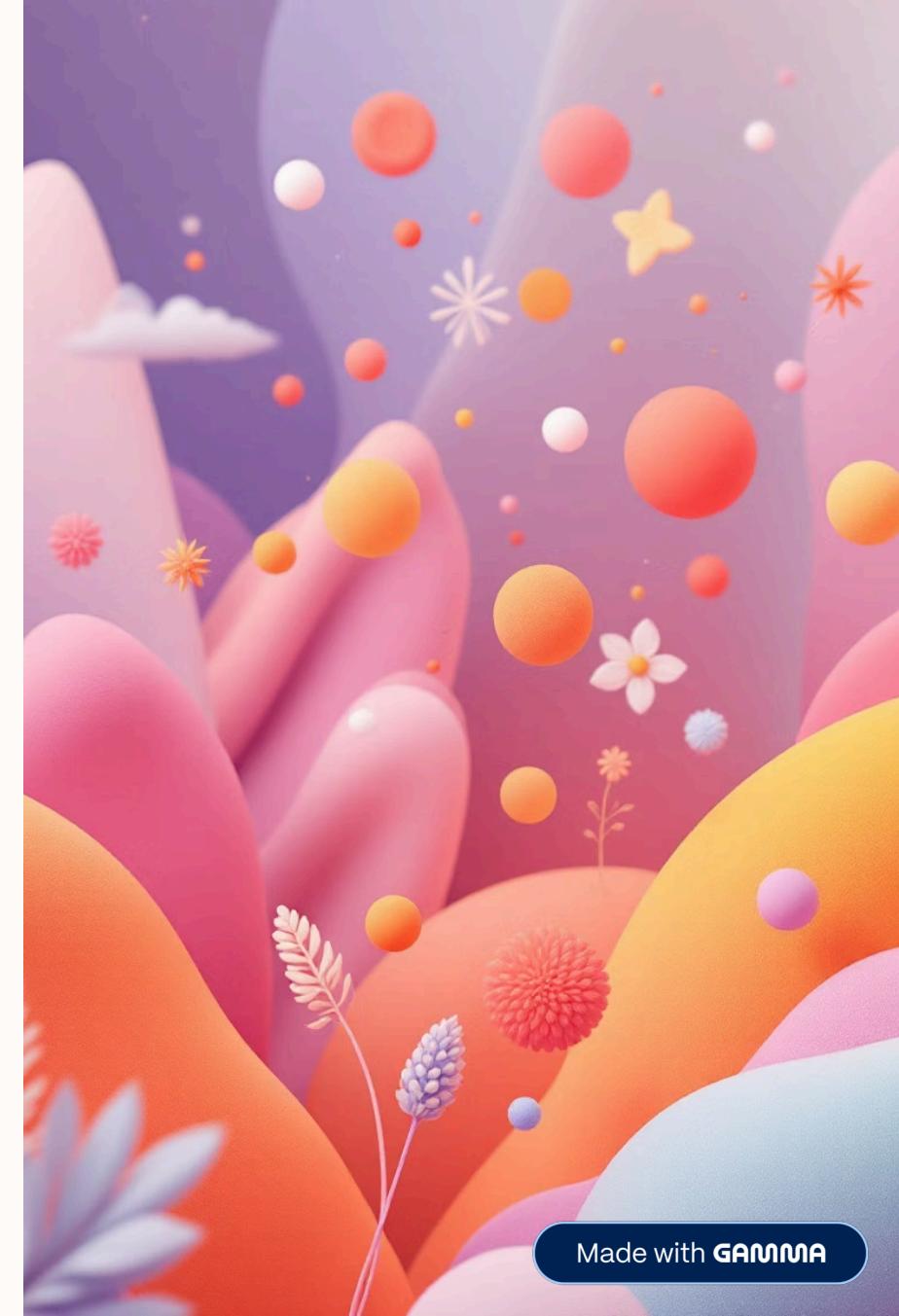
Làm quen với lập trình Python cơ bản, thuật toán và quy trình phát triển sản phẩm.

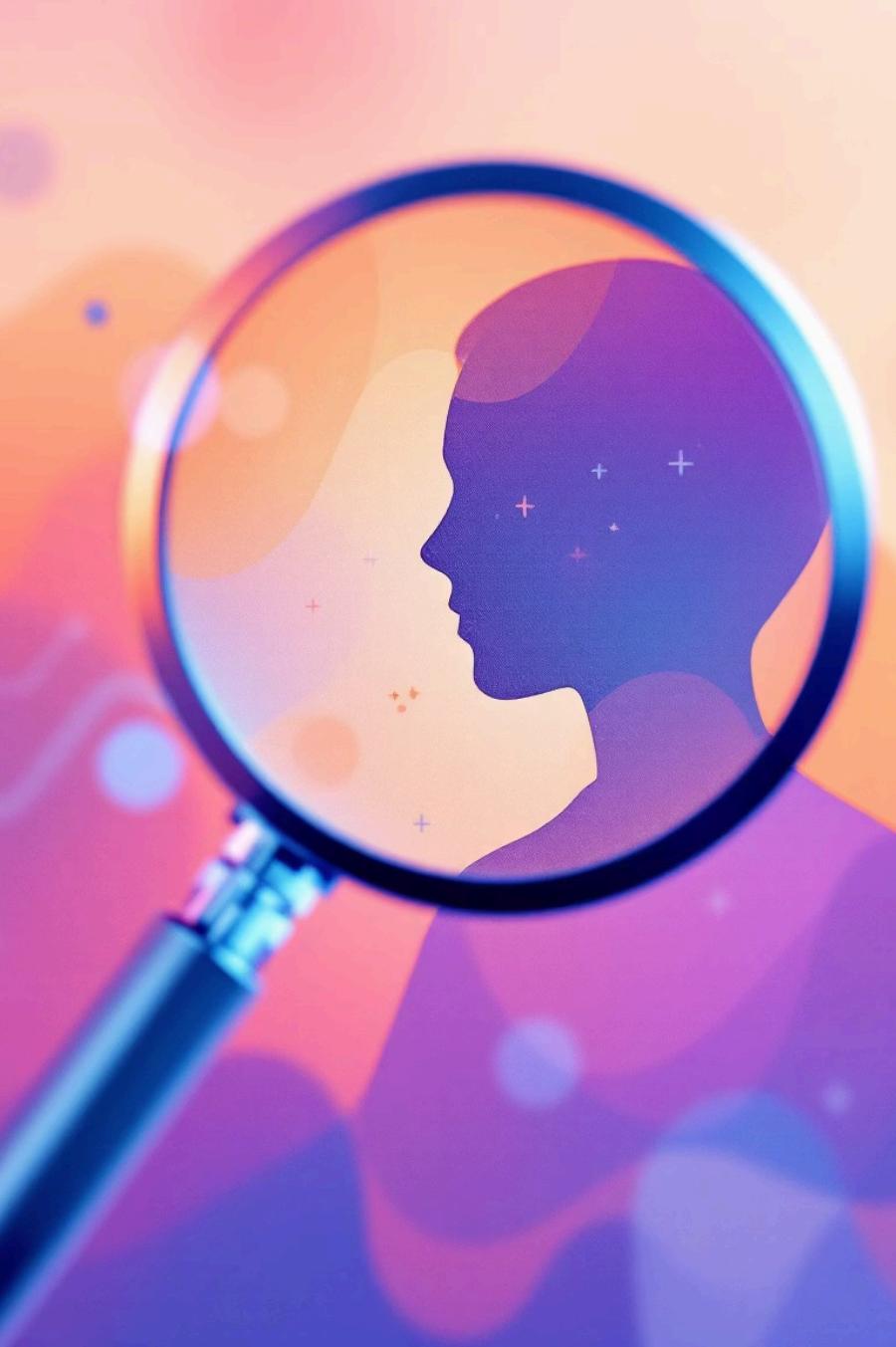
1: Phát triển Nội dung số

Mục tiêu: trang bị khả năng **phân tích, lập kế hoạch và sản xuất nội dung số** một cách **hiệu quả**.

