



Implemented by
giz
Deutsche Gesellschaft
für Internationale
Zusammenarbeit (GIZ) GmbH



TẬP HUẤN XÂY DỰNG VÀ QUẢN LÝ NỘI DUNG WEBSITE

Training on Website Content Development and Management

Hanoi: 22-23/11

GIẢNG VIÊN

ThS. Nguyễn Thị Hương Glang

Module 1: Tổng quan về nội dung trên website



WEBSITE - NGÔI NHÀ CỦA THƯƠNG HIỆU

1. Nơi kể chuyện thương hiệu
2. Nơi cung cấp thông tin chính thống của thương hiệu
3. Nơi kết nối thương hiệu với công chúng, khách hàng
4. Nơi tạo dựng niềm tin và giá trị thương hiệu
5. Trung tâm của Hệ sinh thái truyền thông thương hiệu

QUẢN TRỊ NỘI DUNG WEBSITE -

QUẢN TRỊ TRUYỀN THÔNG TẠI NGÔI NHÀ CỦA THƯƠNG HIỆU

1. Kể chuyện thương hiệu theo định vị thương hiệu
2. Cập nhật thông tin đúng, đủ về thương hiệu
3. Đáp ứng các nhu cầu thông tin/ trải nghiệm của công chúng
4. Cung cấp nội dung minh chứng cho giá trị cốt lõi thương hiệu
5. Kết nối với hệ sinh thái truyền thông thương hiệu

CÔNG VIỆC CỦA NGƯỜI LÀM QUẢN TRỊ WEBSITE

01

LÊN ĐỀ BÀI
& Ý TƯỞNG
XÂY NHÀ

02

LẬP
KIẾN TRÚC
NGÔI NHÀ

03

XÂY NHÀ

04

TRANG TRÍ
NHÀ

05

MỜI KHÁCH
TỚI NHÀ

06

GIỮ
TƯƠNG TÁC

CÔNG VIỆC CỦA NGƯỜI LÀM QUẢN TRỊ WEBSITE

07

KỂ CHUYỆN
NHÀ

08

LÀM
SẢN PHẨM
NỘI DUNG
CHO NHÀ

09

QUẢNG BÁ
NHÀ

10

QUẢN LÝ
NHÀ

ĐỀ BÀI VÀ Ý TƯỞNG XÂY NHÀ

Xác định mục tiêu của website

- > Thông tin, cập nhật tin tức
- > Kể chuyện thương hiệu/truyền cảm hứng
- > Cung cấp giá trị hữu ích
- > Kết nối/ tương tác
- > Tuyển sinh

ĐỀ BÀI VÀ Ý TƯỞNG XÂY NHÀ

Xác định mục tiêu của website

The screenshot shows a website for BCI (Berufsbildungszentrum) with the following elements:

- Header:** Phone number 0222.3821.230 / 0222.3821.231, navigation links for Đào Tạo E-learning, Thư Viện Số, Thời Khóa Biểu, Văn Bản Pháp Luật, and a language selection dropdown.
- Navigation:** BCI logo with the slogan "Follow your dreams" and the main menu: TRANG CHỦ | GIỚI THIỆU | TIN TỨC | ĐÀO TẠO | TUYỂN SINH | PHÒNG KHOA | VIỆC LÀM | SINH VIÊN | HỆ THỐNG ĐBCL.
- Main Image:** A large group photo of students and staff in white uniforms sitting on a paved area.
- Call-to-Action:** Two buttons: "TÌM HIỂU THÊM" (Learn More) and "ĐĂNG KÝ TUYỂN SINH" (Register for Admission).
- News Section:** Three news cards, each titled "TIN TỨC" (News):
 - Card 1: Đoàn đại biểu dự án "Hợp tác đào tạo Việt Nam – Phần Lan" đến thăm và làm việc tại BCI.
 - Card 2: Sinh viên BCI nâng cao kỹ năng, mở rộng cơ hội việc làm.
 - Card 3: Sinh viên BCI hưởng ứng Ngày pháp luật nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam.
- Footer:** Contact information: 02223.856.294 and 0975.729.045, and a "Đăng ký học" (Register for study) button.

