

**Thấu hiểu**

**Marketing**

**Đại học**

## **THẤU HIỂU MARKETING ĐẠI HỌC**

Hợp tác xuất bản giữa Phillip Lam và Alpha Books

### **Alpha Books - Better Knowledge, Better Success**

Thương hiệu sách Quản trị kinh doanh số 1 thị trường

**Alpha Books không bán sách, chúng tôi bán những kinh nghiệm và kiến thức kinh doanh, quản trị hàng đầu thế giới.**

Không phần nào trong xuất bản phẩm này được phép sao chép hay phát hành dưới bất kỳ hình thức hoặc phương tiện nào mà không có sự cho phép trước bằng văn bản của Công ty Cổ phần Sách Alpha và tác giả. Chúng tôi luôn mong muốn nhận được những ý kiến đóng góp của quý vị độc giả để sách ngày càng hoàn thiện hơn.

Góp ý về sách, liên hệ về bản thảo và bản dịch: [publication@alphabooks.vn](mailto:publication@alphabooks.vn)

Liên hệ hợp tác về nội dung số: [ebook@alphabooks.vn](mailto:ebook@alphabooks.vn)

Liên hệ hợp tác xuất bản & truyền thông trên sách: [htxb@alphabooks.vn](mailto:htxb@alphabooks.vn)

Liên hệ dịch vụ tư vấn, đại diện & giao dịch bản quyền: [copyright@alphabooks.vn](mailto:copyright@alphabooks.vn)

PHILLIP LAM

Thấu hiểu

Marketing

Đại học

NHỮNG NGUYÊN TẮC  
CHUYÊN GIA TUYỂN SINH ĐẠI HỌC  
VÀ HỌC SINH CẦN BIẾT



NHÀ XUẤT BẢN  
THẾ GIỚI

**ĐỘI NGŨ TRIỂN KHAI ALPHA BOOKS**

Chịu trách nhiệm xuất bản: Đỗ Nguyệt Anh

Điều phối viên: Hoàng Hà

Thiết kế bìa: Trang Fu

Trình bày: Vũ Lê Thư

Thư ký xuất bản: Thủy Nguyễn

Phụ trách Marketing: Khánh Linh

# Ý kiến đánh giá

## *Marketing đại học*

THS.BS. NGUYỄN THANH VŨ

*Viện trưởng Viện Nghiên cứu Y sinh, Liên hiệp  
các Hội khoa học và kỹ thuật Việt Nam*

Tôi là một bác sĩ lâm sàng, một nhà giáo đồng thời là nhà quản lý đào tạo khối ngành khoa học sức khỏe. Với gần 20 năm làm việc ở môi trường bệnh viện, trường đại học và đặc biệt là con của tôi vừa vào đại học, tôi rất ấn tượng với tựa sách *Thấu hiểu Marketing đại học – Chọn trường thành công*. Sau khi đọc xong quyển sách này tôi nhận ra rằng những gì mình đã làm trước đây và đặc biệt là định hướng ngành học cho con mình đều nằm trong quyển sách này. Thiết nghĩ, nếu tôi đọc quyển sách này từ khi con mình mới vào đầu cấp THPT thì tôi sẽ có định hướng đúng và phát triển hơn nữa. Tôi tin rằng nếu các bậc cha mẹ và các con đọc và suy nghĩ, thảo luận một cách nghiêm túc các vấn đề liên quan thì có thể giúp chọn ngành chọn trường phù hợp! Và giờ đây, với vai trò nhà quản lý, tôi sẽ đọc lại nhiều lần để áp dụng cho sự phát triển của Viện.

BÀ TRẦN THỊ SƯƠNG

*Trường THPT Dầu Giây, huyện Thống Nhất, tỉnh Đồng Nai*

Cuốn sách giúp các em thấu hiểu bản thân (năng lực, sở thích), thấu hiểu thị trường lao động để từ đó các em tự tin chọn trường phù hợp. Là một giáo viên chủ nhiệm, tôi đánh giá cuốn sách hỗ trợ cho học sinh trong việc định hướng, lựa chọn nghề, nhất là các em học sinh lớp 12. *Thấu hiểu Marketing đại học – Chọn trường thành*

*công* có thể được xem là quyển cẩm nang giúp cho phụ huynh, học sinh có cái nhìn thấu đáo về việc chọn ngành chọn trường!