1.1 Phân tích Mục tiêu và Đối tượng

- **Tầm quan trọng:** Hiểu rõ "làm nội dung cho ai?" và "để làm gì?" là nền tảng cho mọi hoạt động **sáng tạo nội dung hiệu quả**.
- **Xác định Mục tiêu (SMART):**
 - Phân loại các mục tiêu phổ biến như **Giáo dục, Giải trí, Thuyết phục/Bán hàng, Xây dựng thương hiệu, Hỗ trợ khách hàng**.
 - **Cụ thể (Specific), Đo lường được (Measurable), Khả thi (Achievable), Liên quan (Relevant), Có thời hạn (Time-bound)**.





Phân tích Đối tượng (User Persona)

1

Xây dựng **chân dung người dùng** dựa trên **3 yếu tố**:

2

Nhân khẩu học

3

Tâm lý học

4

Thói quen số (Digital Habits)



1.2 Lập Kế hoạch Nội dung số



Quy trình lập kế hoạch:

- **Kế hoạch dài hạn** (Năm): Xác định chủ đề lớn, chiến dịch chính.
- **Kế hoạch trung hạn** (Quý/Tháng): Chia nhỏ chủ đề, đặt mục tiêu cụ thể.
- **Kế hoạch ngắn hạn** (Tuần/Ngày): Lên lịch bài đăng chi tiết.



Công cụ hỗ trợ:

Google Calendar, Excel/Google Sheets, Notion, Trello.

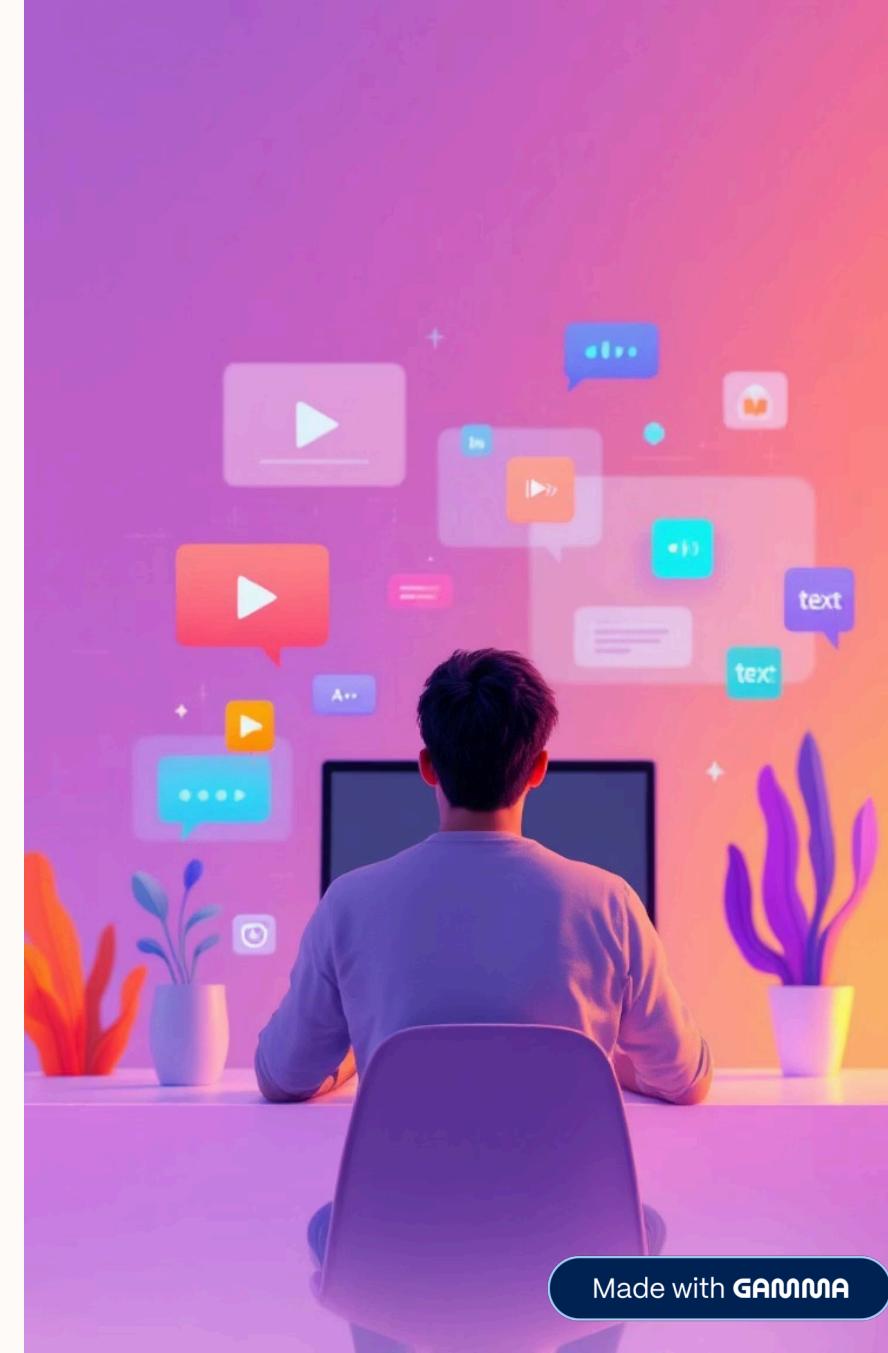
Các loại hình nội dung số:

Phân tích ưu, nhược điểm và tính phù hợp của các định dạng:

- **Bài viết (Blog/Articles)**
- **Infographic**
- **Video (YouTube, TikTok, Reels)**
- **Podcast**
- **Carousel/Slide**
- **Livestream**

Tiêu chí lựa chọn định dạng:

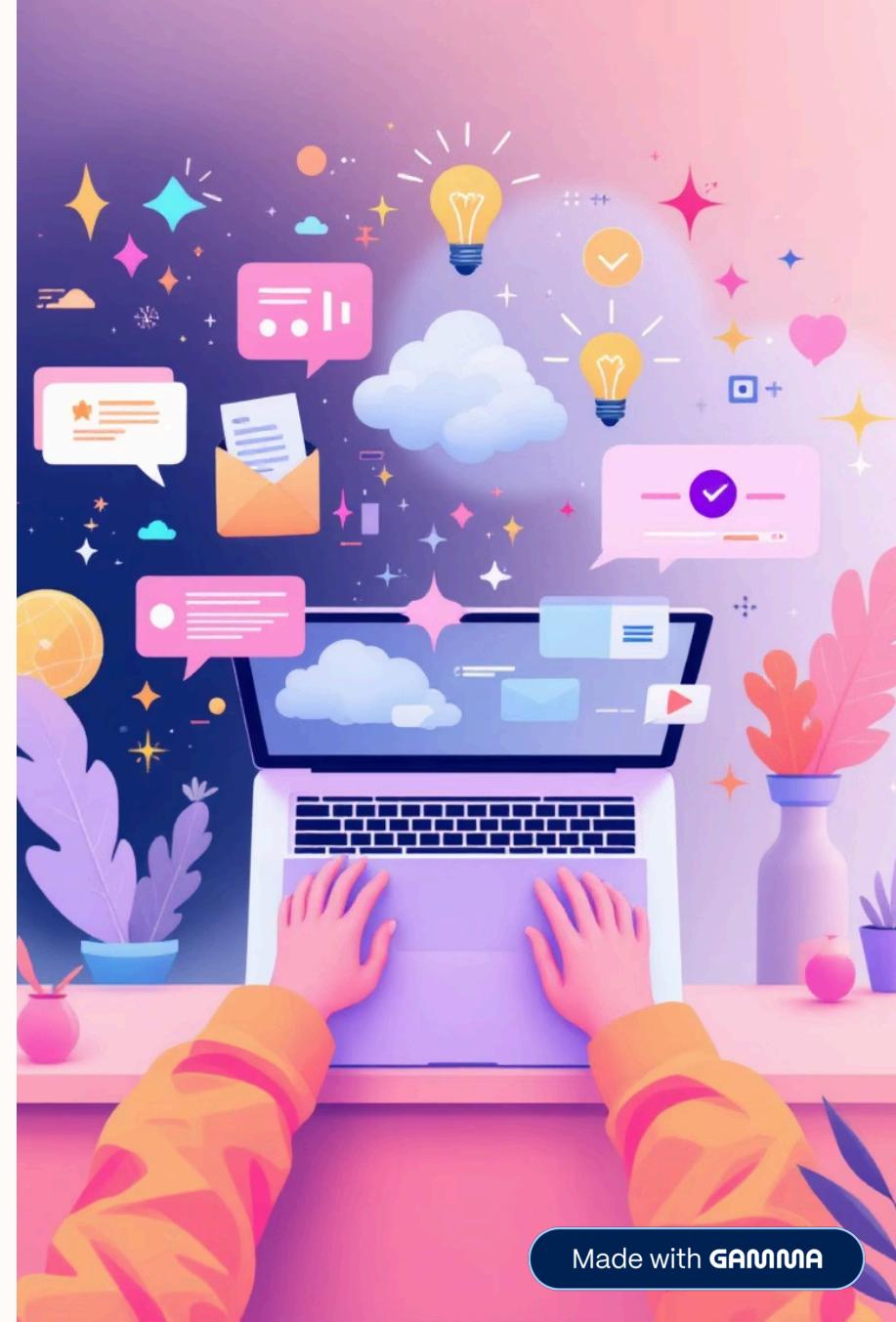
Dựa trên **mục tiêu, đối tượng, nền tảng phân phối** và **nguồn lực** (thời gian, kỹ năng, công cụ).



1.3 Sản xuất Nội dung số

Tiêu chí nội dung có giá trị:

- Giúp đỡ/Cung cấp **giải pháp**
- **Giải trí**
- **Truyền cảm hứng**
- **Thúc đẩy hành động (Call to Action)**



Kỹ năng và Công cụ sản xuất:

Viết nội dung

Viết đúng **giọng điệu**, phù hợp **nền tảng** (SEO, Hashtag).

Google Docs, Grammarly, Hemingway Editor.

Sáng tạo kịch bản

Xây dựng **cấu trúc rõ ràng** (mở đầu, phát triển, kết thúc).

Google Docs, Notion.

Thiết kế hình ảnh

Đảm bảo **kích thước**, hài hòa **màu sắc**, **font chữ**.

Canva, Adobe Express (dễ dùng); **Photoshop, Illustrator** (chuyên nghiệp).

Quay/Chỉnh sửa video, âm thanh

Hiểu về **ánh sáng, góc quay, thu âm, cắt ghép, hiệu ứng**.

Video: **CapCut, KineMaster** (di động); **DaVinci Resolve, Premiere Pro** (máy tính). Âm thanh: **Audacity, Adobe Audition.**

2: Tích hợp và Tạo lập lại Nội dung số

Mục tiêu: Biết cách **tận dụng và tối ưu hóa các nội dung đã có** để tạo ra sản phẩm mới chất lượng hơn.

2.1 Rà soát và Đánh giá Nội dung đã có

Thu thập

Tập hợp tất cả **nội dung** từ các nguồn (**website, mạng xã hội, kho đám mây**).

Đánh giá

Đưa ra quyết định "**giữ, sửa, bỏ**" dựa trên các tiêu chí: **phù hợp mục tiêu mới, độ chính xác, đối tượng, và tiềm năng tái sử dụng**.

Phân loại

- **Chủ đề:** Marketing, Khoa học, Giáo dục, v.v.
- **Định dạng:** Bài viết, video, infographic, v.v.
- **Độ cập nhật:**
 - **Nội dung xanh (Evergreen):** Giá trị bền vững, không lỗi thời.
 - **Nội dung cần cập nhật:** Thông tin, số liệu đã thay đổi.
 - **Nội dung lỗi thời:** Thông tin sai lệch, cần loại bỏ.



2.2 Thiết kế Khung Nội dung mới



Tầm quan trọng:

Việc có một "**bản thiết kế**" rõ ràng giúp chuyển hóa ý tưởng và nội dung cũ thành một **cấu trúc mạch lạc, hấp dẫn**.

Công cụ thiết kế:

1 Dàn ý (Outline):

Sử dụng cho **nội dung văn bản** (bài viết, bài giảng). Cần có **tiêu đề, các phần chính, ý nhỏ, và vị trí tích hợp nội dung cũ** (chèn, rút trích, tóm tắt).

2 Storyboard:

Sử dụng cho **nội dung đa phương tiện** (video, quảng cáo). Mỗi khung cần mô tả **hình ảnh/cảnh quay, lời thoại, âm thanh, hiệu ứng**.



2.3 Biên tập và Chuyển đổi Nội dung

Bước 1: Chuẩn hóa:

Đảm bảo sự **nhất quán** về **ngôn ngữ, tông giọng, và định dạng** (font, màu sắc, bố cục).

Bước 2: Cập nhật:

Kiểm tra và làm mới các **thông tin dễ lỗi thời** (số liệu thống kê, ví dụ, xu hướng).

Bước 3: Cắt, ghép, chuyển đổi:

- **Cắt (Trim)**: Loại bỏ phần không cần thiết.
- **Ghép (Merge)**: Kết hợp các phần nội dung khác nhau.
- **Chuyển đổi (Repurpose)**: Biến đổi định dạng (bài viết -> slide, video -> podcast).