ĐỀ BÀI VÀ Ý TƯỞNG XÂY NHÀ

Xác định mục tiêu của website

Trang chủ / Hỏi đáp / Liên hệ

Sơ đồ trang / Hướng dẫn nhập học online

BỘ XÂY DỰNG
TRƯỜNG CAO ĐẲNG XÂY DỰNG SỐ 1 - CTC1

GIỚI THIỆU / TUYỂN SINH / ĐÀO TẠO / VĂN BẢN / ĐOÀN THỂ / SINH VIÊN / THƯ VIỆN / THÔNG BÁO

CỤM HỌC SINH, SINH VIÊN

Trang chủ / Giới thiệu / Cựu học sinh, sinh viên

NGUYỄN THANH TÙNG - THÀNH CÔNG ĐẾN TỪ SỨC TRẺ VÀ SỰ ĐAM MÊ

Hôm nay, chúng tôi có cơ hội được gặp gỡ với một cựu sinh viên lớp CX6.1. Tuy tuổi đời còn rất trẻ, sinh năm 1986 nhưng anh Nguyễn Thanh Tùng hiện đang đảm trách vị trí Giám đốc Công ty TNHH Tư vấn Thiết kế và Xây dựng Thái An thuộc tỉnh Tuyên Quang.

Chia sẻ với chúng tôi, anh Tùng cho biết ngay từ bé, anh đã luôn có ước mong được góp sức mình xây dựng quê hương Tổ quốc. Đến khi trưởng thành, anh đã chọn ngôi trường Cao đẳng Xây dựng số 1 để bắt đầu hiện thực mong ước ấy. Trong quá trình học tập tại trường, cũng như sau này khi tham gia công tác chuyên môn, anh luôn nỗ lực hết mình, làm việc với nhiệt huyết của tuổi trẻ. Theo anh thành công chỉ đến với những ai có đam mê và sự cố gắng thực sự. Với sự thành đạt trong công việc của mình, anh không những đem đến cho xã hội những công trình với chất lượng cao mà còn đem lại cho bản thân và gia đình cuộc sống tốt đẹp, đầy đủ.

Năm 2008, sau khi tốt nghiệp, anh nhận công tác với vị trí cán bộ kĩ thuật thi công cho Công ty TNHH Toàn Thắng, một doanh nghiệp chuyên thi công các công trình về giao thông. Mặc dù trái ngành nghề và gặp rất nhiều khó khăn như phải xa gia đình, phải nằm vùng ở công trường trên những cầu đường xa xôi của huyện vùng biên giới, điều kiện thời tiết khắc nghiệt, mọi lễ tết thường là ngày

GIỚI THIỆU

- > Chức năng nhiệm vụ
- > Cơ cấu tổ chức
- > Cơ sở vật chất
- > Chính sách chất lượng & Định hướng phát triển
- > Cựu học sinh, sinh viên

TUYỂN SINH

ĐỀ BÀI VÀ Ý TƯỞNG XÂY NHÀ

Xác định mục tiêu của website



TIN TỨC, SỰ KIỆN



Cao đẳng Kỹ thuật Việt – Đức Hà Tĩnh ký kết thỏa thuận hợp tác với trường Cao đẳng SaeKyung Hàn Quốc



Tin tức của trường Đại học Kỹ thuật Cao đẳng tỉnh Hà Tĩnh năm...

Công đoàn Trường Cao đẳng Kỹ thuật Việt – Đức Hà Tĩnh thành lập Câu lạc bộ "Bóng...

Trường Cao đẳng Kỹ thuật Việt – Đức Hà Tĩnh tổ chức "Đêm hội trăng rằm" cho cả...

Đoàn trường Cao đẳng Kỹ thuật Việt – Đức Hà Tĩnh đạt giải nhì Giải Bóng đá nam...

TUYỂN SINH

Xem thêm >>



Hơn 650 học sinh, sinh viên nhập học Trường Cao đẳng Kỹ thuật Việt - Đức ...

Thông báo tuyển sinh năm học 2023 - 2024

Các biểu mẫu tuyển sinh năm 2023

ĐỀ BÀI VÀ Ý TƯỞNG XÂY NHÀ

Xác định mục tiêu của website

HOẠT ĐỘNG ĐÀO TẠO

TUYỂN SINH ĐỢT 2 NĂM 2023 - 2024

📅 11/2/2023 [Xem chi tiết](#)

KẾ HOẠCH TUYỂN DỤNG LAO ĐỘNG HỢP ĐỒNG NĂM 2023

📅 8/12/2023 [Xem chi tiết](#)

CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO TRÌNH ĐỘ TRUNG CẤP - NGHỀ CƠ ĐIỆN TỬ NĂM 2021

📅 9/23/2022 [Xem chi tiết](#)

THÔNG BÁO KẾT QUẢ TRÚNG TUYỂN KÝ TUYỂN DỤNG LAO ĐỘNG ĐANG NGHỀ NINH THUẬN NĂM 2023 CỦA TRƯỜNG CAO ĐẲNG NGHỀ NINH THUẬN

KẾ HOẠCH TỔ CHỨC ĐÁNH GIÁ CHƯƠNG TRÌNH HÀNH ĐỘNG TRƯỚC KHÍ XEM XÉT, BỐ NHIỆM CHỨC DANH PHỔ TRƯỞNG KHOA CƠ KHÍ XÂY DỰNG

CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO TRÌNH ĐỘ CAO ĐẲNG - NGHỀ CƠ ĐIỆN TỬ NĂM 2021

ĐỀ BÀI VÀ Ý TƯỞNG XÂY NHÀ

Xác định mục tiêu của website



"Là một người trẻ, năng động thích môi trường năng động và được học những kiến thức thực tế. Mình nhận thấy Cao đẳng FPT Polytechnic là môi trường hoàn hảo để chấp cánh ước mơ trở thành nhà quản trị khách sạn của mình."

Nguyễn Thị Thúy Diễm
Sinh viên ngành Quản trị khách sạn - Cao đẳng FPT Polytechnic Hồ Chí Minh

ĐỀ BÀI VÀ Ý TƯỞNG XÂY NHÀ

Xác định công chúng của website

- > Nhà phục vụ ai là chính?
- > Chân dung của họ?
- > Nhu cầu, mong muốn, thói quen, nỗi đau của họ khi tìm đến nhà?
- > Họ yêu thích điều gì trong nhà?
- > Điều gì khiến họ quay trở lại, lan toả, chia sẻ về nhà?



Đặc trưng chung

Vấn đề

Đối tượng	Học sinh cấp 2, cấp 3
Tuổi	13 - 18
Giới tính	Tất cả
Địa lý	Miền Bắc
Thói quen sử dụng PTTT	Internet/ Điện thoại

Tính cách

-

Thách thức

-

Mục tiêu và Nhu cầu

-



Đặc trưng chung

Vấn đề

Đối tượng	Phụ huynh học sinh
Tuổi	35 - 55
Giới tính	Tất cả
Địa lý	Miền Bắc
Thu nhập	
Thói quen sử dụng PTTT	

Tính cách

-

Thách thức

-

Mục tiêu và Nhu cầu

-



Đặc trưng chung

Vấn đề

Đối tượng	Doanh nghiệp
Tuổi	30- 55
Giới tính	Tất cả
Địa lý	Miền Bắc
Vị trí	
Thói quen sử dụng PTTT	

Tính cách

-

Thách thức

-

Mục tiêu và Nhu cầu

-

ĐỀ BÀI VÀ Ý TƯỞNG XÂY NHÀ

Các định hướng của thương hiệu đối với nhà

- > Định hướng concept cho nhà
- > Định hướng các giá trị mà nhà tạo ra
- > Định hướng chiến lược thông điệp/ nội dung/ từ khoá
- > Định hướng phong cách thiết kế/ hình ảnh/ màu sắc
- > Định hướng trải nghiệm cho khách hàng/ công chúng

Module 2: Chiến lược nội dung cho website



KIẾN TRÚC NGÔI NHÀ

Các điểm cần chú ý khi xác định cấu trúc website

--> Trang chủ: Homepage để làm gì?

--> Có bao nhiêu trang con?

--> Các trang con phục vụ các mục đích gì?

--> Các trang con/ chuyên mục xuất hiện trên trang chủ như thế nào? Trang nào là chính, trang nào là phụ?

KIẾN TRÚC NGÔI NHÀ

Các điểm cần chú ý khi xác định cấu trúc website

- > Diện tích/ thiết kế/ phương thức quảng cáo cho các chuyên mục, nội dung quan trọng trên trang chủ?
- > Các phương thức/ công cụ thể hiện nội dung
- > Mối tương quan giữa nội dung và giao diện, trải nghiệm?

XÂY NHÀ & TRANG TRÍ NHÀ

Các điểm cần chú ý khi xây nhà

- > Nội dung nào quan trọng nhất? Khách hàng tìm kiếm điều gì?
- > Dẫn dắt trải nghiệm như thế nào?
- > Mức độ ưu tiên của các chuyên mục: Chuyên mục lớn, chuyên mục nhỏ? theo nhu cầu tìm kiếm của khách hàng?

XÂY NHÀ & TRANG TRÍ NHÀ

Các điểm cần chú ý khi trang trí nhà

- > Nhận diện thương hiệu? Logo, đồ họa, màu sắc, phong chữ?
- > Giao diện trang chủ và trang chuyên mục.
- -> Các chiến dịch truyền thông hiện diện ở đâu? Như thế nào?
- > Nút kết nối giữa các chuyên mục?
- > Các quy định được phép và không được phép?
- > Cơ hội tương tác của công chúng.

NHÀ KỂ CHUYỆN

Chiến lược nội dung cho nhà

- > Xác định các mục tiêu của chiến lược (dài hạn, ngắn hạn)
- > Xác định đối tượng công chúng, các nhu cầu, mong muốn của công chúng khi tìm kiếm nội dung trên nhà?
- > Xác định hệ thống thông điệp, từ khoá của chiến lược
- > Xác định chiến lược nội dung cho từng giai đoạn, đáp ứng từng nhóm công chúng.

NHÀ KỂ CHUYỆN

Triển khai chiến lược nội dung cho nhà

— > Xác định các loại hình sản phẩm truyền thông sẽ sử dụng trong chiến lược (Tin tức, blog, video, infographic, clip, bài viết dạng báo chí, game...).

— > Xác định các nguyên liệu, dữ liệu để làm nội dung (sự kiện, hoạt động của doanh nghiệp, ảnh chụp, câu chuyện về thương hiệu, nhân sự, quy trình, bối cảnh quay phim, nhân vật phỏng vấn....)

NHÀ KỂ CHUYỆN

Lập kế hoạch sản xuất nội dung cho nhà

- > Xác định nguồn lực thực hiện (nhân sự, con người, điều kiện cơ sở vật chất, thiết bị, máy móc)
- > Xác định thời gian thực hiện tổ chức sản xuất
- > Xác định thời gian lên bài trên web

NHÀ KỂ CHUYỆN

Thực thi và đo lường chiến lược sản xuất nội dung cho nhà

- > Bám sát mục tiêu và kế hoạch
- > Kiểm soát chất lượng trước, trong và sau khi đăng
- > Đo lường tương tác định kỳ
- > Tối ưu và điều chỉnh phù hợp

XÂY NHÀ & TRANG TRÍ NHÀ

Các điểm cần chú ý khi lập chiến lược nội dung

— > Tư liệu nội dung + hình ảnh lấy từ đâu?

--> Ai là người liên quan tới việc khai thác tư liệu

— > Kế hoạch và nguồn lực (ngân sách, thời gian, nhân sự, trang thiết

bị, bối cảnh) triển khai.