TS. JENNY HƯƠNG

*Chuyên gia Huấn luyện về Khởi nghiệp  
và Phát triển Doanh nghiệp số Toàn cầu*

Cuốn sách *Thấu hiểu Marketing đại học – Chọn trường thành công* thật sự đã chạm đến trái tim của tôi. Ở góc nhìn của một nhà khai vấn với sứ mệnh giúp các em sinh viên thân thương trong nước và du học sinh khởi nghiệp sớm tạo dựng sự nghiệp làm chủ doanh nghiệp số toàn cầu của riêng mình ngay khi đang ngồi ở giảng đường Đại học, tôi đánh giá cao những triết lý của cuốn sách đã trao gửi cho độc giả của mình những quan điểm giáo dục thời đại, giúp các bạn trẻ định hình được con đường học tập kết nối với con đường nghề nghiệp của mình, từ đó có sự lựa chọn đúng đắn về ngành học, trường đại học mình yêu thích.

Ở góc nhìn của một người mẹ có con đang ở ngưỡng cửa đại học, cuốn sách này đã giúp tôi làm tốt vai trò của một người đồng hành với con trong việc thấu hiểu sâu sắc thực tế tuyển sinh của các trường, lắng nghe ước mơ của con mình, từ đó đưa ra lời khuyên giúp con có được quyết định tốt. Marketing đại học giúp cho nhu cầu tuyển sinh của các trường đại học và nhu cầu lĩnh hội kiến thức cụ thể của sinh viên được tiếp giáp nhau tại một điểm.

Cảm ơn tác giả, TS. Phillip Lam về cuốn sách tuyệt vời này!

THS. ĐẶNG QUANG TÝ

*Giám đốc Công ty CP GCW*

Tôi là giám đốc công ty chuyên về tư vấn chiến lược và quản trị nguồn nhân lực. Tôi đã có hơn 20 năm kinh nghiệm về quản lý doanh nghiệp và hơn 10 năm kinh nghiệm trong việc tuyển chọn và đưa người lao động Việt Nam đi làm việc tại nước ngoài. Qua nhiều năm làm việc với các trường Đại học, Cao đẳng và các

trường THPT, tôi thấy rằng việc chọn ngành, chọn nghề và chọn trường của các em học sinh cuối cấp III là giai đoạn cực kỳ quan trọng, nó có thể ảnh hưởng đến cả phần còn lại của cuộc đời.

Cuốn sách *Thấu hiểu tiếp thị đại học – Chọn trường thành công* của Phillip Lam có thể được xem là cuốn cẩm nang không những giúp các em học sinh cuối cấp III hiểu rõ về ngành, nghề mà các em dự định hướng tới, nó còn là một cuốn từ điển về ngành, nghề giúp cho các phụ huynh dựa vào đó mà tư vấn, hướng nghiệp cho con em mình nhằm giúp các em phát huy hết năng lực của mình trong học tập cũng như trong công việc sau này.

### ÔNG VŨ NHẬT TRƯỜNG

*Trường THPT Dầu Giây, huyện Thống Nhất, tỉnh Đồng Nai*

Tôi làm công tác Đoàn Thanh niên và tư vấn hướng nghiệp cho học sinh THPT nhiều năm, từng tiếp xúc và làm việc với nhiều chuyên gia tư vấn tuyển sinh đại học. Hầu hết, mục tiêu của các trường Cao đẳng – Đại học đều hướng đến số lượng học sinh ghi danh đăng ký vào trường mà chưa giải đáp hết những chi tiết về các quyền lợi, giá trị khi học sinh tham gia học tập tại đại học. Sau khi đọc quyển sách *Thấu hiểu Marketing đại học – Chọn trường thành công*, tôi hiểu sâu sắc hơn về công tác tuyển sinh và định hướng nghề nghiệp cho học sinh, đồng thời nắm bắt được chiến lược phát triển của các trường đại học đối với sinh viên.

