

THƯ NGỎ

Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn TP. HCM trân trọng thông báo khai giảng Chương trình đào tạo «Stay on Target» về Marketing, Branding và Leadership.

«*Stay on Target*» được hiểu ở đây là «vừa làm rõ mục tiêu vừa kiên định với mục tiêu». Và đó chính là vấn đề thường gặp khi vận dụng các kiến thức đã được phổ quát trong ba lĩnh vực quen thuộc là Marketing, Branding và Leadership: về *học thuật*, có vẻ là đã được truyền giảng quá nhiều, nhưng về *học hành*, lại không biết dựa vào đâu và như thế nào để chọn lọc đúng sai! Vì thế mà lắm khi rất nhiều chuyện lại hoá thành mông lung!



Chương trình đào tạo này nhằm mang đến cho người tham gia những tổ hợp các phương pháp bao gồm: 1). cách thức để làm rõ các vấn đề hệ trọng, cấp thiết; 2). để xác định rõ trình tự các mục tiêu cần đạt bởi doanh nghiệp trong các lĩnh vực liên quan; 3). để đánh giá diễn trình tiến hành và các kết quả mong muốn.

Trong chiều hướng đó, đề cương cơ bản của ba môn Marketing, Branding và Leadership được thiết kế như sau:

A). Phân tích vi mô về Marketing chiến lược và tác nghiệp của các ngành hàng từ fast moving consumer goods đến luxury products và fashion trends: Marketing cổ điển thường chỉ gồm 4P và 4C. Cách tiếp cận tiên tiến dựa vào các *mô hình mới là 5S1, 5C1, 5I, 5S2, 5S3, 5P, 5C2* ... Việc phân giải và ứng dụng một cách liên hoàn các mô hình mới này sẽ mở ra những hướng thiết thực hơn nhiều cho marketing chiến lược lẫn marketing tác nghiệp trong các ngành hàng khác nhau, từ tiêu dùng thường nhật đến thời trang cao cấp.

B). Kiến dựng một thương hiệu đa năng / Multipotent brand: Nếu thương hiệu là *diễn trình chia sẻ tâm trí (mind sharing process)* thì việc chia sẻ ấy phải nhắm các đối tượng và các mục tiêu khác nhau nhưng nhất thiết phải tương hỗ với nhau:

- chia sẻ với đội ngũ nhân sự, nội bộ của doanh nghiệp và với các đối tác bên ngoài.
- chia sẻ với khách hàng của doanh nghiệp nói riêng và những người tiêu dùng nói chung.
- chia sẻ với các cộng đồng công luận liên quan...

Ngoài ra, thương hiệu còn phải thích ứng với nội hàm của các sách lược và chiến lược không giống nhau: bán được hàng, phát triển thị phần, mở rộng thị trường, đa dạng hoá hoạt động, phát triển doanh nghiệp...

Môn này nhằm giúp giải quyết các vấn đề khá phức tạp nêu trên.



C). Lãnh đạo và Quản lý: Đúng người và Đúng việc.
Từ doanh nghiệp vừa và nhỏ đến tập đoàn lớn: Sếp thì nhiều nhưng lãnh đạo thực thụ và thiết thực cho việc trường tồn và lớn mạnh của tổ chức thì không nhiều. Lại còn phải biết phân định một cách hữu hiệu sự tương tác cần thiết giữa lãnh đạo và quản lý, đối với những doanh nghiệp có tầm cỡ khác nhau, và hoạt động trong những lĩnh vực khác nhau. Làm sáng

tỏ được những điều vừa nêu chính là góp phần gỡ rối rất nhiều những dậm chân, ách tắc, lẫn những rối loạn trong guồng máy của nhiều doanh nghiệp.

Người dạy: Prof. Tôn Thất Nguyễn Thiêm, Ph.D. Tác giả các công trình sau:

- **Thị trường, Chiến lược, Cơ cấu: Cạnh tranh về giá trị gia tăng, Định vị và Phát triển Doanh nghiệp.** Nhà xuất bản Trẻ-Thời Báo Kinh Tế Sài Gòn, tháng 9-2006 (in lần thứ năm).
 - **Dấu ấn Thương hiệu . Tập I: Từ Trọng lực đến Chức năng; Tập II: Hồn, Nhân cách, Bản sắc; Tập III: Từ Nội cảm đến Nội tưởng và Khả thị.** Nhà xuất bản Trẻ, tháng 3 và tháng 5- 2008 (tái bản lần thứ ba có sửa chữa).
 - **Từ Marketing đến Thời Trang và Phong Cách Sống.** Nhà xuất bản Trẻ, tháng 11-2015 (tái bản lần thứ nhất).
 - **Ngộ...** Nhà xuất bản Trẻ, tháng 11-2015 (tái bản lần thứ nhất).
 - **Nhân văn và Kinh tế,** Nhà xuất bản Trẻ, tháng 10-2016.
 - **Về...** Nhà xuất bản Trẻ, tháng 10-2016.
- Sẽ ấn hành:
- **Lãnh đạo và Nhân đạo.** Nhà xuất bản Trẻ, tháng 11-2017.
 - **Cội...** Nhà xuất bản Trẻ, tháng 11-2017.

Ba môn nói trên được giảng dạy riêng lẻ (học viên có thể ghi danh từng môn một). Mỗi môn tất cả là 18 tiết. Dạy vào hai sáng thứ bảy và hai sáng chủ nhật . Từ 8 giờ đến 12 giờ 30. Ngôn ngữ giảng dạy là tiếng Việt. Tất cả thuật ngữ chuyên môn của mỗi môn đều là song ngữ Anh-Việt.

Tháng 9 : Môn «Phân tích vi mô về Marketing chiến lược và tác nghiệp của các ngành hàng từ fast moving consumer goods đến luxury products và fashion trends

Sáng thứ 7 (09/09/2017) từ 8h00 đến 12h30

Sáng thứ CN (10/09/2017) từ 8h00 đến 12h30

Sáng thứ 7 (16/09/2017) từ 8h00 đến 12h30

Sáng thứ CN (17/09/2017) từ 8h00 đến 12h30

Tháng 10 : Môn «Kiến dựng một thương hiệu đa năng»

Sáng thứ 7 (14/10/2017) từ 8h00 đến 12h30

Sáng thứ CN (15/10/2017) từ 8h00 đến 12h30

Sáng thứ 7 (21/10/2017) từ 8h00 đến 12h30

Sáng thứ CN (22/10/2017) từ 8h00 đến 12h30

Tháng 11: Lãnh đạo và Quản lý: Đúng người và Đúng việc. Từ doanh nghiệp vừa và nhỏ đến tập đoàn lớn

Sáng thứ 7 (11/11/2017) từ 8h00 đến 12h30

Sáng thứ CN (12/11/2017) từ 8h00 đến 12h30

Sáng thứ 7 (18/11/2017) từ 8h00 đến 12h30

Sáng thứ CN (19/11/2017) từ 8h00 đến 12h30

Học phí : 5,500,000 triệu VN đồng/ học viên/ môn học.

Hạn chót đăng ký : Ngày 30/8/2017

Địa điểm học : Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, cơ sở Đinh Tiên Hoàng.

Đăng ký tại :

Trung tâm Đào tạo Quốc tế, Phòng K03

Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn TP. HCM

10 – 12 Đinh Tiên Hoàng, Phường Bến Nghé, Quận 1

Điện thoại : 08 3829 3828 – 170 hoặc 08 3829 1138.

Email : cie@hcmussh.edu.vn