

CÂU LẠC BỘ TRUYỀN THÔNG MARKETING TÍCH HỢP - IMC CLUB

I. QUÁ TRÌNH HÌNH THÀNH VÀ PHÁT TRIỂN:



Tổng quan về CLB Truyền thông Marketing tích hợp- IMC

Ra đời vào tháng 05/2022, IMC là câu lạc bộ Truyền thông - Marketing tích hợp, trực thuộc Đoàn Thanh niên Trường Đại học Ngoại thương Cơ sở II tại Thành phố Hồ Chí Minh. Câu lạc bộ Truyền thông - Marketing tích hợp IMC ra đời với phương châm hoạt động **“MARKET YOUR MIND”**, mang sứ mệnh quảng bá chuyên ngành Truyền thông - Marketing tích hợp, đồng thời tạo ra sân chơi về Marketing bổ ích cho các bạn sinh viên.

IMC tin vào giá trị của những bước khởi đầu, của tinh thần kiến tạo và tiên phong. Dựa trên 4 giá trị cốt lõi: Tiên phong, Chuyên nghiệp, Thân thiện và Lan tỏa, IMC đã tạo nên những sự kiện mang dấu ấn riêng, nhận được sự tin tưởng từ cộng đồng sinh viên và doanh nghiệp. Với nhiều hình thức tiếp cận sáng tạo, IMC luôn nỗ lực mang đến trải nghiệm thực tế, phong phú và thúc đẩy tiềm năng cho sinh viên.



Hình ảnh các thành viên CLB IMC - Thế hệ 02 và 03

II. CƠ CẤU TỔ CHỨC:

Chỉ với hơn 03 năm hoạt động, đã có hơn 150 thành viên của IMC đồng hành trên chặng đường kiến tạo giá trị. IMC được cơ cấu thành những ban riêng biệt để chuyên môn hoá, phát triển tối đa giá trị, cụ thể như sau:

1. Ban Chủ nhiệm Nhiệm kỳ 2025-2026

- a. Chủ nhiệm: Võ Hoàng Phương Anh
- b. Phó chủ nhiệm: Trần Việt Nguyên Anh

2. Ban Chuyên môn (Professional Development Department)

Tại IMC, chuyên môn là một trong những từ khóa làm nên kim chỉ nam hoạt động CLB. Tại đây, Sinh viên sẽ có cơ hội trực tiếp trao đổi với các anh/chị đang làm việc trong lĩnh vực Marketing và thực hành giải quyết những vấn đề gắn liền với thực tế.

3. Ban Marketing (Marketing Department)

Phòng ban Marketing sẽ cung cấp cho những kỹ năng lên chiến lược phát triển hiệu quả, đi từ những nghiên cứu đến thực thi, được thực hành từng bước lên chiến lược, cùng làm nên những dự án.

4. Ban Đối ngoại (External Relations Department)

Tại phòng ban Đối ngoại, Sinh viên sẽ được làm việc trong một môi trường chuyên nghiệp, trao đổi kỹ năng thương lượng, hợp tác với các đối tác, doanh nghiệp của CLB. Đây sẽ là bước đệm đầu tiên để thấu hiểu những bậc thang tiếp theo của chặng hành trình sự nghiệp tương lai tại những vị trí như Account hay Public Relations.

5. Ban Truyền thông (Media Department)

Phòng ban Media, bao gồm 02 tiểu ban Content và Design, sẽ phối hợp cùng nhau để làm nên những ấn phẩm truyền thông mãn nhãn thị giác, truyền tải những thông điệp mà IMC mong muốn truyền đạt đến cộng đồng.

6. Ban Nhân sự Vận hành (Human Resources & Operations Department)

Ban Nhân sự và Vận hành sẽ là nền tảng để thúc đẩy sự phát triển của từng thành viên CLB. Thông qua công tác tổ chức các hoạt động, sự kiện, các thành viên ban Nhân sự và vận hành được thực hành các kỹ năng hữu ích trong đời sống tương lai, gắn kết các nhân sự và tạo dựng một tập thể vững mạnh.

III. CÁC HOẠT ĐỘNG TIÊU BIỂU:

Chỉ sau 3 năm hoạt động, Câu lạc bộ Truyền thông Marketing tích hợp IMC đã nhanh chóng khẳng định vị thế của mình khi tổ chức nhiều chương trình lớn nhỏ, mang đến những trải nghiệm thực tiễn và cơ hội phát triển cho cộng đồng sinh viên.

1. Kỳ tuyển thành viên thường niên

Ở IMC, nhân sự là một trong những niềm tự hào, là ưu tiên của IMC khi phát triển một tổ chức. Từ đó, kỳ tuyển nhân sự là một trong những sự kiện được IMC quan tâm nhất. Tại mỗi kỳ Tuyển nhân sự, sinh viên sẽ được va chạm với các bài toán Marketing thực tế đến

từ doanh nghiệp và thực hành xây dựng các ấn phẩm sáng tạo từ kế hoạch. Bên cạnh đó, những buổi training cùng những diễn giả có kinh nghiệm trong ngành cũng giúp sinh viên có được những kiến thức chuyên ngành từ ngưỡng cửa đầu Đại học.



Hình ảnh kỳ tuyển thành viên thế hệ thứ 03

2. Chuỗi Hội thảo học thuật Marcoming Series 2025

IMC tin rằng kiến thức sẽ càng đóng góp mạnh mẽ hơn vào sự phát triển của cộng đồng nếu được nhiều người nắm bắt, thấu hiểu. Từ đó Chuỗi hội thảo học thuật Marcoming Series 2025 được thiết kế nhằm mở ra không gian học tập, giao lưu và kết nối dành cho những bạn trẻ đang theo đuổi các lĩnh vực như Truyền thông, Marketing và các lĩnh vực liên quan.



Chuỗi Hội thảo học thuật Marcoming Series 2025

3. Cuộc thi Sáng tạo Chiến lược Truyền thông S-Maze

IMC luôn nỗ lực từng ngày để tạo nên những giá trị thiết thực cho cộng đồng sinh viên và đối tác, từ đó chính thức công bố Cuộc thi Sáng tạo Chiến lược Truyền thông thường niên S-Maze. Trải qua 02 mùa tổ chức, S-Maze là một nền tảng với quy mô toàn quốc để các bạn trẻ tiếp cận trực tiếp với Marketing, đặc biệt là những lĩnh vực nổi trội như Social Media Marketing. Đa dạng về các hình thức xuyên suốt các vòng, S-Maze đã mài dũa những kiến thức chuyên môn của thí sinh cùng đề bài chất lượng cùng sự chuyên nghiệp từ các đối tác, ban giám khảo,....



Ban tổ chức và người tham dự sự kiện S-Maze 2025

4. Internal Training

Phát huy những giá trị cốt lõi, IMC luôn tập trung vào phát triển chuyên môn & kỹ năng mềm của các thành viên cùng những buổi training chuyên sâu, cung cấp những bộ kỹ năng cần thiết để phát huy toàn bộ năng lực của thành viên, cung cấp những giá trị vững bền.

5. Teambuilding và Sinh nhật IMC

Bên cạnh việc phát triển chuyên môn và kỹ năng, IMC cũng là nơi kết nối những đam mê, khát khao hay chia sẻ những tiếng cười, câu chuyện. Những buổi teambuilding sẽ được diễn ra trong nhiệm kỳ, được đông đảo các thành viên tham gia, cùng nhau tạo nên những khoảnh khắc đáng nhớ tại thời Sinh viên.

IV. THÔNG TIN LIÊN HỆ:

- Fanpage: <https://www.facebook.com/imcftu2>
- Email: imc.ftuhcmc@gmail.com

Ban chủ nhiệm Câu lạc bộ Truyền thông Marketing tích hợp nhiệm kỳ 2025-2026

Chủ nhiệm: Võ Hoàng Phương Anh
SĐT: 0903813430
Email: phuonganh.imc.ftu@gmail.com

Phó Chủ nhiệm: Trần Việt Nguyên Anh
SĐT: 0825574347
Email: nguyenanh.imc.ftu@gmail.com