### BÀ NGUYỄN THỊ TRANG

*Giảng viên khoa Kế toán, Trường Đại học Bình Dương*

Sau khi đọc quyển *Thấu hiểu Marketing đại học – Chọn trường thành công*, tôi hiểu rõ hơn về công tác tư vấn hướng nghiệp và tuyển sinh đại học. Quyển sách này là nền tảng cơ bản giúp cho giảng viên các bộ môn hiểu và vận hành quy trình tuyển sinh hằng năm cho từng khoa.

THS. TRỊNH MỘNG THU

*Phó hiệu trưởng Trường THPT Châu Thành, Kiên Giang*

Cuốn sách *Thấu hiểu Marketing đại học – Chọn trường thành công* giúp tôi hiểu sâu sắc hơn về công tác tuyển sinh và định hướng nghề nghiệp cho học sinh. Đồng thời nắm bắt được chiến lược phát triển của các trường đại học đối với sinh viên. Tôi đã thu thập những thông tin hay từ quyển sách này và tư vấn cho các giáo viên chủ nhiệm và các em học sinh khối 10, 11, 12 để định hướng cho các em chọn công việc trong tương lai. Sau buổi tư vấn, tôi nhận thấy nhiều giáo viên quan tâm và các em học sinh cũng hứng thú và tích cực tìm hiểu.

TS. TRỊNH MINH THẢO

*Giám đốc Dự án Nâng cao Năng lực Bán hàng VPBank*

“Cái giá của việc học sai ngành, chọn nhầm trường là không nhỏ - đó là thời gian, cơ hội và tiền bạc mà hẳn bất cứ ai cũng muốn tránh. Cái giá của marketing đại học thiếu hiệu quả? Hẳn chẳng nhà quản lý nào muốn nghĩ đến!

Với tư cách của một chuyên gia tuyển sinh giàu kinh nghiệm - tác giả cung cấp cho các em học sinh những lời khuyên giá trị giúp chọn đúng nghề, đúng ngành.

Với tư cách là một người làm giáo dục đầy trách nhiệm - tác giả mang lại cho phụ huynh nguồn thông tin tham khảo hữu ích giúp chọn cho con đúng thầy, đúng trường.

Còn với tư cách của một cán bộ quản lý giáo dục nhiều tâm huyết - tác giả đã chia sẻ nhiều kiến thức và kinh nghiệm phong phú giúp quản trị đại học thành công hơn. Bởi vậy, đây là cuốn sách nên đọc!”



NHÀ BÁO NGUYỄN VĂN SÁNG

*Viện trưởng Viện khoa học Công nghệ  
và Phát triển doanh nghiệp*

*Thấu hiểu Marketing đại học – Chọn trường thành công* là một cuốn sách hữu ích với những người quan tâm đến lĩnh vực marketing trong giáo dục đại học. Tác giả không chỉ giải thích một cách chi tiết về cách thức hoạt động của marketing trong ngữ cảnh giáo dục, mà còn đi sâu vào các chiến lược cụ thể để thu hút và giữ chân sinh viên. Cuốn sách cung cấp cái nhìn tổng quan về cách thức xây dựng một thương hiệu trường đại học mạnh mẽ, từ việc nâng cao chất lượng dịch vụ đến cách thức tương tác với cộng đồng cũng như việc sử dụng các kênh truyền thông xã hội.

Ngoài ra, tác giả cũng đề cập đến tầm quan trọng của việc hiểu sâu hơn về nhóm đối tượng mục tiêu, từ các ứng viên sinh viên đến phụ huynh và cộng đồng địa phương. Cuốn sách không chỉ tập trung vào việc thu hút sinh viên mới mà còn đề xuất các chiến lược để duy trì mối quan hệ với sinh viên hiện tại và cựu sinh viên, tạo ra một mạng lưới cộng đồng vững mạnh.

Tổng thể, *Thấu hiểu Marketing đại học – Chọn trường thành công* là một cuốn sách hữu ích cho những người làm việc trong lĩnh vực giáo dục muốn hiểu rõ hơn về cách thức áp dụng các chiến lược marketing hiệu quả để nâng cao danh tiếng và sức hút của trường đại học.

