

ADVERTISING manager

MỤC TIÊU KHÓA HỌC:

Chương trình đào tạo **Advertising Manager** được thiết kế theo “Quy trình xây dựng dự án” mà một Chiến dịch truyền thông xây dựng thương hiệu; Chiến dịch Tung sản phẩm mới hoặc tái tung; Chiến lược định vị hoặc tái định vị ...thường sử dụng nhất hiện nay.

Chương trình này mang lại cho học viên:

- Những hiểu biết sâu rộng về ngành công nghiệp quảng cáo và các loại phương tiện quảng cáo ở Việt Nam.
- Những kiến thức quan trọng trong việc xây dựng và thực hiện đầy đủ một chiến lược quảng cáo tổng lực và các nghiệp vụ quảng cáo chuyên nghiệp khác.
- Kiến thức cơ động về thương hiệu, marketing cần thiết trong việc hoạch định một chiến lược quảng cáo cho khách hàng
- Nhận thức rõ hơn về cấu trúc công ty quảng cáo chuyên nghiệp và các nghiệp vụ quảng cáo (ATL, BTL, New Media, Social Media), cách thức Lập kế hoạch truyền thông và quy trình sáng tạo, sản xuất (TVC, Print Ad., Radio, OOH...).
- Thông qua việc thực hiện đồ án dựa trên tình huống thực tế, Học viên sẽ biết cách lập kế hoạch truyền thông xây dựng thương hiệu, tung sản phẩm mới hoặc tái tung, tái định vị

NỘI DUNG CHƯƠNG TRÌNH:

NGHIỆP VỤ THƯƠNG HIỆU & QUẢNG CÁO TRUYỀN THÔNG: 54 giờ

Phần 1: TỔNG QUAN MARKETING & THƯƠNG HIỆU: 4 giờ

1.1. Tổng quan về Marketing:

- 1.1.2 Khái niệm Marketing
- 1.1.3 Các trường phái/ quan điểm Marketing
- 1.1.4 Những vấn đề cơ bản của Marketing

1.2. Tổng quan thương hiệu

Phần 2: XÂY DỰNG CHIẾN LƯỢC THƯƠNG HIỆU: 14g

2.1 Định vị thương hiệu: 4g

- 2.1.1 Khái niệm định vị
- 2.1.2 Các bước định vị: Nhận diện khách hàng mục tiêu
 - 2.1.2.1 Phân tích đối thủ cạnh tranh
 - 2.1.2.2 Nghiên cứu thuộc tính sản phẩm
 - 2.1.2.3 Xác định tiêu thức định vị
 - 2.1.2.4 Quyết định phương án định vị

2.2 Xây dựng tính cách thương hiệu: 2 giờ

- 2.2.1 Tính cách góp phần tạo nên giá trị thương hiệu
- 2.2.2 Các dạng tính cách thương hiệu / Tính cách TH hay tính cách con người?

2.3 Mối liên hệ giữa tính cách thương hiệu và khách hàng

- 2.3.1 Mối liên hệ giữa tính cách và khách hàng
- 2.3.2 Xây dựng tính cách thương hiệu

2.4 Kiến trúc thương hiệu: 2g

- 2.4.1 Kiến trúc thương hiệu là gì?
- 2.4.2 Mục tiêu của kiến trúc thương hiệu
- 2.4.3 Kiến trúc thương hiệu và quản trị sản phẩm

2.5 Xây dựng bộ nhận diện thương hiệu: 2 giờ

2.5.1 Các thành phần cơ bản của hệ thống nhận diện thương hiệu

- 2.5.1.1 Quy trình thiết kế hệ thống nhận diện thương hiệu
- 2.5.1.2 Những tiêu chuẩn cơ bản nhất cần lưu ý khi thiết kế

2.6 Nhận biết thương hiệu và chiến lược tăng sự nhận biết thương hiệu: 2g

- 2.6.1 Quy trình nhận biết thương hiệu
- 2.6.2 Dấu hiệu nhận biết

2.7 Phát triển / Tái sinh thương hiệu: 2g

- 2.7.1 Mở rộng nhận biết thương hiệu
- 2.7.2 Cải thiện hình ảnh thương hiệu
- 2.7.3 Xâm nhập thị trường mới

Phần 3: QUẢNG CÁO TRUYỀN THÔNG: 12 giờ

3.1 Tổng quan ngành quảng cáo & xu hướng phát triển quảng cáo VN & thế giới

3.2 Các loại phương tiện quảng cáo:

- 3.2.1 Above The Line (ATL).
- 3.2.2 Below The Line (BTL)
- 3.2.3 New media
- 3.2.4 Social media
- 3.2.5 Digital media...