Công cụ hỗ trợ



Văn bản

- Google Docs
- Microsoft Word



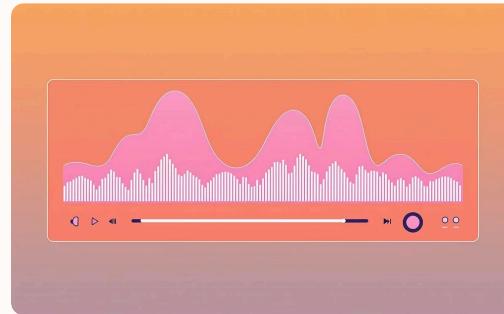
Hình ảnh

- Canva
- Figma
- Adobe Photoshop



Video

- CapCut
- DaVinci Resolve
- Adobe Premiere Pro



Âm thanh

- Audacity
- Adobe Audition

3: Thực thi Bản quyền và Giấy phép

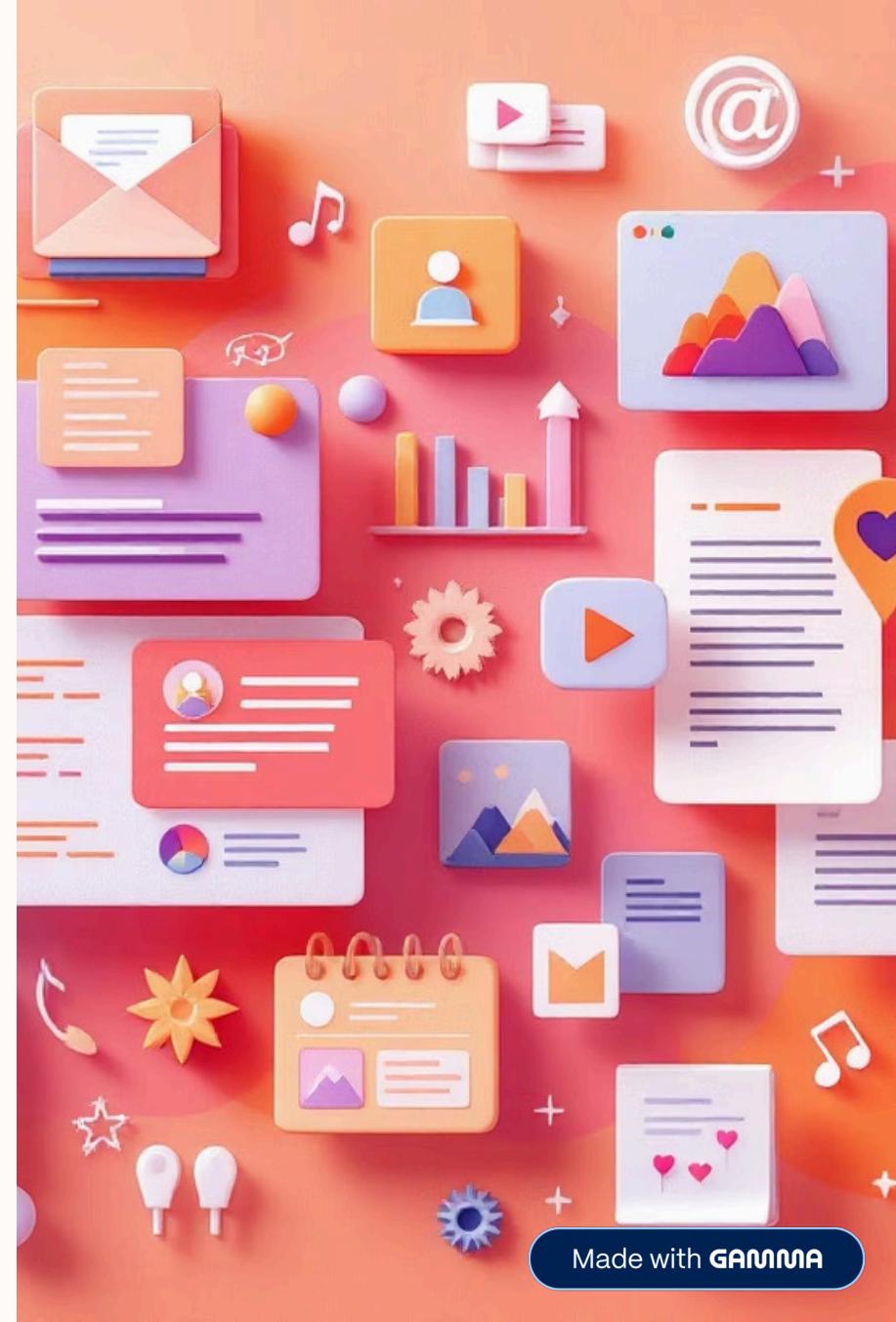
Mục tiêu: Cung cấp kiến thức nền tảng để sáng tạo nội dung một cách hợp pháp và chuyên nghiệp.

3.1 Xác định các Thành phần có Bản quyền

1

Khái niệm cơ bản:

Bản quyền (Copyright) là **quyền pháp lý** tự động trao cho người tạo ra **tác phẩm gốc**. Hầu hết mọi nội dung (bài viết, hình ảnh, video, âm nhạc) đều được **bảo hộ**.



Nội dung có nguy cơ vi phạm cao:



Hình ảnh & Video:

Từ **Google Images**, **Pinterest**,
website tin tức.



Âm nhạc & Âm thanh:

Bất kỳ bài hát thương mại nào.



Văn bản:

Sao chép nguyên văn đoạn
dài mà không trích dẫn.

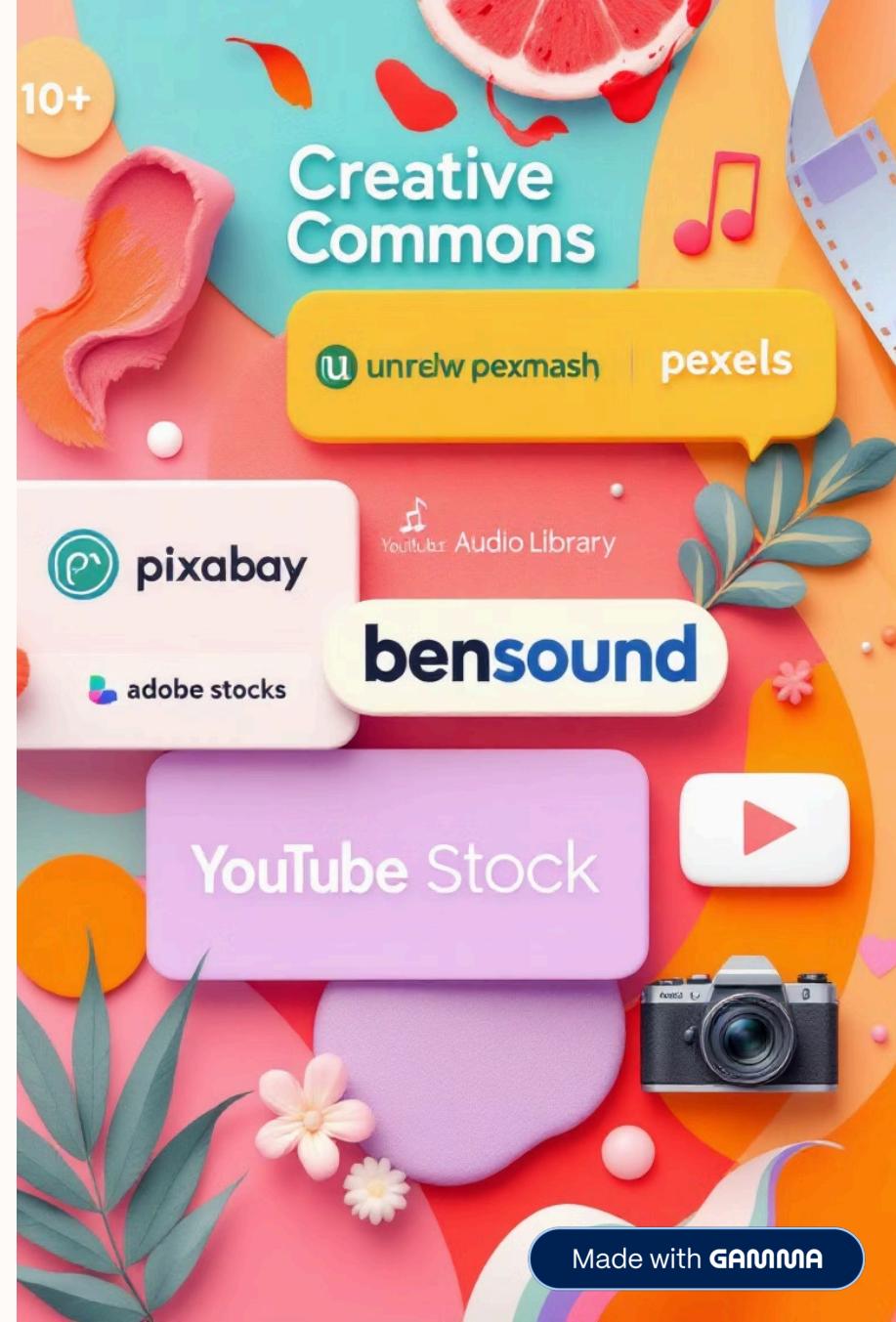


Logo & Thương hiệu:

Sử dụng **logo của công ty
khác** mà không được phép.

