

NỘI DUNG 3: SÁNG TẠO NỘI DUNG SỐ

MỤC LỤC

Giới thiệu chung.....	3
1.1 Phân tích mục tiêu và đối tượng.....	4
1.1.1 Giới thiệu.....	4
1.1.2 Nội dung chính: Xác định Mục tiêu và Đối tượng.....	4
1.1.3 Liên hệ thực tiễn và Kết luận.....	5
1.1.4 Chuẩn đầu ra và Hoạt động củng cố.....	5
1.2 Lập kế hoạch nội dung số.....	5
1.2.1 Giới thiệu.....	5
1.2.2 Nội dung chính: Lập kế hoạch và Xác định loại nội dung.....	6
1.2.3 Liên hệ thực tiễn và Kết luận.....	7
1.2.4 Chuẩn đầu ra và Hoạt động củng cố.....	7
1.3 Sản xuất nội dung số.....	7
1.3.1 Giới thiệu.....	7
1.3.2 Nội dung chính: Tiêu chí và Công cụ sản xuất nội dung.....	7
1.3.3 Liên hệ thực tiễn và Kết luận.....	8
1.3.4 Chuẩn đầu ra và Hoạt động củng cố.....	8
2.1 Rà soát và đánh giá nội dung đã có.....	9
2.1.1 Giới thiệu.....	9
2.1.2 Nội dung chính: Các bước Rà soát và Đánh giá.....	9
2.1.3 Liên hệ thực tiễn và Kết luận.....	10
2.1.4 Chuẩn đầu ra và Hoạt động củng cố.....	10
2.2 Thiết kế khung nội dung mới.....	11
2.2.1 Giới thiệu.....	11
2.2.2 Nội dung chính: Xây dựng khung dàn ý/storyboard.....	11
2.2.3 Liên hệ thực tiễn và Kết luận.....	12
2.2.4 Chuẩn đầu ra và Hoạt động củng cố.....	12
Phần 2.3: Biên tập và chuyển đổi nội dung.....	13
2.3.1 Giới thiệu.....	13
2.3.2 Nội dung chính: Các kỹ thuật Biên tập & Chuyển đổi.....	13
2.3.3 Liên hệ thực tiễn và Công cụ hỗ trợ.....	14
2.3.4 Chuẩn đầu ra và Hoạt động củng cố.....	14
3.1 Xác định các thành phần có thể có bản quyền.....	15
3.1.1 Giới thiệu.....	15

3.1.2 Nội dung chính: Các bước Nhận diện và Xử lý.....	15
3.1.3 Liên hệ thực tiễn và Kết luận.....	17
3.1.4 Chuẩn đầu ra và Hoạt động củng cố.....	17
3.2 Kiểm tra nguồn gốc và giấy phép sử dụng.....	18
3.2.1 Giới thiệu.....	18
3.2.2 Nội dung chính: Phân loại và Tra cứu Giấy phép.....	18
3.2.3 Liên hệ thực tiễn và Kết luận.....	19
3.2.4 Chuẩn đầu ra và Hoạt động củng cố.....	19
3.3 Áp dụng giấy phép bản quyền sử dụng.....	19
3.3.1 Giới thiệu.....	20
3.3.2 Nội dung chính: Quy tắc áp dụng Giấy phép Bản quyền.....	20
3.3.3 Liên hệ thực tiễn và Kết luận.....	21
3.3.4 Chuẩn đầu ra và Hoạt động củng cố.....	21
4.1 LỰA CHỌN CÔNG NGHỆ PHÙ HỢP.....	21
4.1.1 Giới thiệu.....	21
4.1.2 Nội dung chính: Các bước Nhận diện và Xử lý.....	21
4.1.3 Liên hệ thực tiễn và Kết luận.....	22
4.1.4 Chuẩn đầu ra và Hoạt động củng cố.....	22
4.2 ÁP DỤNG CÁC KHÂU THIẾT KẾ, CÀI ĐẶT VÀ KIỂM THỬ.....	23
4.2.1 Giới thiệu.....	23
4.2.2 Nội dung chính: Các bước Nhận diện và Xử lý (Theo Quy trình).....	23
4.2.3 Liên hệ thực tiễn và Kết luận.....	23
4.2.4 Chuẩn đầu ra và Hoạt động củng cố.....	24

Giới thiệu chung

1. Giới thiệu khóa học

Nội dung chính: Trong bối cảnh đầy mạnh **Chuyển đổi số quốc gia**, việc trang bị năng lực số cho các thế hệ công dân, đặc biệt là người học trong các cơ sở giáo dục đại học, trở thành một nhiệm vụ chiến lược. Khóa học "**Nâng cao năng lực kiến tạo sản phẩm theo Khung năng lực số của Bộ Giáo dục và Đào tạo**" được xây dựng nhằm phổ cập kiến thức và kỹ năng số thiết yếu, đáp ứng yêu cầu của **Khung năng lực số cho người học** ban hành tại Thông tư số 02/2025/TT-BGDĐT ngày 24/01/2025 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo.

2. Mục tiêu đào tạo và giá trị cốt lõi

Nội dung chính: Chương trình đào tạo hướng tới mục tiêu cung cấp cho người học những nền tảng vững chắc để **nắm vững kiến thức và kỹ năng số**, đạt được **năng lực bậc 5 đến bậc 6** theo Khung năng lực số đã quy định. Khóa học được thiết kế nhằm giúp người học có khả năng **tự học, tự nghiên cứu** để đáp ứng các nhu cầu chung trong học tập, nghiên cứu khoa học, đồng thời là bước chuẩn bị quan trọng khi **tham gia vào lực lượng lao động** trong kỷ nguyên số.

3. Nội dung chương trình đào tạo

Nội dung chính: Chương trình đào tạo của khóa học được tổ chức một cách khoa học, dẫn dắt người học từng bước **hiện thực hóa ý tưởng thành sản phẩm số**, bao gồm 4 Module chính với các nội dung trọng tâm sau

- **Module 1: Phát triển nội dung số:** Module này tập trung vào việc trang bị cho người học khả năng **phân tích mục tiêu và đối tượng** người dùng, từ đó xây dựng **kế hoạch nội dung số hiệu quả** và **sản xuất các loại hình nội dung đa dạng** có giá trị thực tiễn trên các nền tảng số.
- **Module 2: Tích hợp và tạo lập lại nội dung số:** Người học sẽ được hướng dẫn quy trình **rà soát, đánh giá tài nguyên nội dung đã có**, đồng thời cung cấp phương pháp **thiết kế khung và biên tập, chuyển đổi** nội dung sang các định dạng mới phù hợp, nhằm tối ưu hóa nguồn lực và gia tăng hiệu quả truyền thông.
- **Module 3: Thực thi bản quyền và giấy phép:** Để đảm bảo tính hợp pháp và chuyên nghiệp của sản phẩm số, Module này cung cấp kiến thức nền tảng về **bản quyền số**. Người học sẽ được hướng dẫn cách **xác định các thành phần dễ vướng bản quyền, kiểm tra nguồn gốc và áp dụng đúng các loại giấy phép** khi sử dụng tài nguyên, từ đó tự tin sáng tạo.
- **Module 4: Lập trình:** Nếu như bạn đang muốn đưa ý tưởng của mình trở thành thực tế? Module này sẽ giúp bạn làm quen với lập trình Python cơ bản và các thuật toán để giải quyết vấn đề. Bạn sẽ được học cách biến các ý tưởng

phức tạp thành sản phẩm số thực tế, mở ra cánh cửa sáng tạo không giới hạn và sẵn sàng cho dự án cuối khoá đầy thử thách.