3.3 Quy trình thực hiện một chiến dịch quảng cáo truyền thông

- 3.3.1 Phân tích
- 3.3.2 Lập kế hoạch
- 3.3.3 Thực hiện
- 3.3.4 Đánh giá/đo lường

Phần 4: SÁNG TẠO Ý TƯỞNG TRONG QUẢNG CÁO: 6 giờ

4.1 Brainstorming & phát triển concept.

4.2 Bản định hướng sáng tạo (Creative Brief)

- 4.2.1 Client brief và những nội dung cần thiết trong bản định hướng sáng tạo
- 4.2.2 Creative brief và cách xây dựng bản định hướng sáng tạo cho bộ phận sáng tạo
- 4.2.3 Vẽ storyboard cho TVCF, thiết kế layout cho Print Ad ...

4.3 Sáng tạo slogan, viết lời, và layout thiết kế quảng cáo

4.4 Thực hành viết brief / concept sáng tạo ý tưởng TVC

Phần 5: QUY TRÌNH SẢN XUẤT SẢN PHẨM QUẢNG CÁO: 6 giờ

5.1 Quy trình sáng tạo & sản xuất phim quảng cáo TVC

5.2 Quy trình sáng tạo & sản xuất mẫu thiết kế quảng cáo báo in: Print Ad, mẫu radio

5.3 Quy trình sáng tạo & sản xuất các sản phẩm quảng cáo: brochure, catalogue, POS/ POSM, OOH, Outdoor Advertising, new media (LCD, Frame...)...

Phần 6: DỊCH VỤ KHÁCH HÀNG - KỸ NĂNG BÁN HÀNG & THUYẾT TRÌNH: 8 giờ

6.1 “Dịch vụ khách hàng” trong công ty quảng cáo chuyên nghiệp:

- 6.1.1 Kiến thức về dịch vụ khách hàng
- 6.1.2 Chuẩn bị tâm lý sẵn sàng bước vào mục tiêu nghề nghiệp mới
- 6.1.3 Một số kỹ năng cần thiết của người làm Dịch vụ khách hàng

6.2 Kỹ năng bán hàng trong media, OOH, PR, Event, bảng hiệu.....:

6.3 Kỹ năng trình bày powerpoint/ hoặc thuyết trình:

Phần 7: PR TRONG TRUYỀN THÔNG THƯƠNG HIỆU : 4 giờ

7.1 PR và vai trò PR trong chiến dịch truyền thông thương hiệu

- 7.1.1 Vai trò và chức năng của PR trong xây dựng thương hiệu
- 7.1.2 Phân biệt PR và quảng cáo
- 7.1.3 Mô hình 6C thiết kế thông điệp
- 7.1.4 Nguyên tắc 5F trong điệp

QUẢN TRỊ HOẠT ĐỘNG QUẢNG CÁO & TRUYỀN THÔNG: 24 giờ

Phần học này dành cho cấp Manager (Quản lý/ Điều hành/ CEO) trong Bộ phận Dịch vụ khách hàng hoặc Giám đốc/ Trưởng phòng marketing/ brand của doanh nghiệp. Đây là kiến thức chuyên sâu về hoạch định chiến lược quảng cáo truyền thông.