Module 3: Chiến lược nội dung cho Landing page



VAI TRÒ VÀ ỨNG DỤNG CỦA LANDING PAGE

Trang nội dung tách biệt/ trang con của website

Được sử dụng để:

- > Truyền thông tuyển sinh/ tuyển dụng
- > Giới thiệu riêng về một khoa, ngành với các giá trị đặc trưng
- > Tạo phễu Marketing/ chạy Ads/ Thu data khách hàng
- > Truyền thông riêng về một sự kiện
- > Tạo site vệ tinh

VAI TRÒ VÀ ỨNG DỤNG CỦA LANDING PAGE

TRƯỜNG CAO ĐẲNG CÔNG NGHIỆP HUẾ
CỔNG THÔNG TIN TUYỂN SINH

Hotline: 0234.3837.073, 0234.3509.189, 0359.935.954
Đăng ký Xét tuyển | Tra cứu Hồ sơ | Nhập học Online

GIỚI THIỆU | TUYỂN SINH | CHUYÊN NGÀNH ĐÀO TẠO | ĐĂNG KÝ XÉT TUYỂN | VIỆC LÀM | TỰ HÀO HUỆC
KHẢO SÁT | ĐĂNG NHẬP


11 TH5: Đăng ký xét tuyển
12 TH3: Danh sách mã ngành và chỉ tiêu tuyển sinh 2023
04 TH8: Sinh viên, học sinh HuếC có cơ hội nhận được các loại học bổng nào?
27 TH4: Kỹ thuật Thoát nước và Xử lý nước thải
29 TH6: TUYÊN SINH 2023 CAO ĐẲNG - TRUNG CẤP. HỌC CAO ĐẲNG CÔNG NGHIỆP HUẾ - CƠ HỘI ĐƯỢC MIỄN 100% HỌC PHÍ 6 THÁNG.
20 TH4: Công nghệ thông tin (Ứng dụng phần mềm - liên kết với Framgia)
20 TH7: Khoa Điện - Điện tử hội nhập và phát triển
12 TH3: Cao đẳng Công nghệ Kỹ thuật Cơ khí

HỆ CAO ĐẲNG
Nhà trường được giao nhiệm vụ đào tạo hệ cao đẳng đáp ứng yêu cầu công nghiệp hóa - hiện đại hóa trong điều kiện kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa và hội nhập quốc tế.
[ĐĂNG KÝ XÉT TUYỂN >](#)

HỆ TRUNG CẤP
Phù hợp với học sinh có định hướng kỹ thuật cho tương lai với chương trình học thiên về nền tảng, kỹ năng và thực tế. Chương trình học 1,5 năm chuyên ngành với khả năng liên thông linh hoạt.
[ĐĂNG KÝ XÉT TUYỂN >](#)

ĐÀO TẠO NGẮN HẠN
Nhà trường liên tục mở các lớp ngắn hạn nhằm bổ sung trình độ, nâng bậc thợ. Đặc biệt các lớp cấp chứng chỉ chuẩn đầu ra tin học, ngoại ngữ; an toàn lao động; kỹ năng mềm; công nhân may; thợ sửa chữa xe...

VAI TRÒ VÀ ỨNG DỤNG CỦA LANDING PAGE



Tặng thêm tháng sử dụng **+ 3 tháng** **+ 6 tháng** Đăng Ký Nhận Ưu Đãi Ngay

ladipage Sử dụng Theme

Hơn 3000 học viên đã đạt
7.0-8.5 IELTS
Bạn có muốn là người tiếp theo?
ĐĂNG KÝ NHẬN TƯ VẤN MIỄN PHÍ

5 LÝ DO CÁC CAO THỦ IELTS ĐÃ LỰA CHỌN LDP

LÍ DO	LÍ DO	LÍ DO	LÍ DO
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Haec quo modo convenient, non sane intellego	Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Haec quo modo convenient, non sane intellego	Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Haec quo modo convenient, non sane intellego	Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Haec quo modo convenient, non sane intellego

LUYỆN THI IELTS TẠI LDP BẠN SẼ ĐƯỢC

Những chiến thuật hiệu quả cho kì thi

Những chiến thuật hiệu quả cho kì thi

Cách thiết lập một landing page

1 ————— 2 ————— 3 ————— 4 ————— 5

BƯỚC

**Xác định
mục tiêu của
landingpage.**

Xác định các
mục tiêu chính và
mục tiêu phụ

BƯỚC

**Xác định
công chúng
mục tiêu**

Vẽ chân dung và
thông tin của công
chúng truyền thông
chính, công chúng
truyền thông thứ
cấp.

BƯỚC

**Lên khung
kiến trúc của
landingpage**

Sử dụng các mẫu có
sẵn theo nhu cầu,
mục tiêu sử dụng.