BÀ TRẦN THỊ HỒNG ĐIỂM

*Giảng viên Trung tâm Anh ngữ Việt Mỹ; Viên chức  
Khoa Truyền thông giáo dục sức khỏe, CDC tỉnh Hậu Giang.*

*Thấu hiểu marketing đại học – Chọn trường thành công* được trình bày đơn giản, gần gũi, nội dung dễ hiểu đối với mọi đối tượng. Sách cung cấp nhiều thông tin bổ ích ở thời buổi kinh tế thị trường hiện nay, giúp các em học sinh có thêm nguồn tham khảo hướng nghiệp, có thể tự định hướng chọn trường, chọn nghề tương lai.

Bên cạnh đó, sách cũng giúp các bậc phụ huynh hiểu rõ hơn để hỗ trợ, định hướng nghề nghiệp cho con phù hợp sở thích, năng lực của con. Đối với người làm giáo dục và định hướng nghề nghiệp cho học sinh thì đây là quyển cẩm nang hay và cần thiết giúp cho công tác hỗ trợ các em học sinh lựa chọn tương lai và sự nghiệp vững vàng.

# Mục lục

Ý kiến đánh giá Marketing đại học.....	5
Lời đề tặng.....	13
Lời mở đầu.....	18
<b>01 Tình trạng của tiếp thị giáo dục đại học hiện nay.....</b>	<b>23</b>
Tiếp thị.....	24
Tiếp thị trải nghiệm.....	37
Tiếp thị dựa trên cơ sở dữ liệu.....	43
Sự khác biệt.....	46
Tiếp thị hình ảnh và cảm xúc.....	49
Tiếp thị quốc tế.....	54
Tiếp thị từ trường học đến trường học.....	56
Tài sản và nguồn lực tiếp thị.....	59
Các mối quan hệ của phòng tiếp thị.....	61
Đạo đức tiếp thị giáo dục.....	64
Tiếp thị trong thời đại suy thoái.....	68
Tập trung vào thị trường ngách.....	74
Vai trò và kỹ năng tiếp thị.....	78
<b>02 Chiến lược phát triển đại học.....</b>	<b>81</b>
Sứ mệnh của trường đại học.....	82
Thương hiệu.....	87
Phân biệt Thương hiệu, Marketing và Sale.....	97
Định vị.....	104
Chiến lược.....	107
Sức mạnh của Marketing truyền miệng.....	111

Khởi nghiệp nội bộ .....	116
Quản trị theo mục tiêu (MBO) .....	126
Quản trị theo quá trình (MBP) .....	133
Truyền thông nội bộ.....	136
Chính sách truyền thông nội bộ .....	144
Nhân viên.....	146
Dự báo và tương lai.....	148
Chiến lược tăng trưởng.....	157
Đổi mới.....	160

### **03 Sinh viên là khách hàng mục tiêu của trường đại học ..... 166**

Khách hàng là gì?.....	167
Chân dung sinh viên là gì? .....	170
Tác dụng của việc xác định chân dung sinh viên.....	172
Thỏa mãn sinh viên.....	175
Quản lý sinh viên, quản lý quan hệ khách hàng .....	178
Định hướng sinh viên .....	183
Bảy bước xây dựng chiến lược định hướng.....	187
Nhu cầu sinh viên.....	190
Sự đảm bảo .....	193
Giá trị.....	196
Cơ hội .....	200

### **04 Tiếp thị trong thời đại công nghiệp 4.0 .....205**

Lịch sử các thời kỳ cách mạng công nghiệp.....	206
Tiếp thị kỹ thuật số trong thời đại số.....	211
Hành trình khách hàng mới.....	221
Lời kết.....	227

## Lời đề tặng

Tôi làm việc trong môi trường giáo dục, công việc chủ yếu làm công tác tư vấn tuyển sinh - định hướng nghề nghiệp cho các em học sinh. Vì vậy, tôi thấu hiểu được những áp lực học tập hoặc tâm lý lo lắng, e ngại của học sinh khi phải đối mặt với những sự việc mang tính quyết định trong đời. Hiểu được những âu lo của học sinh và phụ huynh về việc học tập, áp lực thi cử, chọn ngành, chọn trường, từ đó, tôi hình thành ý tưởng viết cuốn sách này với tiêu đề “Thấu hiểu Marketing đại học - Chọn trường thành công”.