Phần 8: HOẠCH ĐỊNH CHIẾN LƯỢC QUẢNG CÁO : 12 giờ

- 8.1 Chiến lược quảng cáo truyền thông tổng lược**
- 8.2 Quy trình thực hiện chiến dịch quảng cáo**
- 8.3 Phân bổ ngân sách quảng cáo trong một chiến dịch quảng cáo tổng lược**
- 8.4 Chiến lược truyền thông Tung sản phẩm mới/ Tái tung; Định vị/ Tái định vị...**
- 8.5 Hiệu quả của quảng cáo – Hiệu quả đầu tư**
- 8.6 Cách thức báo giá dịch vụ quảng cáo chuyên nghiệp với khách hàng**
 - 8.6.1 Cách xây dựng định mức chi phí quảng cáo
 - 8.6.2 Cách báo giá chi phí dịch vụ quảng cáo với khách hàng

Phần 9: HOẠCH ĐỊNH CHIẾN LƯỢC TRUYỀN THÔNG: 12 giờ

- 9.1 Nghiên cứu và đo lường truyền thông**
- 9.2 Kế hoạch truyền thông:**
 - 9.2.1 Kế hoạch truyền thông tổng thể.
 - 9.2.2 Kế hoạch truyền thông chi tiết
- 9.3 Xây dựng kế hoạch truyền thông:**
 - 9.3.1 Xác định mục đích quảng cáo và mục tiêu truyền thông.
 - 9.3.2 Phân tích thói quen sử dụng truyền thông của đối tượng mục tiêu
 - 9.3.3 Nghiên cứu về ngành hàng và đối thủ cạnh tranh
 - 9.3.4 Chiến lược truyền thông

HOẠT ĐỘNG NGOẠI KHÓA: 4 giờ

- Báo cáo chuyên đề mới về ngành quảng cáo truyền thông hoặc,
- Tham quan, gặp gỡ doanh nghiệp quảng cáo/ agency/ product house

ĐỒ ÁN TỐT NGHIỆP: 38 giờ

- 1- Hướng dẫn tập trung tại lớp: 6g
 - Hướng dẫn hình thành ý tưởng và phương pháp nghiên cứu
 - Hướng dẫn lập đề cương chi tiết và tính tiền khả thi
 - Hướng dẫn đánh giá tính hệ thống của chiến lược
- 2- Hướng dẫn theo nhóm cùng giảng viên: 9g
 - Hướng dẫn đánh giá tính khả thi và hoàn thiện đề tài
 - Hướng dẫn hoàn chỉnh đề tài trước báo cáo
 - Sơ khảo đồ án tốt nghiệp
- 3- Team works viết/ thảo luận đề tài tốt nghiệp tập trung (theo nhóm): 18g
 - Làm việc nhóm bắt buộc
 - ARTI Vietnam theo dõi, điểm danh như buổi học tập trung tại lớp
- 4- Bảo vệ đề tài tốt nghiệp trước Hội đồng giám khảo: 5g
 - Thuyết trình bảo vệ đồ án tốt nghiệp

PHƯƠNG PHÁP DẠY VÀ HỌC:

- Với phương pháp dạy và học tương tác, Học viên sẽ được học từ kiến thức và kinh nghiệm thực tế của những giảng viên, chuyên gia, cộng tác viên giỏi nghề với nhiều chia sẻ không có trong sách vở, vì thế Học viên được khuyến khích tham gia tích cực và đầy đủ tất cả các buổi lên lớp.
- Trong trường hợp Học viên không thể tham dự buổi học nào đó, Học viên được học lại miễn phí buổi học đã vắng mặt tại các khóa học kế tiếp, hoặc xem lại băng video của buổi học tại Phòng Đào tạo.
- Học viên đã tốt nghiệp tại Viện hoàn toàn được học bổ sung miễn phí thêm các kiến thức trong các chủ đề mới trong cùng một chương trình, cùng cấp độ của các khóa học năm sau
- Học viên sẽ được huấn luyện về nghiệp vụ, kỹ năng, đồng thời ứng dụng kiến thức đã học để thực hiện Đồ án tốt nghiệp. ARTI Vietnam đặt trọng tâm cho công tác hướng dẫn Học viên làm Đồ án tốt nghiệp theo những tình huống thực tế, nhằm giúp học viên hiểu sâu về quy trình hoạch định và xây dựng chiến lược quảng cáo truyền thông một cách chuyên nghiệp.