BƯỚC

**Lên chiến lược nội
dung**

Ưu tiên chọn các
nhóm nội dung hấp
dẫn, khả thi. Đáp ứng
được mục tiêu và thu
hút trải nghiệm của
công chúng.

BƯỚC

**Chuẩn bị các
nguyên liệu, tư
liệu phù hợp,
cần thiết và tổ
chức sản xuất.**

Tạo kho tư liệu nội
dung để tất cả các
thành viên liên
quan sẽ cùng hỗ
trợ, hợp tác

Module 4: Sản xuất nội dung cho Website/ Landing page



SẢN PHẨM NỘI DUNG CHO NHÀ

Tin tức

- > Đặc trưng: giống làm tin trên báo chí
- > Chú ý thông điệp và từ khoá
- > Cập nhật theo dòng sự kiện
- > Chú ý kịch bản chụp ảnh + caption

SẢN PHẨM NỘI DUNG CHO NHÀ

Bài viết dạng báo chí

- > Đặc trưng: viết như một bài trên báo (các thể loại: bài chuyên sâu, phóng sự, phỏng vấn, bình luận, kể chuyện, giáo dục...)
- > Cần xây dựng chủ đề, cấu trúc của bài viết
- > Cần lên kế hoạch tổ chức sản xuất (viết bài, biên tập, hình ảnh)
- > Chú ý: độ dài, các yếu tố nhận diện, người viết, nhân vật...
- > Kết hợp với các loại hình nội dung khác

SẢN PHẨM NỘI DUNG CHO NHÀ

Infographic

- > Đặc trưng: sử dụng con số và biểu tượng mang tính thông điệp
- > Chú ý: giá trị của con số và từ khoá thể hiện giá trị
- > Thiết kế phù hợp với nhận diện và thông điệp
- > Kết hợp với các loại hình nội dung khác

SẢN PHẨM NỘI DUNG CHO NHÀ

Testimonial

- > Đặc trưng: Sử dụng hình ảnh và lời chứng thực có thật
- > Chú ý: nội dung lời chứng thực làm nổi bật các giá trị cốt lõi của thương hiệu. Câu chuyện của nhân vật có chung nỗi đau/ vấn đề cần quan tâm của công chúng đã được giải quyết.
- > Thiết kế phù hợp với nhận diện và thông điệp
- > Kết hợp với các loại hình nội dung khác

SẢN PHẨM NỘI DUNG CHO NHÀ

Clip Intro (Giới thiệu về trường/ khoa/ ngành/ sự kiện/ hoạt động)

- > Đặc trưng: sử dụng hình ảnh, âm nhạc, âm thanh, giọng nói
- > Cần xây dựng kịch bản, thông điệp
- > Cần lên kế hoạch tổ chức sản xuất (Tiền kỳ, hậu kỳ)
- > Chú ý: thời lượng, các yếu tố nhận diện, bản quyền, ngân sách
- > Kết hợp với các loại hình nội dung khác

SẢN PHẨM NỘI DUNG CHO NHÀ

Nguyên lý xây dựng tin, bài, clip, infographic

- > Xác định mục tiêu: Nội dung này đáp ứng mục tiêu gì
- > Tư duy Concept/ Thông điệp: Nội dung này thể hiện thông điệp gì? Chủ đề gì?
- > Tư duy cấu trúc: Nội dung này có kết cấu như thế nào?

SẢN PHẨM NỘI DUNG CHO NHÀ

Nguyên lý xây dựng tin, bài, clip, infographic

Các mô hình cấu trúc

Ý 1 - quan trọng nhất

Ý 2 - Bổ trợ ý 1

Ý 3 - Ít quan trọng nhất

Ý 1 - Dẫn dắt thông tin, câu chuyện

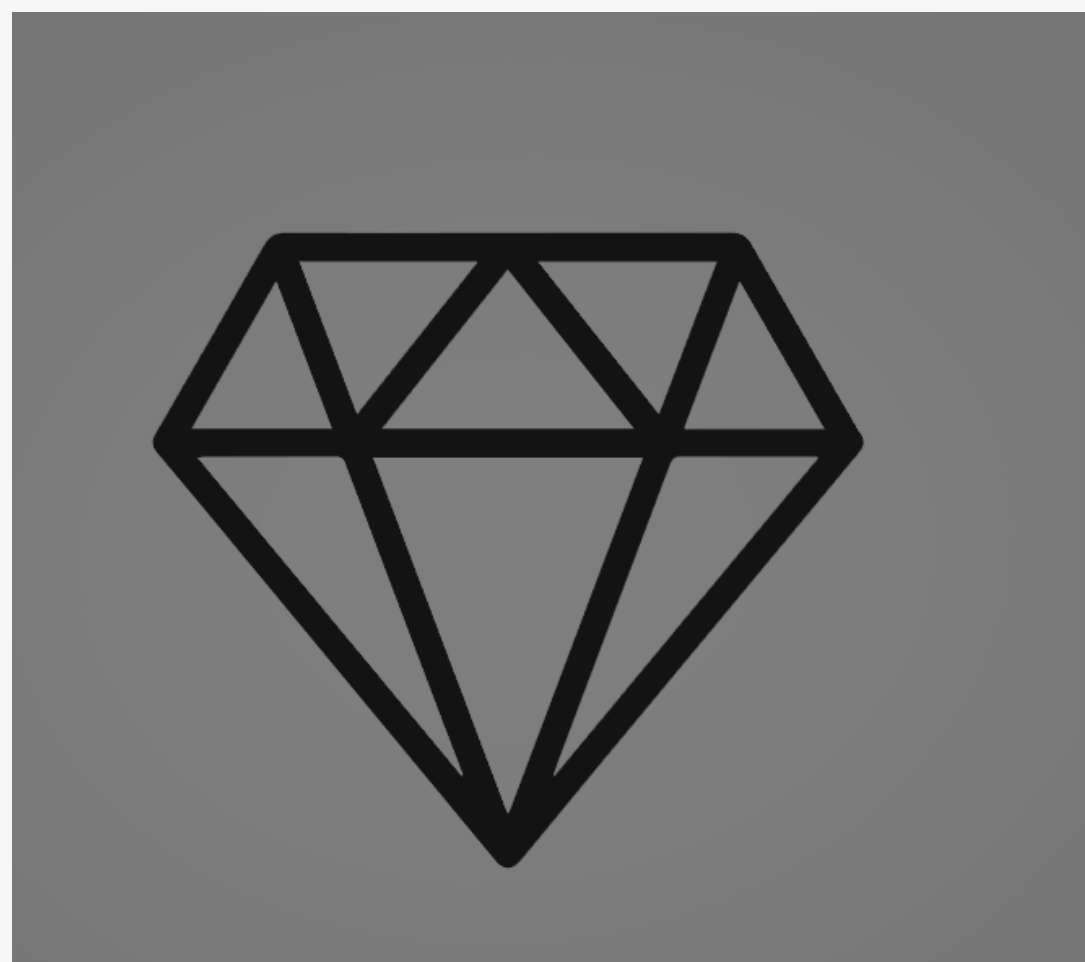
Ý 2 - Triển khai ý 1

Ý 3 - Nhấn mạnh vào thông điệp

SẢN PHẨM NỘI DUNG CHO NHÀ

Nguyên lý xây dựng tin, bài, clip, infographic

Các mô hình cấu trúc



SẢN PHẨM NỘI DUNG CHO NHÀ

Nguyên lý xây dựng tin, bài, clip, infographic

--> Tư liệu và nguyên liệu: Nội dung này lấy nguyên liệu và tư liệu từ nguồn nào, ai là người cung cấp, chịu trách nhiệm, ai là nhân vật phỏng vấn?

--> Tính khả thi của việc sản xuất nội dung
(nhân lực, thời gian, tài chính)

--> Duyệt nội dung theo góc nhìn thương hiệu, luật pháp, văn hoá

THANK YOU




BRANDING vs
COPYWRITING

Contact

Giảng viên

Nguyễn Thị Hương Giang

Phone Number

 0912482020

Email Address

 huonggiang8679@gmail.com

Website

 brandingvscopywriting.com

Facebook

 Kawa Nguyễn