4. Phương pháp học & Thành quả bạn nhận được

Nội dung chính: Khóa học được triển khai theo hình thức **trực tuyến hoàn toàn**, mang lại sự linh hoạt tối đa cho người học trong việc sắp xếp thời gian biểu. Nội dung được truyền tải thông qua **các bài giảng video chuyên sâu**, kết hợp **tài liệu nghiên cứu định dạng văn bản** chi tiết và hệ thống **bài kiểm tra đánh giá** định kỳ nhằm củng cố kiến thức.

Kết thúc khóa học, người học sẽ được yêu cầu thực hiện **bài kiểm tra cuối khoá** theo các nội dung đã học. Những cá nhân đạt yêu cầu sẽ được **cấp chứng nhận hoàn thành khóa học**, minh chứng cho việc **nắm vững kiến thức và kỹ năng số chuẩn quốc gia**, sẵn sàng cho các nhu cầu học tập, nghiên cứu và tham gia hiệu quả vào môi trường làm việc số.

5. Lời kêu gọi hành động

Nội dung chính: Hãy là thế hệ tiên phong làm chủ công nghệ - Tham gia khóa học để khẳng định năng lực bản thân!

1.1 Phân tích mục tiêu và đối tượng

- **Mục tiêu của phần này:** Giúp sinh viên hiểu rõ tầm quan trọng và cách thức xác định mục tiêu cũng như phân tích đối tượng cho nội dung số, từ đó xây dựng chân dung người học/người tiêu dùng nội dung một cách rõ ràng và chính xác.
- **Thời lượng dự kiến:** 30-40 phút (bao gồm cả hoạt động học).

1.1.1 Giới thiệu

- **Ý tưởng chính:** Nhấn mạnh rằng việc hiểu rõ "làm nội dung cho ai?" và "để làm gì?" là kim chỉ nam cho mọi hoạt động sáng tạo nội dung hiệu quả. Đặt câu hỏi mở để sinh viên suy nghĩ về các nội dung họ thường xem và mục đích của chúng.
- **Ví dụ/Hình ảnh gợi ý:** Biểu tượng mũi tên chỉ hướng, la bàn, một người đang hỏi "Ai?" và "Tại sao?".

1.1.2 Nội dung chính: Xác định Mục tiêu và Đối tượng

- **Bước 1: Xác định Mục tiêu nội dung số:**
 - **Ý tưởng chính:** Giải thích khái niệm Mục tiêu nội dung số và phân loại các nhóm mục tiêu phổ biến (Giáo dục, Giải trí, Thuyết phục/Bán hàng,

Xây dựng thương hiệu, Hỗ trợ khách hàng). Nhấn mạnh tầm quan trọng của việc đặt mục tiêu SMART.

- **Ví dụ/Hình ảnh gợi ý:** Biểu đồ mục tiêu SMART, các icon đại diện cho từng loại mục tiêu.
- **Bước 2: Phân tích Đối tượng nội dung số:**
 - **Ý tưởng chính:** Giới thiệu khái niệm và cách xây dựng Chân dung người dùng (User Persona) qua 3 yếu tố: Nhân khẩu học, Tâm lý học, và Thói quen số (Digital Habits). Nhấn mạnh việc hiểu đối tượng giúp tùy chỉnh nội dung và kênh phân phối.
 - **Ví dụ/Hình ảnh gợi ý:** Một ví dụ về User Persona đơn giản; biểu đồ các nền tảng mạng xã hội.
- **Bước 3: Tầm quan trọng của việc rõ ràng Mục tiêu & Đối tượng:**
 - **Ý tưởng chính:** Kết nối hai yếu tố, giải thích hậu quả của việc không rõ ràng và nêu bật lợi ích khi thực hiện đúng.
 - **Ví dụ/Hình ảnh gợi ý:** Biểu đồ mục tiêu & đối tượng giao thoa; một mũi tên đi lạc khỏi mục tiêu.

1.1.3 Liên hệ thực tiễn và Kết luận

- **Ý tưởng chính:** Tóm tắt vai trò của việc phân tích mục tiêu và đối tượng như là "đặt nền móng" cho một chiến lược nội dung thành công. Khuyến khích sinh viên luôn bắt đầu bằng hai câu hỏi này.
- **Hình ảnh gợi ý:** Biểu tượng nền móng vững chắc, bản đồ chỉ đường.

1.1.4 Chuẩn đầu ra và Hoạt động củng cố

- **Chuẩn đầu ra:** Sinh viên có khả năng xác định mục tiêu và đối tượng một cách rõ ràng, chính xác; phân tích đặc điểm người dùng theo từng nền tảng.
- **Hoạt động đề xuất:** Nghiên cứu tài liệu text, xem video hướng dẫn, trả lời câu hỏi trắc nghiệm, và thực hành xây dựng Persona đơn giản.

1.2 Lập kế hoạch nội dung số

Mục tiêu của phần này: Giúp sinh viên nắm vững cách **lập kế hoạch nội dung** theo thời gian (tháng/quý/năm) và **xác định loại nội dung phù hợp** với mục tiêu, từ đó phân biệt được các định dạng nội dung số, yêu cầu cập nhật và tính phù hợp của chúng.

1.2.1 Giới thiệu

- **Ý tưởng chính:** Nhấn mạnh tầm quan trọng của việc lập kế hoạch sau khi đã có mục tiêu và đối tượng (nổi tiếp từ Phần 1.1). So sánh việc lập kế hoạch nội dung với việc lập kế hoạch cho một chuyến đi – cần bản đồ và phương tiện.

1.2.2 Nội dung chính: Lập kế hoạch và Xác định loại nội dung

Bước 1: Lập kế hoạch nội dung theo khung thời gian

- **Ý tưởng chính:** Giải thích khái niệm **kế hoạch nội dung** và tầm quan trọng của nó trong việc duy trì sự nhất quán và hiệu quả.
 - **Kế hoạch dài hạn (Năm):** Xác định chủ đề lớn, chiến dịch chính, sự kiện quan trọng.
 - **Kế hoạch trung hạn (Quý/Tháng):** Chia nhỏ chủ đề lớn thành các chuỗi nội dung, đặt mục tiêu cụ thể hơn cho từng giai đoạn.
 - **Kế hoạch ngắn hạn (Tuần/Ngày):** Lên lịch bài đăng chi tiết, phân công nhiệm vụ.
 - **Công cụ hỗ trợ:** Giới thiệu các công cụ đơn giản như lịch Google, bảng Excel/Google Sheets, hoặc các công cụ quản lý dự án (Notion, Trello).

Bước 2: Xác định loại nội dung phù hợp

- **Ý tưởng chính:** Giới thiệu đa dạng các loại định dạng nội dung số và phân tích ưu nhược điểm, tính phù hợp của từng loại.
 - **Bài viết (Blog Post/Articles):** Ưu điểm (SEO, thông tin chi tiết), nhược điểm (cần thời gian đọc).
 - **Infographic:** Ưu điểm (trực quan, dễ chia sẻ), nhược điểm (phức tạp khi tạo).
 - **Video (YouTube, TikTok, Reels):** Ưu điểm (tương tác cao, hấp dẫn), nhược điểm (tốn công sản xuất).
 - **Podcast:** Ưu điểm (tiện lợi, có thể nghe khi làm việc khác), nhược điểm (khó tiếp cận người không thích nghe).
 - **Carousel/Slide (Instagram, LinkedIn):** Ưu điểm (trực quan, ngắn gọn, tương tác), nhược điểm (giới hạn thông tin).
 - **Livestream:** Ưu điểm (tương tác trực tiếp, chân thực), nhược điểm (cần chuẩn bị kỹ, rủi ro kỹ thuật).
- **Tiêu chí lựa chọn:** Nhấn mạnh rằng lựa chọn loại nội dung phải dựa trên:
 - **Mục tiêu nội dung:** Ví dụ, giáo dục cần bài viết/video dài; giải trí cần video ngắn/livestream.
 - **Đối tượng:** Thói quen tiêu thụ nội dung của họ.
 - **Nền tảng phân phối:** Mỗi nền tảng ưa chuộng một định dạng nhất định.

- **Nguồn lực:** Thời gian, kỹ năng, công cụ sẵn có.

1.2.3 Liên hệ thực tiễn và Kết luận

- **Ý tưởng chính:** Tổng kết vai trò của việc lập kế hoạch nội dung như một "bộ khung" vững chắc cho hoạt động sáng tạo. Nhấn mạnh rằng kế hoạch không cứng nhắc mà có thể linh hoạt điều chỉnh.

1.2.4 Chuẩn đầu ra và Hoạt động củng cố

- **Ý tưởng chính:** Nêu rõ chuẩn đầu ra của phần học: Sinh viên có khả năng phân biệt các loại nội dung số, yêu cầu cập nhật và tính phù hợp với mục tiêu.
- **Hoạt động đề xuất:** Nghiên cứu tài liệu text, xem video hướng dẫn (demo các công cụ lập kế hoạch), trả lời câu hỏi trắc nghiệm. **Bài tập nhỏ:** Sinh viên lên kế hoạch nội dung cho một tháng với một chủ đề cụ thể, chọn 2-3 loại nội dung phù hợp.
- **Ví dụ câu hỏi trắc nghiệm:** Câu hỏi về ưu nhược điểm của các loại nội dung, cách chọn định dạng phù hợp.

1.3 Sản xuất nội dung số

Mục tiêu của phần này: Giúp sinh viên **hiểu rõ các tiêu chí** để tạo ra nội dung có giá trị thật sự và **biết về các công cụ** xây dựng nội dung tương ứng, từ đó nâng cao kỹ năng sản xuất nội dung số.

1.3.1 Giới thiệu

- **Ý tưởng chính:** Nối tiếp từ Phần 1.2 (Lập kế hoạch), nhấn mạnh rằng kế hoạch có tốt đến mấy cũng cần được thực hiện thông qua giai đoạn sản xuất. Đặt câu hỏi về yếu tố làm nên một nội dung 'có giá trị'.

1.3.2 Nội dung chính: Tiêu chí và Công cụ sản xuất nội dung

Bước 1: Tiêu chí nội dung có giá trị thật sự

- **Ý tưởng chính:** Giải thích sâu hơn về khái niệm "nội dung có giá trị". Nội dung không chỉ đẹp mà còn phải đáp ứng nhu cầu thực sự của đối tượng.
 - **Giúp đỡ/Cung cấp giải pháp:** Giải quyết vấn đề, cung cấp thông tin hữu ích.
 - **Giải trí:** Mang lại tiếng cười, thư giãn, khơi gợi cảm xúc tích cực.
 - **Truyền cảm hứng:** Thúc đẩy tư duy, tạo động lực, thay đổi góc nhìn.
 - **Thúc đẩy hành động:** Kêu gọi mua, đăng ký, chia sẻ, tương tác.

Bước 2: Tiêu chí xây dựng nội dung hoặc lựa chọn nhân sự/công cụ

- **Ý tưởng chính:** Đi sâu vào các kỹ năng và yêu cầu cụ thể khi sản xuất từng loại nội dung, đồng thời gợi ý các công cụ hỗ trợ.
 - **Khả năng viết nội dung hấp dẫn:**
 - Viết đúng **giọng điệu thương hiệu/cá nhân**, phù hợp **nền tảng** (SEO cho Blog, Hashtag cho Social, kêu gọi hành động cho quảng cáo).
 - Công cụ: Google Docs, Grammarly, Hemingway Editor.
 - **Khả năng sáng tạo kịch bản video hấp dẫn:**
 - Tạo kịch bản cho video ngắn (TikTok, Reels) và video dài (YouTube), có cấu trúc rõ ràng (mở đầu, phát triển, kết thúc).
 - Công cụ: Google Docs, Notion (cho kịch bản).
 - **Khả năng thiết kế hình ảnh bắt mắt:**
 - Đảm bảo thiết kế phù hợp **kích thước từng nền tảng**, hài hòa về màu sắc, font chữ.
 - Công cụ: Canva, Adobe Express (dễ dùng), Adobe Photoshop, Illustrator (chuyên nghiệp).
 - **Khả năng quay/chỉnh sửa video, âm thanh:**
 - Hiểu về ánh sáng, góc quay, thu âm rõ ràng.
 - Biết cắt ghép, thêm hiệu ứng, nhạc nền, chỉnh màu.
 - Công cụ: CapCut, KineMaster (di động), DaVinci Resolve, Adobe Premiere Pro (video); Audacity, Adobe Audition (âm thanh).

1.3.3 Liên hệ thực tiễn và Kết luận

- **Ý tưởng chính:** Tổng kết vai trò của giai đoạn sản xuất nội dung như việc biến ý tưởng và kế hoạch thành sản phẩm thực tế. Nhấn mạnh rằng chất lượng sản xuất quyết định phần lớn sự thành công của nội dung. Khuyến khích sinh viên thực hành để nâng cao kỹ năng.

1.3.4 Chuẩn đầu ra và Hoạt động củng cố

- **Ý tưởng chính:** Nêu rõ chuẩn đầu ra của phần học: Sinh viên **hiểu về các loại nội dung và công cụ xây dựng nội dung tương ứng**.
- **Hoạt động đề xuất:** Nghiên cứu tài liệu text, xem video hướng dẫn (đặc biệt là demo sử dụng công cụ), trả lời câu hỏi trắc nghiệm. **Bài tập thực hành:** Giao nhiệm vụ sản xuất một sản phẩm nội dung nhỏ theo kế hoạch đã lập (ví dụ: một bài đăng social media với hình ảnh tự thiết kế, một video ngắn 30s).

- **Ví dụ câu hỏi trắc nghiệm:** Câu hỏi về tiêu chí nội dung có giá trị, công cụ phù hợp cho từng loại nội dung, hoặc kỹ năng cần thiết cho việc sản xuất.

2.1 Rà soát và đánh giá nội dung đã có

Mục tiêu của phần này: Giúp sinh viên nắm vững quy trình **thu thập, phân loại và đánh giá** nội dung số hiện có, từ đó đưa ra quyết định phù hợp cho việc tích hợp và tạo lập lại.

2.1.1 Giới thiệu

- **Ý tưởng chính:** Nhấn mạnh tầm quan trọng của việc **tận dụng và tối ưu hóa** nội dung đã có trong bối cảnh sáng tạo nội dung số liên tục. Giới thiệu đây là bước nền tảng để tránh lãng phí nguồn lực và tạo ra những sản phẩm mới chất lượng hơn.

2.1.2 Nội dung chính: Các bước Rà soát và Đánh giá

Bước 1: Thu thập tất cả nội dung số liên quan

- **Ý tưởng chính:** Hướng dẫn sinh viên cách tìm kiếm và tập hợp tất cả các nội dung số đã được tạo ra.
 - Xác định **các nguồn** lưu trữ nội dung đa dạng (website, mạng xã hội, kho đám mây, email, tài liệu nội bộ).
 - Liệt kê **các định dạng** nội dung phổ biến cần thu thập (text, video, hình ảnh, âm thanh, tài liệu trình chiếu).
 - Nhấn mạnh việc tập hợp nội dung về một nơi để dễ quản lý và có cái nhìn tổng quan.
- **Hoạt động đề xuất:** Nghiên cứu tài liệu text, xem video hướng dẫn về công cụ/phương pháp thu thập nội dung hiệu quả (ví dụ: cách sử dụng Google Drive, Notion để tập hợp).

Bước 2: Phân loại nội dung theo chủ đề, định dạng, và độ cập nhật

- **Ý tưởng chính:** Giải thích tầm quan trọng của việc sắp xếp nội dung một cách có hệ thống để dễ dàng tìm kiếm và đánh giá.
 - **Phân loại theo Chủ đề:** Nhóm các nội dung có cùng chủ đề hoặc lĩnh vực (ví dụ: Marketing, Khoa học, Giáo dục). Giúp dễ dàng tìm kiếm và tạo các chuỗi nội dung liên quan.

- **Phân loại theo Định dạng:** Nhóm theo loại nội dung (bài viết, video, infographic). Giúp đánh giá tiềm năng chuyển đổi định dạng (repurpose) cho các nền tảng khác nhau.
- **Phân loại theo Độ cập nhật:** Đây là tiêu chí quan trọng nhất. Chia nội dung thành 3 loại:
 - **Nội dung xanh (Evergreen content):** Nội dung có giá trị bền vững, không lỗi thời (ví dụ: kiến thức cơ bản, nguyên lý).
 - **Nội dung cần cập nhật:** Nội dung có thông tin, số liệu, hoặc xu hướng đã thay đổi, cần được bổ sung hoặc chỉnh sửa.
 - **Nội dung lỗi thời/không phù hợp:** Nội dung chứa thông tin sai lệch, không còn giá trị, cần loại bỏ hoặc thay thế hoàn toàn.
- **Ví dụ/Hình ảnh gợi ý:** Biểu đồ phân loại theo chủ đề/định dạng, biểu đồ đèn giao thông (xanh - vàng - đỏ) hoặc kim tự tháp cho độ cập nhật.
- **Hoạt động đề xuất:** Nghiên cứu tài liệu text, xem video hướng dẫn về cách tạo bảng phân loại (ví dụ trên Excel/Google Sheets) hoặc sử dụng các công cụ quản lý nội dung.

Bước 3: Đánh giá độ phù hợp và tiềm năng tái sử dụng

- **Ý tưởng chính:** Hướng dẫn sinh viên cách đánh giá một cách khách quan để đưa ra quyết định "giữ, sửa, bỏ" cho từng nội dung.
 - Đưa ra **các câu hỏi gợi ý** khi đánh giá: Nội dung có phù hợp với mục tiêu mới không? Có còn chính xác không? Đối tượng mục tiêu có trùng khớp không? Có thể chuyển đổi hay kết hợp với nội dung khác không? Mức độ công sức chỉnh sửa có đáng không?
 - Nhấn mạnh việc đánh giá dựa trên **mục tiêu, độ chính xác, đối tượng, và khả năng tái sử dụng** để đưa ra quyết định sáng suốt.
- **Ví dụ/Hình ảnh gợi ý:** Biểu tượng bảng kiểm tra (checklist), người đang cân nhắc, ba cánh cửa với nhãn "Giữ", "Sửa", "Bỏ".
- **Hoạt động đề xuất:** Nghiên cứu tài liệu text, xem video hướng dẫn minh họa quy trình đánh giá một nội dung cụ thể.

2.1.3 Liên hệ thực tiễn và Kết luận

- **Ý tưởng chính:** Tổng kết các bước đã học và nhấn mạnh **lợi ích chiến lược** của việc rà soát và đánh giá nội dung: tiết kiệm nguồn lực, tăng hiệu quả, đảm bảo chất lượng và tính nhất quán, mở rộng phạm vi tiếp cận. So sánh việc này với việc sắp xếp một kho hàng để tối ưu hóa việc sử dụng.

2.1.4 Chuẩn đầu ra và Hoạt động củng cố

- **Ý tưởng chính:** Nêu rõ **chuẩn đầu ra** của phần học: Sinh viên có khả năng thu thập, phân loại và đánh giá độ cập nhật và độ phù hợp của nội dung số hiện có.
- **Hoạt động đề xuất:** Nghiên cứu tài liệu text chi tiết, xem lại video hướng dẫn, và trả lời câu hỏi trắc nghiệm để kiểm tra và củng cố kiến thức.
- **Ví dụ câu hỏi trắc nghiệm:** 2-3 câu hỏi điền hình để kiểm tra hiểu biết về các khái niệm (Evergreen content), các bước thực hiện (phân loại), và mục đích (lợi ích của việc rà soát).

2.2 Thiết kế khung nội dung mới

Mục tiêu của phần này: Giúp sinh viên nắm vững cách xây dựng khung dàn ý (outline) hoặc storyboard cho sản phẩm nội dung mới, đồng thời xác định vị trí phù hợp để tích hợp, rút trích, tóm tắt hoặc làm nổi bật nội dung cũ.

2.2.1 Giới thiệu

- **Ý tưởng chính:** Nhấn mạnh tầm quan trọng của việc có một "bản thiết kế" rõ ràng trước khi xây dựng nội dung. Liên hệ với kiến thức đã học ở phần 2.1 (rà soát nội dung cũ) để làm nổi bật vai trò của việc tái sử dụng nội dung. Việc thiết kế khung sườn nội dung giúp chuyển hóa các ý tưởng và vật liệu thô (nội dung cũ) thành một cấu trúc có mục đích, mạch lạc và hấp dẫn.

2.2.2 Nội dung chính: Xây dựng khung dàn ý/storyboard

Bước 1: Xác định mục tiêu và đối tượng của nội dung mới

- **Ý tưởng chính:** Nhắc lại tầm quan trọng của mục tiêu và đối tượng (đã học ở 1.1) nhưng nhấn mạnh sự cụ thể hóa cho sản phẩm nội dung mới này. Giúp sinh viên hiểu rằng mỗi nội dung mới cần một mục đích rõ ràng và hướng đến một nhóm đối tượng cụ thể để đạt hiệu quả cao nhất.

Bước 2: Lựa chọn định dạng và cấu trúc phù hợp

- **Ý tưởng chính:**
 - Giới thiệu hai công cụ chính: **Dàn ý (Outline)** và **Storyboard**.
 - Giải thích khi nào nên dùng **dàn ý** (nội dung nặng về text như bài viết, bài giảng, báo cáo) và khi nào nên dùng **storyboard** (nội dung hình ảnh/video như phim ngắn, quảng cáo, clip mạng xã hội).
 - Nhấn mạnh việc lựa chọn định dạng phù hợp với mục tiêu, đối tượng và loại nội dung muốn tạo.

Bước 3: Xây dựng khung dàn ý chi tiết (áp dụng cho nội dung text)

- **Ý tưởng chính:**
 - Hướng dẫn các yếu tố cần có trong dàn ý: Tiêu đề chính, các phần/chương, các ý nhỏ, ví dụ, số liệu, vị trí cho lời kêu gọi hành động (CTA).
 - Tập trung vào cách "**điền**" **nội dung cũ vào dàn ý mới** thông qua các kỹ thuật: **chèn** (đặt nguyên văn), **rút trích** (lấy thông tin cốt lõi), **tóm tắt** (rút gọn), **làm nổi bật** (nhấn mạnh).
 - Cung cấp mẹo để dàn ý mạch lạc, logic, và dễ hiểu.

Bước 4: Thiết kế Storyboard (áp dụng cho nội dung đa phương tiện)

- **Ý tưởng chính:**
 - Giải thích storyboard là gì và vai trò của nó (hình dung trực quan chuỗi nội dung đa phương tiện theo thời gian).
 - Hướng dẫn các yếu tố cần có trong mỗi khung storyboard: mô tả hình ảnh/cảnh quay, lời thoại/văn bản hiển thị, âm thanh/nhạc nền, hiệu ứng đặc biệt/chuyển cảnh.
 - Cách tích hợp nội dung cũ vào storyboard: sử dụng lại cảnh quay có sẵn, biến đổi văn bản cũ thành lời thoại, tái sử dụng âm thanh/nhạc nền phù hợp.

2.2.3 Liên hệ thực tiễn và Kết luận

- **Ý tưởng chính:** Nhấn mạnh lợi ích của việc thiết kế khung nội dung: tiết kiệm thời gian và công sức, đảm bảo tính logic và mạch lạc cho sản phẩm, tạo điều kiện thuận lợi cho việc hợp tác nhóm, và tối ưu hóa việc tái sử dụng nội dung cũ. So sánh việc này với việc xây nhà cần bản vẽ chi tiết để đảm bảo chất lượng và hiệu quả.

2.2.4 Chuẩn đầu ra và Hoạt động củng cố

- **Ý tưởng chính:** Nêu rõ chuẩn đầu ra của phần học.
- **Hoạt động đề xuất:** Nghiên cứu tài liệu text, xem lại video hướng dẫn, trả lời câu hỏi trắc nghiệm để kiểm tra và củng cố kiến thức.
- **Ví dụ câu hỏi trắc nghiệm:** 2-3 câu hỏi điền hình về dàn ý, storyboard và cách tích hợp nội dung cũ.

Phần 2.3: Biên tập và chuyển đổi nội dung

Mục tiêu của phần này: Giúp sinh viên nắm vững các kỹ thuật và công cụ biên tập để **chuẩn hóa, cập nhật, cắt, ghép, và chuyển đổi** nội dung, tạo ra sản phẩm mới phù hợp với định dạng và mục tiêu đã thiết kế.

2.3.1 Giới thiệu

- **Ý tưởng chính:** Nhấn mạnh đây là giai đoạn "biên kế hoạch thành hành động" hoặc "hiện thực hóa bản thiết kế". Nối tiếp từ Phần 2.2 (Thiết kế khung nội dung mới), làm rõ tầm quan trọng của việc biên tập và chuyển đổi để nội dung cũ có thể phục vụ mục tiêu mới.

2.3.2 Nội dung chính: Các kỹ thuật Biên tập & Chuyển đổi

Bước 1: Chuẩn hóa ngôn ngữ, tông giọng, định dạng

- **Ý tưởng chính:**
 - Giải thích tầm quan trọng của sự **nhất quán** trong ngôn ngữ và tông giọng (phù hợp với thương hiệu/mục tiêu, đối tượng mới).
 - Thảo luận về các phong cách ngôn ngữ (trang trọng, thân thiện, hài hước...).
 - Hướng dẫn chuẩn hóa định dạng (font chữ, cỡ chữ, màu sắc, bố cục, quy tắc viết hoa/thường, căn lề...) để đảm bảo tính chuyên nghiệp và dễ đọc trên các nền tảng khác nhau.

Bước 2: Cập nhật dữ liệu, hình ảnh, ví dụ cho phù hợp thời điểm mới

- **Ý tưởng chính:**
 - Nhấn mạnh việc kiểm tra và cập nhật các thông tin dễ lỗi thời: số liệu thống kê, nghiên cứu, ví dụ, xu hướng, thông tin liên hệ.
 - Hướng dẫn tìm kiếm và sử dụng nguồn dữ liệu, hình ảnh, ví dụ mới, đáng tin cậy.
 - Thảo luận về việc thay thế hoặc bổ sung hình ảnh, đồ họa để tăng tính hấp dẫn và phù hợp.

Bước 3: Cắt, ghép, chuyển đổi nội dung theo đúng hình thức mới

- **Ý tưởng chính:**
 - Đây là phần thực hành các kỹ thuật biến đổi nội dung dựa trên dàn ý/storyboard.

- **Cắt (Trim/Cut):** Loại bỏ những phần không cần thiết, lặp lại, hoặc lỗi thời.
- **Ghép (Combine/Merge):** Kết hợp các phần nội dung khác nhau để tạo ra một thể thống nhất.
- **Chuyển đổi (Transform/Repurpose):** Biến đổi từ định dạng này sang định dạng khác (ví dụ: bài viết thành slide, slide thành video, video thành podcast).
- Giới thiệu các công cụ biên tập phù hợp cho từng định dạng (VD: công cụ soạn thảo văn bản, phần mềm thiết kế đồ họa, phần mềm chỉnh sửa video/âm thanh).

2.3.3 Liên hệ thực tiễn và Công cụ hỗ trợ

- **Ý tưởng chính:** Nêu bật tầm quan trọng của việc sử dụng công cụ biên tập hiệu quả. Giới thiệu một số công cụ phổ biến cho từng loại định dạng (miễn phí/trả phí, dễ dùng/chuyên nghiệp).
- **Các công cụ gợi ý:**
 - **Văn bản:** Google Docs, Microsoft Word (kiểm tra ngữ pháp, chính tả).
 - **Hình ảnh/Infographic:** Canva, Adobe Express, Figma, Adobe Photoshop.
 - **Video:** CapCut, KineMaster (di động), DaVinci Resolve, Adobe Premiere Pro (máy tính).
 - **Âm thanh:** Audacity, Adobe Audition.
 - **Trình chiếu:** Google Slides, Microsoft PowerPoint.
- **Kết luận phần này:** Biên tập không chỉ là sửa lỗi mà là quá trình "điều khắc" nội dung để đạt được mục tiêu.

2.3.4 Chuẩn đầu ra và Hoạt động củng cố

- **Ý tưởng chính:** Nêu rõ chuẩn đầu ra của phần học: Sinh viên có khả năng áp dụng các công cụ biên tập để tạo ra nội dung mới phù hợp về định dạng và mục tiêu.
- **Hoạt động đề xuất:** Nghiên cứu tài liệu text, xem video hướng dẫn (đặc biệt là video demo sử dụng công cụ), trả lời câu hỏi trắc nghiệm. **Quan trọng:** Giao một bài tập thực hành nhỏ để sinh viên tự biên tập và chuyển đổi một nội dung cụ thể.
- **Ví dụ câu hỏi trắc nghiệm:** 2-3 câu hỏi về các kỹ thuật biên tập, công cụ phù hợp, hoặc các yếu tố cần chuẩn hóa/cập nhật.

3.1 Xác định các thành phần có thể có bản quyền

Mục tiêu của phần này: Giúp sinh viên nhận diện được các loại nội dung số (hình ảnh, âm thanh, video, văn bản) có khả năng được bảo hộ bản quyền, hiểu các khái niệm cơ bản và biết cách tìm kiếm, sử dụng nguồn tài nguyên hợp pháp, tránh vi phạm không đáng có.

3.1.1 Giới thiệu

- **Ý tưởng chính:** Nhấn mạnh rằng trong thế giới số, hầu hết mọi tác phẩm sáng tạo đều được bảo hộ bản quyền ngay từ khi ra đời, dù có ghi chú hay không. Việc sử dụng nội dung của người khác mà không xin phép cũng giống như "mượn đồ không hỏi" và có thể gây ra hậu quả pháp lý nghiêm trọng. Giới thiệu đây là kỹ năng nền tảng để trở thành một nhà sáng tạo nội dung có trách nhiệm và chuyên nghiệp.

3.1.2 Nội dung chính: Các bước Nhận diện và Xử lý

Bước 1: Hiểu các khái niệm cơ bản về bản quyền (Copyright)

- **Ý tưởng chính:** Trang bị cho sinh viên kiến thức cốt lõi để biết "cái gì" được bảo vệ và "quyền" của tác giả là gì.
 - **Bản quyền là gì?** Quyền pháp lý tự động trao cho người tạo ra một tác phẩm gốc, cho phép họ kiểm soát việc sử dụng và phân phối tác phẩm đó.
 - **Nội dung nào được bảo hộ?** Hầu hết mọi thứ: bài viết, hình ảnh, video, âm nhạc, đồ họa, phần mềm, phong chữ...
 - **Quyền của tác giả bao gồm những gì?** Quyền sao chép, phân phối, trưng bày, trình diễn và tạo ra các tác phẩm phái sinh.
- **Ví dụ/Hình ảnh gợi ý:** Biểu tượng lá chắn (shield) bảo vệ các icon đại diện cho nội dung (máy ảnh, nốt nhạc, trang văn bản, đoạn phim). Icon copyright (©).
- **Hoạt động đề xuất:** Nghiên cứu tài liệu text, xem video giải thích ngắn gọn về "Copyright là gì trong 5 phút".

Bước 2: Nhận diện các loại nội dung có nguy cơ vi phạm bản quyền cao

- **Ý tưởng chính:** Hướng dẫn sinh viên cách "soi" các thành phần trong một sản phẩm số và xác định đâu là những yếu tố rủi ro nhất.
 - **Hình ảnh & Video:**

- Nguồn rủi ro cao: Google Images, Pinterest, hình ảnh từ các website tin tức, mạng xã hội của người nổi tiếng/thương hiệu.
- Lưu ý: "Miễn phí xem" không có nghĩa là "miễn phí sử dụng". Watermark (logo mờ) là một dấu hiệu rõ ràng.
- **Âm nhạc & Âm thanh:**
 - Nguồn rủi ro cao: Bất kỳ bài hát thương mại nào (nhạc Việt, US-UK, K-Pop), nhạc nền trong phim.
 - Lưu ý: Kể cả một đoạn nhạc ngắn 10-15 giây cũng có thể bị đánh bản quyền, đặc biệt trên các nền tảng như YouTube, Facebook.
- **Văn bản & Trích dẫn:**
 - Nguồn rủi ro cao: Sao chép nguyên văn một đoạn dài từ bài báo, sách, blog khác mà không trích dẫn hoặc không được phép.
 - Lưu ý: Việc trích dẫn chỉ để ghi nhận tác giả, không mặc nhiên cho phép bạn sử dụng toàn bộ nội dung.
- **Logo & Yếu tố nhận diện thương hiệu:**
 - Nguồn rủi ro cao: Sử dụng logo của các công ty, tổ chức, sản phẩm khác trong nội dung của bạn mà không được phép.
 - Lưu ý: Logo không chỉ được bảo hộ bởi luật bản quyền (như một tác phẩm mỹ thuật ứng dụng) mà còn bởi luật sở hữu trí tuệ về **nhãn hiệu**. Sử dụng trái phép có thể gây nhầm lẫn về việc bạn được tài trợ hoặc hợp tác với thương hiệu đó, dẫn đến hậu quả pháp lý nghiêm trọng.
- **Ví dụ/Hình ảnh gợi ý:** Hình ảnh một người đang dùng kính lúp soi vào các thành phần của một website/video. Các biểu tượng cảnh báo (tam giác vàng chấm than) đặt cạnh icon hình ảnh, nốt nhạc, văn bản.
- **Hoạt động đề xuất:** Nghiên cứu tài liệu text, xem video phân tích các trường hợp vi phạm bản quyền phổ biến trên mạng xã hội.

Bước 3: Phương pháp kiểm tra và tìm kiếm nguồn tài nguyên hợp pháp

- **Ý tưởng chính:** Cung cấp cho sinh viên giải pháp thực tế: "Nếu không dùng được cái này, thì tôi có thể tìm cái thay thế ở đâu và dùng như thế nào?".
 - **Kiểm tra thông tin bản quyền:**
 - Tìm kiếm dấu hiệu: Chữ ký, watermark, thông tin (© Năm, Tên tác giả).
 - Sử dụng công cụ: Google Reverse Image Search để truy tìm nguồn gốc của bức ảnh.
 - **Sử dụng các nguồn tài nguyên miễn phí và có giấy phép mở:**

- Giới thiệu về **Creative Commons (CC)**: Một loại giấy phép cho phép sử dụng miễn phí tác phẩm dưới một số điều kiện nhất định (ghi công, phi thương mại...).
- Các kho tài nguyên uy tín:
 - **Hình ảnh**: Unsplash, Pexels, Pixabay.
 - **Âm nhạc/Âm thanh**: YouTube Audio Library, Pixabay Music, Bensound.
 - **Icon/Vector**: Flaticon, Freepik (lưu ý các điều khoản sử dụng).
- **Mua bản quyền sử dụng (Licensing)**:
 - Giới thiệu các trang stock trả phí như Adobe Stock, Shutterstock, Getty Images cho các dự án chuyên nghiệp cần nội dung độc quyền.
- **Ví dụ/Hình ảnh gợi ý**: Sơ đồ quy trình (flowchart) "Khi bạn muốn dùng một hình ảnh...". Logo của Unsplash, Pexels, Creative Commons, YouTube Audio Library.
- **Hoạt động đề xuất**: Nghiên cứu tài liệu text, thực hành tìm kiếm một hình ảnh và một bản nhạc trên các trang được gợi ý để sử dụng cho một dự án giả định.

3.1.3 Liên hệ thực tiễn và Kết luận

- **Ý tưởng chính**: Tổng kết các bước và nhấn mạnh hậu quả của việc vi phạm bản quyền (bị gỡ bỏ nội dung, khóa tài khoản, ảnh hưởng uy tín, thậm chí kiện tụng) và lợi ích của việc tuân thủ (an toàn pháp lý, thể hiện sự tôn trọng, xây dựng thương hiệu bền vững). So sánh việc này với việc xây một ngôi nhà: phải dùng vật liệu hợp pháp và có nguồn gốc rõ ràng thì ngôi nhà mới vững chắc.

3.1.4 Chuẩn đầu ra và Hoạt động củng cố

- **Ý tưởng chính**: Nêu rõ chuẩn đầu ra: Sinh viên có khả năng nhận diện các thành phần có nguy cơ vi phạm bản quyền và biết cách tìm kiếm, sử dụng các nguồn tài nguyên thay thế hợp pháp.
- **Hoạt động đề xuất**: Nghiên cứu tài liệu text chi tiết, xem lại video hướng dẫn, và trả lời câu hỏi trắc nghiệm.
- **Ví dụ câu hỏi trắc nghiệm**:
 1. Bạn tìm thấy một bức ảnh rất đẹp trên Google Images không có watermark, bạn có thể dùng nó cho bài thuyết trình của mình không? (Đáp án: Không, vì không rõ giấy phép sử dụng).

2. Nền tảng nào sau đây cung cấp nhạc nền miễn phí và an toàn cho video YouTube? (Đáp án: YouTube Audio Library).

3.2 Kiểm tra nguồn gốc và giấy phép sử dụng

Mục tiêu của phần này: Giúp sinh viên nắm rõ cách **phân loại các tài nguyên số theo giấy phép** và biết cách **tra cứu, sử dụng** chúng đúng quy định, tránh mọi rủi ro về bản quyền.

3.2.1 Giới thiệu

- **Ý tưởng chính:** Khơi gợi sự quan tâm bằng cách đặt vấn đề về việc sử dụng tài nguyên của người khác trên không gian mạng. Nối tiếp từ Phần 3.1 (nhận diện bản quyền) để làm rõ vai trò của việc kiểm tra giấy phép. Nhấn mạnh tầm quan trọng của việc hiểu "luật chơi" để tránh rủi ro pháp lý và thể hiện sự tôn trọng.

3.2.2 Nội dung chính: Phân loại và Tra cứu Giấy phép

Bước 1: Hiểu các loại giấy phép bản quyền phổ biến

- **Ý tưởng chính:** Giới thiệu các "cấp độ" giấy phép từ nghiêm ngặt nhất đến tự do nhất. Điều này giúp sinh viên có cái nhìn tổng quan về các quyền và nghĩa vụ khi sử dụng nội dung.
 - **Bản quyền đầy đủ (All Rights Reserved - ©):** Giải thích quyền sở hữu độc quyền và yêu cầu xin phép.
 - **Creative Commons (CC):** Tập trung vào việc giải thích các điều kiện chính của CC (ghi công, chia sẻ tương tự, không phái sinh, không thương mại) và ý nghĩa của các ký hiệu kết hợp.
 - **Public Domain (Miền công cộng):** Làm rõ khái niệm "không còn bản quyền" và quyền sử dụng tự do.
 - **Royalty-Free & Giấy phép Thương mại/Biên tập:** Giải thích sự khác biệt cơ bản và mục đích sử dụng.

Bước 2: Cách tra cứu nguồn gốc và giấy phép

- **Ý tưởng chính:** Hướng dẫn sinh viên các phương pháp và công cụ cụ thể để tìm thông tin giấy phép.
 - **Ưu tiên nguồn gốc:** Luôn tìm thông tin trên chính website/nền tảng cung cấp tài nguyên ("Điều khoản sử dụng", "Bản quyền").

- **Sử dụng công cụ tìm kiếm thông minh:** Giới thiệu Google Advanced Search với bộ lọc quyền sử dụng.
- **Khám phá kho tài nguyên hợp pháp:** Đề xuất các trang web cung cấp hình ảnh/video/âm thanh miễn phí bản quyền hoặc theo giấy phép CC (Pexels, Unsplash, Pixabay, Flickr, Wikimedia Commons, Free Music Archive).
- **Công cụ nhận diện:** Nêu bật khả năng của Google Reverse Image Search hoặc các ứng dụng nhận diện âm thanh.

Bước 3: Ghi nhận và lưu trữ thông tin giấy phép

- **Ý tưởng chính:** Hướng dẫn sinh viên thói quen tốt trong việc quản lý thông tin bản quyền để tiện sử dụng và truy vết khi cần.
 - **Các thông tin cần ghi lại:** Tên tác giả/nguồn, loại giấy phép, đường dẫn gốc, ngày tra cứu.
 - **Công cụ quản lý:** Gợi ý sử dụng các bảng tính đơn giản (Excel/Google Sheets) hoặc công cụ quản lý dự án (Notion).

3.2.3 Liên hệ thực tiễn và Kết luận

- **Ý tưởng chính:** Tổng kết lại lợi ích của việc kiểm tra giấy phép: **tôn trọng** người sáng tạo, **bảo vệ** bản thân khỏi rủi ro pháp lý, **xây dựng uy tín** cá nhân/tổ chức, và **thúc đẩy sáng tạo** trong cộng đồng.

3.2.4 Chuẩn đầu ra và Hoạt động củng cố

- **Ý tưởng chính:** Nêu rõ **chuẩn đầu ra** của phần học: Sinh viên có khả năng tra cứu, phân loại các dạng giấy phép phổ biến và sử dụng đúng theo loại giấy phép.
- **Hoạt động đề xuất:** Nghiên cứu tài liệu text, xem video hướng dẫn (đặc biệt là demo tra cứu trực tiếp), trả lời câu hỏi trắc nghiệm. **Bài tập thực hành:** Giao nhiệm vụ tìm và ghi lại thông tin bản quyền của một vài tài nguyên cụ thể.
- **Ví dụ câu hỏi trắc nghiệm:** Câu hỏi tình huống về việc sử dụng nội dung có giấy phép CC, hoặc câu hỏi về tên một trang web cung cấp hình ảnh miễn phí.

3.3 Áp dụng giấy phép bản quyền sử dụng

Mục tiêu của phần này: Giúp sinh viên **hiểu rõ các ràng buộc của bản quyền và quy tắc áp dụng** khi sử dụng nội dung có bản quyền cho phép, biết cách **ghi nguồn chính xác** và **xin phép** khi cần thiết.

3.3.1 Giới thiệu

- **Ý tưởng chính:** Nối tiếp từ Phần 3.2 (kiểm tra giấy phép), nhấn mạnh rằng việc biết giấy phép thôi chưa đủ, quan trọng là phải biết cách "thực thi" nó. Đặt vấn đề về trách nhiệm khi sử dụng nội dung của người khác.

3.3.2 Nội dung chính: Quy tắc áp dụng Giấy phép Bản quyền

Bước 1: Quy tắc ghi nguồn rõ ràng (Attribution)

- **Ý tưởng chính:** Giải thích tầm quan trọng của việc ghi công tác giả, không chỉ là quy tắc mà còn là sự tôn trọng.
 - **"TRAS" Rule (hoặc T.R.A.S.):**
 - Title (Tên tác phẩm)
 - Reator (Tác giả/Người tạo)
 - Attribution (Dẫn nguồn): Link đến nguồn gốc.
 - Source (Giấy phép): Loại giấy phép sử dụng (VD: CC BY 4.0).
 - **Vị trí ghi nguồn:** Dưới hình ảnh/video, cuối bài viết, trong phần mô tả video, hoặc trang credit.
 - **Lưu ý:** Ghi nguồn đầy đủ ngay cả khi giấy phép không yêu cầu rõ ràng (hành động chuyên nghiệp).

Bước 2: Gửi email xin phép khi cần thiết

- **Ý tưởng chính:** Hướng dẫn quy trình và lý do cần xin phép trực tiếp.
 - **Khi nào cần xin phép:** Khi muốn sử dụng nội dung ngoài điều kiện của giấy phép (ví dụ: dùng nội dung CC BY-NC cho mục đích thương mại), hoặc nội dung có bản quyền đầy đủ.
 - **Cách gửi email xin phép:**
 - Giới thiệu bản thân và mục đích sử dụng.
 - Mô tả chi tiết nội dung muốn sử dụng (link, mô tả).
 - Hỏi rõ về điều khoản, phí sử dụng (nếu có).
 - Cung cấp thông tin liên hệ của bạn.
 - **Lưu ý:** Giữ lại bằng chứng xin phép (email, hợp đồng).

Bước 3: Tìm nội dung thay thế từ nguồn có bản quyền rõ ràng

- **Ý tưởng chính:** Đề xuất giải pháp an toàn khi không thể xin phép hoặc không tìm được giấy phép rõ ràng.
 - **Khi nào cần tìm thay thế:**
 - Không thể liên hệ tác giả.

- Tác giả từ chối cấp phép.
- Điều kiện sử dụng quá phức tạp/tốn kém.
- Không tìm thấy thông tin giấy phép rõ ràng.
- **Các nguồn tài nguyên an toàn:** Nhắc lại các website đã giới thiệu ở Phần 3.2 (Pexels, Unsplash, Pixabay, Free Music Archive, Wikimedia Commons...) và nhấn mạnh việc kiểm tra giấy phép lại một lần nữa.

3.3.3 Liên hệ thực tiễn và Kết luận

- **Ý tưởng chính:** Tóm tắt các nguyên tắc áp dụng bản quyền là chìa khóa để trở thành nhà sáng tạo nội dung có trách nhiệm và chuyên nghiệp. Nhấn mạnh rằng việc tuân thủ bản quyền là xây dựng một hệ sinh thái sáng tạo công bằng.
- **Hình ảnh gợi ý:** Biểu tượng bàn tay đang giữ một bản quyền được bảo vệ, hoặc một cộng đồng sáng tạo phát triển mạnh mẽ.

3.3.4 Chuẩn đầu ra và Hoạt động củng cố

- **Ý tưởng chính:** Nêu rõ chuẩn đầu ra của phần học: Sinh viên **hiểu các ràng buộc của bản quyền và quy tắc áp dụng**.
- **Hoạt động đề xuất:** Nghiên cứu tài liệu text (mẫu email, chi tiết TRAS), xem video hướng dẫn (demo ghi nguồn, gửi email), trả lời câu hỏi trắc nghiệm. **Bài tập thực hành:** Giao nhiệm vụ cụ thể về việc ghi nguồn cho một tài nguyên hoặc soạn thảo một email xin phép.
- **Ví dụ câu hỏi trắc nghiệm:** Câu hỏi về cách ghi nguồn TRAS, khi nào cần xin phép, hoặc lý do nên tìm nội dung thay thế.

4.1 LỰA CHỌN CÔNG NGHỆ PHÙ HỢP

4.1.1 Giới thiệu

- **Khơi gợi vấn đề:** Đặt câu hỏi "Tại sao một người làm nội dung lại cần biết lập trình?". Dùng các ví dụ về tự động hóa (đổi tên 1000 file), tạo nội dung tương tác (quiz) để minh họa.
- **Giới thiệu giải pháp:** Giới thiệu "Công nghệ" và cụ thể là ngôn ngữ lập trình Python như một công cụ mạnh mẽ để giải quyết các vấn đề trên.
- **Nêu mục tiêu:** Trình bày rõ sau phần này, người học sẽ nhận biết và nắm vững được các kiến thức lập trình nền tảng với Python.

4.1.2 Nội dung chính: Các bước Nhận diện và Xử lý

- **Bước 1: Nhận diện và Lựa chọn Môi trường làm việc**
 - **Lý thuyết:** Giới thiệu Python, lý do chọn (dễ học, cộng đồng lớn, đa năng).
 - **Thực hành:** Hướng dẫn 2 lựa chọn để bắt đầu:
 - **Cách 1 (Nhanh chóng):** Sử dụng công cụ online Google Colab (không cần cài đặt).
 - **Cách 2 (Chuyên sâu):** Hướng dẫn các bước cài đặt Python & VS Code trên máy tính.
- **Bước 2: Nắm vững Nguyên lý Lưu trữ và Tổ chức Dữ liệu**
 - **Lý thuyết:** Giới thiệu khái niệm về Biến, Cấu trúc dữ liệu.
 - **Thực hành (Code Demo):**
 - **Biến:** Lưu trữ thông tin (văn bản, số, logic).
 - **List (Danh sách):** Tổ chức một chuỗi các mục.
 - **Dictionary (Từ điển):** Tổ chức dữ liệu có cấu trúc.
- **Bước 3: Nắm vững Nguyên lý Xử lý Logic và Tự động hóa**
 - **Lý thuyết:** Giới thiệu khái niệm về Giải thuật cơ bản để điều khiển chương trình.
 - **Thực hành (Code Demo):**
 - **Vòng lặp for:** Xử lý tác vụ lặp đi lặp lại trên List/Dictionary.
 - **Câu lệnh điều kiện if-else:** Giúp chương trình đưa ra quyết định dựa trên điều kiện.

4.1.3 Liên hệ thực tiễn và Kết luận

- **Liên hệ thực tiễn:** Minh họa các khái niệm đã học được áp dụng trong thực tế như thế nào. Ví dụ: Dùng vòng lặp **for** để hiển thị danh sách sản phẩm trên trang web, dùng **if-else** để kiểm tra mật khẩu người dùng.
- **Kết luận:** Tóm tắt lại các kiến thức cốt lõi đã học (Biến, List, Dictionary, For, If-else). Khẳng định đây là những viên gạch nền tảng để xây dựng bất kỳ ứng dụng nào.

4.1.4 Chuẩn đầu ra và Hoạt động củng cố

- **Chuẩn đầu ra:** Người học nhận biết được các công cụ/công nghệ, biết cách lập trình Python, cấu trúc dữ liệu và giải thuật cơ bản.
- **Hoạt động củng cố:**
 - **Nghiên cứu liệu text:** Cung cấp link/tài liệu đọc thêm về cú pháp Python.
 - **Xem video hướng dẫn:** Chính là video này.

- **Trả lời câu hỏi trắc nghiệm:** Các câu hỏi để kiểm tra kiến thức vừa học.

4.2 ÁP DỤNG CÁC KHÂU THIẾT KẾ, CÀI ĐẶT VÀ KIỂM THỬ

4.2.1 Giới thiệu

- **Khơi gợi vấn đề:** Đặt câu hỏi: "Khi đã biết những câu lệnh cơ bản, làm thế nào để kết hợp chúng lại tạo thành một sản phẩm hoàn chỉnh và chạy ổn định?".
- **Giới thiệu giải pháp:** Giới thiệu "Quy trình phát triển phần mềm" gồm 3 khâu (Thiết kế - Cài đặt - Kiểm thử) như một "bản đồ" để xây dựng sản phẩm một cách chuyên nghiệp.
- **Nêu mục tiêu:** Trình bày rõ sau phần này, người học sẽ áp dụng được quy trình trên để tự tay xây dựng một mini-project hữu ích.

4.2.2 Nội dung chính: Các bước Nhận diện và Xử lý (Theo Quy trình)

- **Bước 1: Thiết kế - Lập kế hoạch trước khi code**
 - **Lý thuyết:** Nhấn mạnh tầm quan trọng của việc thiết kế. "Đo 7 lần, cắt 1 lần".
 - **Thực hành:** Áp dụng vào **Mini-project "Công cụ đổi tên file"**:
 - Xác định yêu cầu: Đầu vào (Input), Đầu ra (Output).
 - Vẽ luồng hoạt động: Viết các bước thực hiện bằng ngôn ngữ tự nhiên (mã giả - pseudocode).
- **Bước 2: Cài đặt - Biến thiết kế thành sản phẩm**
 - **Lý thuyết:** Giải thích đây là giai đoạn chuyển thể bản thiết kế thành các dòng code thực tế.
 - **Thực hành (Live-coding):** Lập trình mini-project dựa trên bản thiết kế đã vạch ra ở Bước 1.
- **Bước 3: Kiểm thử - Đảm bảo sản phẩm hoạt động đúng**
 - **Lý thuyết:** Nhấn mạnh tầm quan trọng của việc tìm lỗi. Không có sản phẩm nào hoàn hảo ở lần chạy đầu tiên.
 - **Thực hành:** Kiểm tra mini-project với các kịch bản khác nhau:
 - **Kịch bản 1 (Chạy đúng):** Dữ liệu đầu vào chuẩn.
 - **Kịch bản 2 (Chạy sai):** Người dùng nhập sai đường dẫn.
 - **Kịch bản 3 (Ngoại lệ):** Trong thư mục có các file không phải là ảnh.

4.2.3 Liên hệ thực tiễn và Kết luận

- **Liên hệ thực tiễn:** Giải thích quy trình 3 bước này được áp dụng trong mọi công ty công nghệ, từ dự án cá nhân đến các sản phẩm của Google, Facebook. Nhấn mạnh lợi ích: giảm lỗi, dễ bảo trì, làm việc nhóm hiệu quả.
- **Kết luận:** Tóm tắt lại sức mạnh của việc tuân thủ quy trình. Khẳng định đây là kỹ năng tư duy của một kỹ sư phần mềm, không chỉ đơn thuần là viết code.

4.2.4 Chuẩn đầu ra và Hoạt động củng cố

- **Chuẩn đầu ra:** Người học tham gia được vào các khâu thiết kế, lập trình, kiểm thử và làm được một mini-project nhỏ.
- **Hoạt động củng cố:**
 - **Nghiên cứu liệu text:** Giới thiệu về "Vòng đời phát triển phần mềm" (SDLC).
 - **Xem video hướng dẫn:** Chính là video này.
 - **Thực hành:** Kêu gọi người học tự làm lại mini-project hoặc phát triển thêm tính năng mới.
 - **Trả lời câu hỏi trắc nghiệm:** Các câu hỏi về vai trò của từng bước trong quy trình.