Để viết nên cuốn sách này, tôi vận dụng những kiến thức đã học về quản trị, đồng thời kết hợp với kinh nghiệm thực tiễn trong quá trình công tác trong môi trường giáo dục cùng những trải nghiệm thực tế khi tiếp xúc, tư vấn, hướng dẫn cho học sinh trong việc định hướng tương lai.

Các nhà quản lý, chuyên gia giáo dục sẽ có những nhận định khác nhau trong cùng một lĩnh vực ngành. Vì vậy, tôi muốn đóng góp những kiến thức và kinh nghiệm thực chiến của cá nhân về lĩnh vực giáo dục liên quan đến tiếp thị giáo dục, xây dựng thương hiệu,

chiến lược phát triển... để chung tay phát triển nền giáo dục nước nhà hội nhập quốc tế.

Tôi xin tặng cuốn sách “Thấu hiểu Marketing đại học – Chọn trường thành công” này cho hàng triệu học sinh sắp tốt nghiệp Trung học phổ thông – những người đang ở bước ngoặt cuộc đời, đứng trước ngưỡng cửa chọn tương lai nghề nghiệp nhưng còn cảm thấy phân vân trong việc chọn trường, chọn ngành. Tôi muốn các bạn biết rằng, đây là thời điểm tốt nhất để kiểm soát tương lai của bạn. Tôi truyền tải những kinh nghiệm của tôi về việc marketing chọn trường để thế hệ Gen Z cùng các bậc phụ huynh tìm hiểu và hướng dẫn con được tốt hơn.

Đây là một cuốn sách nhỏ nhưng cho bạn nhiều bài học lớn trong cuộc đời. Nếu bạn quyết định tương lai trong sự mơ hồ của tuổi trẻ hay nghe theo sự rủ rờ của bạn bè, bắt nhịp theo trào lưu, do gia đình thúc giục... tất cả những điều này không hề có lợi cho cuộc đời của bạn về sau. Hãy bình tĩnh chọn lựa tương lai và sự nghiệp theo cách riêng của mình. Và tôi sẽ giúp các bạn có một phương án phù hợp trong việc chọn trường đại học, chuẩn bị cho tương lai của mình.

Sau cùng, tôi mong các bạn học tập thật chăm chỉ, có niềm tin chiến thắng ở bản thân và chiến thắng trong cuộc sống. Mỗi người sinh ra đều có sứ mệnh riêng nên việc thành công hay thất bại cũng chỉ là quan điểm nhận xét của xã hội về bạn; vì vậy, bạn

không nên để tâm nhiều vào những điều đó. Nó sẽ làm bạn lung lay ý chí và mục tiêu của cuộc đời. Người xưa có câu: “Không ai giàu ba họ, không ai khó ba đời” điều này cho thấy xuất phát điểm của mỗi người cho dù giàu có hay nghèo khổ đều không quan trọng, điều quan trọng là bạn có phấn đấu và vượt lên chính mình hay không.

Tôi sẽ kể cho các bạn nghe câu chuyện về hai đứa trẻ có xuất thân trái ngược nhau nhưng về sau điều là những người có ảnh hưởng lớn ở nước Anh và thế giới.

*Câu chuyện bắt đầu từ một người nông dân nghèo. Người nông dân tên Fleming sống ở Scotland. Một hôm, ông đang làm việc trên cánh đồng thì bỗng nghe tiếng kêu cứu từ cái đầm gần đó. Ông vội chạy đến nơi thì nhìn thấy một cậu bé bị sa lầy trong ao, bùn ngập đến đầu. Cậu đang giãy giụa gào khóc. Người nông dân liền cứu cậu bé lên bờ.*

*Hôm sau, một cỗ xe sang trọng đi tới căn lều của Fleming. Một quý ông ăn mặc sang trọng bước ra, tự giới thiệu mình là Randolph Henry Soencer Churchill, cha của cậu bé được ông cứu sống ngày hôm qua. Ông Randolph nói: “Tôi đến đây để cảm ơn và hậu tạ anh đã cứu mạng con trai tôi”.*

*“Không vấn đề gì. Đây là chuyện nên làm và tôi không cần được hậu tạ . Tôi quyết không nhận đâu”, ông Fleming đáp.*