GIẢNG VIÊN, BÁO CÁO VIÊN:

- Giảng viên, báo cáo viên của chương trình được chọn lọc từ những người đã có thực tế nhiều năm kinh nghiệm làm việc tại doanh nghiệp trong và ngoài nước.
- Báo cáo viên được mời chia sẻ kinh nghiệm là những người giỏi nghề, trưởng thành từ những vấp, thất bại và thành công trong thực tế.

- Học viên được tham gia miễn phí các buổi báo cáo các chuyên đề mới hàng năm của cùng khóa học (cấp học) do ARTI Vietnam cập nhật, tinh chỉnh của năm sau

Bà Trần Thị Huyền Trang.

- Chủ nhiệm Bộ môn Account – ARTI Vietnam
- Senior Account Director - Denstu Vietnam.
- Kinh nghiệm : Sattchi & Sattchi Vietnam

Ông Đinh Quang Ngữ, Tiến sĩ

- Nguyên Thứ trưởng Bộ VH - TT & DL
- Chủ tịch Hiệp hội Quảng cáo Việt Nam (VAA)

Ông Đỗ Kim Dũng

- Phó Chủ tịch Hiệp hội Quảng cáo Việt Nam (VAA)
- Viện trưởng ARTI Vietnam
- Chủ tịch Antiem Advertising Agency

Ông Đào Văn Kính

- Phó Chủ tịch Hiệp hội Quảng cáo Việt Nam (VAA)
- Phó Chủ tịch kiêm Giám đốc điều hành tổ hợp truyền thông đa phương tiện Đất Việt VAC

Ông Takefumi Umino

- Phó Tổng giám đốc Dentsu Vietnam

Ông Lê Văn Khôi, Tiến sĩ

- Phó Hiệu trưởng Trường Đại Học Tân Tạo
- Nguyên Giám đốc PR Coca - Cola Đông Dương

Ông Richard Moore

- Giám đốc Điều hành Sáng tạo Công ty Richard Moore Associates
- Kinh nghiệm: 40 năm về truyền thông sáng tạo, truyền thông marketing IBM, AT&T và Citibank.
- Tác giả 3 tác phẩm xuất bản tại Việt Nam: Marketing & Thiết kế, Thương hiệu dành cho Lãnh đạo, và Đầu tư cho Chiến lược Hình ảnh Thương hiệu

Bà Trần Thị Thanh Mai, MBA

- Tổng Giám đốc TNS Media Việt Nam
- Phó Chủ tịch Hiệp Hội Quảng cáo TP.HCM

Bà Lê Thị Thu Mai, MBA

- Chủ nhiệm Bộ môn Brand – ARTI Vietnam
- Brand Manager (Infant Nutrition) - Nestlé Vietnam
- Kinh nghiệm: Tamexim, T&A Logistic, Dược Đô Thành (Milmax)...

Ông Nguyễn Ngọc Hoàng.

- Chủ nhiệm Bộ môn PR - ARTI Vietnam.
- Giám đốc Truyền thông của Mai Sen Corporation; Chủ tịch công ty Nam Chiêu.
- Kinh nghiệm: Nhóm báo Khăn Quàng Đỏ, Kinh Tế Sài Gòn, Tuổi Trẻ;
- Tác phẩm: Larry Page và Google: Sắp Xếp Lại Hệ Thống Thông Tin Toàn Cầu ; Thomas J. Watson Sr. và IBM: Xác Lập Công Thức Tư Duy

Ông Nguyễn Hà Đức Minh, ThS

- Giám Đốc Ban Marketing, Nokia Đông Dương

Bà Trương Thị Kim Phượng, MBA

- Giảng viên Viện Kinh Tế Phát Triển, TP.HCM
- GD Marketing Lafarge Boral Gypsum Việt Nam
- Kinh nghiệm: Kao (Nhật Bản), Nestlé (Thụy Sĩ), Lafarge (Pháp).

Ông Hoàng Văn Hòa, ThS

- Giám đốc Truyền thông tiếp thị, Volkswagen Vietnam

- Trưởng BP đào tạo Volkswagen và đối tác về brand tiêu chuẩn toàn cầu
- Kinh nghiệm: Trưởng dự án truyền thông thay đổi hành vi, Ogilvy & Mather

Ông Nguyễn Anh Tuấn, MBA

- Giảng viên Marketing, PR, Event, IMC Trường ĐH Tài Chính – Marketing TP.HCM
- Kinh nghiệm: Sanyo Việt Nam (WM & REF); Minh Việt (Pigeon Baby); Biti's...