Nguồn tài nguyên hợp pháp:

- Giấy phép mở: Creative Commons (CC).
- Kho tài nguyên uy tín: Unsplash, Pexels, Pixabay (hình ảnh); YouTube Audio Library, Bensound (âm nhạc).
- Nguồn trả phí: Adobe Stock, Shutterstock.



3.2 Kiểm tra Nguồn gốc và Giấy phép sử dụng

Các loại giấy phép phổ biến:



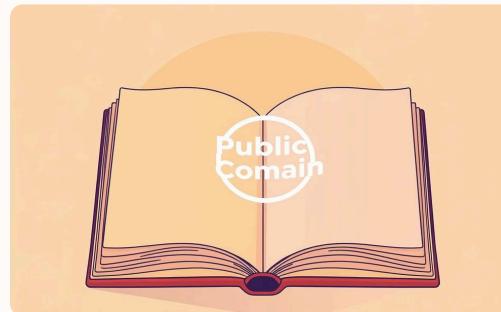
Bản quyền đầy đủ

Yêu cầu xin phép sử dụng.



Creative Commons (CC)

Cho phép sử dụng dưới các
điều kiện cụ thể.



Miền công cộng

Sử dụng tự do, không còn bản
quyền.



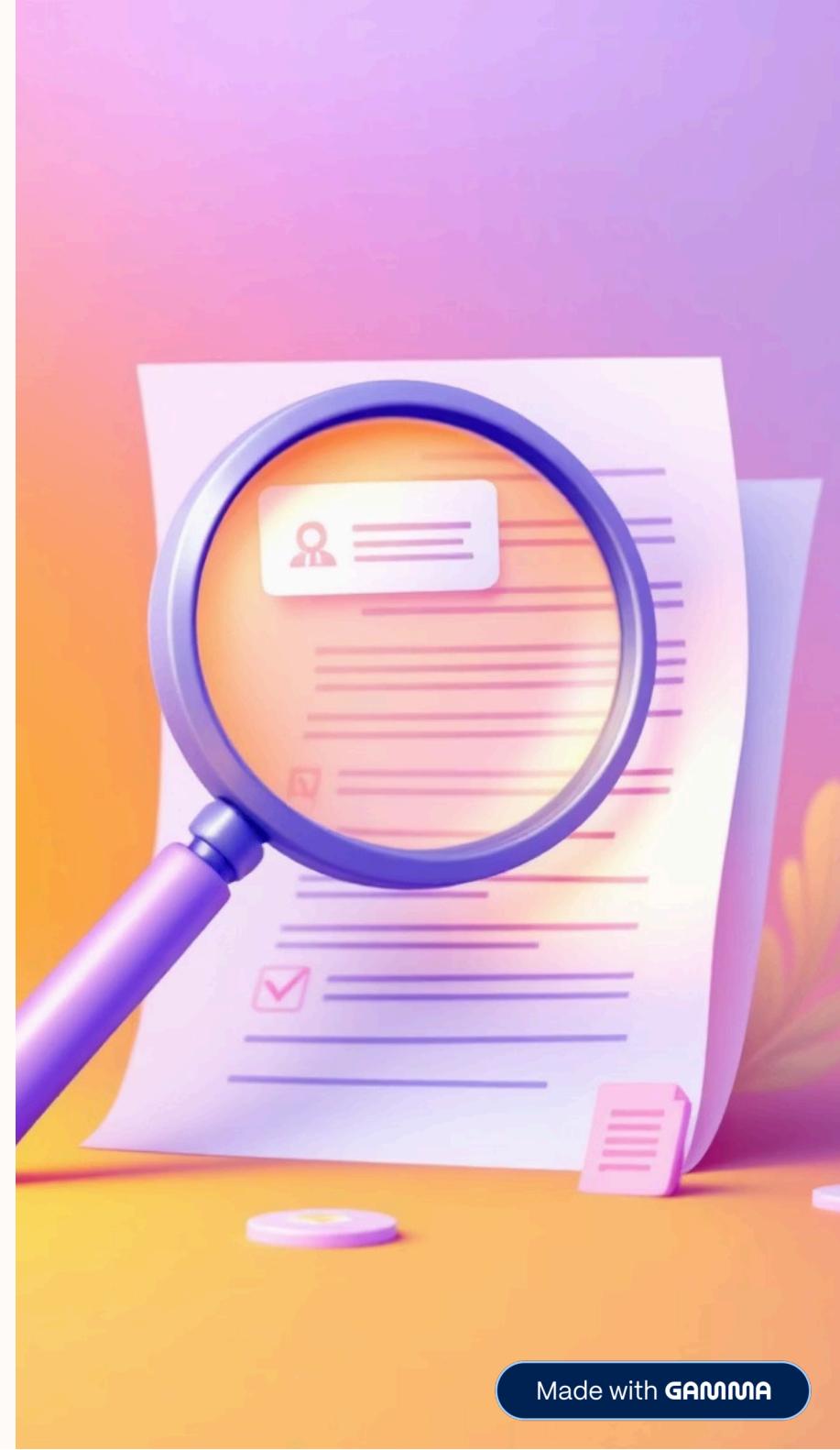
Royalty-Free

Mua một lần, sử dụng nhiều
lần.

Cách tra cứu nguồn gốc và giấy phép sử dụng tài nguyên

Dưới đây là các phương pháp hiệu quả để tra cứu nguồn gốc và kiểm tra giấy phép sử dụng tài nguyên số:

- Kiểm tra trực tiếp trên website**
Tìm kiếm thông tin giấy phép ngay trên trang web cung cấp tài nguyên để xác định các điều khoản sử dụng.
- Sử dụng công cụ tìm kiếm nâng cao**
Sử dụng các bộ lọc chuyên biệt trong công cụ tìm kiếm như Google Advanced Search để tinh chỉnh kết quả và tìm kiếm thông tin bản quyền.
- Sử dụng công cụ nhận diện**
Sử dụng tính năng tìm kiếm bằng hình ảnh ngược (Google Reverse Image Search) để tìm nguồn gốc và các phiên bản khác của tài nguyên.



Lưu trữ thông tin đã tra cứu

Để đảm bảo tuân thủ và dễ dàng quản lý, hãy ghi lại các thông tin sau sau mỗi lần tra cứu:



Tên tài nguyên

Ghi rõ tiêu đề hoặc mô tả ngắn gọn về tài nguyên số đã tra cứu.



Author



Tác giả/Nguồn

Ghi lại tên người/tổ chức tạo ra và đường dẫn gốc của tài nguyên.

壳先清NSE

力場、お値段：_____

持物：_____



TAE1

Loại giấy phép

Xác định rõ loại giấy phép (ví dụ: Creative Commons) và các điều kiện sử dụng.



Ngày tra cứu

Ghi lại ngày bạn thực hiện việc tra cứu để theo dõi tính cập nhật.

3.3 Áp dụng Giấy phép Bản quyền sử dụng

- **Quy tắc ghi nguồn (Attribution) - "TRAS" Rule:**
 - **Title** (Tên tác phẩm)
 - **Reator** (Tác giả)
 - **Attribution** (Dẫn nguồn - Link)
 - **Source** (Giấy phép)
- **Xin phép khi cần thiết:** Khi muốn sử dụng nội dung ngoài điều kiện giấy phép hoặc nội dung có bản quyền đầy đủ, cần **gửi email xin phép** một cách trang trọng.
- **Tìm nội dung thay thế:** Là **giải pháp an toàn** khi không thể liên hệ tác giả, bị từ chối, hoặc không có thông tin giấy phép rõ ràng.

4: Lập trình

Mục tiêu: của module này là giới thiệu công cụ **lập trình** để giải quyết vấn đề, **tự động hóa** và biến ý tưởng thành sản phẩm số thực tế.

4.1 Lựa chọn Công nghệ phù hợp

- **Giới thiệu Python:** Ngôn ngữ **lập trình** được chọn vì dễ học, cộng đồng lớn và đa năng.
- **Môi trường làm việc:**
 - Online: **Google Colab** (không cần cài đặt).
 - Offline: Cài đặt **Python & VS Code** trên máy tính.
- **Nguyên lý cốt lõi:**
 - Lưu trữ dữ liệu: **Biến** (Variables), **Danh sách** (List), **Từ điển** (Dictionary).
 - Xử lý logic: **Vòng lặp for** (lặp lại tác vụ), **câu lệnh điều kiện if-else** (giúp chương trình ra quyết định).
- **Chuẩn đầu ra:** Người học biết cách **lập trình Python cơ bản**, sử dụng **cấu trúc dữ liệu** và **giải thuật nền tảng**.

4.2 Áp dụng các khâu Thiết kế, Cài đặt và Kiểm thử

- Giới thiệu **quy trình phát triển phần mềm**: Một "bản đồ" chuyên nghiệp để xây dựng sản phẩm ổn định.
- Các bước thực hiện (qua **Mini-project "Công cụ đổi tên file"**):
 - a. **Thiết kế**: Xác định yêu cầu (đầu vào, đầu ra) và vẽ luồng hoạt động bằng ngôn ngữ tự nhiên (**mã giả - pseudocode**).
 - b. **Cài đặt (Lập trình)**: Chuyển thể bản thiết kế thành các dòng **code Python** thực tế.
 - c. **Kiểm thử**: Đảm bảo sản phẩm hoạt động đúng bằng cách kiểm tra với các kịch bản khác nhau (chạy đúng, chạy sai, trường hợp ngoại lệ).
- Lợi ích của **quy trình**: Giảm lỗi, dễ bảo trì, và hỗ trợ làm việc nhóm hiệu quả.
- **Chuẩn đầu ra**: Người học tham gia được vào các khâu **thiết kế, lập trình, kiểm thử** và xây dựng được một **mini-project** nhỏ.



Tại sao Kỹ sư Ô tô cần làm Content?

Xây dựng thương hiệu:

Khách hàng tin tưởng thợ có **chuyên môn** và dám chia sẻ **kiến thức**.

Marketing 0 đồng:

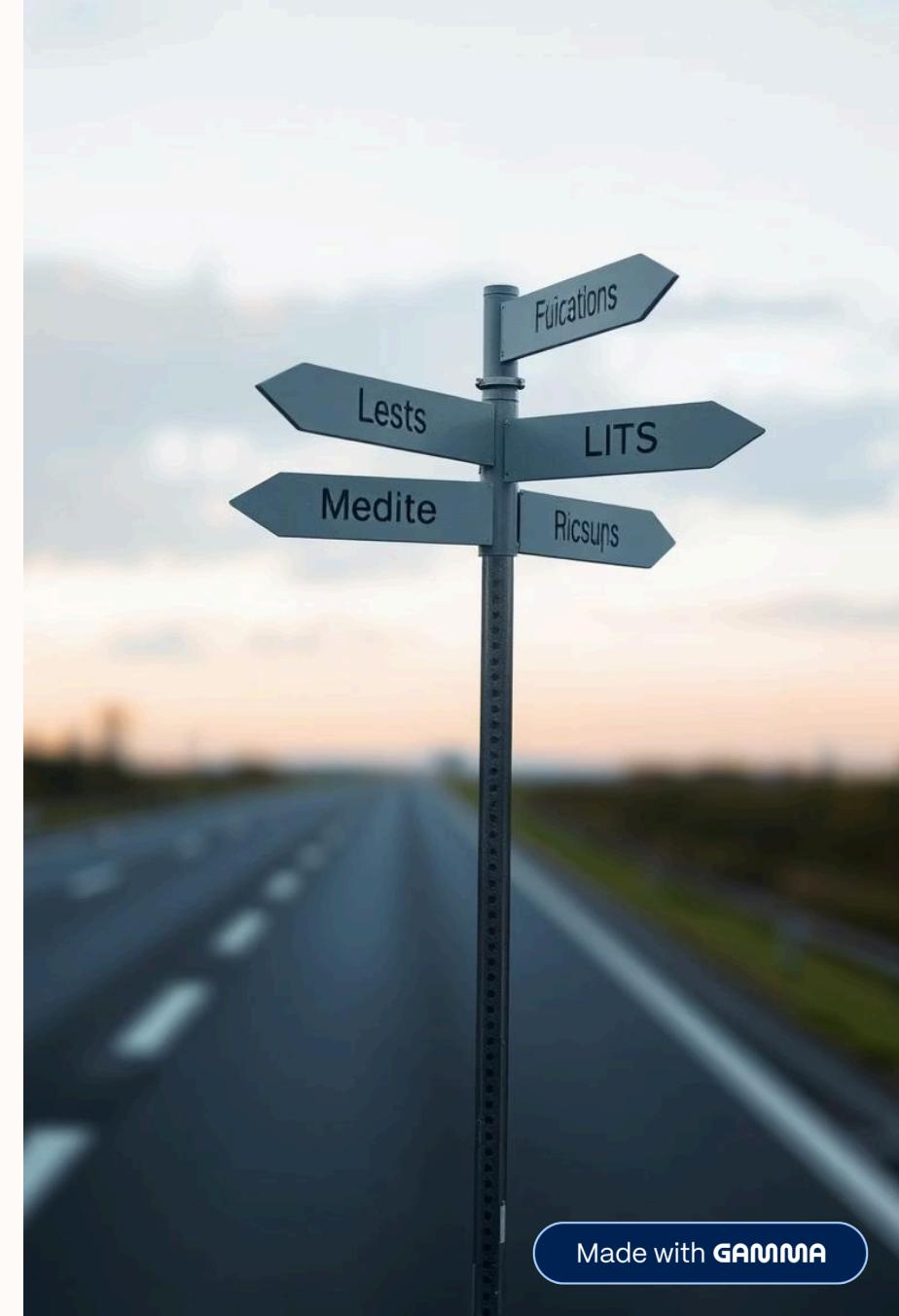
Thu hút khách đến **Garage** nhờ các **video "bắt bệnh" xe** thực tế.

Tư duy dịch vụ:

Hiểu **tâm lý** khách hàng giúp **chốt đơn sửa chữa** dễ dàng hơn.

Mục tiêu & Đối tượng

Nếu không biết **đích đến**, chiếc xe mạnh nhất cũng chỉ chạy lồng l子弟.





Thiết lập Mục tiêu SMART

1

S (Specific):

Cụ thể, rõ ràng.

2

M (Measurable):

Đo lường được bằng số.

3

A (Achievable):

Khả thi với nguồn lực.

4

R (Relevant):

Liên quan đến nghề.

5

T (Time-bound):

Có thời hạn.



Ví dụ: Garage Sinh Viên

Mục tiêu Sai:

"Muốn kênh **TikTok** nổi tiếng."
(Chung chung, mơ hồ).

Mục tiêu Đúng:

"Đạt **1.000 Follower** và có **5 khách nhẫn tin hối giá bảo dưỡng** trong vòng **1 tháng đầu tiên.**"

3 Yếu tố xây dựng Chân dung Khách hàng



1. Nhân khẩu học

Họ là ai? Giới tính, độ tuổi, nghề nghiệp, thu nhập, nơi sinh sống (Thành phố hay nông thôn?).



2. Tâm lý học

Nỗi đau (Pain point) của họ là gì? Họ sợ bị "chất chật"? Họ yêu xe như con? Hay họ chỉ coi xe là phương tiện?



3. Thói quen số

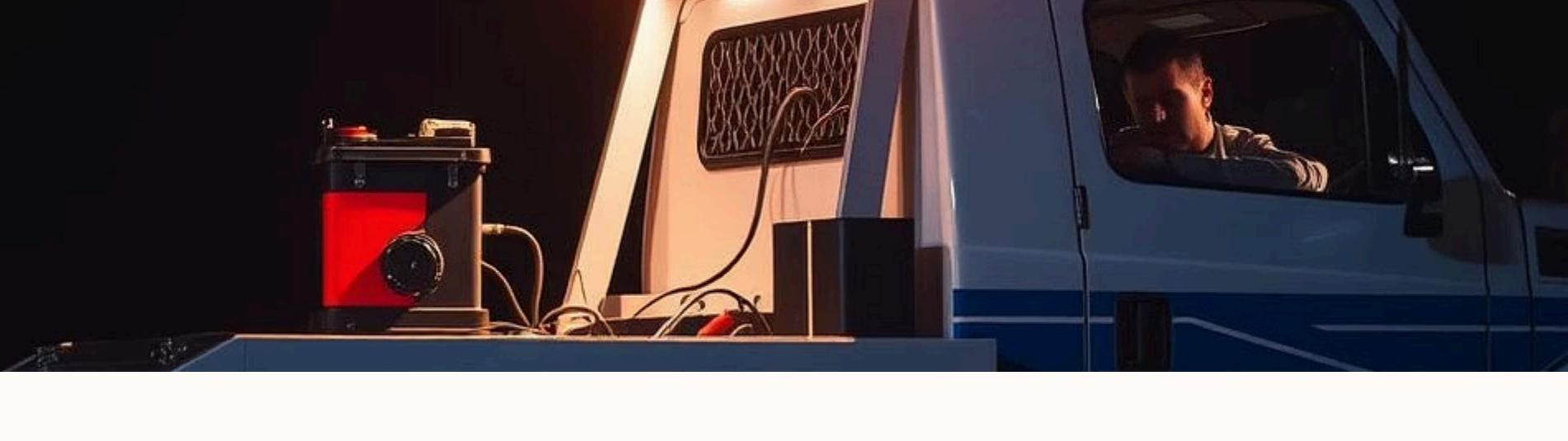
Họ online giờ nào? Họ xem Facebook, Zalo hay TikTok? Họ thích video ngắn hay bài viết dài?





Case Study: Chị "Ninja Lead" Văn phòng

- **Nhân khẩu:** Nữ, 28 tuổi, nhân viên văn phòng.
- **Nỗi đau:** Sợ xe chết máy giữa đường, mù mờ kỹ thuật, sợ thợ "vẽ bệnh".
- **Thói quen:** Lướt Facebook giờ nghỉ trưa, thích hình ảnh dễ thương.
- **Chiến lược nội dung:** Không nói thông số kỹ thuật khó khăn. Hãy làm video: "3 dấu hiệu xe sắp hỏng", "Mẹo để không bị thợ lừa".



Thực hành Nhóm: Garage Cứu hộ 24/7

Đề bài: Bạn mở **dịch vụ cứu hộ ắc quy**. Hãy dùng **điện thoại** (tra cứu AI hoặc tự nghĩ) để **phác thảo nhanh 1 chân dung khách hàng mục tiêu** năng nhất.

(Gợi ý: Họ gặp **sự cố** lúc nào? Họ **cảm thấy thế nào?**)



"Antigravity" Sáng tạo với AI

Tiết 2: Tự động hóa quy trình sáng tạo Nội dung số

Tại sao gọi là "Antigravity"?

Lực hút (Gánh nặng cũ):

- **Bí ỷ tưởng**, không biết viết gì.
- Mất hàng giờ để viết một **kịch bản 30s**.
- Ngại **công nghệ**, sợ **thiết kế xấu**.

Antigravity (Sức bất AI):

- Giảm **90% công sức náo bộ.**
- **AI** là "Trợ lý ảo" lên kế hoạch & viết kịch bản trong **5 giây**.
- Bạn chỉ cần tập trung vào **10% chuyên môn kỹ thuật.**



A large, futuristic, white, box-shaped structure, resembling a space habitat or cargo container, is shown floating in the sky above a barren, sandy landscape. Several small figures are visible in the distance on the ground.

Thực đơn Nội dung cho Dân Kỹ thuật



TikTok logo icon

Video Ngắn (Shorts/Reels)

Phù hợp nhất!

- Thời lượng: **30s - 60s.**
- Nội dung: "**Bắt bệnh**" tiếng kêu lạ, **Mẹo xử lý nhanh.**
- Công cụ: **Điện thoại + CapCut.**



Image icon

Infographic (Ảnh thông tin)

Dễ lưu trữ & chia sẻ

- Nội dung: **So sánh thông số** nhất, **Quy trình bảo dưỡng 5 bước**.
- Công cụ: **Canva (Kéo & Thả)**.

4 Tiêu chí của Nội dung Giá trị

1. Giúp đỡ / Giải pháp

Hướng dẫn **thay lốp, kích bình, xử lý ngập nước.** (Thể mạnh của AE25M)

2. Giải trí

Những tình huống "dở khóc dở cười" trong **garage, chuyên nghề.**

3. Truyền cảm hứng

Đam mê **độ xe, về đẹp cơ khí, phục hồi xe cũ.**

4. Thúc đẩy hành động (CTA)

"Nhớ thay dầu định kỳ nhé", "Comment dòng xe bạn đang đi".

Quy trình "Ma thuật" AI

Bước 1:Lập kế hoạch

Hỏi **Gemini/ChatGPT**:

"Lên lịch nội dung 7 ngày..."

Bước 2:Viết kịch bản

Hỏi **AI**:

"Viết kịch bản chi tiết cho..."

Bước 3:Sản xuất

Quay bằng **Điện thoại**

Edit trên **CapCut**

Demo: Prompt mẫu cho Kỹ sư Ô tô

"Đóng vai một kỹ sư ô tô chuyên nghiệp.

Hãy viết **kịch bản chi tiết** cho **video TikTok** 45 giây về chủ đề: '**Cách xử lý khi xe máy bị ngập nước**'.

Yêu cầu:

- Có **mở đầu gây tò mò** (3s đầu).
- Phần thân hướng dẫn **3 bước ngắn gọn**.
- Kết thúc **kêu gọi hành động**.
- Giọng văn **dân dã, anh em kỹ thuật**."



Thực hành Nhóm: Kỹ sư viết Kịch bản

Sử dụng **AI (ChatGPT/Gemini)** trên điện thoại để tạo ra 01 **Kịch bản Video** ngắn về một "pan bệnh" ô tô thường gặp.

(Ví dụ: Điều hòa không mát, Phanh kêu két két, Vô lăng bị rung...)

Luật Chơi Số: Bản Quyền & Tái Sử dụng

Tiết 3: An toàn pháp lý & Tối ưu hóa nguồn lực

"Xào nấu" nội dung thông minh

Cân thận Dính Gây!

Miễn phí xem ≠ Miễn phí dùng

- **Rủi ro:** Video bị tắt tiếng, kênh bị khóa vĩnh viễn, mất uy tín.
- **Sai lầm phổ biến:**
 - Lấy nhạc V-Pop/K-Pop làm nền.
 - Tải ảnh Google có logo mờ (Watermark).
 - Copy bài viết không ghi nguồn.

"(video name)" This video available due to a **copyright (company)**.

Vùng An Toàn: Nguồn "Sạch" Creative Commons (CC)

Giấy phép cho phép sử dụng miễn phí, thường yêu cầu ghi công tác giả.

YouTube Audio Library

Kho nhạc và âm thanh nền miễn phí, an toàn tuyệt đối cho YouTuber.

Unsplash & Pexels

Kho ảnh chất lượng cao, miễn phí bản quyền (Royalty-free) cho dân thiết kế.

Quy tắc Ghi nguồn: TRAS

Công thức để tôn trọng tác giả và bảo vệ kênh của bạn.

- **T - Title:** Tên tác phẩm.
- **R - Creator:** Tên Tác giả.
- **A - Attribution:** Link gốc (Dẫn nguồn).
- **S - Source:** Loại giấy phép (VD: CC BY 4.0).

Tư duy "Độ Xe" Nội dung (Repurpose)

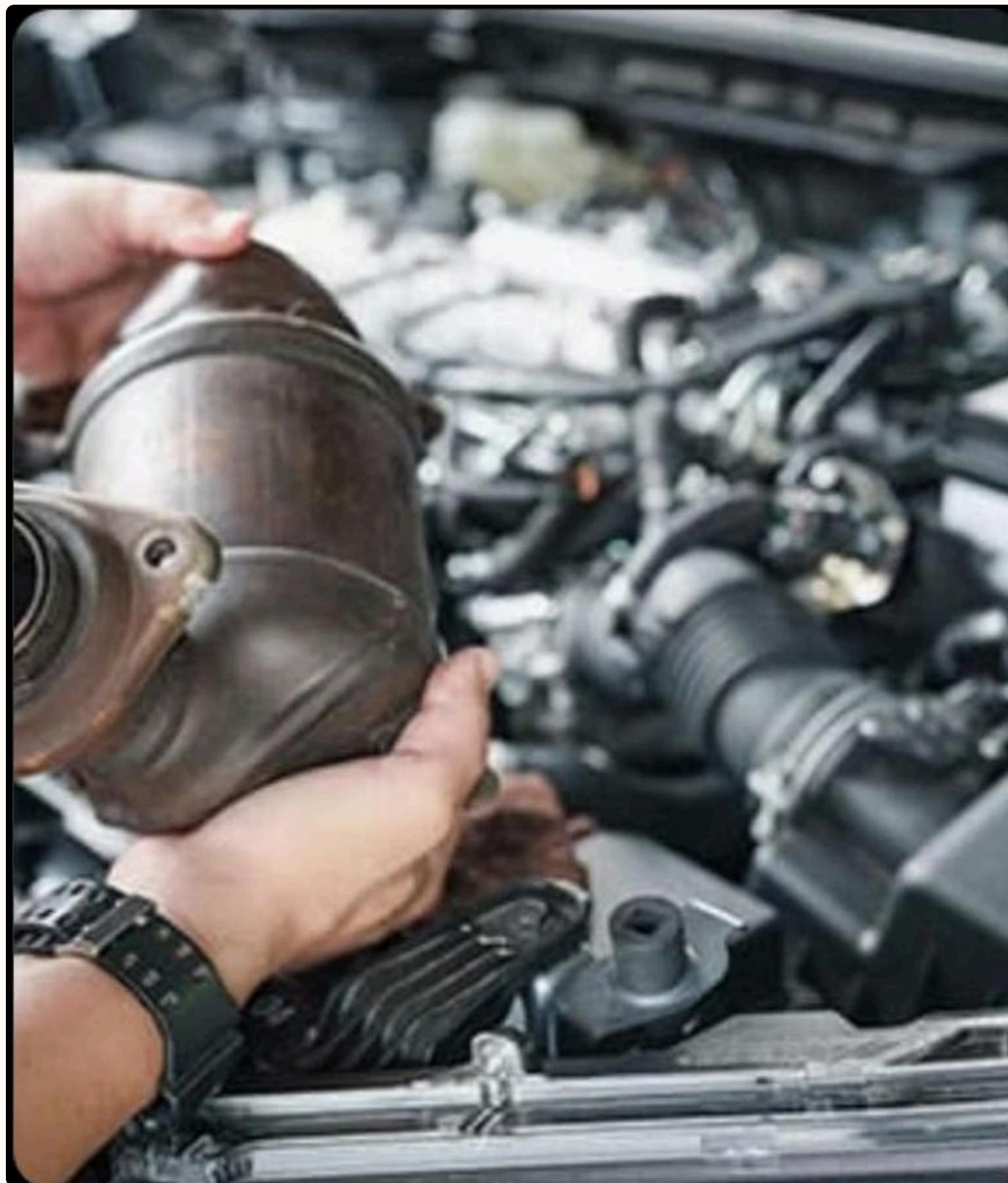
Đừng lãng phí tài nguyên! Hãy **"xào nấu"** một **nội dung gốc** thành nhiều món.

Ví dụ: **Đồ án "Phanh ABS"**

Báo cáo Word (Gốc)

Ảnh Infographic (Đăng Facebook)

Video 60s (Đăng TikTok)



A person's hands holding a car part (likely a brake caliper or rotor) over the engine bay of a car, illustrating the concept of repurposing car parts.

Thực hành: Thám tử Bản quyền

Quan sát video mẫu và tìm ra 3 lỗi **vô phạm bản quyền**.

(Gợi ý: Nhạc nền, Hình ảnh có logo, Cách ghi nguồn)

Bài tập về nhà & Tổng kết

Nhiệm vụ:

- Quay 01 **Video ngắn** (30-60s) dựa trên **kịch bản AI** đã tạo.
- **Bắt buộc:** Sử dụng nhạc từ **YouTube Audio Library**.
- **Ghi nguồn** đầy đủ (**TRAS**) trong **phân mô tả**.
- Đăng lên **TikTok/Reels** kèm **hashtag lớp học**.