Bà Lê Xuân Hương, Ths truyền thông

- Giảng PR, truyền thông - ĐH Quốc Gia TP.HCM
- Kinh nghiệm: Client Service Manager – Viva Marketing.

Ông Lý Anh Vi

- Họa sĩ, Associate Creative Director – Cty Dentsu Việt Nam

Ông Nguyễn Quốc Bảo.

- MD - Awareness PR .
- Kinh nghiệm : Coca Cola, Max Communications, Boehringer Ingelheim, Saigon Tourist...

Ông Vũ Minh San

- Đơn vị : Ogilvy & Mather Viet Nam

Bà Nguyễn Kim Thủy

- Nguyên Giám đốc truyền thông & sự kiện AIA Việt nam
- Giám đốc Chi nhánh tổ hợp truyền thông đa phương tiện Đất Việt VAC (Hà Nội)

Ông Phan Lê Khôi

- Vice President –IB Group Việt Nam
- Kinh nghiệm: Director- HK Marketing and Public Relations, Prosimex

Bà Nguyễn Thị Nhung, MBA

- Buying Director – TKL Communications

Bà Nguyễn Phi Vân, MBA

- Marketing Manager, Gloria Jean's Coffe

ĐỐI TƯỢNG :

- Các nhà quản lý thương hiệu, dịch vụ khách hàng, chuyên viên quảng cáo trong các doanh nghiệp, hoặc bộ phận kinh doanh chăm sóc khách hàng trong công ty quảng cáo.
- Các công ty quảng cáo và truyền thông đang chịu trách nhiệm về việc phát triển, xây dựng thương hiệu, kích hoạt thương hiệu cho khách hàng của mình.
- Những người yêu thích nghề dịch vụ khách hàng/quảng cáo, hoặc có hoài bão trở thành chuyên gia về quảng cáo trong tương lai.
- Khóa học này (tốt nhất) cho những bạn trẻ đã tốt nghiệp ĐH-CD và có kinh nghiệm làm việc tối thiểu từ 01 năm trở lên.

CHỨNG CHỈ:

Học viên đi học đầy đủ, hoàn thành đồ án và báo cáo tốt nghiệp đạt 5/10 điểm trở lên sẽ được Viện Nghiên Cứu & Đào Tạo Quảng Cáo Việt Nam và Hiệp Hội Quảng Cáo Việt Nam cấp Chứng chỉ tốt nghiệp: **“Advertising/ Account Manager”**.

THỜI LƯỢNG: 5 tháng (120 giờ tương ứng với 160 tiết)

- TP.HCM: học buổi tối, từ 18h30 đến 20h30 thứ 2 - 4 - 6 hoặc 3 - 5 - 7.
- Hà Nội: học trọn ngày thứ bảy và chủ nhật, học một tuần nghỉ một tuần

CHÍNH SÁCH ƯU ĐÃI:

- Được bảo lưu và học lại miễn phí nếu được phép vắng mặt và có lý do chính đáng

- Được học thêm hoặc bổ sung kiến thức các chủ đề mới trong chương trình năm sau.
- Có chính sách ưu đãi học phí cho HV cũ, sinh viên, doanh nghiệp.
- Được tặng CD toàn bộ bài giảng chương trình vào cuối khóa học

HỌC PHÍ: Liên hệ:

- TP.HCM : Số 05 - Nam Quốc Cang - Quận 1
 - Phone: (848) 3925 4455- 3925 7730 – Fax : (848) 3923 8717
- TP.HÀ NỘI : Số 80 – Phố Nguyễn Du – Q. Hai Bà Trưng
 - Mobile : 0984 475751 (Ms Tám)
- Website: www.arti.edu.vn / arti.org.vn / arti.com.vn

ARTI Vietnam xin cảm ơn các tổ chức trong Nghiệp đoàn quảng cáo, Học viện quảng cáo và Tập đoàn quảng cáo đã hỗ trợ chương trình đào tạo này:

