



## **FPT UNIVERSITY HO CHI MINH CITY CAMPUS**

### **Capstone Project Document**

#### **FINAL REPORT**

### **A Brainy Chat - Communication project on effective study and work based on Neuroscience to Vietnamese undergraduates**

| <b>&lt;The Pursuers Team&gt;</b> |                                                                                                    |
|----------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Group Members</b>             | Nguyen Ngoc Thanh Thao - SS150404<br>Pham Thi Tu Ngan - SS150356<br>Nguyen Huu Anh Kien - SS150055 |
| <b>Supervisor</b>                | Mr. Hoang Vu Quoc Anh                                                                              |
| <b>Capstone Project code</b>     | SP23MC02                                                                                           |

# TABLE OF CONTENTS

|                                                                         |           |
|-------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>I. RESEARCH</b>                                                      | <b>2</b>  |
| 1. INTRODUCTION                                                         | 2         |
| 2. IN-DEPTH RESEARCH                                                    | 14        |
| <b>II. STRATEGY &amp; PLANNING</b>                                      | <b>25</b> |
| 3. CAMPAIGN AIMS & STRATEGIC APPROACH                                   | 25        |
| 4. CONCEPT & FRAMEWORKS                                                 | 27        |
| 5. EXECUTION PLAN                                                       | 30        |
| 6. CAMPAIGN EXECUTION TIMELINE                                          | 38        |
| 7. ESTIMATED BUDGET                                                     | 38        |
| 8. KPIs & EVALUATION                                                    | 38        |
| 9. RISK MANAGEMENT                                                      | 40        |
| <b>III. EXECUTION</b>                                                   | <b>41</b> |
| 10. MEDIA PRODUCTION                                                    | 41        |
| 11. ONLINE CAMPAIGN                                                     | 46        |
| 12. EVENT                                                               | 53        |
| 13. ACTUAL BUDGET                                                       | 62        |
| <b>IV. EVALUATION &amp; REFLECTION</b>                                  | <b>62</b> |
| 14. KPIs REPORT & CAMPAIGN OUTCOMES                                     | 62        |
| 15. REFLECTION                                                          | 69        |
| 16. FUTURE PLAN                                                         | 70        |
| <b>V. REFERENCE LIST</b>                                                | <b>72</b> |
| <b>VI. APPENDIX</b>                                                     | <b>75</b> |
| APPENDIX 1: TERMS DEFINITION                                            | 75        |
| APPENDIX 2: CREATIVE AND TACTICAL BRIEFS                                | 76        |
| APPENDIX 3: TARGET AUDIENCE RESEARCH AND SECONDARY TARGET AUDIENCE      | 76        |
| APPENDIX 4: CHANNELS USAGE AND CAMPAIGN TACTICS                         | 86        |
| APPENDIX 5: DETAILED QUANTITATIVE DATA REPORT                           | 90        |
| APPENDIX 6: DETAILED QUALITATIVE DATA REPORT                            | 98        |
| APPENDIX 7: MODEL OF GROWTH                                             | 123       |
| APPENDIX 8: DETAILED PRE-CAMPAIGN PROJECT HEALTH REPORT                 | 123       |
| APPENDIX 9: ACTIVATION MECHANISM AND SCIENCE EXPLANATION                | 129       |
| APPENDIX 10: ACTIVATION LAYOUTS                                         | 132       |
| APPENDIX 11: EVENT PRODUCTION DOCUMENT                                  | 134       |
| APPENDIX 12: ACTIVATION MASTERSHEETS                                    | 135       |
| APPENDIX 13: DETAILED MEDIA MASTERSHEET                                 | 135       |
| APPENDIX 14: DETAILED ACTIVATION FEEDBACK DATA                          | 135       |
| APPENDIX 15: DETAILED OFFLINE AND ONLINE WEBINAR FEEDBACK DATA          | 142       |
| APPENDIX 16: DETAILED BUDGET TABLES                                     | 148       |
| APPENDIX 17: BRAND IDENTITY DOCUMENT                                    | 150       |
| APPENDIX 18: PHOTOSHOOT DOCUMENT                                        | 150       |
| APPENDIX 19: PRE-CAMPAIGN AND POST-CAMPAIGN AIDED AND UNAIDED AWARENESS | 150       |
| APPENDIX 20: POST-CAMPAIGN DETAILED TESTIMONIALS                        | 152       |

# I. RESEARCH

## 1. INTRODUCTION

### 1.1. THE PURSUERS TEAM

The campaign was planned and executed by The Pursuers, majoring in Multimedia Communication Management at FPT University in Ho Chi Minh City- the university which always gives great attention to their students' good and development.

We stand for doing good things for young Vietnamese. Particularly, as we are all young energetic students who are pursuing lifelong learning and have a certain interest in sciences, our vision is to help provide more useful & practical science-based knowledge to as many young Vietnamese as possible.

### 1.2. A BRAINY CHAT PROJECT

A Brainy Chat is a non-profit educational organization that offers information about personal development which includes a big area about effective study & work based on Psychology and Neuroscience.

Recognizing the need for effective study & work of the Vietnamese youth nowadays, Ms. Quang Thuc Hao (Ms. Halle Quang) - a Ph.D. in Neuropsychology from the University of New South Wales - who is currently living and working in Australia - established A Brainy Chat with the hope of providing helpful information based on reliable knowledge from an academic. The organization's vision is to be a must-watch channel for personal development, starting with effective study & work.

### 1.3. CONTEXTUAL ANALYSIS

#### POLITICAL

**The Vietnamese government gives great care in developing brain sciences. The need for enhancing effectiveness in studying and working is also considerably rising.**

In an educational context, many programs and activities have been implemented by the Vietnam government to aid young Vietnamese in terms of their study and development which includes motivating students to explore more sciences (Vietnamplus, 2022). Moreover, as Vietnam is growing continuously, the government also pays great attention to increasing productivity among young people, starting from their higher education.

To aid youth in their study and self-development, a series of support activities have been implemented, promoting their volunteer, creativity, and participation in scientific research and other aspects of society./.

*Figure 1: Derived data from an article by Vietnamplus, 2022*

As we celebrated International Youth Day on August 12, we reflect on the progress made in ensuring that the youth of Vietnam are on a pathway to greater upwards economic mobility. Achieving this requires the full utilization of their human capital potential by providing high-quality education, training, and better employment opportunities to meet the rising aspirations and talents of today's young generation. 

Figure 2: Derived data from an article by World Bank Blogs, 2022

**As Vietnam aspires to become an upper-middle-income country by 2035, its productivity needs to increase continuously, which requires greater production and effective use of high-skilled manpower and science, technology, and innovation (STI).**<sup>1</sup> Global and national mega trends are posing challenges to Vietnam's development aspiration while also providing the opportunity for the country to use its higher education system as a platform to transform the quality of the skilled workforce and the relevance of research and technology transfer. Rapid technological advances and the rise of the knowledge economy increase the demand for advanced cognitive, digital, and socio-emotional skills required for high-value jobs; the rise of the middle class, urbanization, and aging population may enhance higher education aspirations of Vietnamese students and their families; and risks associated with climate change and health pandemic vulnerabilities call for adaptation and mitigation measures which require greater use of knowledge and research, as demonstrated by the ongoing COVID-19 pandemic.

Figure 3: Derived data from a report by Strategic Priorities and Policy Options of Vietnam by World Bank Group, 2021

## Việt Nam muốn có ngành nghiên cứu về não bộ



**“Phó Thủ tướng Vũ Đức Đam mong muốn Việt Nam cần phát triển những ngành công nghệ cao, công nghệ sinh học...hay kể cả lĩnh vực nghiên cứu về bộ não con người” – GS Robert Simone.**

Figure 4: Derived data from an article by Vietnamnet 2022

### ECONOMICAL

**Many businesses seek young employees who can effectively work and bring productive performance owing to the economic requirements of the future.**

After COVID-19, companies face the economic burden of many factors including the loss of productivity. Remote working has given employees a greater understanding and concern for their well-being (Chang, J., 2022). And definitely, the fact that businesses are forced to deal with a loss of employee productivity, focuses them on finding human resources that function well and doing everything they can to increase the effectiveness in working progress. That might make the



“effective study & work” a competitive advantage in the labor market as well as in the evolving and quickly re-a living economy after the pandemic, especially among the young.

One of the main reasons employers seek out remote talent from Vietnam is its relatively young talent pool. Vietnam has a population of approximately 98 million with its current labor force representing roughly more than 50% of the population. Around 1 million young adults enter the labor market every year, with more than 300,000 university students being added to the workforce.

Figure 5: Derived data from a report by Finances Online, 2022



Figure 6: Derived data from a report by Finances Online, 2022

organization’s plans. Companies face the economic burden of sickness and stress, both in medical expenses and lost productivity. And remote working has given employees a greater understanding and concern for their own well-being. They want companies to act more human. To have a greater purpose that speaks

Figure 7: Derived data from a report by Kornferry, 2022

## SOCIAL

**Factor 1: Recent years witness many businesses and organizations which promote “study & work effectiveness”, with the rise of online influencers as role models.**

Many businesses and organizations in Vietnam (e.g., Vietcetera, Vietsuccess,...) have paid attention to ‘effective study & work’ as they perceive those are what the Vietnamese youth is demanding and are essential things to help build a better Vietnam young generation.

Moreover, online influencers are effective channels to reach out to Vietnamese youth in nearly all aspects (Vietnamnet, 2021). Coming to 'effective study and work', the young love to follow "role models" who are successful in their field since they are highly skeptical and critical towards scientific information (Nguyen, T., 2021)

NEWS

18/12/2019 20:56 (GMT+07:00)

## Among Vietnam's youth, online influencers are the equals of any other media: research

190 f Zalo Email Link Bookmark Follow VietNamnet on Google News

Figure 8: Derived data from an article by Vietnamnet, 2021.



Figure 9: Derived data from an article by Vietcetera 2022, Tienphong Online Newspaper 2022, Vietnamnet 2019.

**Factor 2: Young Vietnamese in general care a lot about their self-growth and are so open-minded to trying out various ways to achieve effective study & work.**

According to the World Economic Forum, Vietnamese young people were well ahead of the other countries in the ASEAN with 63.6% thinking that they need to constantly update their skills. As they care and focus on their skills since university, it comes as no surprise that they seek self-growth most when they encounter the labor market. They are also keen to try various options to gain self-understanding in study and work (Hakuhodo Research on Vietnam Gen Z, 2022).

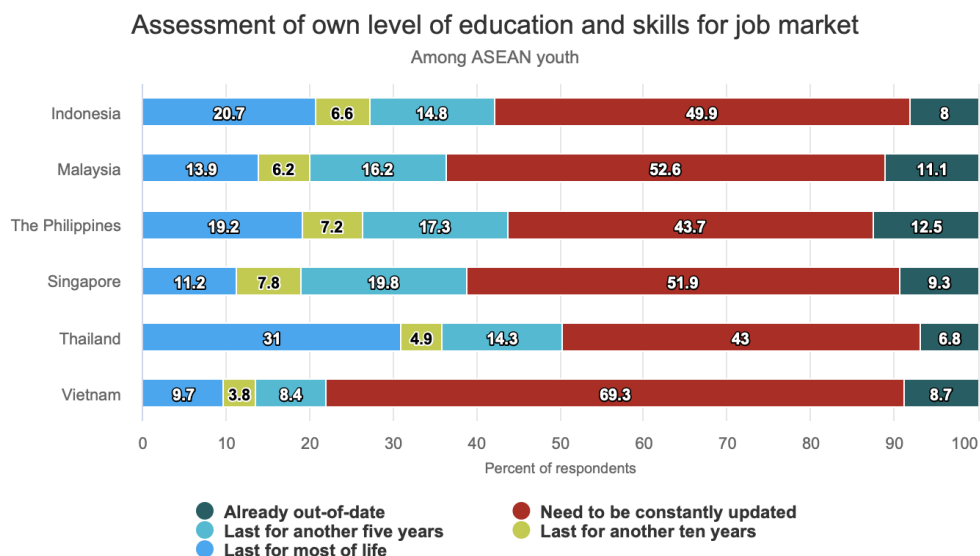


Figure 10: Derived data on Gen Z and the job market from a report by VN Express, 2021.

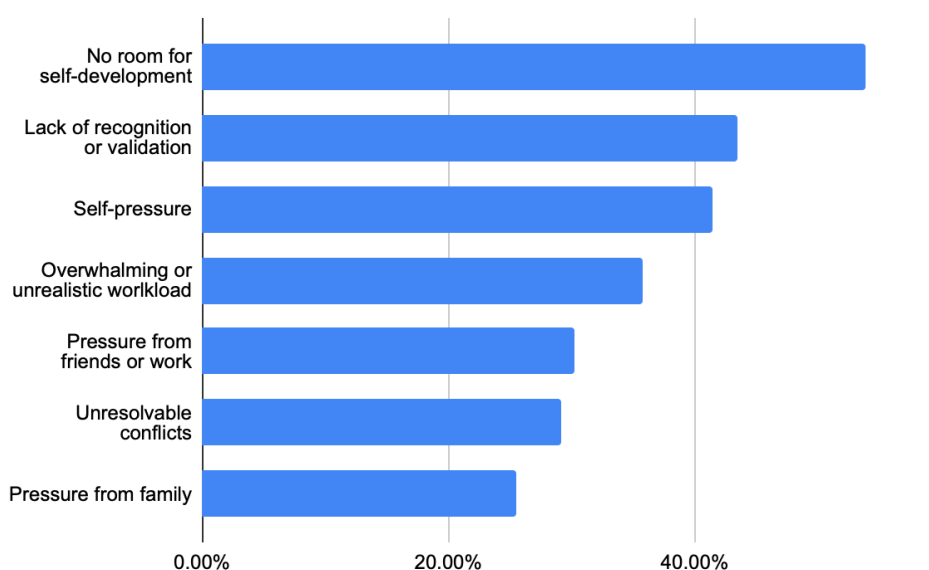


Figure 11: Derived data from a report by Decision Lab Report on Gen Z and the workplace, 2022

**Factor 3: 'Effective study & work' is among the most important topics that generate great care from Vietnam universities: PDP, honors programs, etc.**

Many universities and colleges in Vietnam in recent years have developed and carried out programs to support and help their students with effective study & work (e.g, PDP of FPT University, Greenwich University, Honors Program of Van Lang University, UEF, etc.). They perceived that being the future global citizen means being more productive and knowing ways to achieve effectiveness in studying & working.

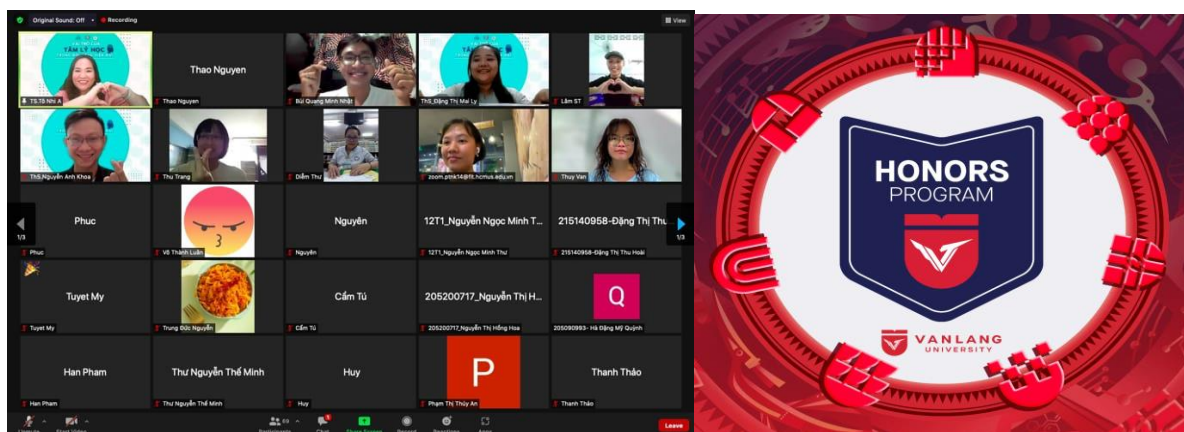
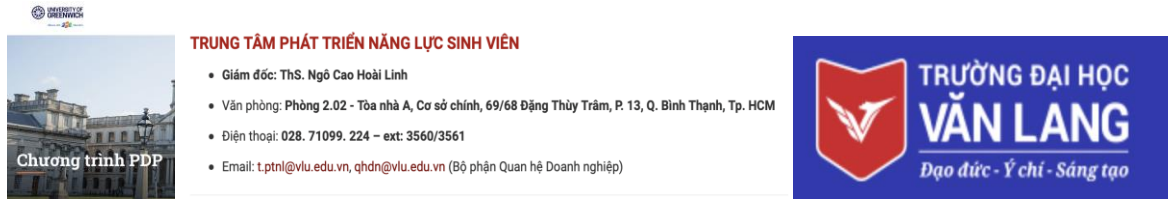


Figure 12: Derived data from Greenwich University website, FPT University website, University of Economics & Finance website, Van Lang University website, 2022.

**Factor 4: At FPT University (Da Nang campus), neuroscience was initially introduced to Little UK students which event generated much curiosity and excitement.**

The Little UK team at the school spread a meaningful message from UNICEF: “Neuroscience is completely changing the definition of education and human development.” (Little UK FPTU Hanoi campus’s Facebook page, 2021). The belief that intelligence can be developed, and that students with a growth mindset understand they can be better through the knowledge of neuroscience is the moral of this event.





Figure 13: Photos from FPT University Da Nang Little UK Facebook fan page, 2021.

## TECHNOLOGICAL

**Factor 1: Many technologies have been born to support people with their study and work effectiveness: productivity boost, concentration boost, and so on.**

As the demand for effective study & work is rising high among Vietnamese youth (nationwide and worldwide), many technologies have been born to support it. For instance: Google and Microsoft tools help set up calendars and track performance; Fonos helps read books for busy people; productivity-specialized channels on YouTube help boost concentration and so on.



Figure 14: Derived data from Fonos website, 2022; Google Calendar, 2022.

Kiến thức > Đọc báo Anh Việt

## 46% người Việt học qua Youtube

Figure 15: Derived data from Youtube Vietnam, 2020.

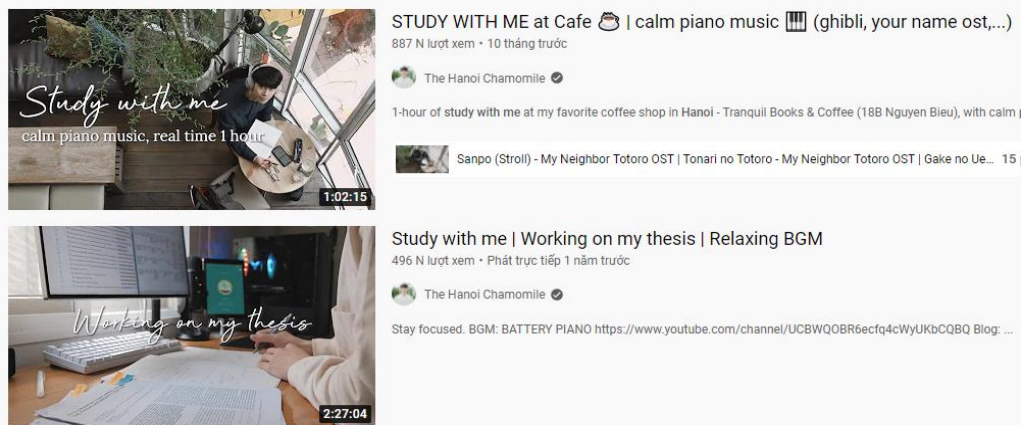


Figure 16: Derived data from the Youtube channel The Hanoi Chamomile by Kira Nguyen, 2022

**Factor 2: Since neuroscience is a field of study that is constantly evolving, many new technologies are invented every year to aid in the understanding of the brain.**

Since the human brain changes and evolves chronically, neuroscience is a field that evolves and develops continuously with many technologies to help scientists and researchers understand more about the brain. Having up-to-date knowledge about it can assist humans in maximizing its benefits while minimizing health risks. Additionally, the human capacity to communicate, make decisions, solve problems, and lead a useful life is also based on the understanding of the brain's workings. And since neuroscience is constantly evolving, it is crucial that we stay informed with

the knowledge to avoid being considered outsiders in the modern world. (Referenced in World Federation of Neurology, 2021).

## The New York Times

### Researchers Say Human Brain Is Still Evolving



Figure 17: Derived data from an article by The New York Times, 2022.

### How technology has inspired neuroscientists to reimagine the brain

Telegraphs and computers helped scientists reimagine the mind, writes Matthew Cobb in The Idea of the Brain.

By Byrd Pinkerton | Nov 17, 2021, 10:30am EST



Figure 18: Derived data from an article by Vox, 2021.

## ScienceAdvances

Current Issue First release papers

HOME > SCIENCE ADVANCES > VOL. 4, NO. 1 > THE EVOLUTION OF MODERN HUMAN BRAIN SHAPE

 | RESEARCH ARTICLE | PALEONTOLOGY



### The evolution of modern human brain shape

[SIMON NEUBAUER](#) , [JEAN-JACQUES HUBLIN](#) , AND [PHILIPP GUNZ](#)  [Authors Info & Affiliations](#)

Figure 19: Derived data from an article by the World Federation of Neurology, 2021.

## CONTEXTUAL ANALYSIS SUMMARY



|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Political</b></p> <p>The Vietnamese government gives great care in developing neurosciences. The need for enhancing study/work productivity is also considerably rising.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | <p><b>Economical</b></p> <p>Many businesses seek young employees who can effectively work and bring efficient performance due to the lack of productivity after the pandemic &amp; economic requirements for the future.</p>                                                                                                                                                                |
| <p><b>Social</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Young Vietnamese in general care a lot about their self-growth and are open-minded to try out various ways to gain effectiveness in study &amp; work.</li> <li>• Recent years have witnessed many businesses, media companies, and organizations which promote “study &amp; work effectiveness”, with the rise of online influencers as role models.</li> <li>• ‘Study &amp; work effectiveness’ is among the most important topics that generate great care from Vietnam universities: PDP, honors programs, etc.</li> </ul> | <p><b>Technological</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Many technologies have been born to support people with their study and work effectiveness: productivity boost, concentration boost, etc.</li> <li>• Neuroscience is an ever-evolving field. Because of this, it is essential to be knowledgeable in order to properly apply all of this field's knowledge.</li> </ul> |

Figure 20: A Brainy Chat's SWOT Analysis by The Pursuers team, 2022

**Conclusion:** In Vietnam, the topic of effective study & work as well as neurosciences witness many potentials to grow in many aspects, especially among the young.

#### 1.4. SOCIAL DEMAND

The Pursuers team also initially carries out primary scans such as quantitative research (survey form) and qualitative research (focus group discussion) to see if young Vietnamese have a demand to study and work effectively and scientifically.

More than 80% of quantitative survey participants expressed a strong interest in studying and working effectively. More than 90% of those polled said they would be completely willing to participate in an effective study and work project based on psychology and neuroscience.



Vui lòng đánh giá mức độ quan tâm của bạn đến việc học tập và làm việc hiệu quả của bản thân: (1= Rất không quan tâm, 2= Không quan tâm, 3= Bình thường, 4= Quan tâm, 5= Rất quan tâm)  
308 câu trả lời

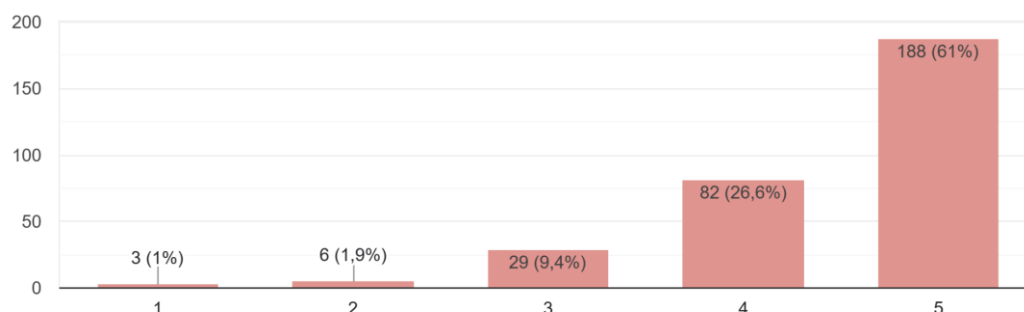


Figure 21: Respondent's rate on the level of care about self's effective study & work. by The Pursuers team, 2022

Theo bạn, việc có kiến thức về các cơ chế sinh học của con người (như bộ não) có thể sẽ giúp một người định hình được cách thức học tập và làm việc...ồng ý, 3= Bình thường, 4= Đồng ý, 5= Rất đồng ý)  
308 câu trả lời

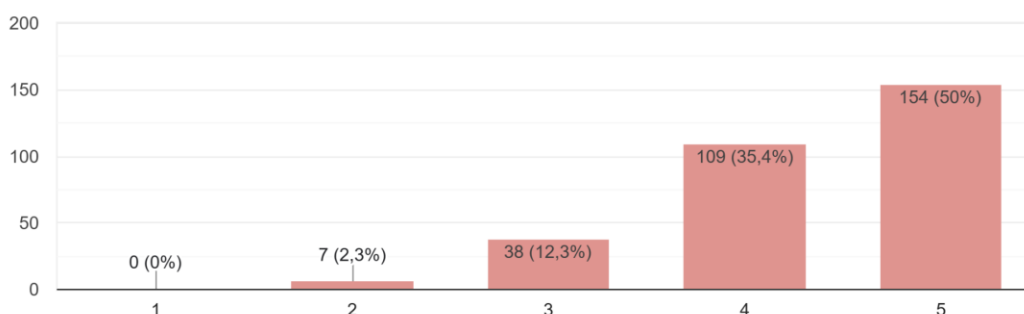


Figure 22: Respondent's rate on the importance of understanding the brain in helping one to achieve effective study & work, by The Pursuers team, 2022

Nếu có một dự án cung cấp cho bạn kiến thức về việc học tập & làm việc hiệu quả dựa trên bằng chứng và kiến thức khoa học não bộ, bạn có sẵn sà...g, 3= Bình thường, 4= Sẵn sàng, 5= Rất sẵn sàng)  
308 câu trả lời

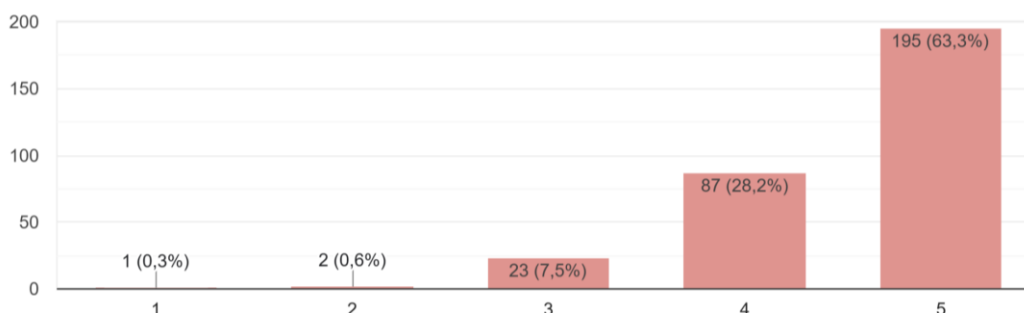


Figure 23: Respondent's rate on the level of readiness to join in and follow a project on effective study & work based on neuroscience, by The Pursuers team, 2022

Furthermore, when it comes to effective study and work using neuroscience-based knowledge, the young Vietnamese have little idea about it and no thorough understanding of how they can achieve effective study & work by knowing about their brains. Therefore, basic facts about the brain were incorrectly answered by more than 80% of respondents. The majority of participants in focus group discussions lacked any knowledge of neuroscience.

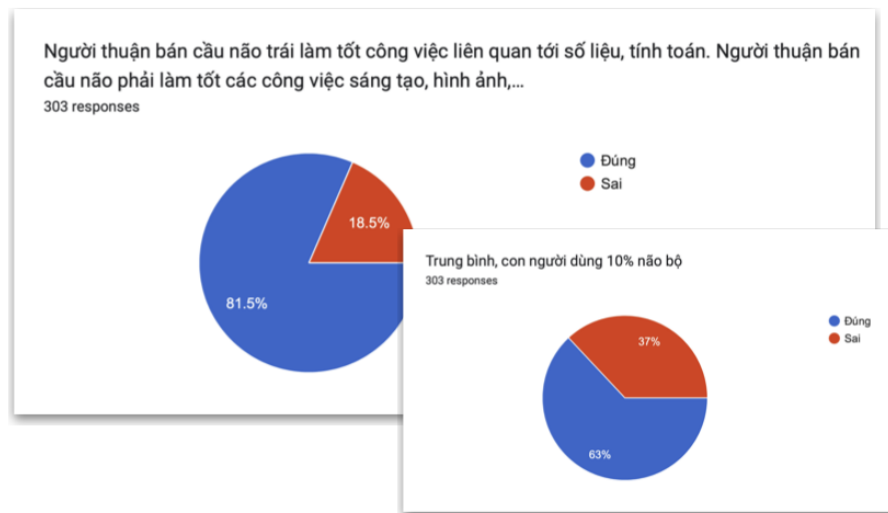


Figure 24: Respondent's wrong answer on brainy facts, by The Pursuers team, 2022

Q1: Left-brain dominant people do well in data and calculations. Right-brain dominant people do well in creativity and visuals.  
 Q2: On average, humans use 10% of their brains

Results from qualitative research also prove that young people have very little idea about what neuroscience is, though they have heard about it, which leads to most of their current knowledge about the brain is wrong. This means that there exists a demand but no certain neuroscience knowledge is perceived. Please see the detailed qualitative results in Appendix

## 1.5. CONCLUSION

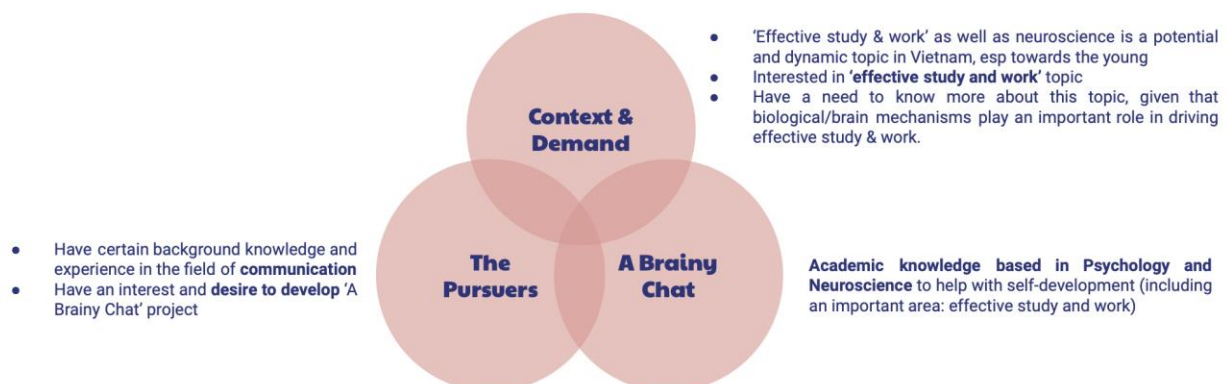


Figure 25: Venn Diagram on forming the reason to run the campaign, by The Pursuers team, 2022

The Venn diagram (Venn, 1880) is used to illustrate the logical relationships between the 03 elements mentioned above to form the reason why we are working on this communication campaign.

**Conclusion:** The Pursuers team's vision is well-aligned with A Brainy Chat's directions of growth. Moreover, given the current context in which the social demand for effective study and work based on neuroscience knowledge is high, we choose to work with A Brainy Chat as the organization's core communication team under Ms. Hao's proficient content supervision.

## 2. IN-DEPTH RESEARCH

### 2.1. PROJECT HEALTH REPORT

An analysis of A Brainy Chat project's health is conducted to figure out the condition of the whole project in terms of communication performance. The analysis focuses on scanning the Facebook page and Facebook group community, Youtube, and Collaborating activities. Due to platform specs and constraints in analytics, the analysis for Facebook and Youtube is conducted with data derived within 90 days till the end of December 2022. For collaborations, the analysis is conducted from the establishment of A Brainy Chat till the end of December 2022.

**Key Takeaways from project health report:**

| Facebook                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Youtube                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Collaboration Activities                                                                                                                                                                                         |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>More visualization:</b><br/>Facebook requires more compelling content to draw in more viewers. Images/ designs must be handled with greater care</li> <li>• <b>The need for clear content pillars:</b><br/>In order to ensure each piece of social media content is as relevant to the target audience as possible, implementing content pillars can help create a consistent and cohesive social media presence.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Thumbnail is important:</b><br/>In the last 90 days, viewers have begun to be more interested in thumbnails that mention the brain, learning, and working effectively. The CTR is relatively stable.</li> <li>• <b>Short feeds are great:</b><br/>Besides the browse features, short feed is a great way to drive in more potential viewers</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Lackluster impact:</b><br/>Collaborations have not had much of an impact because the type of cooperation is simply online talk shows and online webinars.</li> </ul> |

Please see the detailed report in [Appendix 8](#)

### 2.2. BRAND RESONANCE ANALYSIS

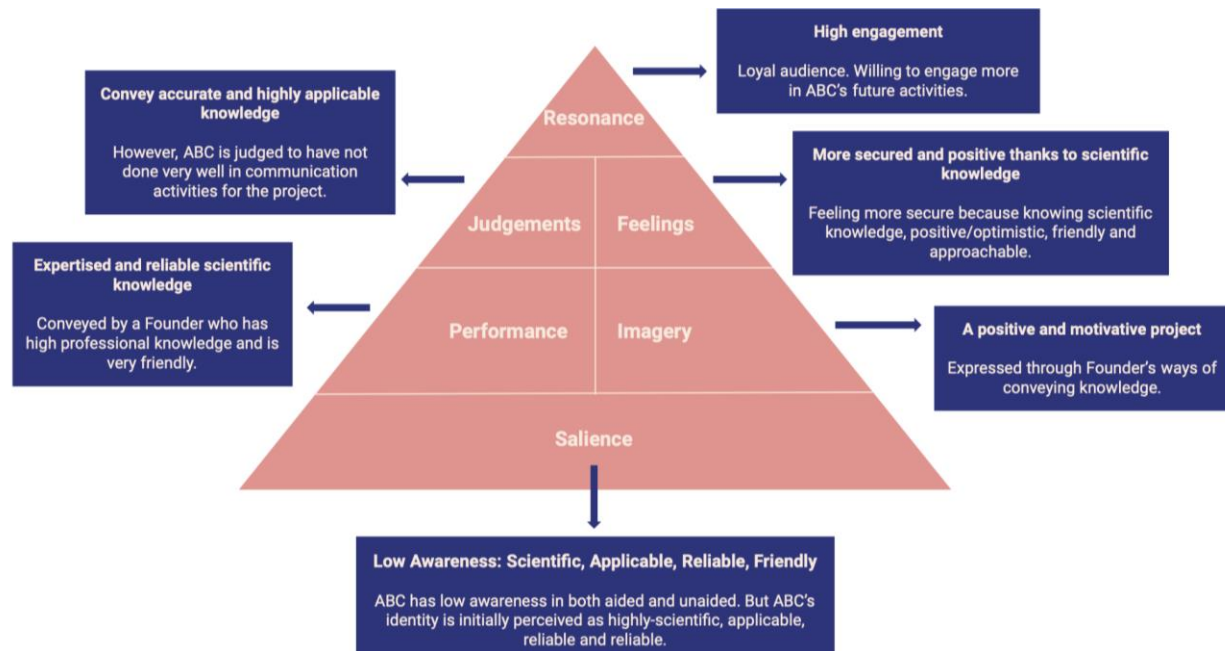


Figure 26: A Brainy Chat's brand resonance pyramid, by The Pursuers team, 2022

### Brand Salience:

A Brainy Chat's awareness is low in both aided and unaided awareness when it comes to effective study & work. Those who have not known about A Brainy Chat before, in their first approach, perceive A Brainy Chat's identity to be: Scientific, Applicable, Reliable, and Friendly. Not many of them think A Brainy Chat is Effective and Professional.

Bạn đã từng biết đến hay theo dõi A Brainy Chat hay chưa?

308 responses

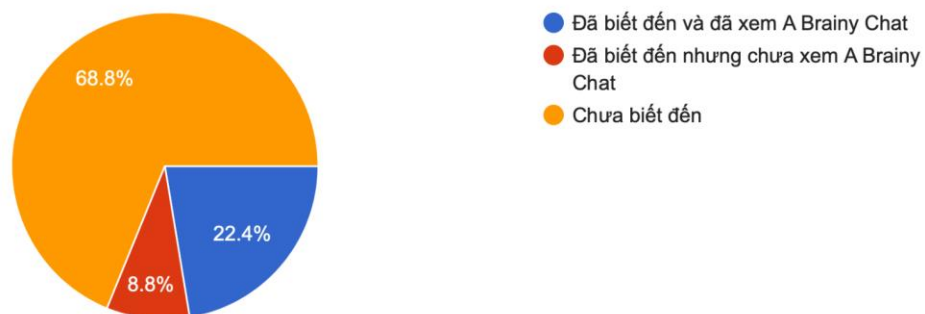


Figure 27: Respondents' rate on have they heard or followed A Brainy Chat or not, by The Pursuers team, 2022



Sau khi đọc qua thông tin giới thiệu ở phần trên, hãy chọn 3 từ bạn nghĩ sẽ miêu tả chính xác nhất dự án A Brainy Chat:

208 responses

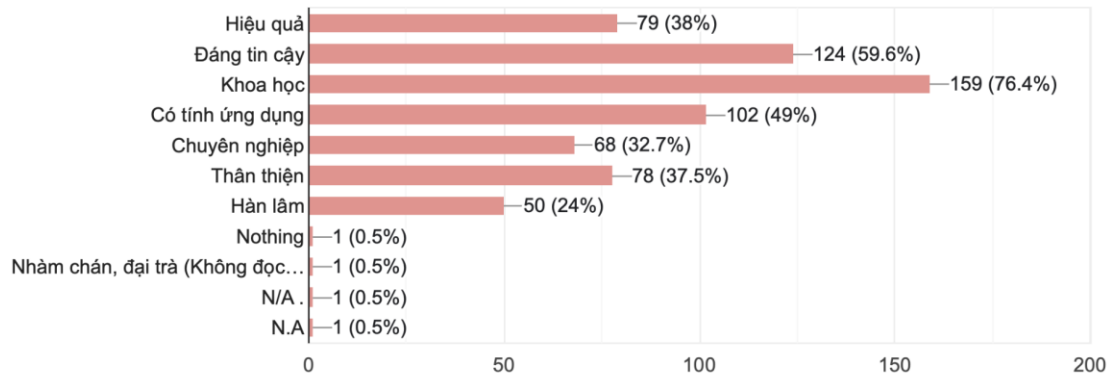


Figure 28: Respondent's answers on 3 adjectives that best describe A Brainy Chat, by The Pursuers team, 2022

### Brand Performance:

The main speaker of A Brainy Chat is generally regarded by the audience as having excellent professional knowledge, being warm and personable, and reliably communicating scientific information. However, a number of people continue to disagree that the information presented is highly applicable and presented in a way that is simple to understand and accept.

A Brainy Chat có:

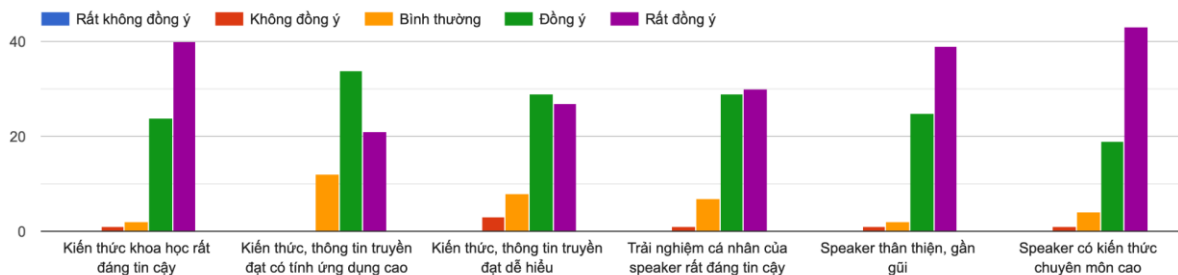


Figure 29: Respondents' answers on A Brainy Chat's performance, by The Pursuers team, 2022

### Brand Imagery:

In general, the audiences often think that A Brainy Chat is Positive and Inspirational.

- For the group that has not known about A Brainy Chat: there exist many reviews that A Brainy Chat is Boring, Unreliable, and does not make them feel special value.
- For the group that has known/heard but has not seen or followed A Brainy Chat: they think that A Brainy Chat is Academic, Highly Specialized, or has not yet felt anything.

- For the group that has known about A Brainy Chat: the rating for Positive is very high, in addition, A Brainy Chat is perceived to be Useful, Scientific, and Applicable.

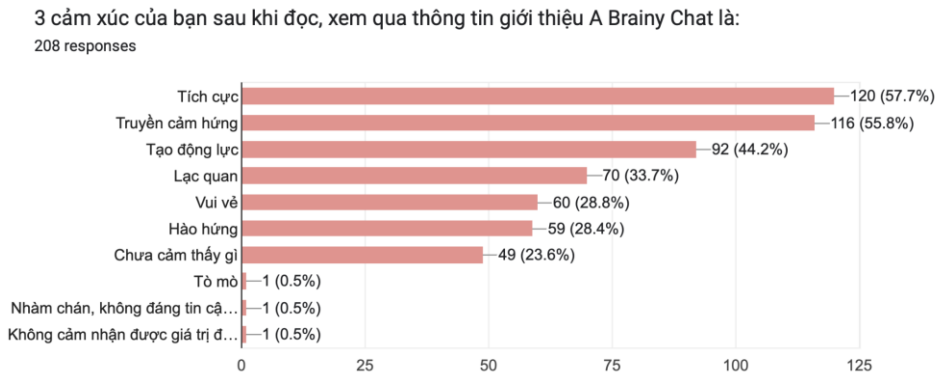


Figure 30: Answers of respondents who have not known A Brainy Chat on 3 initial feelings after reading basic information about A Brainy Chat, by The Pursuers team, 2022

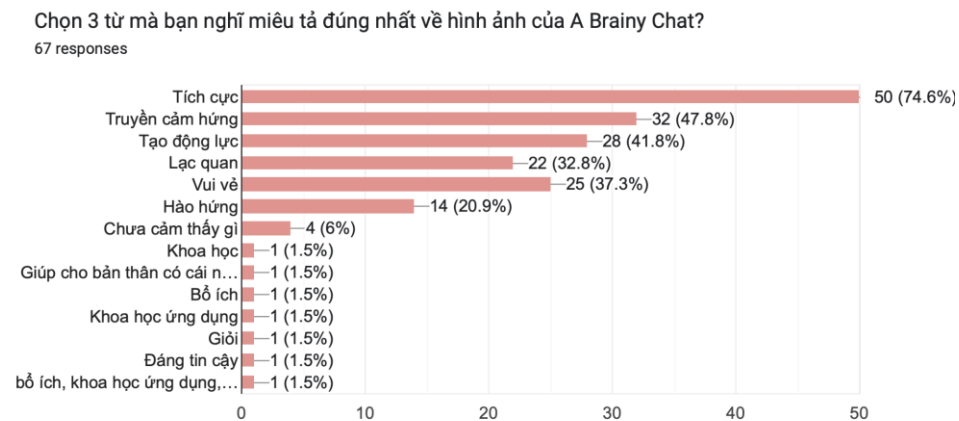


Figure 31: Answers of respondents who have known A Brainy Chat on 3 initial adjectives that best describe A Brainy Chat, by The Pursuers team, 2022

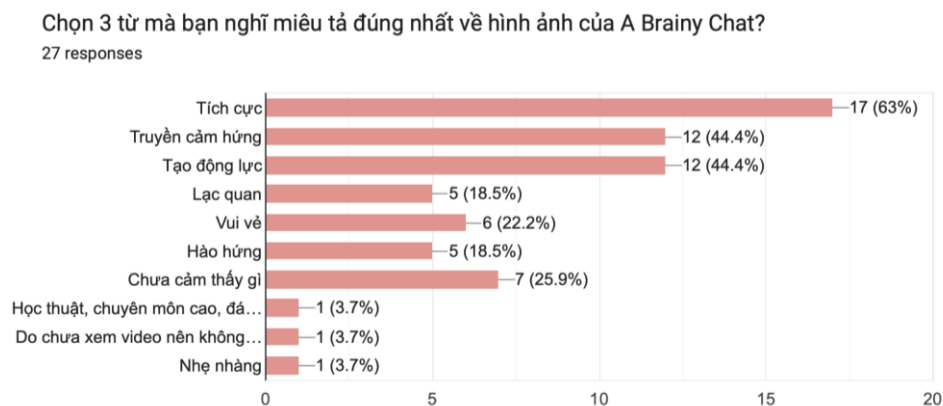


Figure 32: Answers of respondents who have known but have not followed A Brainy Chat on 3 initial adjectives that best describe A Brainy Chat, by The Pursuers team, 2022

### Brand Judgements:

A Brainy Chat receives a generally positive audience rating for its accuracy and high level of practicality in transferring knowledge. A Brainy Chat, on the other hand, is perceived as having performed poorly in the project's communication activities.

Đánh giá tổng quan của bạn về A Brainy Chat:

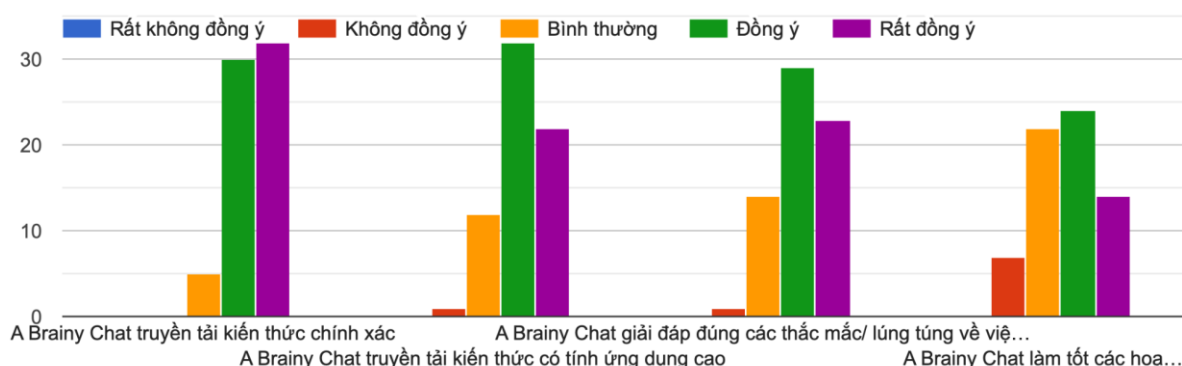


Figure 33: Respondents' general judgments about A Brainy Chat, by The Pursuers team, 2022

### Brand Feelings:

In general, A Brainy Chat gives the audience a feeling of peace of mind because it is known for its scientific knowledge, is positive and optimistic, friendly and approachable.

A Brainy Chat cho bạn cảm giác:

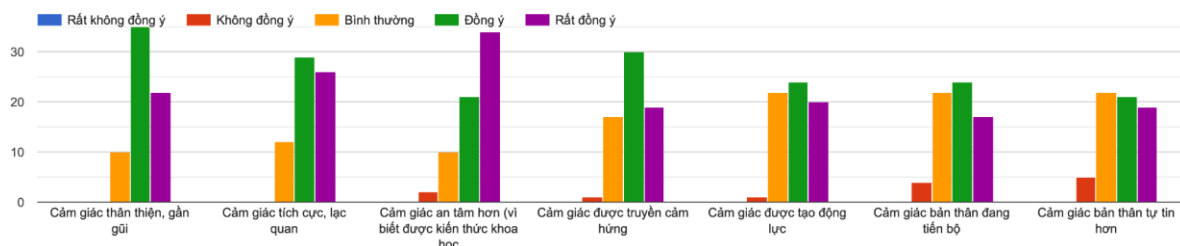


Figure 34: Respondents' answers on feelings they perceive from A Brainy Chat, by The Pursuers team, 2022

### Brand Resonance:

The audience is generally very attached to A Brainy Chat. The majority of them are eager to share the project with friends and acquaintances as well as take part in its upcoming events and activities on the subject of effective studying and working.

Mức độ gắn bó của bạn đối với A Brainy Chat:

67 responses

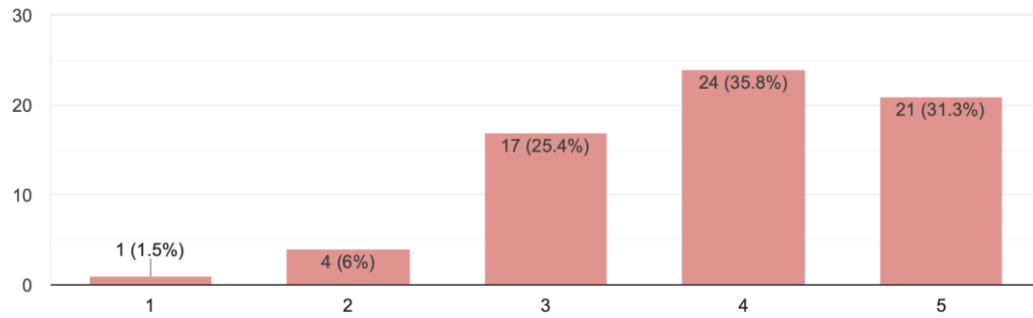


Figure 35: Respondents' answers on level of attachment to A Brainy Chat, by The Pursuers team, 2022

Khả năng bạn sẽ giới thiệu A Brainy Chat đến bạn bè, người quen:

67 responses

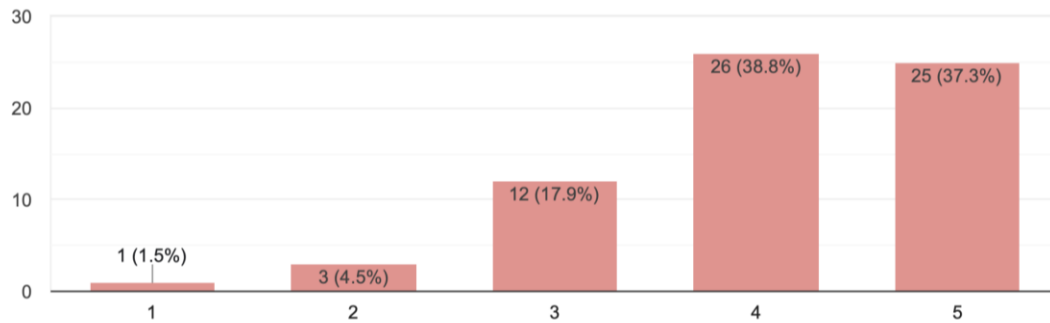


Figure 36: Respondents' answers on the potential of introducing A Brainy Chat to friends, by The Pursuers team, 2022

Nếu A Brainy Chat tổ chức các sự kiện, hoạt động kết nối để truyền tải thông điệp về học tập & làm việc hiệu quả thông qua khoa học não bộ, mức độ bạn sẽ sẵn lòng tham gia là:

67 responses

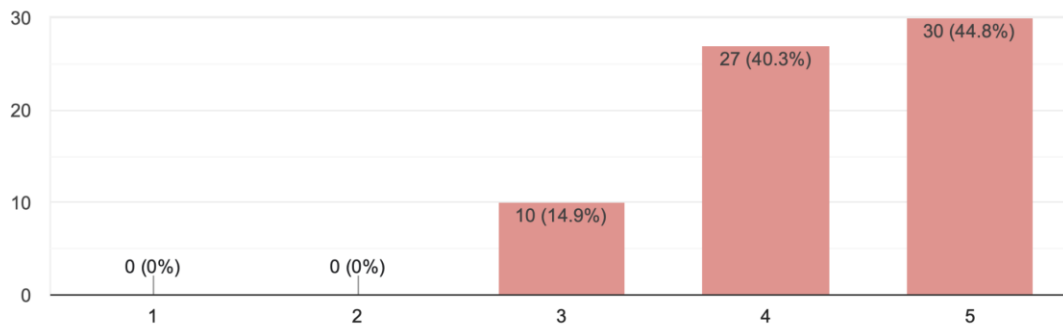


Figure 37: Respondents' answers on willingness to join A Brainy Chat's future activities, by The Pursuers team, 2022

**Conclusion:**

It is obvious that A Brainy Chat is doing well with the people who support the organization. On the other hand, it continues to see low awareness of the target audience as a whole. Additionally, it appears that the audience does not strongly associate A Brainy Chat with all the attributions that A Brainy Chat anticipates. Therefore, A Brainy Chat has the opportunity to promote understanding of the audience on the topic of 'effective study & work with neuroscience' by increasing the project awareness dialed up from the organization's unique selling point.

### 2.3. SWOT ANALYSIS

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Strengths</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Scientific knowledge and information have a very high level of accuracy and reliability</li> <li>• Founder has all the elements of logos, pathos, and ethos</li> <li>• Timeline and frequency of content production are stable (In the future, Ms. Hao will also focus on releasing more Youtube videos)</li> </ul>                                                       | <p><b>Weaknesses</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• The project is not widely known</li> <li>• Social channels are not consistent (content pillars, visual appearance, etc.)</li> <li>• The knowledge imparted is also academically presented that may lead to hesitation in absorbing</li> <li>• Haven't created much interaction, engagement with TA in Vietnam (partly due to content format, partly geographical distance)</li> </ul> |
| <p><b>Opportunities</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• The science-based content market is still new, unsaturated, and knowledge related to the brain is still new to the majority of students</li> <li>• The object "brain" is highly visualized</li> <li>• It is easy to connect with some universities because (1) Ms Hao has a certain network with universities and (2) this is a "social good" organization</li> </ul> | <p><b>Threats</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Many productivity KOLs have emerged in the field of personal development, but the information spread is not completely accurate</li> <li>• Many talk shows, and workshops (at FPT University) cause saturation, and students are no longer interested in</li> <li>• Types of content conflict (with knowledge of fingerprint biometrics, arithmetic, tarot, etc.)</li> </ul>             |

Figure 38: A Brainy Chat's SWOT Analysis, by The Pursuers team, 2022

### 2.4. FRENEMIES SCANNING



The Pursuers team carries out the frenemies scanning, from which we draw useful lessons for strategy implementation. The realization that A Brainy Chat and the other projects with the same topic are all about good values for Vietnamese young people is the reason for calling them “friends”. On the other hand, A Brainy Chat and other projects are still “enemies” - competitors in terms of content creation and delivery, due to the audience's low level of loyalty in our hyperconnected world. All things considered, the section is named Frenemies Scanning.

### Criteria for scanning:

To understand their goals, target audiences, topics, and methods of delivery, we carefully examine projects that also discuss personal development and efficient learning and work.

1. *Project claim*: To get a consolidated description of what they are aiming to convey to their audience
2. *Target Audience*: To know who they are talking to
3. *Channel(s)*: To know their main channels of delivering content
4. *Communication highlights*: To know what type of content pillar(s) they are investing in
5. *Audience overall perception*: To get a glance at how people are reacting to them
6. *Growth numbers*: To see all the numbers they are having good/striking performance in

|                  | SUNHUYN                                                 | MEICHAN                                                            | Tun Cẩm Ôn                                              | Khiemslays                                                    | The Present Writer                                                                                       | I Am Mai Trang                                                                 | Khánh Vy Vlog                                                                                      | The Ha Noi Chamomile                        | Duy Thanh Nguyen                                                                   | The Better Version                                           | The Jasmine Guy                            | Vietsuccess                                                                                                                   | Hieu TV                                                                          |
|------------------|---------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|--------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|
| Claim            | As a Content creator, content is aimed at women         | Lifestyle vlogger has her own category “Study with Meichan”        | Youtube channel sharing moments of life                 | Vlog learning, personal life on Youtube.                      | YouTube, Blog and Podcast about life lessons and self-development                                        | Part-time content creator, sharing tips for studying, working, living actively | YouTube about learning English and foreign languages; Review of domestic and foreign universities. | Minimalist Blogger and Vlogger              | Part-time YouTuber, Content revolves around personal development, self help, study | Channel to share knowledge, life skills, self-development    | blogs, podcasts and Youtube about learning | A platform for knowledge exchange that assists Vietnamese people in growing personally and professionally                     | Content Creator, sharing living and working experiences based on real experience |
| TA group         | Secondary school students, high school students         |                                                                    |                                                         | Young people with the age range from 18-24 years old          |                                                                                                          |                                                                                |                                                                                                    |                                             |                                                                                    |                                                              | 20 -30 years old                           |                                                                                                                               |                                                                                  |
| Main channel (s) | Youtube, Facebook                                       | Youtube, Facebook                                                  | Youtube                                                 | Youtube, Facebook                                             | Youtube, Facebook, Blog, Podcast                                                                         | Youtube, Facebook                                                              | Youtube, Facebook                                                                                  | Youtube, Facebook, Instagram                | Instagram, Youtube                                                                 | Facebook, Youtube                                            | Spotify, Youtube                           | Facebook, Youtube                                                                                                             | Facebook, Youtube                                                                |
| Comms highlights | HOÀN THIÊN BẢN THÂN, SUNHUYN PODCAST, ĐỌC SÁCH CÙNG SUN | VLOG ĐỜI SỐNG HẸN QUỐC, HỌC TẬP CÙNG MEICHAN, LÀM ĐẸP CÙNG MEICHAN | TIPS dành cho sinh viên ra trường; Công thức thành công | Gen Z đi làm Z Series; vlog trải nghiệm Học: học tập, sharing | GROWTH: Phát triển bản thân; PERSONAL FINANCE: Tài chính cá nhân; STUDY WITH ME: Học/ Làm việc cùng mình | LIVE JOYFULLY; WORK SMART; MONEY                                               | VyVlog; Khánh Vy & English; VyJob; VyTalk                                                          | SELF-DEVELOPMENT/STUDY; STUDY WITH ME ,VLOG | FINANCE; STUDY FOR EXAMS; CRITICAL REASONING                                       | Phát triển kỹ năng mềm; Quản lý tài chính; Phát triển tư duy | Study with me                              | CAFE Bất động sản; Tài chính, kinh doanh; Career Story: chia sẻ sự nghiệp; The Authentic Leaders: KOLS và cảm hứng kinh doanh | KINH NGHIỆM SỐNG, KINH NGHIỆM LÀM VIỆC & HỌC TẬP HIỆU QUẢ; TÀI CHÍNH CÁ NHÂN     |

Figure 39: Summarized table of A Brainy Chat's frenemies, by The Pursuers team, 2022

| No | Name                                                                               | Format                  | Topic                                    | Organizer                      | Target Audience      | Description                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|----|------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|------------------------------------------|--------------------------------|----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | "Ứng dụng kiến thức tâm lý học phát triển trong việc cân bằng cảm xúc của nhân sự" | Offline workshop        | Mental Health and Personal Development   | HSU                            | University students  | One of the important factors in human resource management is the ability to perceive and manage human emotions. Coming to the Workshop, Students will have the opportunity to meet the speakers to <b>listen to them share their views on issues related to personal mental health</b> that are receiving a lot of attention nowadays.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| 2  | "Hành Tinh Song Song"                                                              | Online workshop         | Soft Skills, Mental Health               | UEH                            | University students  | After 02 workshops, the students had the opportunity to perfect and <b>improve their communication skills, especially listening and understanding skills</b> . At the same time, we suggest ways to help you <b>understand yourself and easily open your heart to communicate</b> with people around you.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| 3  | Vai trò của tâm lý học trong đời sống hiện đại                                     | Online workshop         | Mental Health and Personal Development   | UEF                            | University students  | When life is more and more advanced, psychological science has proved its necessity. UEF organizes the workshop with Doctor of Psychology To Nhi A to <b>study scientifically about psychology, psychology science and its application to develop oneself in many fields</b> such as society, economy, politics; product design; industrial organization, education; business management; nutrition, clinical medicine, health; sports and many more.                                                                                                                                                                                                                                                 |
| 4  | "Thông điệp Từ Cảm Xúc"                                                            | Online workshop         | Mental Health and Personal Development   | VNU                            | University students  | Coming to the Workshop "Messages from emotions", students will learn about <b>Compassionate Communication</b> (Compassionate Communication or Nonviolent Communication), this is a method developed by Marshall Rosenberg.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| 5  | "Nhận thức Trong Tâm Lý Học"                                                       | Offline workshop        | Mental Health and Personal Development   | UED                            | University students  | At the workshop, Dr. Harvey presented 7 topics: <b>Teenager's cognitive ability; Teenagers cognitive pyramid; Teenager's cognitive development; Some general concepts; Teenager's learning difficulties; Teenager's neurodevelopmental disorders; Practical concepts</b> . Participating in the workshop, the lecturers and students not only received new knowledge about cognition in Psychology but also directly discussed and did exercises on this issue.                                                                                                                                                                                                                                       |
| 6  | Hành trang tâm lý                                                                  | Offline workshop series | Mental Health and Personal Development   | UEF PR & Communication Faculty | High school students | UEF PR & Communication Faculty organizes a workshop series to help highschool students in HCMC to acquire knowledge, to have their questions related to the field of psychology be solved, especially the 12th graders who are standing on the threshold of becoming adults. Doctor of Psychology To Nhi A helps them to <b>identify themselves through the Johari window and based on Maslow's hierarchy of needs</b> .                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| No | Name                                                                               | Format                  | Topic                                    | Organizer                      | Target Audience      | Description                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| 7  | SPEAK UP FOR MENTAL HEALTH                                                         | Offline workshop        | Mental Health and Personal Development   | VNUK                           | University students  | This workshop is designed to help VNUK students share their thoughts on mental health, actions or small things that make them happy and the challenges they face in their journey, process of achieving health, happiness and well-being. Being led by 3 speakers, we will <b>learn about mental health misconceptions and how to gain strength to overcome life's challenges</b> . During the workshop, attendees will participate in fun activities to voice their opinions and join groups to discuss mental health and how to improve it in everyday life.                                                                                                                                        |
| 8  | Tic Tac- Tròn trong từng khoảnh khắc                                               | Online workshop         | Time Management and Personal Development | USSH                           | University students  | USSH and Faculty of Journalism and Communication organize the online workshop to help students to get the right mindset, inspiration and time management methods for personal growth. Dr. Huỳnh Văn Thong gives advice <b>base on the working rules of the brain, he also shares scientific methods to arrange time, such as the 4-coordinate time matrix</b> .                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| 9  | "Nhận thức quyết định tương lai"                                                   | Offline workshop        | Mental Health and Personal Development   | UEB                            | University students  | Listen to the sharing from the two speakers Steven Nguyễn, Phạm Kim Huệ and create an <b>optimistic mentality, learn and practice effective life skills</b> , especially to find your own direction in the future.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| 10 | Sustainable Mentality                                                              | Offline workshop        | Mental and Physical Health               | VLU                            | University students  | VLU has a special program called Honors Program. This program focuses on supporting/helping students to develop themselves in the university environment. In particular, this program organizes a series of projects "Sustainable Footprint" - promoting a sustainable lifestyle based on reducing the biological footprint of humans on Earth. In this "Sustainable Footprint" project there is a workshop on "Sustainable Mentality" in which students can <b>discuss lifestyles that improve mental health, practice breathing meditation, have a healthy breakfast with granola and juice under the guidance of Master Nguyen Ngoc Diep - Deputy Head of Physical Education Department of VLU</b> |
| 11 | "Chinh phục sự nghiệp- Khám phá bản thân"                                          | Offline workshop        | Personal Development                     | HUFI                           | University students  | On the afternoon of May 26, Ho Chi Minh City University of Food Industry held a Workshop with the topic "Sharing about DISC in career orientation". The program is part of the series of events "HUFI TALENT DAY 2022" which <b>aims to support students to understand DISC, take a TEST about themselves, find out their strengths and weaknesses, and identify strengths and weaknesses. career goals and future orientation</b> .                                                                                                                                                                                                                                                                  |

Figure 40: Summarized table of A Brainy Chat's similar programs at universities, by The Pursuers team, 2022

## Key Learnings:

- **Youtube is King:** It is undeniable that Youtube is a potential channel when it comes to spreading knowledge to young people in Vietnam. Thanks to its wide range of offers including long-form videos, young Vietnamese can find suitable channels and projects to follow and boost their study & work effectiveness.
- **Be close to the audience:** Information alone is insufficient. A project that is visually appealing attracts attention, keeps viewers interested, and fosters loyalty among its audience.
- **Single-minded message:** A resonant voice and a single-minded message throughout the project help build the project in long-term communication. A non-consistent message will confuse the audience and will make it hard for them to remember the project.
- **The more deep & relevant, the more engagement:** Young Vietnamese are skeptical and do not have much time for unnecessary information. Therefore, any projects/ channels which provide deep yet so relevant information to them- seem to keep them staying longer.

- **Credibility matters:** Absolutely. Credibility builds trust and helps boost people to take action.
- **Sweet spot for neurosciences:** It can be seen that no one mentions brain sciences. This is a big opportunity for A Brainy Chat to jump in and be the “market leader”.
- **Uninteractive university programs:** It has become far too common and non-interactive to ask speakers and audiences to simply sit and listen, which has little to no impact on listeners.
- **University programs lack inclusivity:** They are unable to reach out to more interested people outside of the university setting because they are designed exclusively for university students.

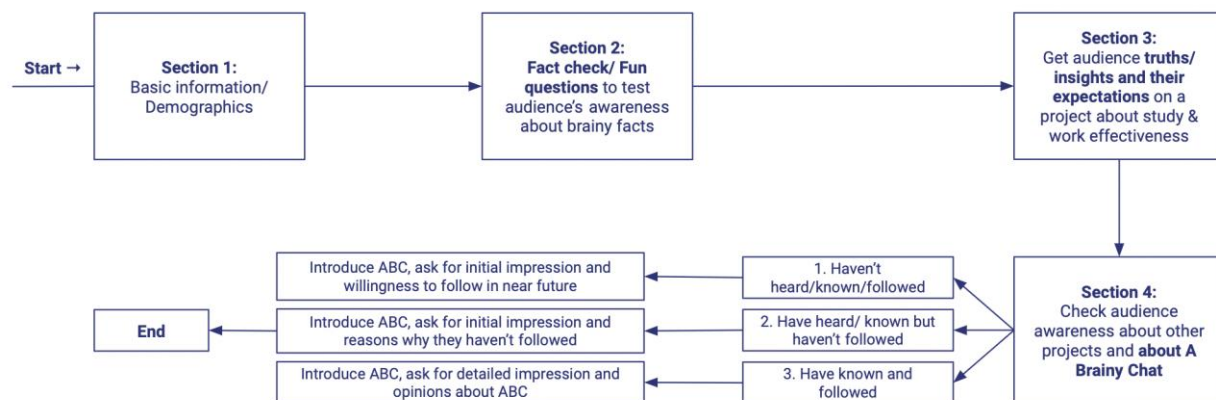
## 2.5. QUANTITATIVE RESEARCH

Primary quantitative research is conducted in the form of an online survey (via Google Form) to gain data and insights into the topic, the project, the frenemies, and the audience’s perception.

### Research Design:

- Sample size: 300 samples
- Location: Vietnam- Ho Chi Minh City focused
- Average age range: 18-35 (focused on 18-24)

### Survey flow:



\*\* We also request email address (optional) 2 times:  
 1. For receiving gifts after doing the survey  
 2. For receiving further information of ABC in near future

Figure 41: A Brainy Chat’s quantitative research survey flow, by The Pursuers team, 2022

Please see the detailed and visualized quantitative data in [Appendix 5](#)

## 2.6. QUALITATIVE RESEARCH

Primary qualitative research has also been conducted in the form of online focus group discussion (via Google Meet) in order to double-check the survey's information. Also to gain insights into the topic, the frenemies, and the audience's perception in an effort to successfully fuel up the strategy.

#### Research Design:

| Overview         | Qualitative exploration & emotive descriptive                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Objective</b> | <p>To understand young people's perception in an effort to successfully design a communication project to:</p> <p>#A1: Increase awareness about effective study and work based on psychology and neuroscience</p> <p>#A2: Motivate the target audience to take action at the very first steps (in their study &amp; work)</p> <p>#A3: Help develop communication channels of 'A Brainy Chat'</p>                          |
| <b>Method</b>    | <p>Focus groups discussion divided into 2 sessions:</p> <p>#SS1: The young Vietnamese focused on HCMC perception about study &amp; work effectively</p> <p>#SS2: The young Vietnamese in HCMC perception about neurosciences in study &amp; work effectively</p>                                                                                                                                                          |
| <b>Sample</b>    | N=5, Mini FGD                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b>Profile</b>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Age range: within 18-24</li> <li>• Gender: All</li> <li>• Location: Living, studying &amp; working in Ho Chi Minh City, VN</li> <li>• Background/ field of expertise: Diverse</li> <li>• Brief description: Proactive, keen on the study and work effectiveness, digital native, have the critical thinking, open-minded, inquisitive towards science-based evidence.</li> </ul> |

Figure 42: A Brainy Chat's qualitative research design, by The Pursuers team, 2022

Please also see the detailed topline report and transcripts of the focus group discussion in [Appendix 6](#)

## II. STRATEGY & PLANNING

### 3. CAMPAIGN AIMS & STRATEGIC APPROACH

#### 3.1. CAMPAIGN AIMS

**The Task in one sentence:**



Plan and execute a communication campaign that promotes the target audience's understanding of effective study & work based on Neuroscience by dialing up A Brainy Chat's USP, which is knowledge about the human brain.

**Campaign Aims:**

- Aim 1: Raise awareness about A Brainy Chat
- Aim 2: Promote understanding of effective study and work based on neuroscience
- Aim 3: Motivate the target audience to take action at the very first steps in their study & work

Please see the detailed explanation of aims and growth in [Appendix 7](#)

### 3.2. STRATEGY

**Primary target audience: The Progressive Learners**

(See Secondary target audience portrait and detailed rationale in [Appendix 3](#))

*Demographic:*

- Age: 18-24 years old
- Living and studying in Vietnam, focused in Ho Chi Minh City
- Gender: All
- Occupation: Undergraduates and fresh graduates

*Psychographic:*

- They care deeply about their academic & future professional path, always strive to grow more and be better.
- They are cautiously optimistic, future-focused, and open-minded
- They are passionate and proactive, but at the same time worry a lot about many things (peer pressure, etc,...)

*Behaviors:*

- Being so up-to-date, they may hear about brain science in boosting studying effectiveness but not much accurate knowledge is perceived
- Open to trying a variety of ways to achieve effective study & work
- Think that science-based knowledge is great but hesitate to adopt due to its dryness

*Media Behaviors:*

- They are heavy users of technology & social media
- Switching fluently from virtual to reality and vice versa
- Have trust in online expert influencers
- High level of online content consumption

**The target audience's Tension:** Being a hyper-connected generation, the Progressive Learners are already bombarded by numerous information on effective study & work. That trouble makes them crave reliable knowledge that is close and relevant to them at first to save their energy.



Bạn gặp khó khăn trong quá trình chọn lọc thông tin liên quan đến chủ đề học tập và làm việc hiệu quả. (1= Rất không đồng ý, 2= Không đồng ý, 3= Bình thường, 4= Đồng ý, 5= Rất đồng ý)  
303 responses

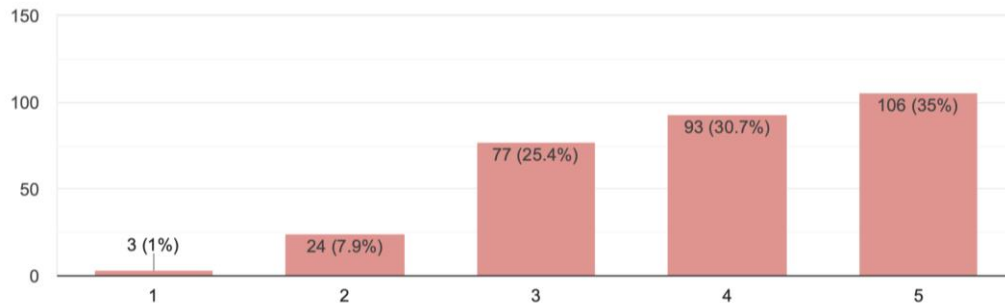


Figure 43: Respondent's answers on having difficulty in selecting information related to the topic of effective study and work, by The Pursuers team, 2022

Bạn thường hay lúng túng trước rất nhiều các công thức và thông tin về việc học tập, làm việc hiệu quả mà không biết điều gì mới phù hợp với bản thân... (1= Rất không đồng ý, 2= Không đồng ý, 3= Bình thường, 4= Đồng ý, 5= Rất đồng ý)  
303 responses

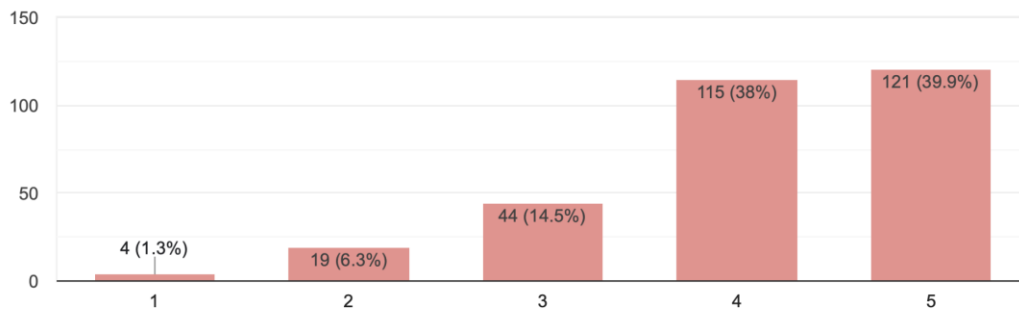


Figure 44: Respondent's answers on being confused when facing knowledge and formulas on effective study & work and do not know what is best for themselves, by The Pursuers team, 2022

→ Point 3: They demand knowledge from those with extensive education and life experience, but the information must be useful and applicable to their daily lives.

The biggest barrier to accessing scientific information (psychology and brain) is not having enough time, not being able to digest a lot of complex information and not being able to immediately apply academic information.

→ Point 1: Neuroscience overall is already an academic type of knowledge. That might make the process of knowledge transition quite hard to access.  
→ Point 2: The method of imparting knowledge is insufficient to draw in the audience.  
→ Point 3: The audience has not yet seen the need to apply brain science knowledge to learning and working. They have no motivation or desire to change themselves.

Figure 45: Analyzed data from qualitative research on respondents demand reliable and relevant knowledge to save time, by The Pursuers team, 2022

**Strategy:** The 2 bubbles Venn diagram is used as a framework with two main elements: The project's truth and the Audience's tension, to form the campaign strategic approach.

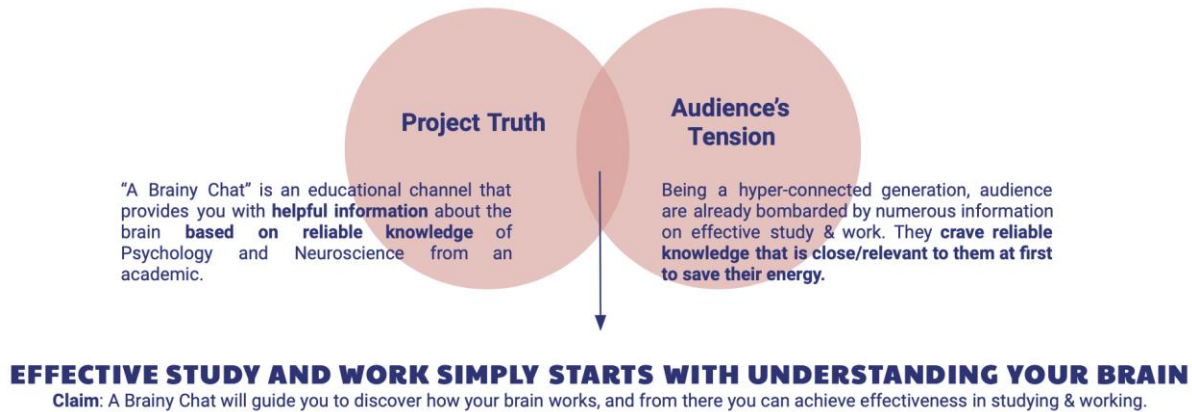


Figure 46: A Brainy Chat's campaign strategic approach framework, by The Pursuers team, 2022

### Creative Power Proposition:

EFFECTIVE STUDY AND WORK SIMPLY STARTS WITH UNDERSTANDING YOUR BRAIN

### Project Claim:

A Brainy Chat will guide you to discover how your brain works, and from there you can achieve effectiveness in studying & working.

### How Might We Statement:

**GET:** The Progressive Learners

**WHO:** crave reliable knowledge that is close and relevant to them

**TO:** aware of effective study & work based on neuroscience

**BY:** telling them effective study & work starts just right after you understand your brain

## 4. CONCEPT & FRAMEWORKS

### 4.1. CAMPAIGN CONCEPT

We all acknowledge that everyone possesses a brain. But why do some people succeed in their studies and careers while others fail to do so? Just like a marathon, everyone starts at the same place. However, some people come out on top, while others come in last. We can infer from this that not everyone studies and works efficiently, and not everyone is aware of the full potential of their brain. In a similar way, even though we all can own a rubik cube, not everyone can easily solve it. Both the brain and the rubik cube are accessible resources that could be used. However, how to use it and how to put it to use for us is a question that leads to intriguing and thrilling journeys.

# A BRAINY CUBE

by A BRAINY CHAT

Our brain is a magic cube, just like a rubik's cube. The millions of processors and billions of neurons in the brain enable as many possibilities as there are color-blocking combinations. The first step in realizing your brain's incredible "rotational mechanism" is realizing your potential, which is unbounded. When we are able to "turn" the brain like how we turn the rubik's cube and comprehend the brain, we can start the process of improving our study and work.

For short, understanding the brain's amazing "rotation" mechanism is the first step to unlocking your limitless potential.

**Key Message:**

*"Hãy cùng A Brainy Chat tìm hiểu về bộ não diệu kỳ bên trong bạn.  
Hành trình học tập và làm việc hiệu quả đang chờ bạn khám phá."*

English: "Let's explore the magical brain inside you with A Brainy Chat.  
The journey of effective study and work is waiting for you to discover."

**Campaign Tagline:**

**"Não ta một khối diệu kỳ  
Học- Hành chuẩn chỉ, chuyển xoay mượt mà."**

The Pursuers team also implements creative brief and tactical briefs to make sure the creative proposition is well-developed and all campaign tactics are in line. Please see the detailed briefing documents in [Appendix 2](#).

## **4.2. CAMPAIGN FRAMEWORKS**

To achieve effective communication and ensure creative concept is well-delivered throughout the campaign, communication and message frameworks have been developed including Message Hierarchy, Integration framework, Communication, and message framework. The 03 frameworks go hand in hand to clarify the communication tasks through the audience's journey of this campaign by A Brainy Chat.

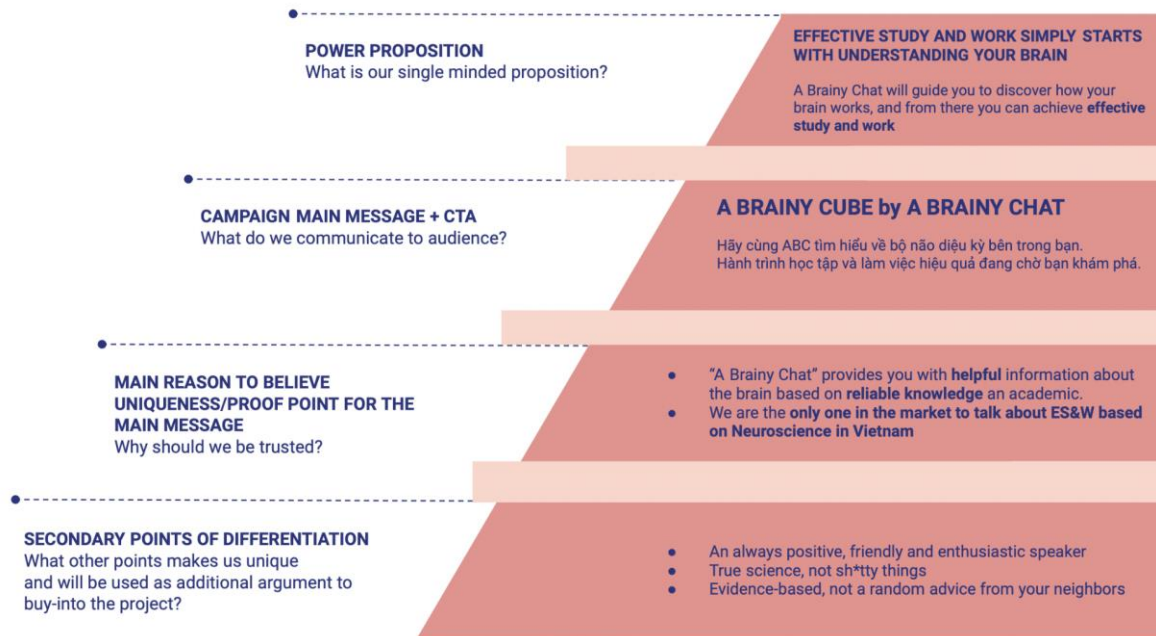


Figure 47: A Brainy Cube's message hierarchy framework, by The Pursuers team, 2022

After locking the concept, the message hierarchy is created with the purpose is to aid A Brainy Chat in clearly communicating the main campaign message in a manner that maximizes both the project's primary point of differentiation and its unique selling proposition.

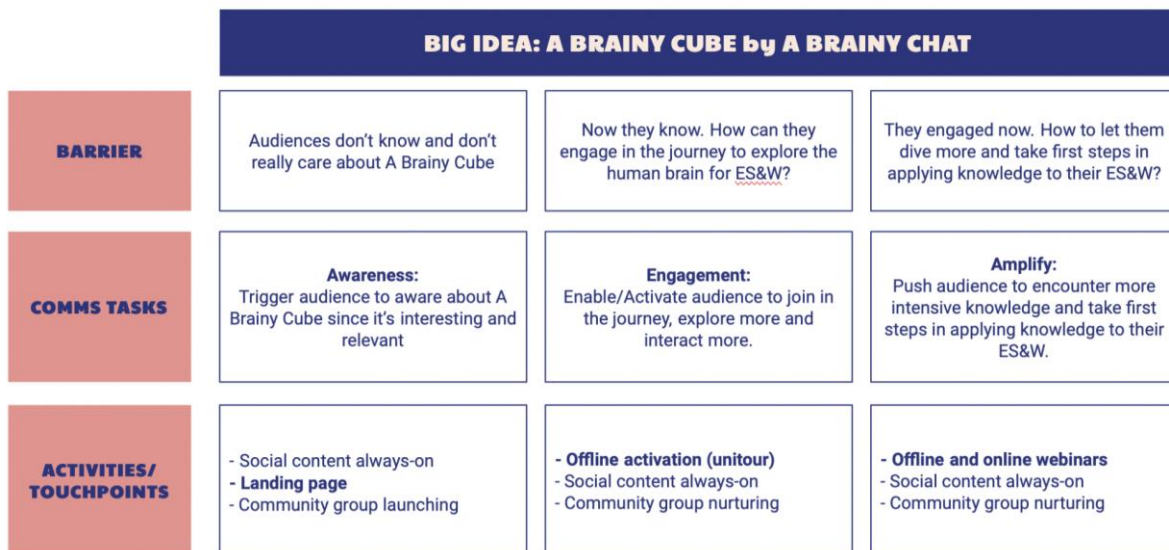


Figure 48: A Brainy Cube's integration framework, by The Pursuers team, 2022

The Integration framework (J. Cole, 2013) is done as an answer to the question: "We *already have a big idea and key message with backup points of value, so how best should audiences experience it?*". The Integration framework helps to identify barriers to communication when encountering

an audience, therefore, implement communication tasks accordingly to address that barrier with the help of appropriate activities across touchpoints.

| AWARENESS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | ENGAGEMENT                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | AMPLIFY                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Trigger audience to aware about A Brainy Cube since it's interesting and relevant                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Enable/Activate audience to join in the journey, explore more and interact more                                                                                                                                                                                                                                                              | Push audience to encounter more intensive knowledge and take first steps in applying knowledge to their ES&W.                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <b>Hero Assets:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Professional landing page to get ATTENTION.</li> <li>Always-on social content to raise AWARENESS and EDUCATE on topic relevance.</li> <li>Community group launching to collect the source of growth for further activities.</li> </ul> <p><i>**Youtube videos to be adapted into cut-downs / social contents</i></p> | <b>Hero Assets:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Offline activation to fuel ENGAGEMENT</li> <li>Always-on social content to raise AWARENESS and PROMOTE UNDERSTANDING on topic.</li> <li>Community group nurturing to ENABLE INTERACTIONS</li> </ul> <p><i>**Youtube videos to be adapted into cut-downs / social contents</i></p> | <b>Hero Assets:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Online and offline webinar to give DEEPER understanding for FIRST STEPS IN ACTION</li> <li>Always-on social content to PROMOTE UNDERSTANDING and MOTIVATE first-step actions</li> <li>Community group nurturing to CONNECT deeper</li> </ul> <p><i>**Youtube videos to be adapted into cut-downs / social contents</i></p> |

Figure 49: A Brainy Cube's integration framework, by The Pursuers team, 2022

The Communication and Message framework is a comprehensive combination of the 02 above-mentioned frameworks. With this framework, the audience journey of the campaign is well-displayed with key communication tasks per phase and the key message per phase.

## 5. EXECUTION PLAN

### 5.1. MEDIA PRODUCTION

#### a) BRAND IDENTITY

A Brainy Chat still has not developed its own brand identity and guideline so The Pursuers team needs to build a brand guideline for the project, to help establish a clear identity and consistent image in terms of visuals and tone of voice.

#### Objectives:

#1: To have a clear identity package and brand guidelines for further communication activities and collaborations.

#2: To have a benchmark for further campaigns in the future to leverage on.

#### Brand Elements Requirements:



| Visual Elements               | Requirements                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|-------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Logo</b>                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Simple- straightforwardness works every time</li> <li>• Symbolic- must represent clearly and neatly the vision of A Brainy Chat</li> <li>• "Brainy"- of course, that's our unique selling point</li> <li>• Clearly feature "Brain" and "Chat"</li> </ul> |
| <b>Color Palettes</b>         | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Scientific</li> <li>• Trustworthy</li> <li>• Dynamic</li> <li>• Flexible in use when adapting to different content pillars</li> </ul>                                                                                                                    |
| <b>Typography</b>             | <ul style="list-style-type: none"> <li>• At least 2 basic fonts</li> <li>• Font type: Sans Serif</li> <li>• Neat and clean look</li> <li>• Easy to read</li> <li>• All copyrights and licensing checked and assured to be used freely</li> </ul>                                                  |
| <b>Social Media Templates</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dynamic</li> <li>• Informative</li> <li>• Illustration intertwined with human photos to be more lively</li> </ul>                                                                                                                                        |

Figure 50: Brand element requirements

## b) CAMPAIGN KEY VISUAL

### Campaign Key Visual Requirements:

- Clearly adapted from the A Brainy Chat's logo
- All elements must be within visual guideline
- Show the spirit of "Cubes"

## c) PHOTOSHOOT PLAN

Aligning with the color palette and templates, A Brainy Chat needs plenty of images of people as a source to go hand in hand with the designs for the whole campaign. Having considered the brand guideline together with A Brainy Chat's Founder, the photos need to be aligned with A Brainy Chat's brand tone of voice as well as well-reflect the project's target audience personalities which are shortened as below keywords:

- Critical and smart
- Interest in science-based knowledge
- Young and dynamic
- Fresh and confidence
- Care about effective study & work

A Brainy Chat should also emphasize facial expressions and emotions rather than clothing and surroundings, so the following specifications must be met in the photographs:

- Neat and clean
- No extreme colorful outfits and items

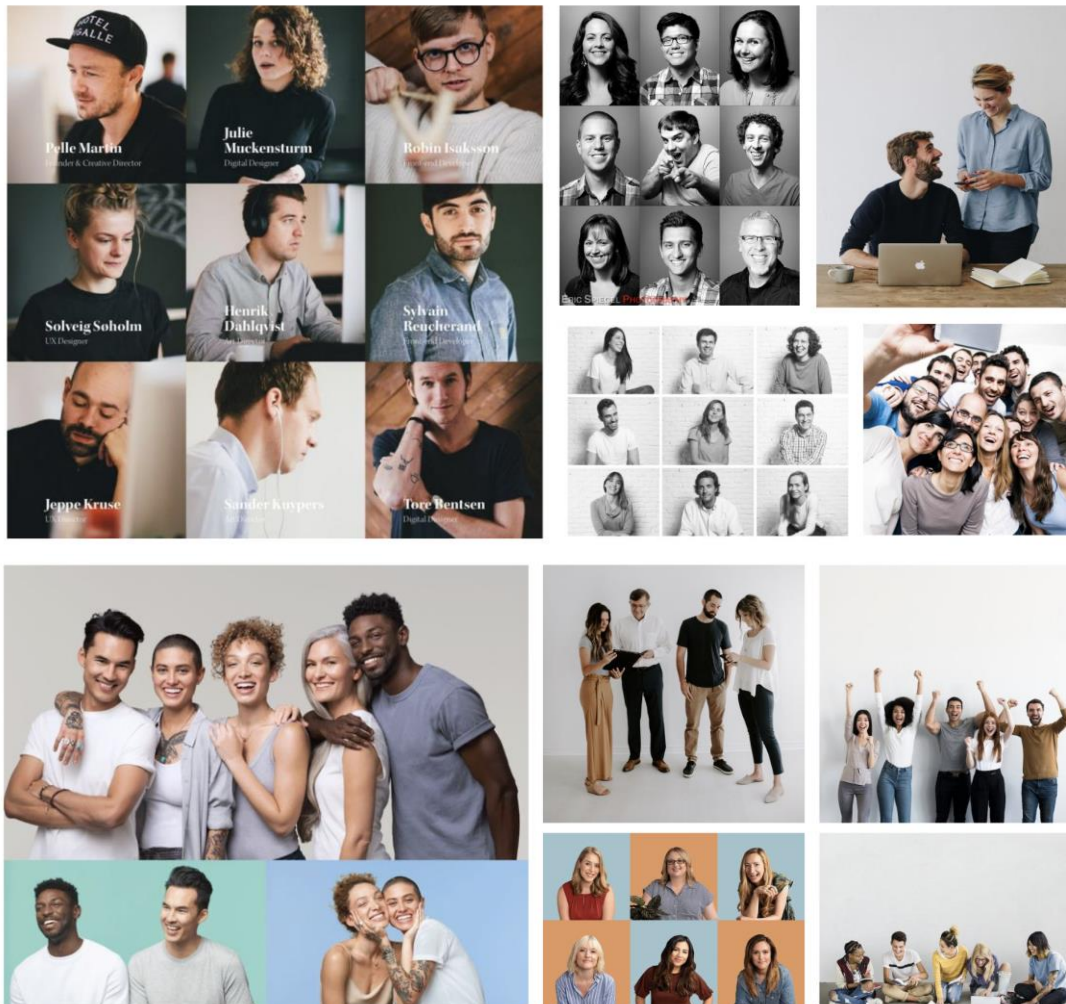


Figure 51: Photoshoot reference from Pinterest, 2023.

**Time:** 8: 30-11: 30 Friday, January 13, 2023.

Divided into 3 shifts to avoid losing the time of the sample, the model only needs to choose 1 of 3 slots:

- 8: 30-9: 30 am (slot 1)
- 9: 30-10: 30 am (slot 2)
- 10: 30-11: 30 noon (slot 3)

**Location:**

Studio room 613, FPT University of Ho Chi Minh City.

**Expected models:** 12 people

**Shooting materials list:**

| No | Name                      | Amount | PIC                  |
|----|---------------------------|--------|----------------------|
| 1  | Laptop Macbook            | 02     | Tú Ngân + Thanh Thảo |
| 2  | Camera                    | 01     | Đặng Khoa            |
| 3  | Smartphone/ Iphone        | 02     | Tú Ngân + Thanh Thảo |
| 4  | Coffee mug/ Vacuum Bottle | 01     | Thanh Thảo           |
| 5  | Porcelain cup/ Tea cup    | 02     | Tú Ngân + Thanh Thảo |
| 6  | Pen/ Pencil               | 02     | Tú Ngân + Thanh Thảo |
| 7  | Books (Accessories)       | 04     | Thanh Thảo           |
| 8  | Notebooks                 | 02     | Tú Ngân + Thanh Thảo |
| 9  | Headphones                | 01     | Thanh Thảo           |

*Figure 52: Shooting material list*

| MEDIA MATERIALS PHOTOSHOOT |                      |          |             |              |                    |
|----------------------------|----------------------|----------|-------------|--------------|--------------------|
| NO                         | ITEM                 | CATEGORY | UNIT PRICE  | QUANTITY     | INTO MONEY         |
| 1                          | Photography Studio   | Service  | 1.500.000 đ | 1            | 1.500.000 đ        |
| 2                          | Photographer booking | Service  | 1.000.000 đ | 1            | 1.000.000 đ        |
| 3                          | Props                | Service  | 985.782 đ   | 1            | 985.782 đ          |
| 4                          | Model catxe          | Catxe    | 200.000 đ   | 20           | 4.000.000 đ        |
|                            |                      |          |             |              |                    |
|                            |                      |          |             |              |                    |
|                            |                      |          |             | <b>TOTAL</b> | <b>7.485.782 đ</b> |

Figure 53: Media materials photoshoot cost

## 5.2. ONLINE CAMPAIGN

### a) Social Content Pillars:

#### Phase 1 - Awareness

##### **Evidence-based personal development knowledge (3 posts)**

1. What is evidence-based personal development knowledge? What needs to be understood about using evidence-based personal development knowledge? **(1 post)**
2. Why are science and evidence-based knowledge important for personal development? The benefits **(1 post)**
3. What happens if we apply information based on pseudo-scientific methods? **(1 post)**

##### **Goal-setting (2 posts)**

1. Neuroscience of Goal-setting **(1 post)**
2. How to make your goals work? **(1 post)**

#### Phase 2 - Engagement

##### **Information processing (4 posts)**

1. Are you really learning new things? There are a few errors to avoid when learning and absorbing information **(1 post)**
2. Bias in observing new knowledge **(1 post)**

##### **How to form good habits (from the neuroscience perspective) (5 posts)**

1. How does the brain understand habits? How many types of habits are there? **(1 post)**
2. How long does it take to form a habit? **(1 post)**
3. What is the relationship between good/bad habits and the brain? **(1 post)**
4. How to form good habits in a sustainable way **(1 post)**
5. How to stop a bad habit? **(1 post)**

#### Phase 3 - Amplify

### ***Creativity (5 posts)***

1. The brain understands how to be creative. Are all people equally creative? (1 post)
2. How to keep your brain fresh (1 post)
3. Why do ideas flash when people are entertained and asleep? (1 post)
4. How to brainstorm effectively (1 post)
5. How can mistakes that make the brain drowsy and only think in a one-way direction be avoided? (1 post)

### ***Memory (4 posts)***

1. How many types of memory are there? (1 post)
2. How to enhance memory? (1 post)
3. How to study (memorize) and revise effectively before the exam season (1 post)
4. Why do we forget? What are other factors that adversely affect memory? (1 post)

### **Other potential pillars to deploy further:**

### ***Attention/Concentration (at least 7 posts)***

1. Why doesn't Pomodoro work? (1 post)
2. How to leverage your attention - Do less for more? (1 post)
3. Flow state and how to achieve flow - leverage state from lesson 2 (1 post)
4. Does Multitasking work? Mistakes to avoid to stay focused (1 post)

### ***Time management (from the neuroscience perspective) (3 posts)***

1. Effective study and rest modes in exam season (1 post)
2. Can a sleeping state also help us learn? (1 post)
3. Is it true that I have to get up early to memorize the lesson? (1 post)

### ***Stress management (3 posts)***

1. The brain understands stress. Explaining stress from the perspective of the brain (1 post)
2. Ways to relieve stress (from the neuroscience perspective) (1 post)
3. Brain signals indicating stress? Does stress cause headaches? (1 post)

### ***Patience (from the neuroscience perspective) (4 posts)***

1. Patience
2. Neuroscience of Patience
3. How to maintain your patience and achieve your goals
4. What to do when you want to give up?

**b) YouTube:** To be adapted accordingly to Facebook content pillars.

**c) General plan of Community group nurturing:**



| Content pillars             | Description                                                                                                                                                                | Frequency (post/ week) |
|-----------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|
| Brainies' stories           | Brainies (seeders) discuss their professional and educational experiences throughout their personal stories.                                                               | 1 post/ week           |
| Interactive sessions        | Minigames, polls, Q&As, etc.                                                                                                                                               | 1 post/ week           |
| New video seeding post      | When a new video is released, it needs its own content section to help promote it. Such posts might contain thumbnails or screenshots from the video.                      | Depends                |
| Video summary post          | Video summary content posts are usually released from 5 days to 1 week after the video's first release. Mainly to summarize the main points of that video.                 | Depends                |
| Milestone celebration posts | Brainies can celebrate and see the progress of the community over time. These posts can be about the milestone of Facebook likes; Youtube views, Youtube subscribers, etc. | Depends                |

Figure 54: A Brainy Cube's community group nurturing general plan, by The Pursuers team, 2023

#### d) Campaign landing page:

A crucial tactic for attracting the audience's attention is to use a professional landing page. It serves as a repository for the project's essential information and a professional site to visit for those who are interested in following the campaign's progress.

### 5.3. EVENT

#### Event Concept Execution:

|                   |                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                              |
|-------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Concept</b>    | <b>A BRAINY CUBE by A BRAINY CHAT</b>                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                              |
| <b>Key Event</b>  | <b>OFFLINE ACTIVATION</b>                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                      | <b>OFFLINE &amp; ONLINE WEBINAR</b>                                                                                                                                          |
| <b>Tagline</b>    | <b>Não ta một khối diệu kỳ</b><br><b>Học-hành chuẩn chỉ, chuyển xoay mượt mà</b>                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                      | <b>Cùng não chuyển xoay</b><br><b>Mẹo học - hành hay</b>                                                                                                                     |
| <b>Objectives</b> | <b>PROVOKE INTERESTS &amp; ENGAGEMENT</b>                                                                                                                                                                     | <b>PROVIDE KNOWLEDGE</b>                                                                                                                                                                                             | <b>REINFORCE MESSAGE &amp; SUPPORT BRANDING</b>                                                                                                                      | <b>INTENSIFY KNOWLEDGE &amp; TRIGGER BEHAVIORAL INTENTIONS</b>                                                                                                               |
| <b>Activities</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Games that explore each major lobe of the brain</li> <li>Backdrop check-in vivid, flexible, informative</li> <li>Interesting "connect the neurons" activity</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>The infographic standee explains the function of each lobe of the brain involved in learning and working effectively</li> <li>Explain the science behind each game</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Gifts (keychains, stickers,...) with the theme of A Brainy Chat to constantly remind attendees about ABC and topic</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Offline and Online Webinars with interactive activities to get more intensive knowledge and sharings from Dr. Halle Quang.</li> </ul> |

Figure 55: A Brainy Cube's event concept house framework, by The Pursuers team, 2023

#### a) Offline Activation:

In an effort to raise awareness and promote understanding of the topic, it is crucial for offline activations to take place. Throughout this tactic, the team wanted to fuel engagement as the audience "are going to be enabled to join the journey of exploring much knowledge about the brain". All of which help them fuel effective study & work.

The offline activations are anticipated to take place at a certain number of universities/ colleges. Some representatives from universities that have contacted A Brainy Chat wishing to bring the activation to their places:

- Sai Gon University (District 5, Ho Chi Minh City)
- Ton Duc Thang University (District 7, Ho Chi Minh City)
- Hoa Sen University (District 1, HCMC)
- Fulbright University Vietnam (District 7, Ho Chi Minh City)
- Ho Chi Minh City University of Technology (Binh Thanh, Ho Chi Minh City)
- Van Hien University (District 3, Ho Chi Minh City)
- International School HCMC - American Academy (District 2, Ho Chi Minh City)
- RMIT University HCMC (District 7, Ho Chi Minh City)

Execution timeline for Offline Activation is from late February to early March. Please see the below figure for detailed activities of the Activation timeline.

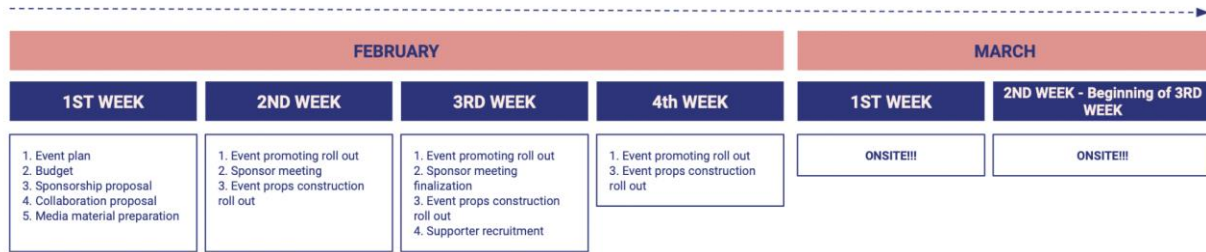


Figure 56: A Brainy Cube's offline activations execution timeline, by The Pursuers team, 2023

### b) Offline and Online Webinar:

To amplify the audience's recognition of A Brainy Chat after a series of interwoven communication activities combined with offline activations, the online webinar is determined to be a crucial tactic that enriches the audience with even more intensive knowledge. The online webinars can give off a better understanding of whether the audience is willing to implement and take action to apply the knowledge that they have gained throughout the campaign. Offline and Online webinars will be held in late March 2023. Please see the below figure for detailed activities of the Webinar timeline.



Figure 57: Offline and Online Webinar Timeline

## 6. CAMPAIGN EXECUTION TIMELINE



Figure 58: Campaign timeline

All things considered, the key tactics of the campaign are put on the execution timeline as above, with featured phases of the campaign from January 2023 to April 2023. Please see detailed rationale and research on channels usage and campaign tactics in [Appendix 4](#).

## 7. ESTIMATED BUDGET

| No | Categories                                    | Total Budget          |
|----|-----------------------------------------------|-----------------------|
| 1  | Offline activation & Offline + online webinar | 60.008.910 VND        |
| 2  | Media Photoshoot                              | 7.485.782 VND         |
|    | Total                                         | 67.493.882 VND        |
|    | Contingency (10%)                             | 6.749.388,2 VND       |
|    | Final                                         | <b>74.243.270 VND</b> |

Figure 59: A Brainy Cube campaign's total budget, by The Pursuers team, 2023

Please see detailed budget tables in [Appendix 16](#)

## 8. KPIs & EVALUATION

We evaluate the campaign base on the Campaign Aims which are set and locked with agreement from Ms. Halle Quang to be single-minded in the way we carry out the campaign. Each campaign aim has a set of key performance indicators (KPIs) that we use to track our progress and determine how well the campaign will be implemented. The AIDA conversion funnel is used to set up key numbers of KPIs at each campaign's phase (Sellers, A., 2022).

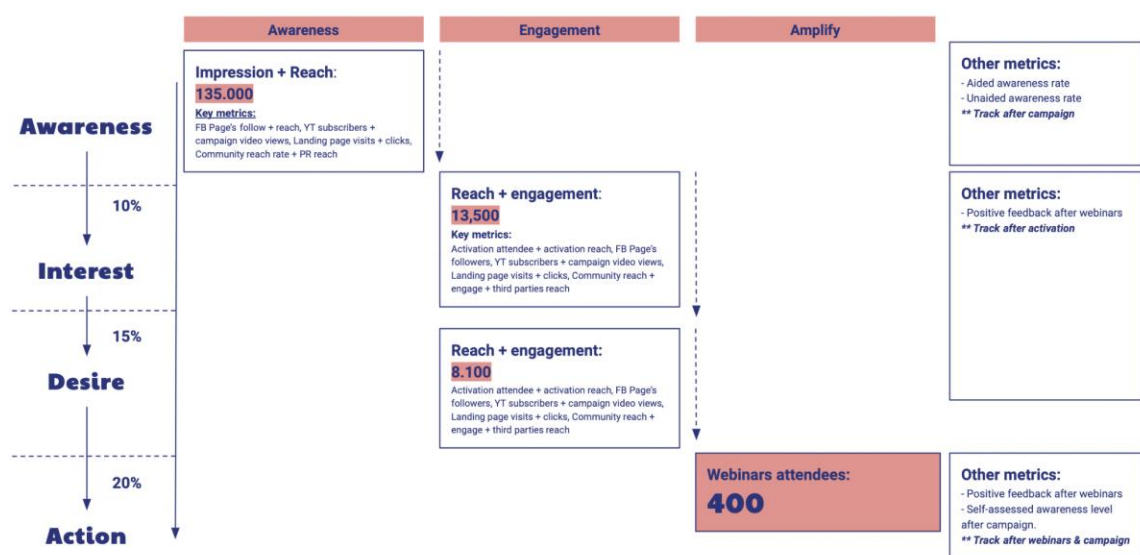


Figure 60: Conversion Funnel

| <b>Aim 1:</b><br>Raise awareness about A<br>Brainy Chat project                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | <b>AIM 2:</b><br>Promote understanding<br>about effective study and<br>work based on psychology<br>and neuroscience                             | <b>AIM 3:</b><br>Motivate the target audience<br>to take action at the very first<br>steps (in their study & work)                                                                                                                                                                                                                                                           |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>KPI 1:</b> Get total <b>135,000</b> reach on A Brainy Chat's all campaign touchpoints, including main channels:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Increase followers of Facebook A Brainy Chat channel from <b>1100 to 1600</b> followers</li> <li>● Increase average Facebook reach and engagement from <b>1200 to 9000</b> per month</li> <li>● Increase the number of members of the Facebook Community Group from <b>0 members to 500</b> members</li> <li>● Increase the number of subscribers of Youtube channel A Brainy Chat from <b>1350 subscribers to 3350</b> subscribers</li> </ul> <p><b>KPI 2:</b> Increase <b>unaided awareness by 30% &amp; aided awareness by 50%</b></p> | <p><b>KPI:</b> Get 80% answers out of 200 post-surveys for people to self-assess their awareness level (about the topic) after the campaign</p> | <p><b>KPI 1:</b> Get a <b>total of 2000 participations</b> in the offline activation (in total expected 4 universities), meaning average 500 participations for each school.</p> <p><b>KPI 2:</b> Get a <b>total of 400 participants</b> in 2 webinars</p> <p><b>KPI 3:</b> Receive <b>90% + positive responses</b> from participants in the feedback form in each event</p> |

Figure 61: A Brainy Cube's campaign KPIs, by The Pursuers team, 2023

## 9. RISK MANAGEMENT

During risk assessment, a risk severe matrix (Coomb, 2021) is used to determine the amount of risk by balancing the categories of chance or likelihood and consequence severity.



| RISK MATRIX |                    | Probability       |            |                 |              |              |
|-------------|--------------------|-------------------|------------|-----------------|--------------|--------------|
|             |                    | Insignificant (1) | Minor (2)  | Significant (3) | Major (4)    | Severe (5)   |
| Probability | Almost certain (5) | Medium 5          | High 10    | Very high 15    | Extreme 20   | Extreme 25   |
|             | Likely (4)         | Medium 4          | Medium 8   | High 12         | Very high 16 | Extreme 20   |
|             | Moderate (3)       | Very low 3        | Medium 6   | Medium 9        | High 12      | Very high 15 |
|             | Unlikely (2)       | Very low 2        | Very low 4 | Medium 6        | Medium 8     | High 10      |
|             | Rare (1)           | Very low 1        | Very low 2 | Very low 3      | Medium 4     | Medium 5     |

Figure 62: Risk matrix, by Coomb, 2021

| EVENT RISK |           |                                             |                                            |          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                             |
|------------|-----------|---------------------------------------------|--------------------------------------------|----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| No         | Category  | Content                                     | Primary stakeholder                        | Impact   | Prevention                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Solution                                                                                                                                                                                    |
| 1          | Pre-event | No sponsors to be found                     | Sponsors                                   | Medium   | 1. Spread at least 350 sponsor emails in the first 2 weeks of February<br>2. Add email follow up in the first 2 weeks of February<br>3. Rely on to the connection of the founder, the mentor, etc. (as many connections as possible)                                                                                                     | 1. Manage money from schools<br>2. Pocket money<br>3. Maximize material reuse                                                                                                               |
| 2          | Pre-event | It was unable to locate the venue (school). | Universities                               | High     | 1. Getting in contact with more than 20 schools (Ms. Hao's relationship has about 10 schools).<br>2. Reconsider the plan, so that the team can include more advantages or lower the sum that the school is requesting.                                                                                                                   | 1. Continue to work at FPT initially then connect with 1-2 other institutions if there is interest. (before March)                                                                          |
| 3          | Pre-event | Insufficient personnel to run the event     | Supporters<br>Participants                 | High     | 1. Create a tough core squad to traverse the school<br>2. Request at least 10 supporters from the school.<br>3. Review everyone's free and busy schedules.<br>4. A written commitment to participate is required.<br>5. Be sure to plan ahead when hiring individuals. (regulations, food and drink support, certificates of merit, ...) | 1. It is possible to post recruitment posts for additional collaborators at times when there is a shortage of people<br>2. In some cases, it may be necessary to reduce the number of games |
| 4          | During    | Weather issue                               | Participants                               | Very low | 1. Check the weather first<br>2. Prepare tarpaulin cover<br>3. Prepare back-up location and lay-out if it rains<br>4. Prepare carefully storage plans<br>5. Prepare media to update information if needed<br>6. Reinforce the standee, backdrop for stability<br>7. Deal with schools to keep things in the storage room                 | 1. Pre-collect absorbent publications in a safe place                                                                                                                                       |
| 5          | During    | Human resource management issues            | Universities<br>Supporters<br>Participants | High     | 1. Deal key decision makers from the start<br>2. The right to manage personnel, CTV, ... is the A Brainy Chat party (not the school side)                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                             |
| 6          | During    | Items preservation issues                   | Props                                      | Medium   | 1. Prepare the cover tarpaulin<br>2. Prepare plans to store things carefully<br>3. Deal with schools to keep things in the storage room<br>4. Estimate the cost of repair, refurbishment, reinforcement,...                                                                                                                              | 1. Contact Mr. Đen immediately for timely repair                                                                                                                                            |
| 7          | During    | Food safety and hygiene issues in the game  | Safety                                     | Extreme  | 1. Prepare enough water for half hands, towels,... for supporters and attendees<br>2. Train and instruct game hosts carefully<br>3. Always check the game service items<br>4. Request the school to always open the medical room during the event                                                                                        |                                                                                                                                                                                             |
| 8          | During    | Safety issues in the games                  | Safety                                     | Extreme  | 1. Prepare recommendations<br>2. Train and instruct supporters carefully<br>3. Prepare enough protective gear<br>4. Request the school to always open the medical room during the event                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                             |
| 9          | During    | Not enough attendee KPIs                    | Safety                                     | High     | 1. Prepare carefully for media execution<br>2. Partner up with schools, departments, industries,... to get support KPI                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                             |

Figure 63: Risk management plan

## III. EXECUTION

### 10. MEDIA PRODUCTION

#### a) BRAND IDENTITY

### Organization Logo:

A Brainy Chat's logo served as the first innovation. Clarity, curves, and neatness are given top priority in the redesigned logo. By combining components like the brain, which represents A Brainy Chat's visual identity, and the chat box frame, which represents the conversation between A Brainy Chat and its audience.



Figure 64: A Brainy Chat's rebranded logo, by The Pursuers team, 2023

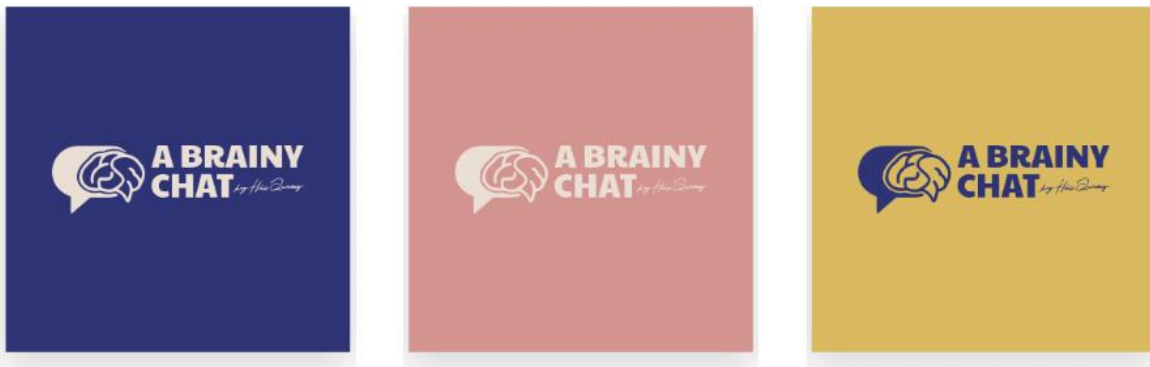


Figure 65: A Brainy Chat's logo usage, by The Pursuers team, 2023

### Colour Palettes:

The first brain (used in campaign):



Figure 66: A Brainy Chat's color palette for the content area of The 1st brain, by The Pursuers team, 2023

The second brain:



Figure 67: A Brainy Chat's color palette for the content area of The 2nd brain, by The Pursuers team, 2023

The color palette is a modern mixed and used tone of Indigo (blue-violet), purple and tones of living coral- the color which was color of the year in 2019 (Pantone, 2019). Indigo color reflects great devotion, wisdom, impartiality, knowledge, and inspiration; the purple hue is associated with various meanings, including wisdom, creativity, and ambition (Colors Meaning, 2022). The personality a person with purple is said to be a good judge of character, and a visionary with a great need to participate in humanitarian issues. Tones of living coral implicate the symbolic color of the brain. The color also represents friendliness, lightness, positivity, and optimism (Pantone, 2019).

## Typography:

### PRIMARY TYPEFACE

ROBOTO

BbRr

Lorem ipsum dolor sit amet,  
consectetur adipiscing elit, sed do  
eiusmod tempor incididunt ut labore et  
dolore magna aliqua. Ut enim ad  
minim veniam, quis nostrud  
exercitation ullamco laboris nisi ut  
aliquip ex ea commodo consequat.

### ROBOTO REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
123456789!@#\$%<>[]\|

### ROBOTO THIN

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
123456789!@#\$%<>[]\|

### ROBOTO MEDIUM

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
123456789!@#\$%<>[]\|

### ROBOTO BLACK

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
123456789!@#\$%<>[]\|

Figure 68: A Brainy Chat's primary typeface, by The Pursuers team, 2023

## SECONDARY TYPEFACE

# PAYTONE ONE

# BbRr

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

## PAYTONE ONE REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 123456789!@#\$%<>[]\|

Figure 69: A Brainy Chat's secondary typeface, by The Pursuers team, 2023

## Social Media Templates:



Figure 70: A Brainy Chat's templates for content area of The 1st brain, by The Pursuers team, 2023



Figure 71: A Brainy Chat's templates for content area of The 1st brain, by The Pursuers team, 2023

Please see the full brand identity in [Appendix 17](#)

**b) CAMPAIGN KEY VISUAL:**



Figure 72: A Brainy Chat's campaign key visual, by The Pursuers team, 2023

Adapted from the brand identity, the campaign's key visual is also implemented with the key theme "cubes" and key color palette of the first brain, which is also the main focused content pillar of this campaign.

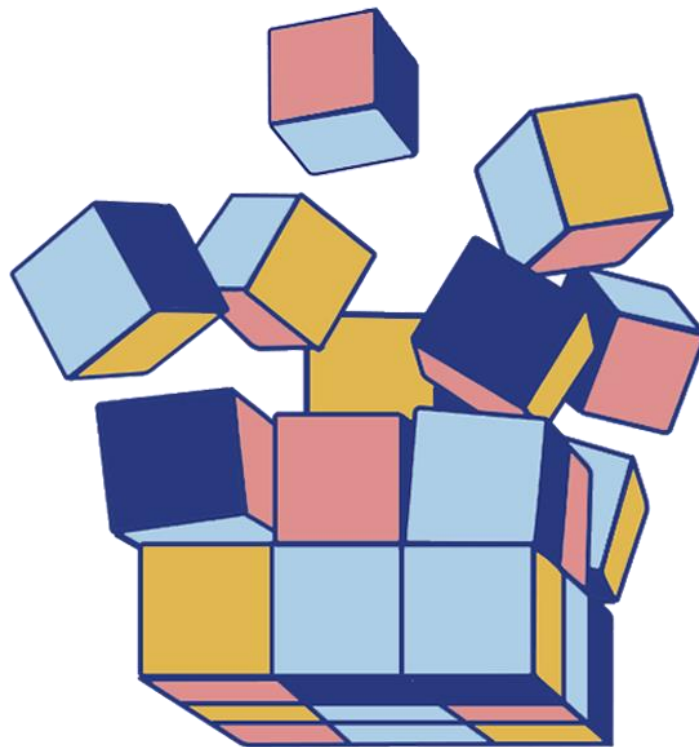


Figure 73: A Brainy Chat's campaign key visual, by The Pursuers team, 2023

**c) PHOTOSHOOT:**



The photoshoot goes as the execution plan. Please see the detailed photoshoot document in [Appendix 18](#)



Figure 74: A Brainy Chat's photoshoot images, by The Pursuers team, 2023



Figure 75: Photoshoot images being adapted in social designs, by The Pursuers team, 2023



## 11. ONLINE CAMPAIGN

The analysis focuses on scanning the primary channels: Facebook page and Youtube. Due to platform specs and constraints in analytics, the analysis for Facebook and Youtube is conducted with data derived till the end of the 21st of March 2023. Until now, The Pursuers team has aired 20+ posts per 30+ total posts under content pillars and reach total of over 22.000.

### Facebook content calendar:

| Air date | Time  | Post                                                                                                                                        | Format    | Chị Hảo's video                     | Category  | Description                                                                                                                                                                                                                   | Assign      |                          | Check Box                | Note                                                                                                                                                                                                          |
|----------|-------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-------------------------------------|-----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|--------------------------|--------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|          |       |                                                                                                                                             |           |                                     |           |                                                                                                                                                                                                                               | Content     | Visual                   |                          |                                                                                                                                                                                                               |
| 4/1      | 19:00 | Bài đăng kêu gọi điền survey                                                                                                                | Một ảnh   | <input type="checkbox"/>            | Official  | Content: Kêu gọi điền form, có Link form - Mục đích - CTA<br>Hình ảnh: có hình chị Hảo, text: tự nghĩ, với tinh thần là ABC mong muốn được hiểu bạn hơn trong năm 2023 này, đồng hương mình và hợp mới để demo                | Thanh Thảo  | Tú Ngân, Anh Kiên        | <input type="checkbox"/> | Seeding vào group cũ                                                                                                                                                                                          |
| 5/1      | 19:00 | Bài follow up kêu gọi điền survey                                                                                                           | Một ảnh   | <input type="checkbox"/>            | Follow up | Content: Tương tự bài poster<br>Hình ảnh: Infographic thường, không cần dùng hình chị Hảo, có thể insert một vài bài sách trong rewards để highlight                                                                          | Thanh Thảo  | Tú Ngân, Anh Kiên        | <input type="checkbox"/> | Seeding vào group cũ                                                                                                                                                                                          |
| -        | -     | Tên group + Introduction                                                                                                                    | Một ảnh   | <input type="checkbox"/>            | Other     |                                                                                                                                                                                                                               |             |                          | <input type="checkbox"/> |                                                                                                                                                                                                               |
| 6/1      | 19:00 | Công bố lại community group                                                                                                                 | Một ảnh   | <input type="checkbox"/>            | Official  | Content: Giới thiệu group mới + Mục đích + Các quyền lợi khi tham gia group + CTA                                                                                                                                             | Thanh Thảo  | Anh Kiên                 | <input type="checkbox"/> | Seeding vào group mới                                                                                                                                                                                         |
| 7/1      | 19:00 | Brainies - Bạn là ai?                                                                                                                       | Một ảnh   | <input type="checkbox"/>            | Official  | Content: Giới thiệu tên gọi chính thức của khán giả của ABC + CTA kêu gọi tham gia group + insert form survey để kêu gọi mọi người điền, tham khảo nội dung từ introduction của community group Design: video "tổng đồng" cũ) | Diễm Phúc   | Tú Ngân                  | <input type="checkbox"/> |                                                                                                                                                                                                               |
| 10/1     | 19:00 | Promoting post #1                                                                                                                           | Một ảnh   | <input type="checkbox"/>            | Promoting |                                                                                                                                                                                                                               | Minh Phương |                          | <input type="checkbox"/> |                                                                                                                                                                                                               |
| 12/1     | 19:00 | Promoting post #2                                                                                                                           | Một ảnh   | <input type="checkbox"/>            | Promoting |                                                                                                                                                                                                                               | Anh Kiên    |                          | <input type="checkbox"/> |                                                                                                                                                                                                               |
| 13/1     | 18:00 | Một dự án mới của ABC tại Việt Nam                                                                                                          | Một ảnh   | <input type="checkbox"/>            | Tease     | Một dự án mới tại Việt Nam, một cánh tay nối dài của ABC đến gần hơn với sinh viên VN                                                                                                                                         | Minh Phương | Anh Kiên                 | <input type="checkbox"/> | Seeding vào group mới                                                                                                                                                                                         |
| 14/1     | 18:00 | Poster chính thức                                                                                                                           | Một ảnh   | <input type="checkbox"/>            | Official  | Content: Công bố dự án + Mục đích + CTA                                                                                                                                                                                       | Thanh Thảo  | Đinh Khánh Linh          | <input type="checkbox"/> | Seeding vào group mới                                                                                                                                                                                         |
| 1/2      | 19:00 | Evidence-based personal development knowledge là gì? What needs to be understood about using evidence-based personal development knowledge? | Nhiều ảnh | <input checked="" type="checkbox"/> | Campaign  | Content: Evidence-based personal development knowledge là gì? What needs to be understood about using evidence-based personal development knowledge? => 4 yếu tố cốt lõi của khoa học Hình: 1 ảnh bìa + 2 ảnh con             | Bé Nhi      | Anh Kiên                 | <input type="checkbox"/> |                                                                                                                                                                                                               |
| 4/2      | 19:00 | Why is science and evidence-based knowledge important for personal development? The benefits                                                | Nhiều ảnh | <input checked="" type="checkbox"/> | Campaign  | Content: Như đã bàn với Nhi                                                                                                                                                                                                   | Bé Nhi      | Anh Kiên                 | <input type="checkbox"/> |                                                                                                                                                                                                               |
| 6/2      | 19:00 | What happens if we apply information that based on pseudo-scientific methods                                                                | Nhiều ảnh | <input checked="" type="checkbox"/> | Campaign  | Content: Như định hướng và comment của chị Quỳnh Design: Làm nhiều hình, ảnh bìa + 3 ảnh con tương tự như bài liên trên (lấy text là để mục ở mỗi hình (trong caption có ghi)                                                 | Anh Nghĩa   | Anh Kiên, Đức Trí        | <input type="checkbox"/> |                                                                                                                                                                                                               |
| 7/2      | 19:00 | Neuroscience of Goal-setting                                                                                                                | Một ảnh   | <input checked="" type="checkbox"/> | Campaign  | Content: Đã brief cho anh Nghĩa Design: Đã brief cho TL                                                                                                                                                                       | Anh Nghĩa   | Tân Long, Anh Kiên       | <input type="checkbox"/> |                                                                                                                                                                                                               |
| 8/2      | 19:00 | How to make your goals work?                                                                                                                | Nhiều ảnh | <input checked="" type="checkbox"/> | Campaign  | Content của bài này ở phía dưới file doc, trang số 9                                                                                                                                                                          | Anh Nghĩa   | Phan Đăng Khoa, Anh Kiên | <input type="checkbox"/> | <a href="https://docs.google.com/document/d/19y4f04a3W0dZ46RMWZ335Gz9M2G0wWk128PqgQd444/edit?usp=sharing">https://docs.google.com/document/d/19y4f04a3W0dZ46RMWZ335Gz9M2G0wWk128PqgQd444/edit?usp=sharing</a> |
| 13/2     | 19:00 | Mỗi tâm lý                                                                                                                                  | Một ảnh   | <input type="checkbox"/>            | Other     |                                                                                                                                                                                                                               | Chi Quỳnh   | Anh Kiên                 | <input type="checkbox"/> |                                                                                                                                                                                                               |
| 14/2     | 18:00 | Valentine                                                                                                                                   | Một ảnh   | <input type="checkbox"/>            | Other     |                                                                                                                                                                                                                               | Thanh Thảo  | Anh Kiên                 | <input type="checkbox"/> |                                                                                                                                                                                                               |
| 16/2     | 19:00 | Why mind-mapping doesn't work?                                                                                                              | Nhiều ảnh | <input type="checkbox"/>            | Campaign  | Đã brief Trí                                                                                                                                                                                                                  | Anh Nghĩa   | Anh Kiên                 | <input type="checkbox"/> |                                                                                                                                                                                                               |
| 17/2     | 19:00 | Hà quyết tâm đặt mục tiêu nhưng rồi thì hoàn hành được?                                                                                     | Nhiều ảnh | <input type="checkbox"/>            | Campaign  | Đã brief Hương                                                                                                                                                                                                                | Bé Nhi      | Nguyễn Hương             | <input type="checkbox"/> |                                                                                                                                                                                                               |
| 21/2     | 19:00 | Công bố trailer - Poster chính thức                                                                                                         | Một ảnh   | <input type="checkbox"/>            | Official  |                                                                                                                                                                                                                               | Thanh Thảo  | Đinh Khánh Linh, Tú Ngân | <input type="checkbox"/> |                                                                                                                                                                                                               |
| 22/2     | 19:00 | Công bố ở HUTECH                                                                                                                            | Một ảnh   | <input type="checkbox"/>            | Official  |                                                                                                                                                                                                                               | Thanh Thảo  | Anh Kiên                 | <input type="checkbox"/> |                                                                                                                                                                                                               |
| 23/2     | 19:00 | Cách bỏ náo tiếp nhận và xử lý thông tin                                                                                                    | Một ảnh   | <input type="checkbox"/>            | Campaign  | Content của bài này ở phía dưới file doc, trang số 12                                                                                                                                                                         | Anh Nghĩa   | Đinh Khánh Linh          | <input type="checkbox"/> |                                                                                                                                                                                                               |
| 24/2     | 19:00 | Bật mí các hoạt động đang chờ đón các bạn sinh viên cùng các phần quà hấp dẫn                                                               | Một ảnh   | <input type="checkbox"/>            | Follow up |                                                                                                                                                                                                                               | Thanh Thảo  | Anh Kiên                 | <input type="checkbox"/> |                                                                                                                                                                                                               |
| 26/2     |       | Poster talkshow                                                                                                                             |           | <input type="checkbox"/>            | Official  |                                                                                                                                                                                                                               |             |                          | <input type="checkbox"/> |                                                                                                                                                                                                               |
| 27/2     | 19:00 | Những thói quen nào tốt cho não, cơ chế hoạt động sau những hoạt động đó là gì (phần 1)                                                     | Nhiều ảnh | <input type="checkbox"/>            | Campaign  |                                                                                                                                                                                                                               | Anh Nghĩa   | Nguyễn Hương             | <input type="checkbox"/> |                                                                                                                                                                                                               |
| 28/2     | 19:00 | Công bố landing page chính thức                                                                                                             |           | <input type="checkbox"/>            | Official  |                                                                                                                                                                                                                               | Thanh Thảo  | Anh Kiên                 | <input type="checkbox"/> | Seeding vào group mới                                                                                                                                                                                         |
| 2/3      | 19:00 | Onsite bắt đầu Activation                                                                                                                   | Nhiều ảnh | <input type="checkbox"/>            | On-site   |                                                                                                                                                                                                                               |             |                          | <input type="checkbox"/> |                                                                                                                                                                                                               |
|          | 15:00 | Onsite tiếp tục Activation                                                                                                                  | Nhiều ảnh | <input type="checkbox"/>            | On-site   |                                                                                                                                                                                                                               |             |                          | <input type="checkbox"/> |                                                                                                                                                                                                               |
| 5/3      | 19:00 | Album ảnh Activation                                                                                                                        | Nhiều ảnh | <input type="checkbox"/>            | Recap     |                                                                                                                                                                                                                               |             |                          | <input type="checkbox"/> |                                                                                                                                                                                                               |
| 6/3      |       | Teaser poster cho FPTU                                                                                                                      | Một ảnh   | <input type="checkbox"/>            | Tease     |                                                                                                                                                                                                                               |             |                          | <input type="checkbox"/> |                                                                                                                                                                                                               |
| 7/3      | 19:00 | Poster FPTU                                                                                                                                 |           | <input type="checkbox"/>            |           |                                                                                                                                                                                                                               |             |                          | <input type="checkbox"/> | Chuẩn bị form đăng ký                                                                                                                                                                                         |
| 7/3      | 19:00 | Trailer univtour                                                                                                                            |           | <input type="checkbox"/>            | Official  |                                                                                                                                                                                                                               | Thanh Thảo  | Trung Nguyễn             | <input type="checkbox"/> | Check Trung Nguyễn đi quay 01/03                                                                                                                                                                              |
| 8/3      | 19:00 | Kinh nghiệm dẫn gian Vs. Sự thật khoa học (phần 2)                                                                                          | Nhiều ảnh | <input type="checkbox"/>            | Follow up | Làm như phần 1, có 5-6 facts, khúc cuối CTA: nếu muốn biết thêm nhiều facts khoa học thì hãy theo dõi kênh Youtube và tham gia activation tại FPT sắp tới                                                                     |             | Tú Ngân                  | <input type="checkbox"/> |                                                                                                                                                                                                               |
| 9/3      |       | Onsite                                                                                                                                      | Một ảnh   | <input type="checkbox"/>            | On-site   |                                                                                                                                                                                                                               | Thanh Thảo  |                          | <input type="checkbox"/> | Chuẩn bị form feedback                                                                                                                                                                                        |
| 10/3     |       | Onsite                                                                                                                                      | Nhiều ảnh | <input type="checkbox"/>            | On-site   |                                                                                                                                                                                                                               | Thanh Thảo  |                          | <input type="checkbox"/> |                                                                                                                                                                                                               |
| 11/3     |       | Onsite                                                                                                                                      | Nhiều ảnh | <input type="checkbox"/>            | On-site   |                                                                                                                                                                                                                               | Thanh Thảo  |                          | <input type="checkbox"/> |                                                                                                                                                                                                               |
| 15/3     | 19:00 | Những thói quen nào tốt cho não, cơ chế hoạt động sau những hoạt động đó là gì (phần 2)                                                     | Nhiều ảnh | <input type="checkbox"/>            | Campaign  |                                                                                                                                                                                                                               | Anh Nghĩa   | Phan Đăng Khoa, Anh Kiên | <input type="checkbox"/> |                                                                                                                                                                                                               |
| 17/3     | 19:00 | Bias cần tránh khi tiếp thu kiến thức, thông tin                                                                                            | Nhiều ảnh | <input type="checkbox"/>            | Campaign  |                                                                                                                                                                                                                               | Bé Nhi      | Anh Kiên                 | <input type="checkbox"/> |                                                                                                                                                                                                               |
| 19/3     | 19:00 | Những thói quen nào xấu cho não, cơ chế hoạt động sau những hoạt động đó là gì?                                                             | Nhiều ảnh | <input type="checkbox"/>            | Campaign  |                                                                                                                                                                                                                               | Chi Quỳnh   | Tú Ngân                  | <input type="checkbox"/> |                                                                                                                                                                                                               |
| 22/3     | 18:00 | Album ảnh Activation ở Poly                                                                                                                 | Nhiều ảnh | <input type="checkbox"/>            | Recap     |                                                                                                                                                                                                                               | Anh Kiên    | Thanh Thảo               | <input type="checkbox"/> |                                                                                                                                                                                                               |
|          | 19:00 | Poster chính Webinar                                                                                                                        | Một ảnh   | <input type="checkbox"/>            | Official  |                                                                                                                                                                                                                               | Thanh Thảo  | Anh Kiên                 | <input type="checkbox"/> |                                                                                                                                                                                                               |
| 23/3     | 18:00 | Đổi ảnh bìa                                                                                                                                 | Một ảnh   | <input type="checkbox"/>            | Follow up |                                                                                                                                                                                                                               | Thanh Thảo  | Đinh Khánh Linh          | <input type="checkbox"/> |                                                                                                                                                                                                               |
| 23/3     | 20:00 | Trích comment tốt của người dự bên Hutech của bên Hutech                                                                                    | Một ảnh   | <input type="checkbox"/>            | Follow up |                                                                                                                                                                                                                               | Thanh Thảo  | Tú Ngân                  | <input type="checkbox"/> |                                                                                                                                                                                                               |
| 24/3     | 19:00 | XX là số trường hợp có sinh viên đăng ký tham dự Webinar                                                                                    | Một ảnh   | <input type="checkbox"/>            | Follow up |                                                                                                                                                                                                                               | Thanh Thảo  | Tú Ngân                  | <input type="checkbox"/> |                                                                                                                                                                                                               |
| 25/3     | 19:00 | Nhắc nhở check mail                                                                                                                         | Một ảnh   | <input type="checkbox"/>            | Follow up |                                                                                                                                                                                                                               | Thanh Thảo  | Anh Kiên                 | <input type="checkbox"/> |                                                                                                                                                                                                               |
| 26/3     | 20:00 | Còn xe state rồi cũng để quên trên tầng                                                                                                     | Một ảnh   | <input type="checkbox"/>            | Follow up |                                                                                                                                                                                                                               | Thanh Thảo  | Tú Ngân                  | <input type="checkbox"/> |                                                                                                                                                                                                               |
| 26/3     | 14:30 | Nhắc nhở còn 1 tiếng trước sự kiện                                                                                                          | Một ảnh   | <input type="checkbox"/>            | Follow up |                                                                                                                                                                                                                               | Thanh Thảo  | Tú Ngân                  | <input type="checkbox"/> |                                                                                                                                                                                                               |
| 26/3     | 16:30 | Sự kiện chính thức diễn ra trên Zoom                                                                                                        | Một ảnh   | <input type="checkbox"/>            | On-site   |                                                                                                                                                                                                                               | Thanh Thảo  | Anh Kiên                 | <input type="checkbox"/> |                                                                                                                                                                                                               |
| 27/3     | 19:00 | Tổng kết Webinar                                                                                                                            | Một ảnh   | <input type="checkbox"/>            | On-site   |                                                                                                                                                                                                                               | Thanh Thảo  | Anh Kiên                 | <input type="checkbox"/> |                                                                                                                                                                                                               |
| 29/3     | 20:00 | How to form good habits in a sustainable way?                                                                                               | Nhiều ảnh | <input checked="" type="checkbox"/> | Campaign  |                                                                                                                                                                                                                               | Bé Nhi      | Nguyễn Hương             | <input type="checkbox"/> |                                                                                                                                                                                                               |
| 31/3     | 19:00 | How to stop a bad habit?                                                                                                                    | Nhiều ảnh | <input checked="" type="checkbox"/> | Campaign  |                                                                                                                                                                                                                               | Anh Nghĩa   | Đinh Khánh Linh          | <input type="checkbox"/> |                                                                                                                                                                                                               |
| 6/4      | 19:00 | What is creativity under the brain science's perspective? Are all people equally creative?                                                  | Nhiều ảnh | <input checked="" type="checkbox"/> | Campaign  |                                                                                                                                                                                                                               | Bé Nhi      | Anh Kiên                 | <input type="checkbox"/> |                                                                                                                                                                                                               |
| 7/4      | 20:00 | How to keep your brain fresh                                                                                                                | Nhiều ảnh | <input type="checkbox"/>            | Campaign  |                                                                                                                                                                                                                               | Anh Nghĩa   | Đinh Khánh Linh          | <input type="checkbox"/> |                                                                                                                                                                                                               |
| 8/4      | 19:00 | Promote clip Webinar trên youtube 1                                                                                                         | Một ảnh   | <input type="checkbox"/>            | Official  | Lấy hình thumbnail rồi mock up lên kênh Youtube                                                                                                                                                                               | Thanh Thảo  | Anh Kiên                 | <input type="checkbox"/> |                                                                                                                                                                                                               |
| 8/4      | 20:00 | Post survey campaign                                                                                                                        | Một ảnh   | <input type="checkbox"/>            | Official  |                                                                                                                                                                                                                               | Thanh Thảo  | Tú Ngân                  | <input type="checkbox"/> |                                                                                                                                                                                                               |
| 9/4      | 20:00 | Post survey campaign follow up                                                                                                              | Một ảnh   | <input type="checkbox"/>            | Follow up | Xào lại design bài trước                                                                                                                                                                                                      | Thanh Thảo  | Anh Kiên                 | <input type="checkbox"/> |                                                                                                                                                                                                               |
| 10/4     | 19:00 | Bài tổng kết                                                                                                                                | Một ảnh   | <input type="checkbox"/>            | Official  | Số lượng tham gia activation<br>Số lượng tham gia workshop<br>Số lượng reach final                                                                                                                                            | Thanh Thảo  | Anh Kiên                 | <input type="checkbox"/> |                                                                                                                                                                                                               |
| 11/4     | 20:00 | Why do ideas flash when people are entertained and asleep?                                                                                  | Một ảnh   | <input type="checkbox"/>            | Campaign  |                                                                                                                                                                                                                               | Bé Nhi      | Anh Kiên                 | <input type="checkbox"/> |                                                                                                                                                                                                               |
|          | 19:00 | Promote clip Webinar trên youtube 2                                                                                                         | Một ảnh   | <input type="checkbox"/>            | Follow up | Lấy hình wordcloud                                                                                                                                                                                                            | Thanh Thảo  | Tú Ngân                  | <input type="checkbox"/> |                                                                                                                                                                                                               |
| 12/4     | 19:00 | How to brainstorm effectively                                                                                                               | Nhiều ảnh | <input type="checkbox"/>            | Campaign  |                                                                                                                                                                                                                               | Anh Nghĩa   | Đức Trí                  | <input type="checkbox"/> |                                                                                                                                                                                                               |

Figure 76: Facebook content calendar

Please see the Media Mastersheet [Appendix 13](#)

## Facebook Results:

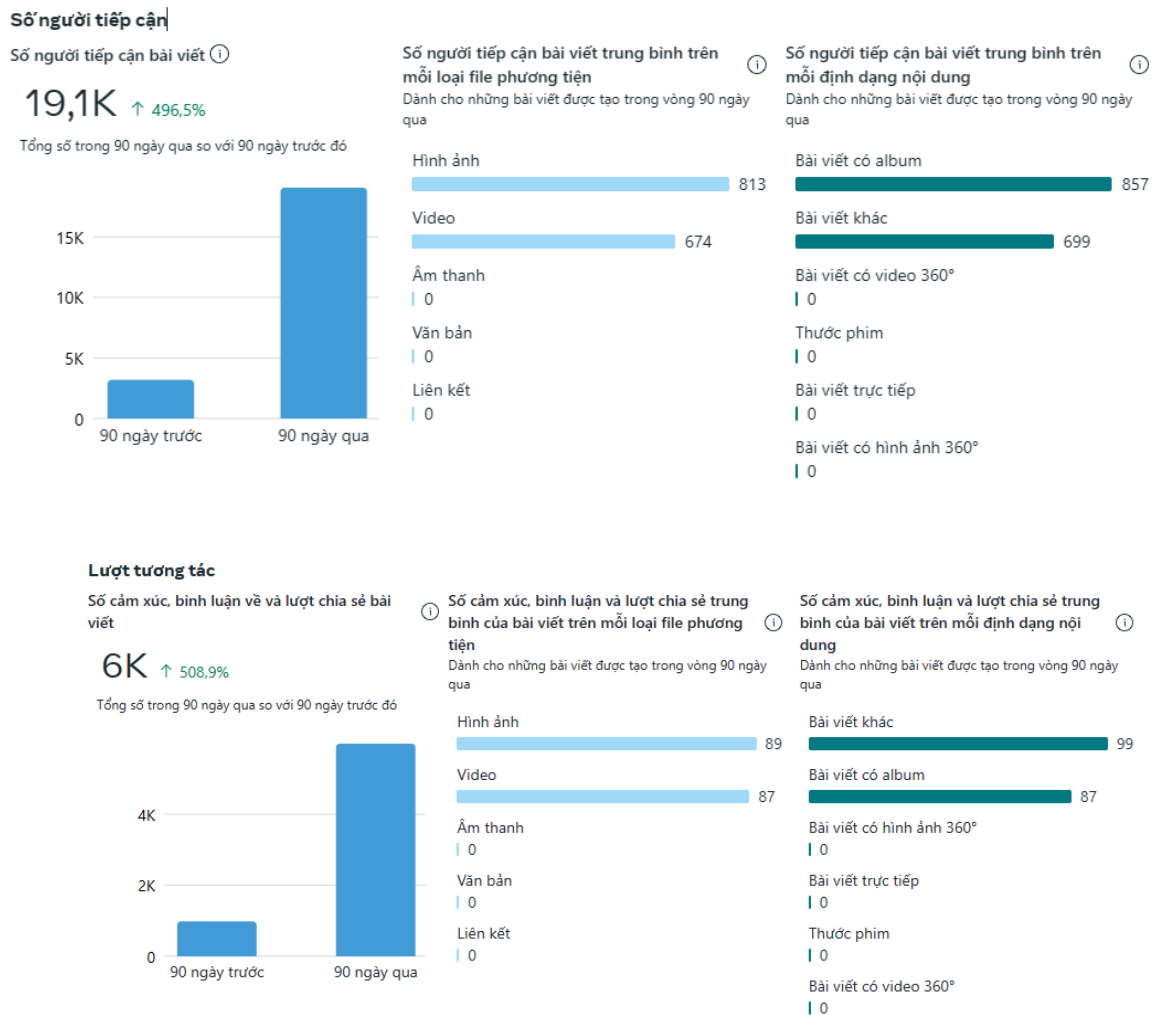


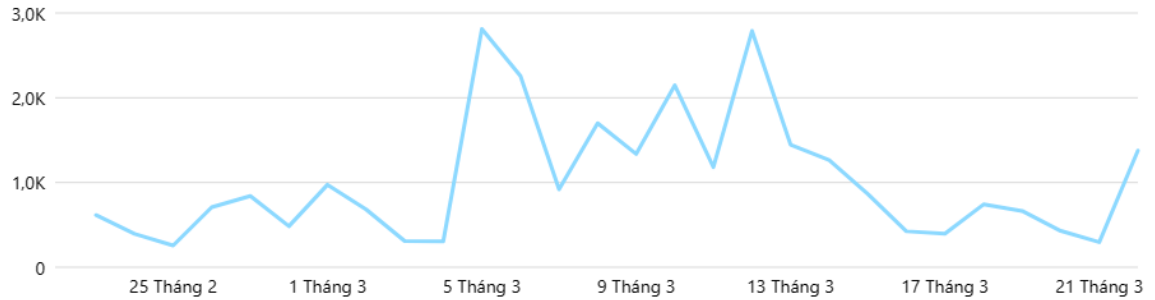
Figure 77: Derived data on Reach and interactions from Meta Business, A Brainsy Chat Facebook page

- Number of people reached in the past 90 days: **19100 people**
- Number of people reached in the past 28 days: **13668 people**
- Average post reach for posts with images: **659 times**
- Number of interactions (engagement) in the past 90 days: **4200 times**
- Number of interactions (engagement) for each post: **89 times**

### Kết quả

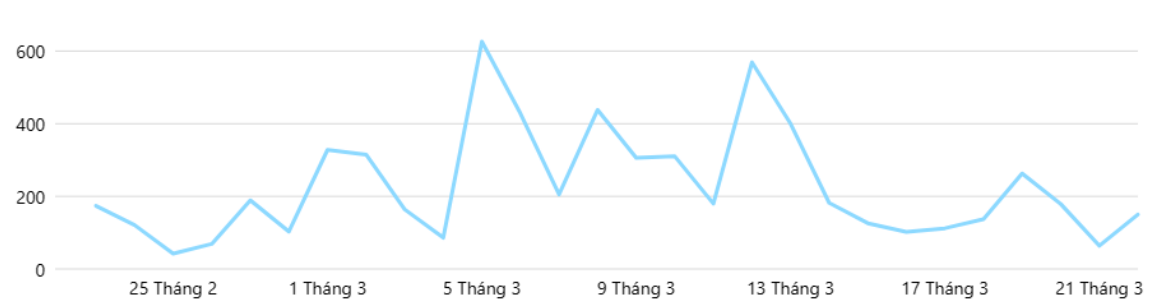
Số người tiếp cận Trang Facebook ⓘ

13.798 ↑ 84,6%



Lượt truy cập Trang Facebook ⓘ

6.368 ↑ 143%



Lượt thích mới trên Trang Facebook ⓘ

217 ↑ 19,9%

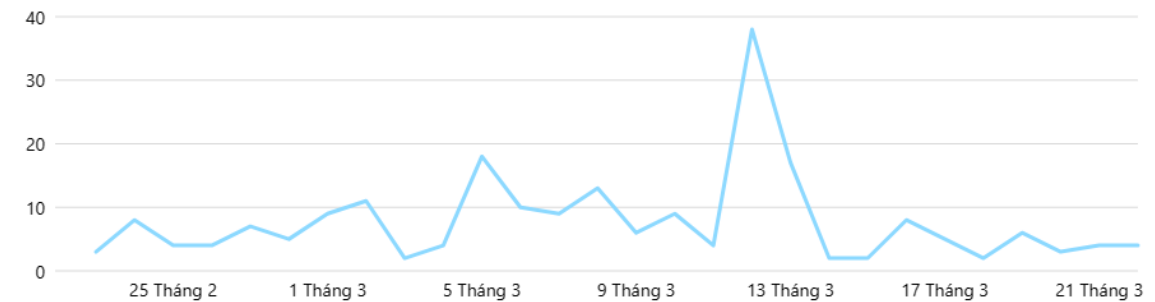
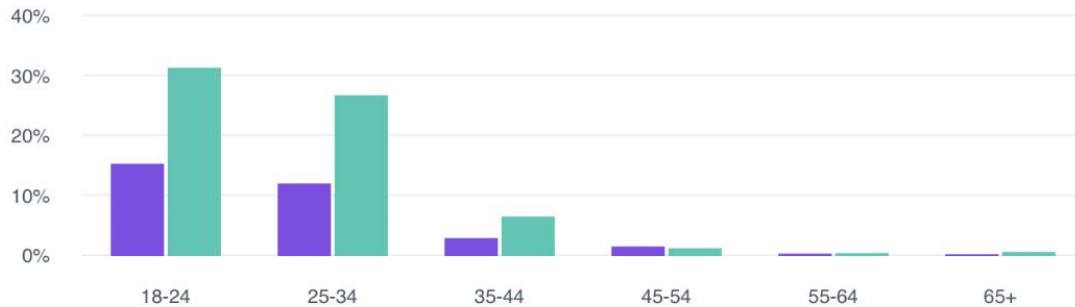


Figure 78: Derived data on Page likes and access from Meta Business, A Brainy Chat Facebook page

- Number of people reaching Facebook page in the past 90 days: **13798 people**
- Number of Facebook page visits in the past 90 days: **6368 times**
- New likes in the past 90 days: **217 likes**

## Độ tuổi và giới tính

Nam 32.50%  
Nữ 67.50%



## Vị trí

Tỉnh/thành phố

Quốc gia

|                               |     |
|-------------------------------|-----|
| Thành phố Hồ Chí Minh         | 863 |
| Hà Nội                        | 119 |
| Quang Nam, Quảng Nam Province | 113 |
| Ninh Hòa, Khánh Hòa           | 99  |
| Sydney, New South Wales, Úc   | 47  |
| Đà Nẵng                       | 33  |
| Biên Hòa, Đồng Nai            | 30  |
| Dĩ An, Bình Dương             | 16  |
| Diên Bình, Kon Tum Province   | 13  |
| Melbourne, Victoria, Úc       | 13  |

Figure 79: Derived data on Page's reach from Meta Business, A Brainy Chat Facebook page:

- The most crowded audience segment is in the age group: **18-24 years old**
- Male-to-female ratio: **32-67%**
- Location of audience source: **Ho Chi Minh City, Vietnam**

Youtube Results:

Channel analytics

Current subscribers

3,597

+148 in last 28 days

Summary

Last 28 days

Views 19.9K ↑

Watch time (hours) 1.0K ↑

Figure 80: The number of current subscribers of A Brainy Chat’s Official channel

Your channel got 19,881 views in the last 28 days

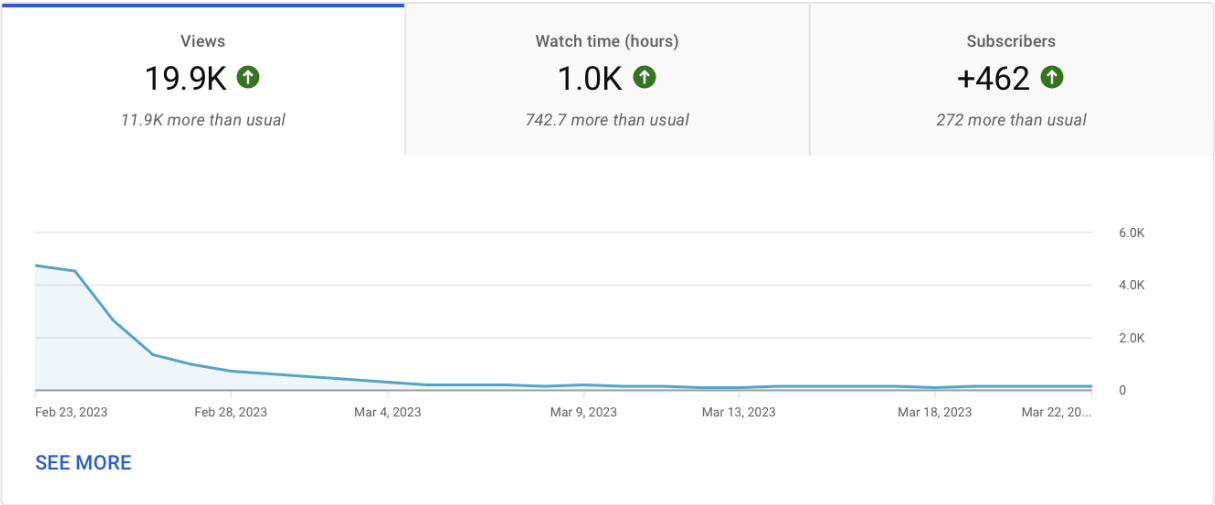


Figure 81: Channel overview detailed analytics over time, 3/2023

With Youtube, A Brainy Chat has reached more than 3470 subscribers. All important metrics like views and hours watched are positive. In particular, the views increased to 19.9K views. The number of subscribers increased by nearly 500 subscribers, and the watch time increased to more than 1000 hours.



| Content                                                                                                                                                              | Views ↓       | Impressions    | Impressions click-through rate | Average view duration |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|----------------|--------------------------------|-----------------------|
| <input type="checkbox"/> <b>Total</b>                                                                                                                                | <b>19,432</b> | <b>361,942</b> | <b>3.8%</b>                    | <b>3:12</b>           |
| <input type="checkbox"/>  Cách học Tiếng Anh bằng CHATGPT                           | 14,063 72.4%  | 274,663        | 3.8%                           | 2:31                  |
| <input type="checkbox"/>  ChatGPT sẽ thay đổi cuộc sống của chúng ta như thế...     | 810 4.2%      | 13,671         | 3.7%                           | 4:43                  |
| <input type="checkbox"/>  Phương pháp học tập hiệu quả 🤖 BỘ NÃO THỨ HAI ...         | 723 3.7%      | 14,094         | 3.2%                           | 5:08                  |
| <input type="checkbox"/>  Tự học IELTS Writing bằng CHATGPT - Cải thiện kỹ nă...    | 549 2.8%      | 5,456          | 5.4%                           | 3:07                  |
| <input type="checkbox"/>  Cách ghi chú để lưu trữ, sắp xếp và tái sử dụng kiến t... | 351 1.8%      | 2,894          | 5.9%                           | 5:45                  |
| <input type="checkbox"/>  Tư duy phản biện để nhận ra "Bẫy" thông tin               | 262 1.4%      | 3,179          | 2.2%                           | 1:52                  |
| <input type="checkbox"/>  Xây dựng LỊCH LÀM VIỆC để LUÔN ĐÚNG DEADLINE ...          | 251 1.3%      | 2,892          | 4.4%                           | 8:56                  |
| <input type="checkbox"/>  Cách não bộ xử lý thông tin để học tập và làm việc hi...  | 236 1.2%      | 3,880          | 3.6%                           | 3:29                  |
| <input type="checkbox"/>  Bí quyết tích lũy kiến thức bằng tư duy "Lãi xuất kép"    | 170 0.9%      | 2,611          | 3.6%                           | 7:26                  |
| <input type="checkbox"/>  NÃO BỘ VÀ GIẤC NGỦ 🤖 - Đừng đánh đổi giấc n...            | 167 0.9%      | 2,782          | 3.9%                           | 6:57                  |

Figure 82: Channel overview of video analytics

In terms of content, A Brainy Chat's new videos have been warmly received by the channel's audience. Topics around effective study and work are still the top topics that receive the most impressions on the channel. Besides, videos with content around the topic of Chat GPT have a spike in views and interactions, bringing a lot of interest and new subscribers to the channel. Visually, A Brainy Chat's videos on Youtube have been optimized according to the guideline of the color palette.

### Impressions and how they led to watch time

Data available Feb 23 – Mar 22, 2023 (28 days)

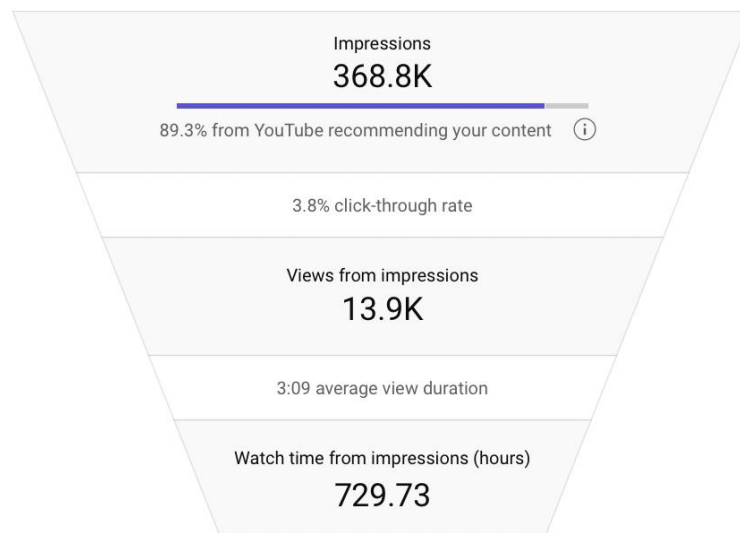


Figure 83: Impression to watch time

The effects and animations in video staging have also been greatly upgraded. The "Impression to watch time" funnel index can be considered considerably good since it clearly outlines that the videos are attractive to viewers.

## Hey, Brainies! Community:

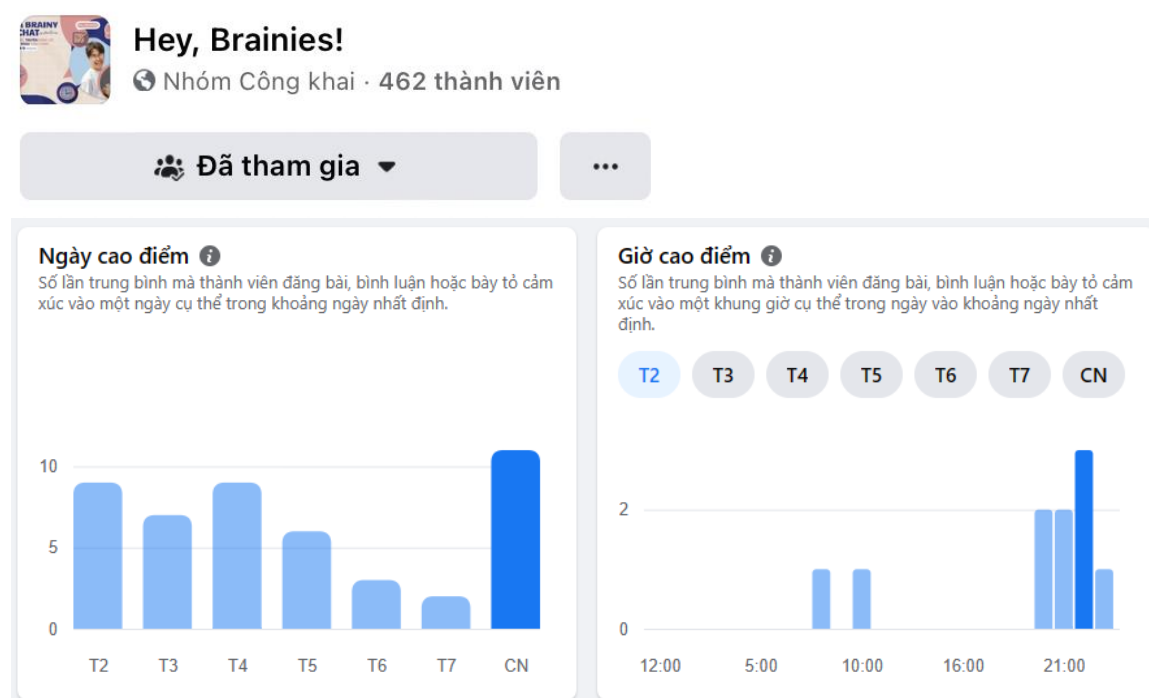


Figure 84: Derived data on Community's health from Meta Business, A Brainy Chat's Facebook



Figure 85: Community social posts

- The community group currently has 462 people.

- The most featured post reached 600 people and got 71 interactions
- Peek interact time frame at 21:00 PM

### A Brainy Cube campaign Landing page:

Please kindly access the campaign landing page here: <https://abrainychat.com>



Figure 86: Landing page's main screen

- Total number of the online users: 300+
- All traffics are organic

### Content Support:

The campaign has received content support from FPT Polytechnic College High School, Ho Chi Minh City (from now on will be written as F-POLY HCMC). The article can be accessed [here](#). In addition, The Pursuers team also succeeded in working with Trends Vietnam - on 2 online content support. The article can be accessed [here](#).

## 12. EVENT

Of all the universities and colleges that have contacted A Brainy Chat wishing to bring the activation to their places, there have been 3 confirmation schools allowing activation to take place, which are: Ho Chi Minh City University of Technology (HUTECH), FPT University Ho Chi Minh City, and FPT Polytechnic College High School Ho Chi Minh City.

In an effort to make the A Brainy Cube project more relevant and effective, the online webinars have been turned into an offline form with a return to Vietnam by Dr. Halle Quang. This has caused a change in the event timeline. The official event timeline is presented in the below figure:

| MON       | TUES      | WED                                                                    | THURS                                 | FRI                                   | SAT                                                 | SUN                                      |
|-----------|-----------|------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------|---------------------------------------|-----------------------------------------------------|------------------------------------------|
|           |           | <b>1/3</b><br>HUTECH<br>Activation and<br>Offline Webinar<br>Rehearsal | <b>2</b><br>HUTECH ON-SITE<br>day!    | <b>3</b>                              | <b>4</b>                                            | <b>5</b>                                 |
| <b>6</b>  | <b>7</b>  | <b>8</b><br>FPTU HCMC<br>Activation<br>Rehearsal                       | <b>9</b><br>FPTU HCMC<br>ON-SITE day! | <b>10</b><br>FPTU HCM<br>ON-SITE day! | <b>11</b><br>FPTU HCMC<br>ON-SITE day!              | <b>12</b>                                |
| <b>13</b> | <b>14</b> | <b>15</b>                                                              | <b>16</b>                             | <b>17</b>                             | <b>18</b><br>F-POLY HCMC<br>Activation<br>Rehearsal | <b>19</b><br>F-POLY HCMC<br>ON-SITE day! |
| <b>20</b> | <b>21</b> | <b>22</b>                                                              | <b>23</b>                             | <b>24</b>                             | <b>25</b><br>Online Webinar<br>Rehearsal            | <b>26</b><br>Online Webinar              |
| <b>27</b> | <b>28</b> | <b>29</b>                                                              | <b>30</b>                             | <b>31/3</b>                           |                                                     |                                          |

Figure 87: Official event timeline

### a) Offline Activation

#### Activation Journey:

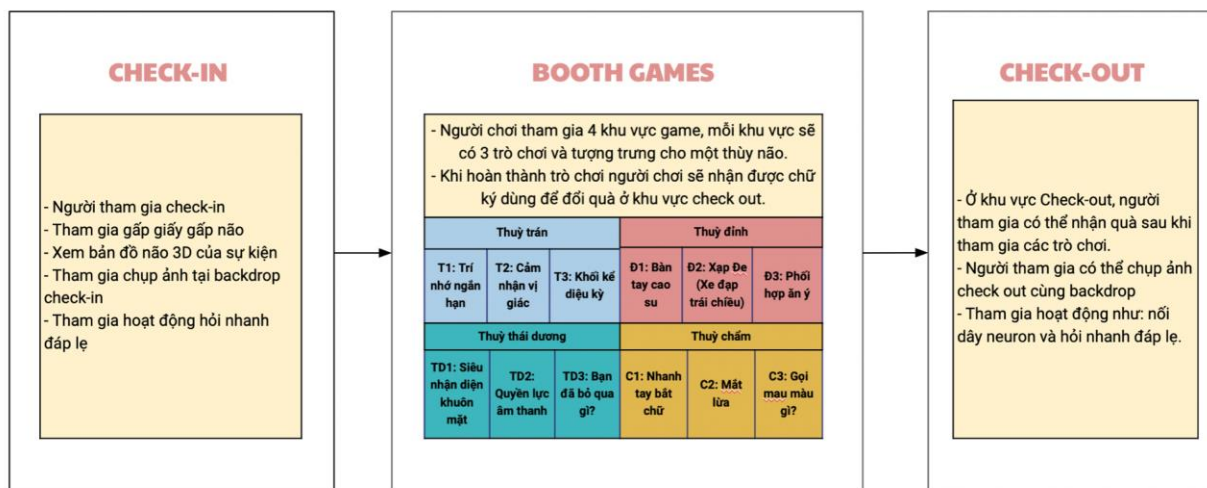


Figure 88: Activation journey

In the beginning, participants check-in at the check-in table and alternate between interactive activities and games.

Next, participants will move to the journey that leads them through 04 game areas corresponding to the 04 lobes of the human brain. Each lobe area has 3 game booths. Games are designed to be highly interactive and experiential for participants. Under the expert content supervision of Dr. Halle Quang, the games are linked with lobe function and are meant for effective study and work. Participants will learn more interesting facts about the brain, how to learn, and how to work effectively as they explore the games. For each game, the science behind it is explained by the moderators.

At the end of the journey, players will be given the option to take home a knowledge brochure and the merchandise which were prepared by the pursuers. Infographics are also be set up at the check-out zone to help participants to know more about the brain lobe's functions and how it plays in the process of achieving effective study and work.

### Activation Games Design:

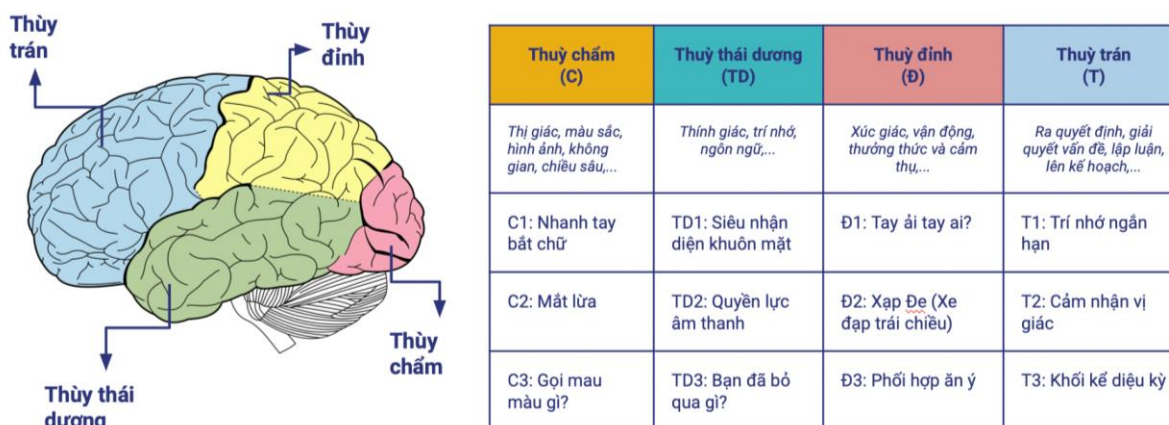


Figure 89: Activation game designs

Please see the detailed 12 game mechanism and neuroscience explanation behind the designed games in [Appendix 9](#)

### Activation Production:

The Pursuers team produces over 9 types of items, listed in the figure below.



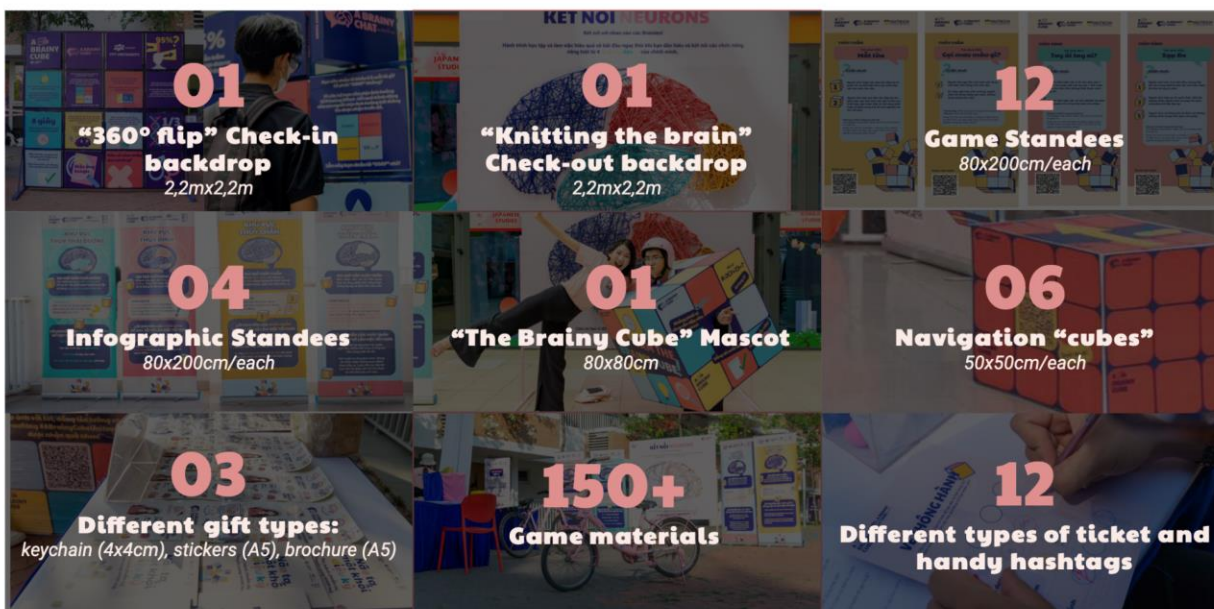


Figure 90: Activation production

Please see the detailed Event Production Document in [Appendix 11](#)

**Activation Promotion:** 22+ actions which generated the total of 42.884 reach



Figure 91: Official activation posters

The very first media material to mention is the [Unitour Teaser video](#) which has been shared on A Brainy Chat's channels and communication partners' channels. For each school in the Unitour, The Pursuers team produce the official poster and other specified media materials to promote, namely:

- **HUTECH:** Social media promotion posts
- **FPTU HCMC:** Social media promotion posts, Motion banner for [a big digital LED screen](#) that runs in the main hall of FPT University HCMC for 3 days of the event.
- **F-POLY HCMC:** Social media promotion posts

#### Activation Timeline in one day:

| No | School      | Day        | Timeframe     | Content                                                        |
|----|-------------|------------|---------------|----------------------------------------------------------------|
| 1  | HUTECH      | 01/03/2023 | 14:00 - 16:00 | Vận chuyển, thi công, set up sự kiện                           |
|    |             |            | 16:00 - 18:00 | Rehearse sự kiện                                               |
|    |             | 02/03/2023 | 7:00 - 8:45   | Chuẩn bị cho sự kiện ca sáng                                   |
|    |             |            | 9:00 - 12:30  | Sự kiện diễn ra                                                |
|    |             |            | 12:30 - 13:00 | Nghỉ trưa, chuẩn bị cho ca chiều                               |
|    |             |            | 13:00 - 16:30 | Sự kiện diễn ra                                                |
|    |             |            | 16:30 - 17:30 | Dọn dẹp                                                        |
| 2  | FPTU HCMC   | 03/03/2023 | 10:00 - 12:30 | Tháo dỡ, vận chuyển vật liệu sang FPTU HCMC                    |
|    |             | 08/03/2023 | 12:00 - 16:00 | Vận chuyển, thi công, set up sự kiện                           |
|    |             |            | 16:00 - 18:00 | Rehearse sự kiện                                               |
|    |             | 09/03/2023 | 6:30 - 8:00   | Chuẩn bị cho sự kiện ca sáng                                   |
|    |             |            | 8:00 - 12:30  | Sự kiện diễn ra                                                |
|    |             |            | 12:30 - 13:00 | Nghỉ trưa, chuẩn bị cho ca chiều                               |
|    |             |            | 13:00 - 15:30 | Sự kiện diễn ra                                                |
|    |             |            | 15:30 - 16:30 | Dọn dẹp                                                        |
|    |             | 10/03/2023 | 6:30 - 8:00   | Chuẩn bị cho sự kiện ca sáng                                   |
|    |             |            | 8:00 - 12:30  | Sự kiện diễn ra                                                |
|    |             |            | 12:30 - 13:00 | Nghỉ trưa, chuẩn bị cho ca chiều                               |
|    |             |            | 13:00 - 15:30 | Sự kiện diễn ra                                                |
|    |             |            | 15:30 - 16:30 | Dọn dẹp                                                        |
|    |             | 11/03/2023 | 5:30 - 6h45   | Chuẩn bị cho sự kiện                                           |
|    |             |            | 7:00 - 12:00  | Sự kiện diễn ra                                                |
|    |             |            | 12:00 - 14:00 | Dọn dẹp                                                        |
| 3  | F-POLY HCMC | 18/03/2023 | 10:00 - 14:00 | Vận chuyển vật liệu sang F-POLY HCMC, thi công, set up sự kiện |
|    |             |            | 14:00 - 16:00 | Rehearse sự kiện                                               |
|    |             | 19/03/2023 | 7:00 - 8:45   | Chuẩn bị cho sự kiện ca sáng                                   |
|    |             |            | 9:00 - 12:30  | Sự kiện diễn ra                                                |
|    |             |            | 12:30 - 13:00 | Nghỉ trưa, chuẩn bị cho ca chiều                               |
|    |             |            | 13:00 - 16:30 | Sự kiện diễn ra                                                |
|    |             |            | 16:30 - 17:30 | Dọn dẹp                                                        |

Figure 92: Activation timeline sheet in one day

#### Logistics Checklist:

| No | ITEM                       | QUANTI  | NOTE                          |
|----|----------------------------|---------|-------------------------------|
| 1  | Standee vote (có hộp mica) | 2 cái   | 200x80cm/cái                  |
| 2  | Backdrop nối đỉnh đi dây   | 1 cái   | 170x220cm                     |
| 3  | Backdrop 16 ô lật          | 1 cái   | Tách làm 2, mỗi cái 110x220cm |
| 4  | Chân standee cuộn          | 16 cái  | 200x80cm/cái                  |
| 5  | Khung lưới                 | 4 cái   | 180x80cm/cái                  |
| 6  | Bạt che                    | 3 cái   | N/A                           |
| 7  | Xe đạp                     | 2 cái   | N/A                           |
| 8  | Mascot                     | 1 thùng | 80x80cm                       |
| 9  | Toàn bộ checklist trò chơi | 7 thùng | 60-70cm mỗi thùng             |
| 10 | Chân sắt backdrop          | 4 cái   | 50cm                          |

Figure 93: Logistics checklist sheet

#### Activation Layout:

At each university, the layout of the Activation will be adapted accordingly based on the area of the yard and the lobby that The Pursuers team has negotiated with them during both parties' work on Activation. Specifically, the location organizes Activation at 3 fields as follows:

- **HUTECH:** Hall A and Hall B (the main halls)
- **FPTU HCMC:** University courtyard (reception hall area)
- **F-POLY HCMC:** Ground floor and ground floor's hall

Activation journey is always guaranteed to be planned according to the plan with full areas of Check-in, Journey, and check-out. Each zone does its job right to deliver the best Activation experience. The below figures are the activation layout of F-POLY HCMC. Please see the remaining activation layouts in [Appendix 10](#)

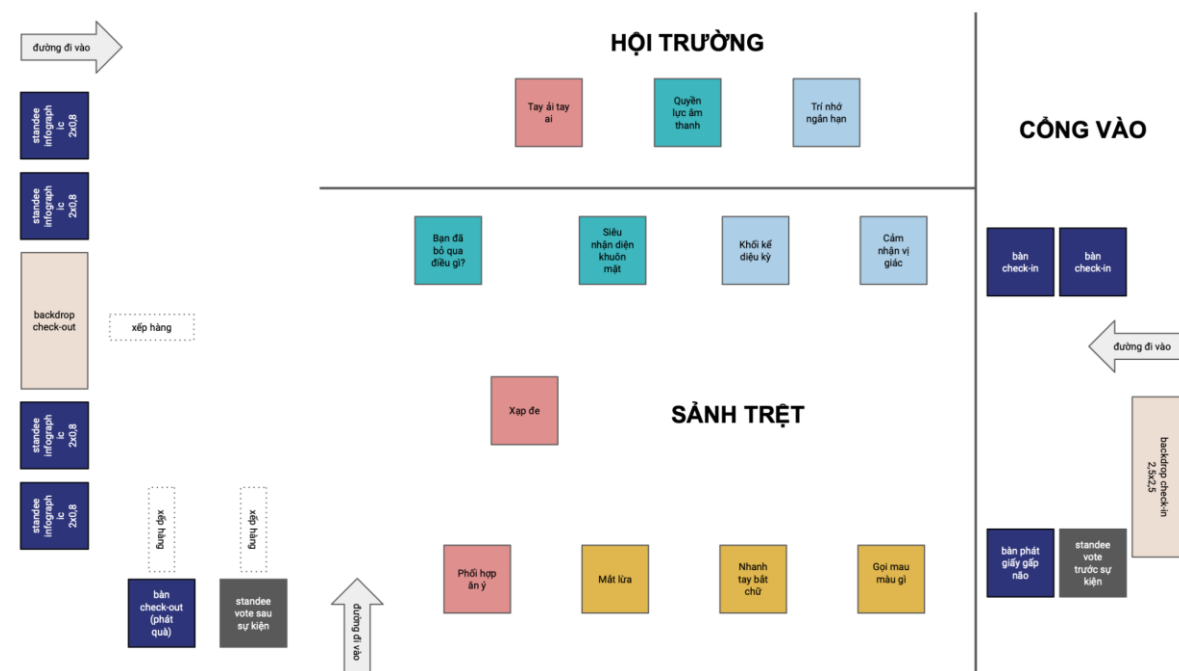


Figure 94: Activation layout of F-POLY HCMC

### Human Resources:

At each university, The Pursuers team - takes up key positions - recruits 30 to 45 collaborators from the school and outside the school to assist. The two main departments are Event Department and Media Department. All the collaborators are carefully managed and trained before the Activation day. The below figure outlines the human resource map of the activation, which is maintained strongly throughout 3 activations at 3 universities





Figure 95: Human resource map of activation

## b) Offline and Online Webinar:

### Offline webinar:

Realizing the enthusiasm of the students, Dr. Halle Quang decided to return to Vietnam for 1 month to meet and share with students and young people in person. Coincidentally, HUTECH is a university that has a psychology department and is ready to create all suitable conditions for an offline sharing session on neuroscience knowledge in effective study and work. The Pursuers team and Dr. Halle Quang decide to organize an offline webinar at the university, at the request of the school. The Pursuers team is fortunate to receive enthusiastic support from HUTECH's psychology department in helping to coordinate and provide human resource. We were with Dr. Halle Quang preparing the presentation content for the webinar as well as preparing printed materials to make the webinar more interactive and engaging.



Figure 96: Dr. Halle Quang at the offline webinar

## Online webinar:

The online webinar gives off a better understanding of whether the audience is willing to implement and take action to apply the knowledge that they have gained throughout the campaign.

A Brainy Cube's online webinar has 3 main parts:

- Understand yourself and your own brain
- Applying the first brain to study and work
- Applying the second brain to study and work

Time: 16:00 - 17:30, Sunday, March 26, 2023

Format: Online via Zoom

Webinar's tagline: **"Cùng não chuyển xoay - Mẹo học hành hay"**

| STT | THỜI GIAN | THỜI LƯỢNG | HOẠT ĐỘNG                  | NỘI DUNG CHI TIẾT                                             | SCRIPT MC/ DIỄN GIẢ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | SOUND      | VISUAL                              | HẦU KÝ               |
|-----|-----------|------------|----------------------------|---------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|-------------------------------------|----------------------|
| 1   | 15:30     | 00:30:00   | Đón khách, ổn định         | MC Voice-off                                                  | Chỉ còn 15-10-5 phút nữa webinar "Hiệu về bộ não để học tập và làm việc hiệu quả" sẽ chính thức bắt đầu. BTC xin mời các bạn nhanh chóng ổn định và kiểm tra đường truyền Internet để có những trải nghiệm tham dự sự kiện tốt nhất.<br>Để hòa cùng không khí sôi động của webinar hôm nay, BTC thân mời mọi người cùng nhau thay ảnh nền trên Zoom của mình theo tinh thần của buổi webinar hôm nay nhé. Đường link tải ảnh nền đã được BTC gửi kèm trong email xác nhận đăng ký webinar của mỗi bạn.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Sound clip |                                     |                      |
| 2   | 16:00     | 00:05:00   | Giới thiệu                 | Check-in<br>Chụp clip<br>MC xuất hiện                         | <b>MC:</b> Một lần nữa, xin gửi lời chào thân thương nhất đến toàn thể các vị khách mời và các bạn trẻ đang có mặt trong webinar của chúng ta ngày hôm nay.<br>Các bạn thân mến, hẳn ai trong chúng ta cũng đã từng biết đến hoặc nghe qua rất nhiều các thông tin về việc học tập và làm việc hiệu quả. Chúng ta thậm chí còn có những câu hỏi thường trực như: Đây sớm để học bài hay thực khoa một giúp mình sáng tạo? Người thuận "não trái", người thuận "não phải" nên học tập như thế nào cho hiệu quả? Có nên multitask khi làm việc hay không? Thay vì đặt những câu hỏi đó, có bao giờ các bạn tự hỏi: <b>Bộ não sẽ cấu trúc và được thiết kế như thế nào để phục vụ cho công cuộc học tập và làm việc?</b><br><br>Tuy khối nubic với hàng ngàn khả năng có thể xảy ra giữa các khối máu, bộ não con người cũng là một khối điều kỳ với hàng tỷ tế bào thần kinh luôn cung cấp năng lượng cho tất cả nhận thức, suy nghĩ, kỹ ức, cảm xúc và hành động của chúng ta. Nếu như hiệu về khối nubic ta có thể xoay chuyển thành công các sắc màu, thì hiệu về bộ não điều kỳ công chính là bước đầu đơn giản giúp ta đạt được sự hiệu quả với việc học tập và làm việc của bản thân. Sự liên tưởng sáng tạo giữa bộ não và khối nubic ấy đã là nguồn cảm hứng cho sự ra đời của chính dịch A Brainy Cube và đã biết chính là webinar ngày hôm nay, với chủ đề "Hiệu về bộ não để học tập và làm việc hiệu quả hơn".<br><br>Mọi kiến thức về bộ não điều kỳ cùng việc học tập và làm việc hiệu quả sẽ được chia sẻ bởi <b>diễn giả Quang Thục Hào - Founder</b> của tổ chức giáo dục phi lợi nhuận vì phát triển bản thân dựa trên khoa học não bộ <b>A Brainy Chat</b> . Tiến sĩ ngành Tâm lý học Thần kinh tại Đại học New South Wales, Úc. Webinar diễn ra từ 16 giờ đến 17 giờ 30 <b>thứ nhật ngày 26 tháng 3</b> <b>tiếp nối hàng Zoom</b> . |            | Camera của MC                       |                      |
| 3   | 16:05     | 00:01:00   | Ổn định và chào mừng       | MC ổn định khán giả<br>MC giới thiệu chương trình             | <b>MC:</b> Trước khi đi vào nội dung chính thì Anh Dương sẽ sơ lược về bố cục của chương trình hôm nay để các bạn dễ dàng hình dung hơn.<br><br>Nội dung chính của webinar sẽ xoay quanh 3 phần chính:<br>1. Hiệu chỉnh mình và bộ não của chính mình<br>2. Ứng dụng bộ não thứ nhất vào học tập và làm việc<br>3. Ứng dụng bộ não thứ hai vào học tập và làm việc                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | -          | Camera của MC                       |                      |
| 4   | 16:06     | 00:02:00   | Giới thiệu                 | MC giới thiệu diễn giả<br>Diễn giả gửi lời chào đến mọi người | <b>MC:</b> Và tiếp theo đây, mọi người hãy cùng Anh Dương say hello với diễn giả ngày hôm nay của chúng ta, Tiến sĩ Quang Thục Hào.<br><br><b>Đôi lời giới thiệu về diễn giả Quang Thục Hào:</b><br>Chị Quang Thục Hào, là Tiến sĩ ngành Tâm lý học Thần kinh trường Đại học New South Wales và đang làm việc tại University of Sydney. Không chỉ có kinh nghiệm học tập và làm việc tại những trường đại học danh giá nhất nước Úc, chị Hào còn có được sự công nhận chuyên môn với sự xuất hiện trên nhiều đầu báo và các tài liệu phân tích, nghiên cứu về lĩnh vực của mình. Bên cạnh công việc nghiên cứu và giảng dạy toàn thời gian tại Úc, chị Hào còn là founder của dự án A Brainy Chat - một dự án giáo dục phi lợi nhuận giúp người trẻ phát triển bản thân dựa trên kiến thức về Khoa học Tâm lý và Não bộ.<br><br>Mời mọi người theo dõi phần chia sẻ của chị Hào nhé. Trong lúc nghỉ ngơi chị Hào chia sẻ, các Brainies chúng ta có thể mắc gì thì mọi người nhớ lưu lại để cuối phần trình bày mình có thể trao đổi thêm với diễn giả của chúng ta nha.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | -          | Camera của MC<br>Camera của chị Hào |                      |
| 5   | 16:08     | 01:00:00   | PHẦN SHARING               | Diễn giả tiếp tục phần 1                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | -          | Slide chị Hào                       | Core team giới thiệu |
| 6   |           |            |                            | Diễn giả tiếp tục phần 2                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | -          | Clip "tự trải"                      | Core team giới thiệu |
| 7   |           |            |                            | Diễn giả tiếp tục phần 3                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | -          | Slide chị Hào                       |                      |
| 10  | 17:08     | 00:20:00   | PHẦN Q&A                   | MC coordinate 3-5 câu hỏi                                     | <b>MC:</b> Rất cảm ơn chị Hào vì phần trả lời cho câu hỏi vừa rồi ạ. Và mọi người ơi, vì thời lượng webinar không cho phép nữa nên đó cũng chính là câu hỏi cuối cùng của phần Q&A, khép lại online webinar ngày hôm nay của chúng ta. Hân là chúng ta đã có những giây phút "đắm mình" trong bối cảnh thực và những chia sẻ hữu ích từ chị Hào phải không ạ?<br><br>Webinar "Hiệu về bộ não để học tập và làm việc hiệu quả" không chỉ đã đem đến chúng ta một bộ não "điều kỳ" và gần gũi hơn, khiến khoa học não bộ không còn quá xa lạ nữa, mà còn đem đến những kiến thức thiết thực, mang tính ứng dụng cao cho việc ứng dụng vào học tập và làm việc của mỗi người.<br><br>Trong tương lai, Tiến sĩ Quang Thục Hào và A Brainy Chat vẫn sẽ tiếp tục chia sẻ và đem đến ngày một nhiều kiến thức và cảm hứng mới mẻ hơn. Thế nên, bạn hãy nhớ lại buổi webinar đầu phút để giúp BTC điền form feedback chương trình hôm nay nhé. MS QR của form hiện đang được chiếu trên màn hình. Mọi đóng góp của bạn đều mang ý nghĩa rất lớn lao.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | MC         | Form feedback chương trình          |                      |
| 13  | 17:30     |            | Feedback + Chụp hình chung |                                                               | Ban tổ chức webinar một lần nữa xin được gửi lời cảm ơn chân thành nhất đến Tiến sĩ Quang Thục Hào, đến tất cả mọi người, tất cả những Brainies, những khán giả đang hiện diện trong phòng Zoom này, những tổ chức và trường đại học, cao đẳng đã hỗ trợ truyền thông cho chương trình được diễn ra thành công tốt đẹp. Mong cho tất cả chúng ta sẽ luôn giữ được ngọn lửa đam mê tìm hiểu và khoa học, đặc biệt là khoa học tâm lý và não bộ, để từ đó chúng ta luôn hiểu mình, hiểu não, hiểu về cách bản thân phát triển, và bước đầu đạt được hiệu quả trong công cuộc học tập và làm việc hiệu quả nhé!                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | MC         | Background động                     |                      |

Figure 97: Online webinar's timeline sheet





Figure 98: Official online webinar banner

### External Partners:

The Pursuers team successfully received sponsorships from universities: HUTECH, FPT University Ho Chi Minh, FPT Polytechnic Highschool College Ho Chi Minh City, and brands: Magnetic water purifier Koro, Thien Vietnam organization.

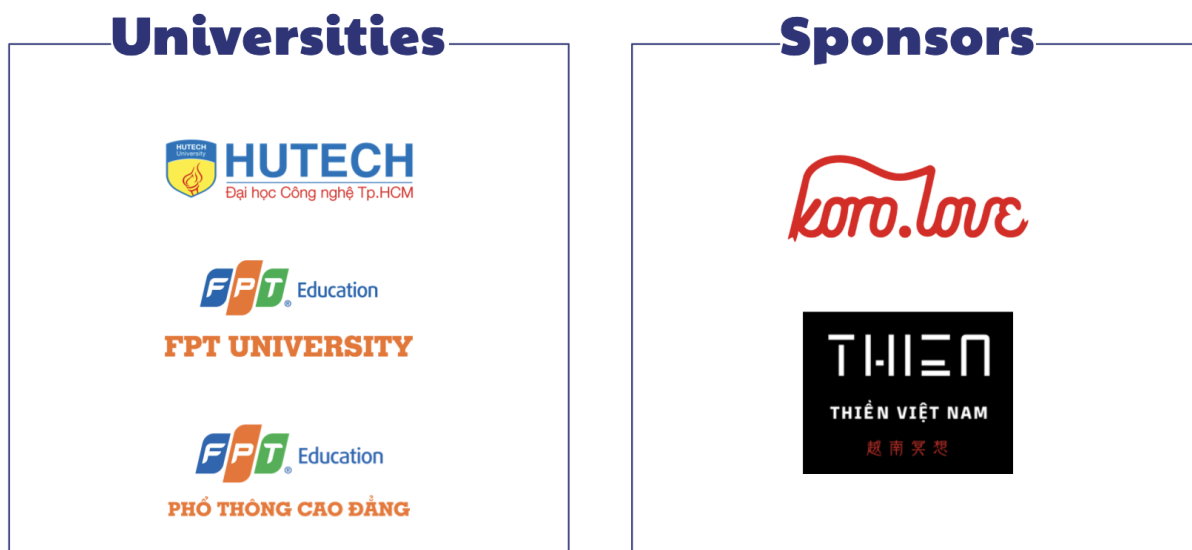


Figure 99: External partners

### Media support from third parties:

The Pursuers team also receive media support from organizations as the below figure outlines:

| Total third parties                            | Total supported actions | Total Reach |
|------------------------------------------------|-------------------------|-------------|
| Câu lạc bộ truyền thông Cốc Sài Gòn            | 11                      | 59.764      |
| FPT Around                                     | 4                       | 7.900       |
| Multimedia Communications - FPT University HCM | 2                       | 784         |
| Chuyên Truyền Thông                            | 7                       | 701         |
| FPT Edu Experience Space                       | 1                       | 700         |
| FPT University HCMC                            | 1                       | 2.734       |

**Total reach: 72.583**

Figure 100: Total number of media support from third parties

### 13. ACTUAL BUDGET

| Estimated                                      |                         |
|------------------------------------------------|-------------------------|
| Offline activation & Offline + online webinars | 60.008.910 VND          |
| Photoshoot                                     | 7.485.782 VND           |
| Contingency                                    | 6.749.388,2 VND         |
| <b>ESTIMATED BUDGET</b>                        | <b>74.243.270,2 VND</b> |
| Actual                                         |                         |
| Offline activation & Offline + online webinars | 66.549.800 VND          |
| Photoshoot                                     | 1.500.000 VND           |
| Sponsor                                        | (-56.305.500 VND)       |
| <b>ACTUAL BUDGET</b>                           | <b>8.744.300 VND</b>    |

Figure 101: Actual budget

## IV. EVALUATION & REFLECTION

### 14. KPIs REPORT & CAMPAIGN OUTCOMES

#### 1. Offline Activation Participations:

| University           | HUTECH                     | FPTU HCMC | F-POLY HCMC |
|----------------------|----------------------------|-----------|-------------|
| Total participations | 520                        | 750       | 500         |
|                      | <b>1770 PARTICIPATIONS</b> |           |             |

Figure 102: Total number of offline participations

Outcome represented through these KPIs is that A Brainy Chat has successfully made the organization known to target audience, increasing awareness and engagement through activation experience.

**2. Offline Activation Feedback Responses:** Positive responses in feedback form are evaluated by calculating the quantity of 4 and 5 points answers on a linear scale: 4 - 5 points equal to agree and very agree, respectively.

| Feedback Responses                                                                                                                        | HUTECH       | FPTU HCMC    | FPT POLY HCMC |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|--------------|---------------|
| 1. Positive response about participants' experiences at the activation                                                                    | 98,5%        | 99,4%        | 100%          |
| 2. "Attending today's activation makes me realize there is at least 1 truth I misunderstand for a long time"                              | 90%          | 91,9%        | 96,8%         |
| 3. "After the activation, I feel that my brain is more interesting and magical"                                                           | 94,7%        | 97,2%        | 99,2%         |
| 4. "After the activation, I can derive at least 1 lesson which I can apply to achieve effective study and work"                           | 91,7%        | 95%          | 100%          |
| 5. "After activation, I gradually feel that understanding our brain is important or very important in achieving effective study and work" | 97,8%        | 97,5%        | 100%          |
| 6. "After activation, I feel that personal development knowledge based on science is more engaging"                                       | 95,5%        | 96,6%        | 99,2%         |
| 7. "After activation, I think I will follow/ continue following A Brainy Chat for more PD knowledge based on Neuropsychology"             | 96,3%        | 96,9%        | 97,6%         |
| <b>AVERAGE RATE:</b>                                                                                                                      | <b>94,9%</b> | <b>96,3%</b> | <b>98,9%</b>  |

Figure 103: Offline activation feedback responses

Please see detailed visualized data in [Appendix 14](#)

Outcome represented through this KPI is that it has proven the quality of the activation by making a very large number of target audience feel positive after experiencing it. Not to mention these positive feedbacks also prove the goals set by A Brainy Chat, specifically:

- Target audiences actually get answers to questions about the brain that they have misunderstood for so long
- Target audiences actually get the "our brain is a magic cube" message from the campaign, helping to prove the effectiveness of the concept and strategy.
- Target audiences actually receive useful values and lessons that they claim can help them in the process of achieving effective study and work.
- Target audiences actually have a positive attitude and believe that science-based self-development knowledge is no longer dry or academic.
- Target audiences are fully aware of the value that A Brainy Chat brings, want to engage more and have more positive emotions with A Brainy Chat.

### 3. Offline and Online Webinar Participations:

| Webinar            | Offline                   | Online |
|--------------------|---------------------------|--------|
| Total participants | 290                       | 125    |
|                    | <b>415 PARTICIPATIONS</b> |        |

Figure 104: Total number of offline and online webinar participations

Nếu là học sinh/sinh viên, vui lòng cho biết trường học hiện tại của bạn?

269 responses

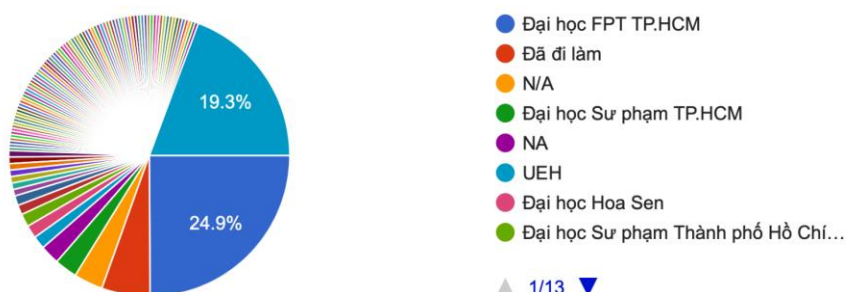


Figure 105: Participants come from different universities

The online webinar attracts participants from **over 35** universities, colleges, and schools across Vietnam to join in.

#### 4. Offline and Online Webinar Feedback Responses:

- Online webinar: 97,7% positive response
- Offline webinar: 100% positive response

Outcome represented through this KPI is that it has proven the quality of the webinars by making a very large number of target audience feel positive after experiencing it. It also proves the quality all efforts which A Brainy Chat put in delivering neuroscience knowledge to the target audience. Please see detailed visualized data in [Appendix 15](#)

#### 5. Aided and Unaided Awareness Level at Pre and Post-Campaign:

The outcome represented through the unaided awareness level is that it indicates a stronger position of A Brainy Chat as the target audience is actively aware of it without being prompted. For aided awareness, it indicates that the campaign efforts are working in improving target audiences' awareness about A Brainy Chat. Please see the detailed tables in [Appendix 19](#)

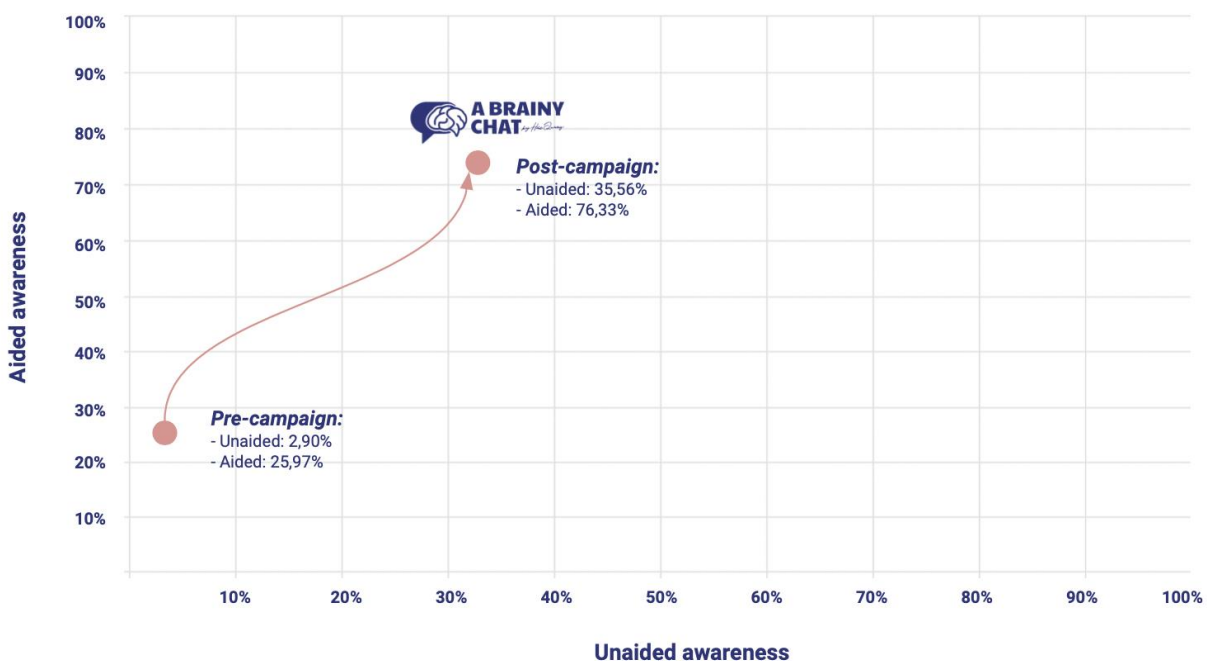


Figure 106: A Brainy Chat's pre-campaign aided and unaided awareness level comparing to post-campaign aided and unaided awareness level

#### 6. Post-campaign self-assess:

The outcome represented through this KPI is that it strongly proves the campaign's ability to promote understanding of effective study and work based on psychology and neuroscience towards the target audience. Given the diversity in the A Brainy Chat follower population, it is not possible to collect an objective assessment for each individual so self-assessment scores are used.



Trước khi chiến dịch A Brainy Cube diễn ra (trước tháng 1/2023), bạn tự đánh giá mức độ hiểu biết của mình về não bộ và việc học tập & làm việc hiệu quả là?

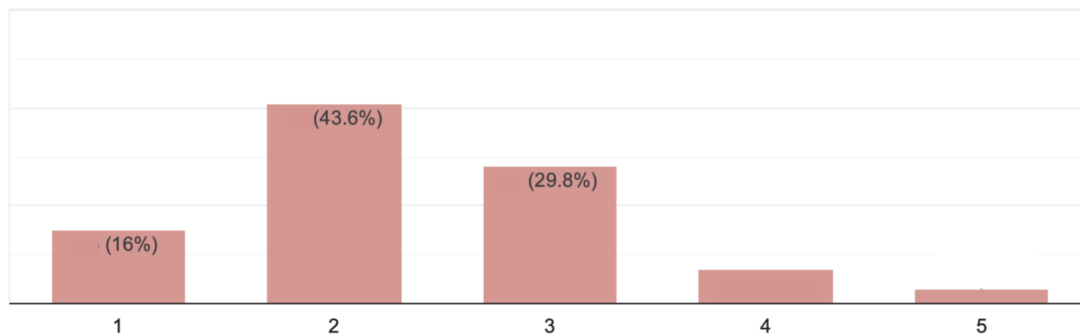


Figure 107: Pre-campaign self-assess

Sau khi chiến dịch A Brainy Cube diễn ra (hiện tại), bạn tự đánh giá mức độ hiểu biết của mình về não bộ và việc học tập & làm việc hiệu quả là?

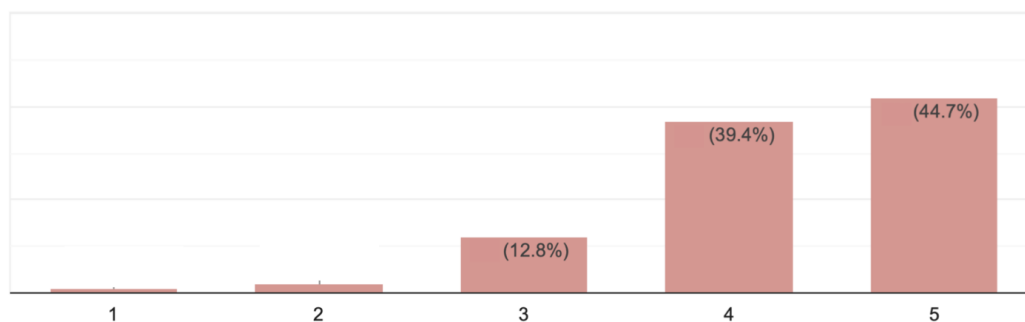


Figure 108: Post-campaign self-assess

Vui lòng cho biết mức độ đồng ý của bạn với những mệnh đề sau đây:

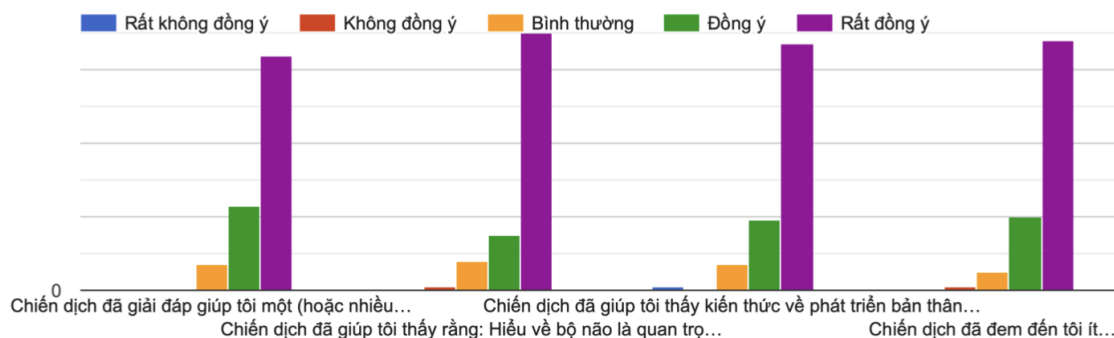


Figure 109: Campaign's effects

|                                                                      |
|----------------------------------------------------------------------|
| Trải nghiệm khoa học não bộ siêu thú vị                              |
| Sự mới mẻ, giúp mình có thêm những kiến thức về não bộ hoàn toàn mới |
| Những kiến thức về não bộ                                            |
| Não                                                                  |
| Học tập và làm việc hiệu quả                                         |
| Bộ Não                                                               |

Figure 110: ABC's top-of-mind association after campaign

Bạn có sẵn sàng ủng hộ nếu trong tương lai, A Brainy Chat tiếp tục phát triển cùng những chiến dịch và dự án mới không?

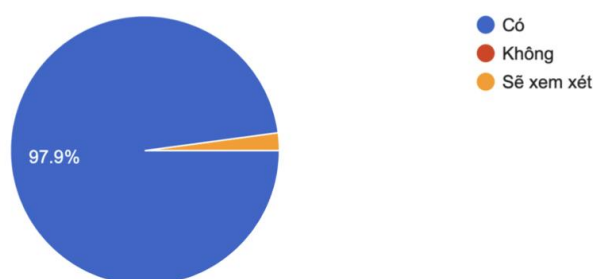


Figure 111: Readiness to support

## 7. Testimonials:



Figure 112: Testimonial via mail.

The outcome represented through this index is that it strongly proves the campaign's ability to promote understanding of effective study and work based on psychology and neuroscience towards the target audience. Qualitatively, they are descriptive and extremely highlight the positive effects that the campaign had implemented. Please see the detailed testimonials in [Appendix 20](#)

## 8. Total KPIs Progress Report:

| Campaign Aim                                                                                            | KPI                                                                                                                          | Current                         | Target                          | Progress                             |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|--------------------------------------|
| <b>Aim 1: Raise awareness about A Brainy Chat project</b>                                               | Increase followers of A Brainy Chat Facebook page to 1600 (1100 to 1600)                                                     | 500                             | 500                             | <b>100%</b>                          |
|                                                                                                         | Increase average Facebook <b>reach</b> to 12000 per month <b>(from 3367 reach per month to 12k)</b>                          | 9467                            | 8633                            | <b>109,6%</b>                        |
|                                                                                                         | Increase the number of members of the Facebook Community Group from 0 members to 500 members                                 | 462                             | 500                             | <b>92,4%</b>                         |
|                                                                                                         | Increase the number of subscribers of Youtube channel A Brainy Chat by 2000 subscribers                                      | 2.597                           | 2000                            | <b>129,9%</b>                        |
|                                                                                                         | Get total 135,000 reach on A Brainy Chat's all campaign channels (incl events)                                               | 190.160                         | 135.000                         | <b>140,85%</b>                       |
|                                                                                                         | Increase unaided awareness by 50% & aided awareness by 50% after campaign                                                    | Unaided: 35,2%<br>Aided: 76,33% | Unaided: 32,9%<br>Aided: 75,97% | <b>U: 106,9%</b><br><b>A: 100,5%</b> |
| <b>Aim 2: Promote understanding about effective study and work based on psychology and neuroscience</b> | Get 80% answers out of 200 post-surveys for people to self-assess their awareness level (about the topic) after the campaign | 84,1%                           | 80%                             | <b>105,13%</b>                       |
|                                                                                                         | Get total 2000 participation                                                                                                 | 1770                            | 1500                            | <b>118%</b>                          |

|                                                                                                               |                                                                                                        |       |     |        |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|-----|--------|
| <b>Aim 3: Motivate the target audience to take action at the very first steps (in their study &amp; work)</b> | turns in the offline activation (in total expected 4 universities), meaning 500 for each university    |       |     |        |
|                                                                                                               | Get total of 400 participants in 2 webinars (online and offline)                                       | 415   | 400 | 103,7% |
|                                                                                                               | Receive 90% positive responses from participants in the feedback form in each activation and talk show | 96,3% | 90% | 107%   |

Figure 113: Total KPIs progress report

## 15. REFLECTION

| Category                | Problems                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Solutions/ Lessons Learned                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|-------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Media Production</b> | No problem at the moment                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Currently there is no problem but the source image is also being maximized so in the future we will need another photoshoot, different concept, to diversify and refresh the concept, to be ready for the following projects.                                                                                        |
| <b>Online campaign</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Post delay due to content back-and-forth feedback process. The main reason for this is that ABC's content team does not have good enough writing skills and is not used to working intensely in the media field.</li> <li>Post-event media is slow because of insufficient human resources</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Lessons learned: push deadlines earlier and keep track of writing and feedback</li> <li>Future actions: organize training sessions on writing content on social media for ABC's content team</li> <li>Recruit more and train to share the workload seamlessly more</li> </ul> |

|              |                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                     |
|--------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Event</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Estimated budget are close, but not spare enough, because we have not planned for the depreciation cost when reused event materials across schools</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Lessons learned: Next time we will include the construction consultant in the planning stage and leave a budget for this problem.</li> </ul> |
|--------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Figure 114: Reflection

## 16. FUTURE PLAN

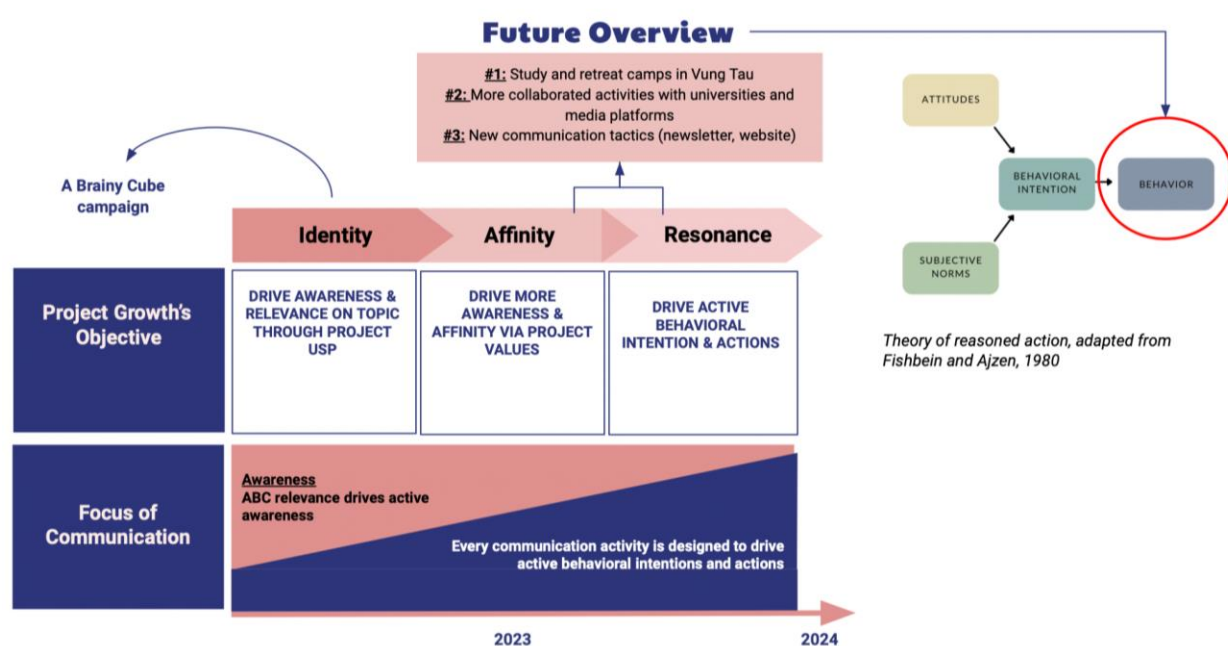


Figure 115: Future plan

The above figures clearly describe A Brainy Chat's focus of growth in the next couple of years (2023-2024) which are approved by A Brainy Chat's founder. In 2023, the concentration is put on driving awareness and relevance by establishing a clear unique selling point which is knowledge about neuroscience. All of which is expected to be achieved via establishing "A Brainy Cube" campaign throughout 2023.

Coming to the rest of 2023 and 2024, the concentration of growth will be put on driving affinity and stronger behavioral intentions that lead to certain and frequent actions of the target audience in applying neuroscience knowledge to their study and work. To achieve those objectives, The Pursuers team consults with Dr. Halle Quang about some key tactics that A Brainy Chat can further establish, namely:



**1. The Summer or Fall Bootcamp in Vung Tau:** Since A Brainy Chat has the organization's own assets in Vung Tau, it is considerably ideal to organize boot camps at this place. The boot camps are believed to be an effective way of gathering young people and keeping them stay focused to achieve deep exploration into new knowledge and information, all of which align with A Brainy Chat's objectives of growth.

**2. More collaborated projects with universities and media platforms:** A Brainy Chat is in the process of dealing and working with more universities, aiming to bring more projects to more Vietnamese undergraduates. Currently, Dr. Halle Quang is also discussing with the board of directors from RMIT Ho Chi Minh City Campus and gaining networks with the Psychology Faculty of Fulbright University Vietnam. This is believed to be strongly aligned with the objective of driving affinity and stronger behavioral intentions among students. Moreover, there is a potential that A Brainy Chat can collaborate with big media platforms such as Vietcetera, since this platform has developed its own ecosystem which is specialized in collaborating with Masters and PhDs in many fields, which aims to help young Vietnamese achieve effective study and work.

**3. Execute new channels (email marketing & website):** Thanks to the database gained from A Brainy Cube campaign from young people who is excited about neuroscience, A Brainy Chat has the potential to implement weekly and monthly newsletters to keep the audience informed about the activities and provide intensive knowledge in a more engaging way, which is always the purpose of A Brainy Chat. Additionally, with the base from the campaign's landing page, A Brainy Chat can also develop its own professional website in the near future.

## V. REFERENCE LIST

1. Aspin, J. (2022, October 25). Vietnam driven to social media distraction during 2nd Quarter lockdown. Making market research agile, connected and decision focused. Retrieved February 13, 2023, from <https://www.decisionlab.co/blog/vietnam-driven-to-social-media-distraction-during-2nd-quarter-lockdown>
2. Binet, L., & Field, P. (2012). Advertising Effectiveness: The long and short of it. London: IPA DataMine.
3. Chang, J. (2022) *12 Workplace Trends for 2022/2023: New Predictions & What Lies Beyond?*, Finances Online. Available at: <https://financesonline.com/workplace-trends/> (Accessed: December 22, 2022).
4. Cole, J. (2013) *Barriers to comms tasks*, Slideshare. Available at: [https://www.slideshare.net/juliancole/what-is-comms-planning/17-barriers-to-comms-taskscoms\\_planner](https://www.slideshare.net/juliancole/what-is-comms-planning/17-barriers-to-comms-taskscoms_planner) (Accessed: January 14, 2023).
5. Coombs, W. T. (2021). *Ongoing crisis communication: Planning, managing, and responding*. Sage publications.
6. DeFelipe, J., (2011). *The evolution of the brain, the human nature of cortical circuits, and intellectual creativity*. Frontiers in neuroanatomy, p.29.
7. Edwards, J. (2021) 7 Ways to Get Your Videos into YouTube Recommendations, artist.io. Available at: <https://artist.io/blog/how-to-show-on-youtube-recommended-videos/> (Accessed: December 22, 2022).
8. Fishbein, M. (1979). A theory of reasoned action: some applications and implications.
9. Generation Z statistics - 2023. 99firms. (2023, March 7). Retrieved February 13, 2023, from <https://99firms.com/blog/generation-z-statistics/>
10. HakuHodo Vietnam (2022) *Vietnam's Gen Z: Debunking myths and gaining insights*, hakuHodo-global.com. Available at: <https://www.hakuHodo-global.com/news/vietnams-gen-z-debunking-myths-and-gaining-insights.html> (Accessed: December 22, 2022).
11. Indigo color meaning: The color indigo symbolizes integrity and intuition. Color Meanings. (2022, December 5). Retrieved February 13, 2023, from <https://www.color-meanings.com/indigo-color-meaning-the-color-indigo/>
12. Keller, K.L., Parameswaran, M.G. and Jacob, I., (2011). *Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity*. Pearson Education India.
13. McCann Global. (2022). Global Strategic Research on Youth.
14. McCann Global. (2022). McCann Global Report on Vietnamese Youth for Heineken

15. Nguyen, J. (2017, June 12). Trends and insights into Vietnam's generation Z. Vietcetera. Retrieved February 13, 2023, from <https://vietcetera.com/en/generation-z-in-vietnam>
16. Nguyen, M.-N. (2023, March 7). Vietnam: Social Media Platforms by generation 2022. Statista. Retrieved February 13, 2023, from <https://www.statista.com/statistics/1229529/vietnam-leading-social-media-platforms-by-generation/>
17. Nguyen, T. (2021) What Vietnam's Millennials and Gen Z want from brands, Wecreatecontentasia. Available at: <https://wecreatecontent.asia/content-marketing-blog-asia/vietnam-millennials-gen-z> (Accessed: December 22, 2022).
18. Pantone. (2019). PANTONE 16-1546 Living Coral AN ANIMATING AND LIFE-AFFIRMING CORAL HUE WITH A GOLDEN UNDERTONE THAT ENERGIZES AND ENLIVENS WITH A SOFTER EDGE. Pantone. Retrieved February 13, 2023, from <https://www.pantone.com/articles/color-of-the-year/color-of-the-year-2019>
19. Q&Me. (2022). Q&Me report on social media usage in Vietnam, 2022.
20. Report, M. (2022). Meta Culture Rising Report, 2022.
21. Rogers, E. M. (2010). Diffusion of innovations. Simon and Schuster.
22. Sellers, A. (2022, February 4). The AIDA model: A proven framework for converting strangers into customers. HubSpot Blog. Retrieved February 13, 2023, from <https://blog.hubspot.com/marketing/aida-model>
23. Uelike. (n.d.). Gen Z, moving between virtual and reality: Dentsu Zdentsumb. Gen Z, moving between virtual and reality | dentsu ZdentsuMB. Retrieved February 13, 2023, from [http://www.dentsumcgb.com.cn/en/post\\_545.html](http://www.dentsumcgb.com.cn/en/post_545.html)
24. Venn, J., (1880). I. *On the diagrammatic and mechanical representation of propositions and reasonings*. The London, Edinburgh, and Dublin philosophical magazine and journal of Science, 10(59), pp.1-18.
25. VietNamNet News. (2019). Among Vietnam's youth, online influencers are the equals of any other media: Research. VietNamNet News. Retrieved February 13, 2023, from <https://vietnamnet.vn/en/among-vietnams-youth-online-influencers-are-the-equals-of-any-other-media-research-601345.html>
26. VNA (ed.) (2022) *Vietnamese youth make worthy contributions to national construction, defense*, en.vietnamplus.vn. Available at: <https://en.vietnamplus.vn/oped-vietnamese-youth-make-worthy-contributions-to-national-cconstruction-defence/245369.vnp> (Accessed: December 22, 2022).
27. Wertz, J. (2022, December 1). Generation Z gravitates towards immersive tech-driven experiences. Forbes. Retrieved February 13, 2023, from

<https://www.forbes.com/sites/jiawertz/2022/11/30/generation-z-gravitates-towards-immersive-tech-driven-experiences/>

28. World Federation of Neurology (2021) Introduction to Brain Health, World Federation of Neurology. Available at: <https://wfneurology.org/brain-health-initiative/introduction-to-brain-health> (Accessed: December 22, 2022).

## **VI. APPENDIX**

### **APPENDIX 1: TERMS DEFINITION**

In the context of this campaign, we define the terms we use as below:

## **Personal development**

- Personal/ Self-development is a relative definition. In the context of A Brainy Chat, self-development is the process by which people develop in gaining more knowledge, skills, experience, and values in studying and working.
- Effective study and work is an important part of the A Brainy Chat project in general.

## **Study**

As a relative definition, it generally refers to the process of gaining, understanding, absorbing, and cultivating personal knowledge, skills, and experiences. In the context of A Brainy Chat, study is used in the school context, which is when students come to school to acquire knowledge, discuss, exchange with teachers or classmates, self-study, read books or documents, and so on.

## **Work**

As a relative definition, it generally refers to the performance of jobs belonging to a certain profession/task of each individual. In the context of A Brainy Chat, work is not only for people who have gone to work and do brain-intensive jobs but also jobs/extra-curricular activities/club activities/part-time jobs/... of students.

## **Effective**

According to the Cambridge Dictionary definition: effective is “successful or achieving the results that you want”. In the context of A Brainy Chat, effectively refers to the fact that a person achieves better results than the previous self-assessment results.

## **Effective study and work**

The process of using appropriate methods to study and work to achieve better results than previous self-assessment results. Note that in practice, better results can be assessed based on objective methods (e.g. final score, the one-year performance given by management). However, given the diversity in the A Brainy Chat follower population, it is not possible to collect an objective assessment for each individual. Therefore, self-assessment is used. Although self-assessment will not be as objective as the actual results one receives in terms of study or work, self-assessment will be similar to the subject's perception of one's satisfaction with the method, giving the person confidence and continuing with the method they have chosen. Therefore, self-assessment is an important result that we include testing the effectiveness of our studying and working methods.

## **Psychology and neuroscience (note that the first brain term here is used collectively for psychology and neuroscience)**

The science that underpins personal development and human performance is Psychology and Brain Science. Only when we know the laws of human psychology and how the brain works can we achieve effective studying and working. For example, when we know that the human brain is not designed to multitask, we will assign a separate working time for each specific task. From there, our concentration is better and the work results are better.

## APPENDIX 2: CREATIVE AND TACTICAL BRIEFS

1. **Creative Brief:** Please kindly access [here](#)
2. **Activation Brief:** Please kindly access [here](#)
3. **Visual Guideline Brief:** Please kindly access [here](#)
4. **Campaign Landing page Brief:** Please kindly access [here](#)
5. **Social content Brief:** Please kindly access [here](#)

## APPENDIX 3: TARGET AUDIENCE RESEARCH AND SECONDARY TARGET AUDIENCE

### Secondary audience:

#### *Demographic:*

- Age: 15-18 years old
- Living and studying in Vietnam, focused in Ho Chi Minh City
- Gender: All

#### *Psychographic:*

- They care deeply about their academic path, always strive to grow more and be better.
- They are passionate and proactive, but at the same time worry a lot about many things (peer pressure, future study,...)

#### *Behaviors:*

- They may have a certain interest in absorbing science-based knowledge, but neuroscience in boosting studying effectiveness is new to them
- Open to trying a variety of ways to achieve effective study & work
- Think that science-based knowledge is great but hesitate to adopt due to its dryness

#### *Media Behaviors:*

- They are heavy users of technology & social media
- Switching fluently from virtual to reality and vice versa
- Have trust in online expert influencers
- High level of online content consumption

## DEMOGRAPHIC RATIONALE

### Factor 1: Age: 18-24

1. Data collected from primary research shows the majority of the audience belongs to this age group.



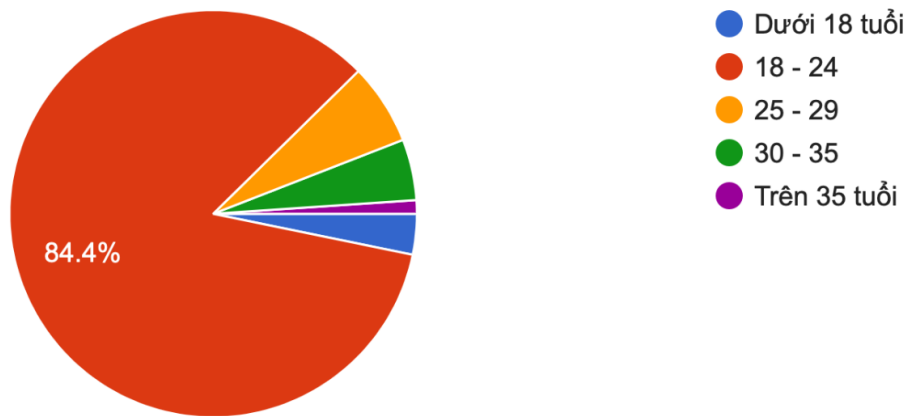


Figure 116: Age group of respondents in A Brainy Chat's quantitative research, by The Pursuers team, 2022

2. This group made up the majority of social media users in VN (Statista, 2022) which aligns with A Brainy Chat's long-term growth direction (which is to optimize its social media channels)

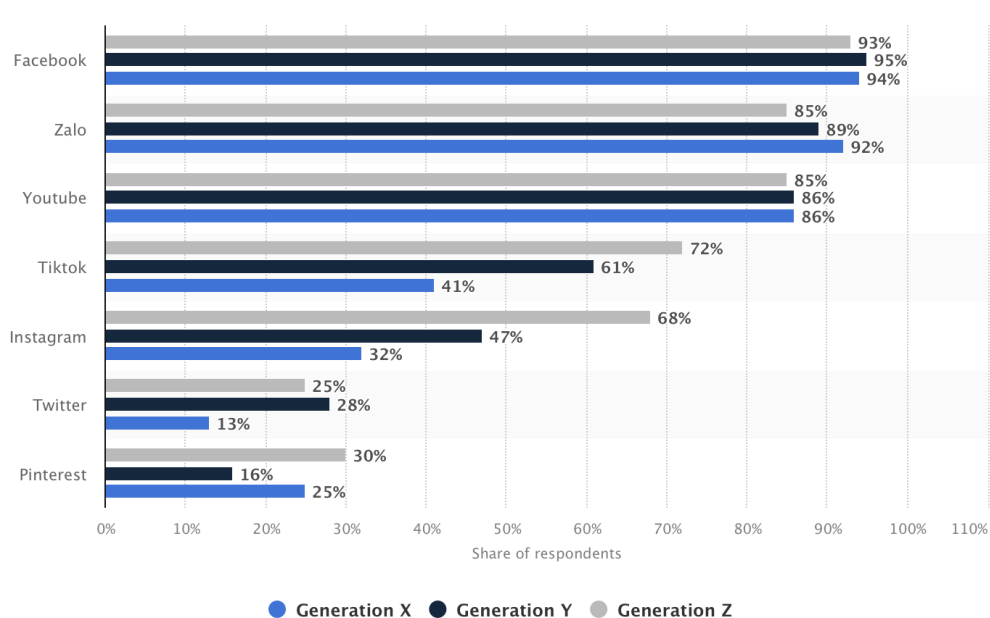


Figure 117: Leading active social media platforms internet users in Vietnam, Statista, 2022

## Factor 2: Living and studying in Vietnam, focused in Ho Chi Minh City

1. The target audience segment is located in Vietnam because the target in A Brainy Chat's initial goal is Vietnam, and the target that The Pursuers are aiming for is also in Vietnam. We have aligned together on this.

2. Data from Meta business show Vietnam and Ho Chi Minh city made up the most audience. This means we can leverage them and win them before spreading to the whole of Vietnam as A Brainy

Chat is in the early stages of its establishment (according to a theory about the diffusion of innovations by E.M. Rogers, 1962)

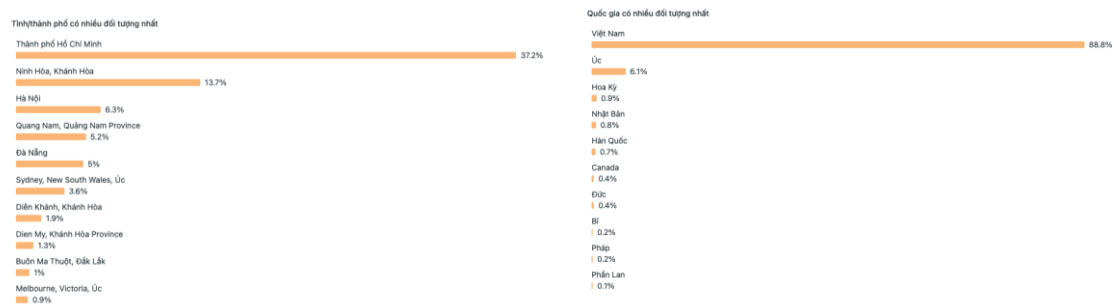


Figure 118: Demographic data of A Brainy chat's target audience from Meta Business, A Brainy Chat Facebook page, 12/2022.

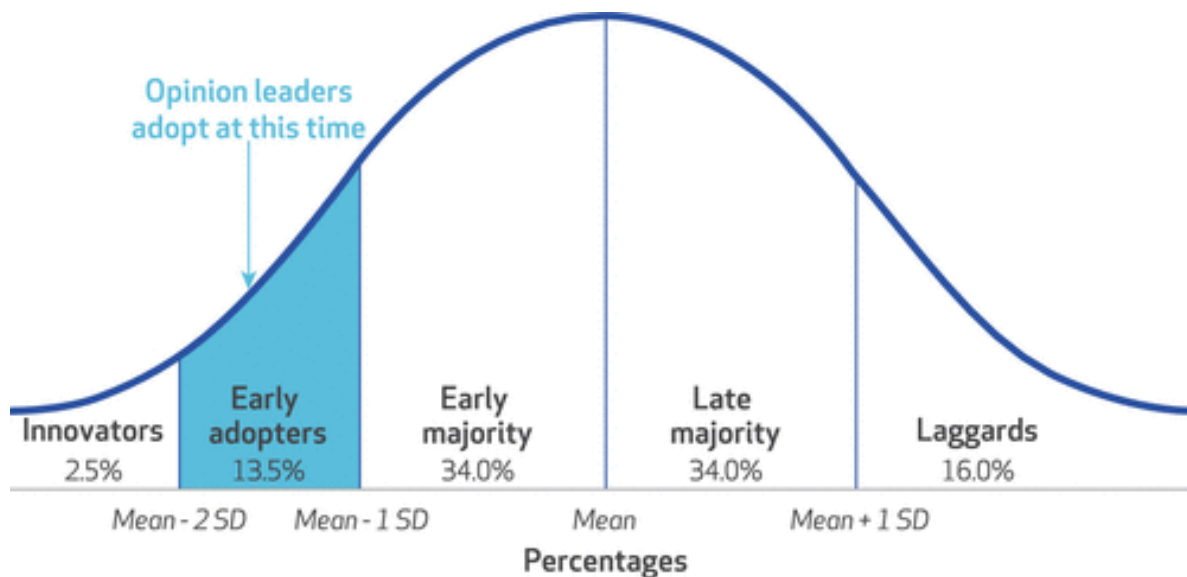


Figure 119: Model of Diffusion of Innovations, E.M. Rogers, 2010

### Factor 3: Undergraduates and fresh graduates

1. From the Age section and survey data, these are the two main occupation groups that can be safely inferred

Trình độ học vấn hiện tại của bạn:  
303 responses

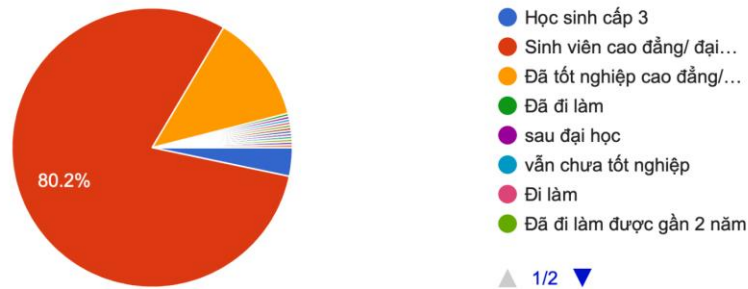


Figure 120: Educational level of respondents in A Brainy Chat's quantitative research, by The Pursuers team, 2022

2. Choose undergraduates because a higher education environment requires the ability to achieve effective study and work at the same time. We choose freshly graduated students because this is the group that has just entered the job market. Effective study and work is a crucial thing (See PEST analysis). If they are new to the working environment, it is easier to shape and change.

### PSYCHOGRAPHIC RATIONALE

**Factor 1: Care deeply about their academic & future professional path, and always strive to grow more and be better.**

1. We target those who care first and then in the long-term we can win through those who don't care, also derived from the diffusion of innovation model in Factor 2, Demographic.

2. Converting non-care groups to care is also a long-term ability of communication, BUT it's long-term, this campaign runs in short-term so it's still a priority for those who already care (Les Binet & Peter Field, 2012).

#### Re-framing the challenge

To convert enough neutrals so that positives will out-number negatives

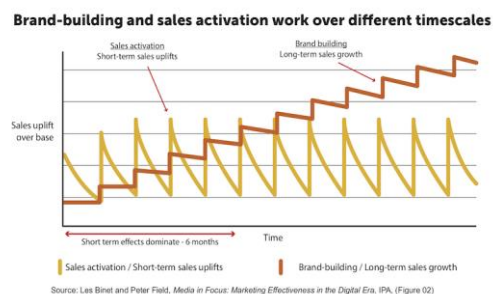


Figure 121: Model of long-term and short-term communication, P. Field and L.Binet, 2012

**Factor 2: Cautiously optimistic, future-focused, open-minded**

1. Cautiously optimistic means optimistic and having an open perspective towards everything new but carefully and critically judging with individual's knowledge/ opinion (McCann global report, 2022). This is a special point of Gen z (McCann, 2022). Although they are very active in experience because they are a connected generation, they have critical thinking and are skeptical, and are not easily convinced by random information. It is why A Brainy Chat has the potential to win because we provide high-level science-based knowledge.

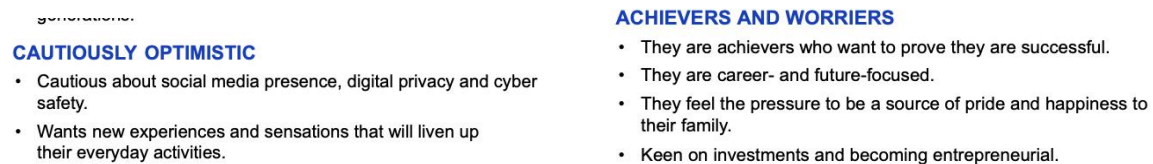


Figure 122: Derived data from McCann global report, 2022

2. Future-focused and open-minded are the two elements derived from the Gen Z report by Heineken, 2022 and McCann, 2022. Future-focused and Open-minded make them open to trying new ways to effectively study and work, this also links to the conducted PEST analysis.

### WHAT THEY REJECT

- They do not embrace unbalanced work-life ratio
- Less interested in pursuing careers in government, industrial, retail, FMCG.
- They have high tendency to reject brands which do not care about values and real actions for good. Many brands have been receiving scathing online criticism and accused of greenwashing, single-use plastic products, etc.
- They show rejection to anything which they consider not relevant to them.

Figure 123: Derived data from McCann for Heineken report, 2022

### Factor 3: Passionate and proactive, achiever and worrier

1. For the target audience to be aware and initially willing to practice or consider practicing the knowledge, they must also be quite passionate and proactive in their own learning and working. Those traits are also featured in Figure 108 (McCann, 2022).

2. Achiever and worrier: this proves that they have a lot of worries about themselves (peer pressure, FOMO,...) which is the main factor that makes them need the knowledge to achieve effective study & work, proved by focus group discussion of The Pursuers team.

- Point 1: Everyone thinks studying and working are important, necessary, and play a crucial part in personal development.
- Point 2: The reasons that they agreed on Point 1 are:
  - Self development
  - Time-saving
  - Have more confidence in your own abilities
  - Not being harassed by peer-pressured
  - Stay focused on the goal
  - Community status and relationships

Figure 124: Derived data from qualitative research, by The Pursuers team, 2022 (1)

### **BEHAVIORS RATIONALE**

**Factor 1: Being so up-to-date, they may hear about brain science in boosting studying effectiveness but not much accurate knowledge is perceived**

1. They have heard a lot of myths, and tactics: getting up early to study, or the Pomodoro method 25/5, right and left hemisphere... but most of them don't work.

- Point 1: They all have common myth perceptions throughout their years
  - Point 2: Most people have come to an agreement, which is that most of the myths are not useful and suitable for them.
  - Point 3: Some of them did find different methods useful in the learning process. Some pointed out they are not suitable for themselves.
- (For example the mind map method and the Pomodoro method: 2 agreed that they used mind map method well, meanwhile 1 of the contestant refused the method and considered Pomodoro as a better and suiter method for his learning process)

Figure 125: Derived data from qualitative research, by The Pursuers team, 2022 (2)

2. "I've heard about science, but I'm afraid knowledge will be very academic and dry so I don't absorb it"

- Point 1: Believe in science-based knowledge
  - Point 2: About brain and mind science
    - People have no idea or little about what is brain and mind science though they have heard about it (They know this subject study about how the brain works, etc.)
    - They have no idea about study and work using knowledge about the brain. Most of their current information about the brain is wrong.
- 
- Point 1: Brain science overall is already an academic type of knowledge. That might make the process of knowledge transition quite hard to access.
  - Point 2: The method of imparting knowledge is insufficient to draw in the audience.

Figure 126: Derived data from qualitative research, by The Pursuers team, 2022 (3)

### **Factor 2: Open to try a variety of ways to achieve effective study & work**

1. The factor is first proved from the conducted PEST analysis by The Pursuers team.
2. Audiences do not directly say that they are open to trying, but throughout the way they share about current learning methods, it can be safely assumed that they are still looking to try new ways: active recall, giving lectures to their friends, use deadline pressure to force themselves to be more efficient in the way they work and study,...

- Point 2: There are methods that are widely known, and there are unnamed methods created by them to suit themselves.  
Many different methods being showcased throughout the talk such as: active recall, deadline pressure, multi tasking. However, these methods are all modified to suit each person differently.

Figure 127: Derived data from qualitative research, by The Pursuers team, 2022 (4)

### **Factor 3: Think that science-based knowledge is great but hesitate to adopt due to its dryness**

1. The target audience still believes in science and highly educated people, proved by the focus group discussion of The Pursuers team.



- Point 3: When considering whether to trust a certain speaker, they often consider factors such as:
- Academic level
  - Job position
  - Economic income
  - Style of life
  - Expressive style
  - Age

Figure 128: Derived data from qualitative research, by The Pursuers team, 2022 (5)

2. However, information and knowledge when conveyed to them must be short, effective, and easy to digest, because time and energy are limited, and they do not like to digest dry academic information. Furthermore, although they expect from people who are highly educated and experienced in life (assuming they are also old), the information delivered must be very close, relevant to the target audience's life, and able for the target audience to apply.

→ Point 1: Brain science overall is already an academic type of knowledge. That might make the process of knowledge transition quite hard to access.

- Information is accessible, understandable, and not overly academic.
- Visuals must be attractive and eye-catching

Figure 129: Derived data from qualitative research, by The Pursuers team, 2022 (6)

## **MEDIA BEHAVIORS RATIONALE**

### **Factor 1: They are heavy users of technology & social media**

1. Align with the Demographic section, the target audience's age group is heavy users of social media and they are heavy users of technologies in general (Decision Lab, 2022; Vietcetera, 2021). They are also the age group that gravitates toward technology-driven experiences (Forbes, 2022).



Figure 130: Derived data from an article by Forbes, 2022

2. They must be heavy users of social media (CGK report, 2021; McCann report, 2022) to be a source of potential for A Brainy Chat to communicate to.

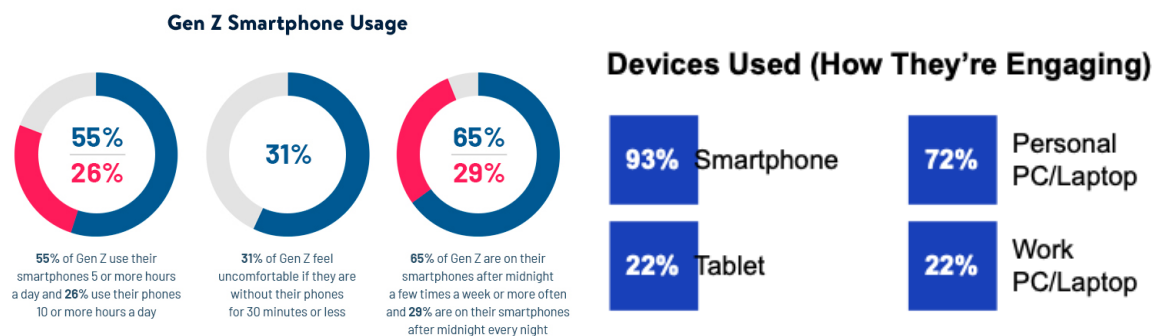


Figure 131: Derived data from a report by CGK, 2021; McCann, 2022

## Factor 2: Switching fluently from virtual to reality and vice versa

Target audience is a hyper-connected generation, so it comes as no surprise they switch fluently between real-life activities and the virtual world to fulfill their demand of expressing opinions.

<http://www.dentsumcgb.com.cn> > post\_545

### Gen Z, moving between virtual and reality | dentsu Z - dentsuMB

For Gen Z, we have been freely **switching** the dimensional world between **virtual** and real since birth. ... Compared to **virtual**, we want the **truth** more.

Figure 132: Derived data from an article by Dentsu McGarrybowen, 2022

- **The 4 themes of Gen Z preference towards topics:**

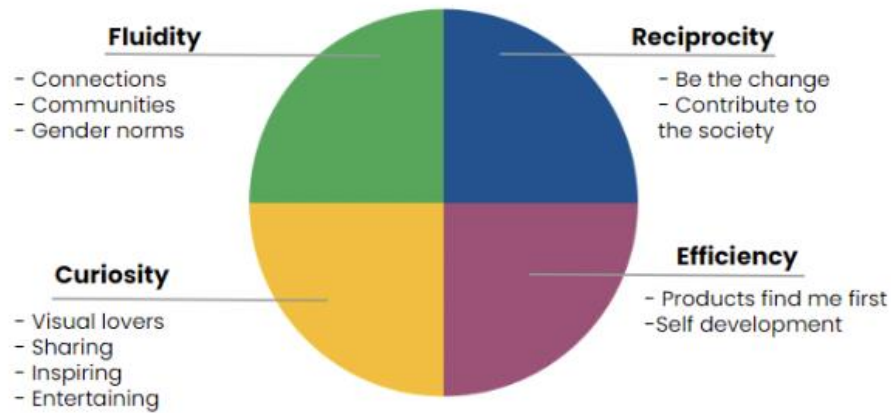


Figure 133: Derived data from a report by Heineken global, 2022

**Factor 3: Have certain trust in online influencers (with high ethos, especially in high-involvement topics like education)**

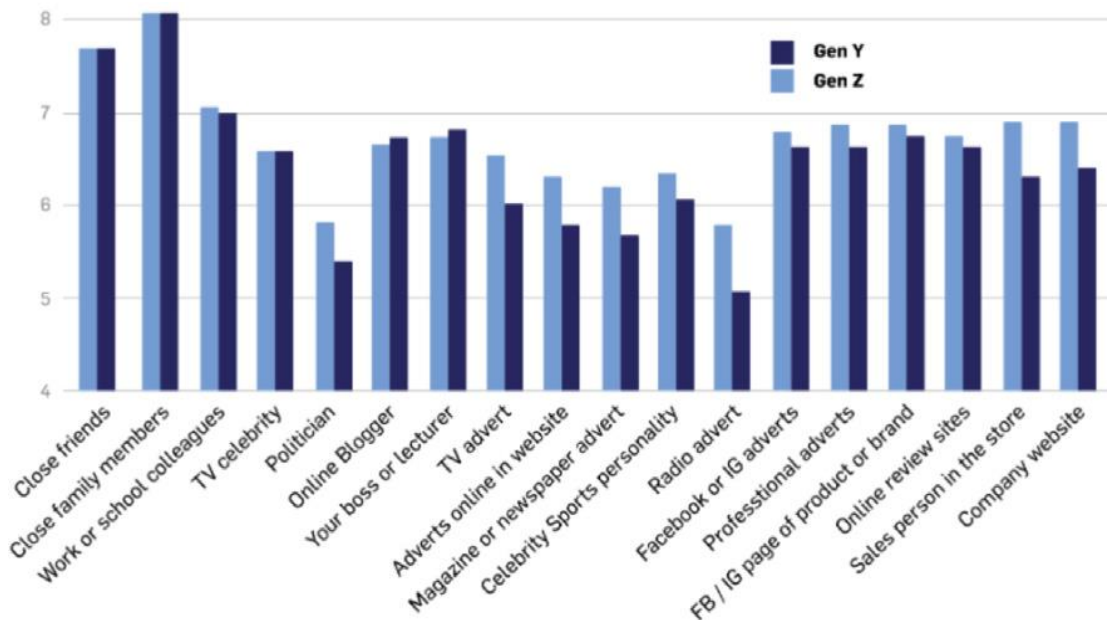


Figure 134: Derived data from an article by Vietnamnet, 2022

#### Factor 4: High level of online content consumption

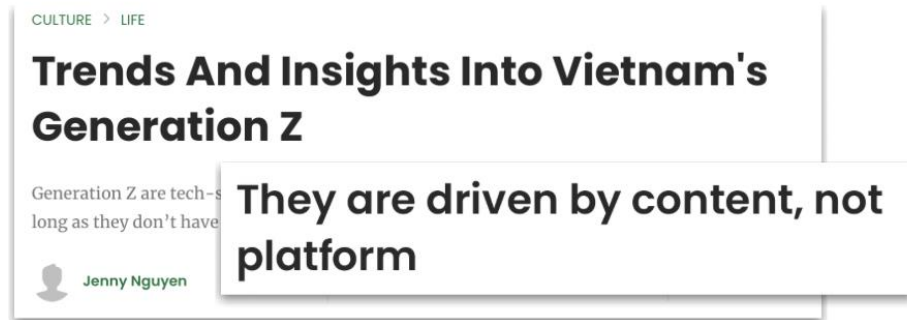


Figure 135: Derived data from an article by Vietcetera, 2022

#### APPENDIX 4: CHANNELS USAGE AND CAMPAIGN TACTICS

##### Youtube

- Youtube as stated in Competitor Scan Section- is a big and extremely potential platform for educational content which is deployed widely by many similar projects as the very first channel along the way with Facebook.
- Coming to 2022, Youtube still receives high usage frequency (an increase of 1% compared to 2021). The group of 18-25 who are A Brainy Chat target audience- make up the majority of users.
- Primary research shows that the young trust in information from Youtube when it comes to effective study & work.

86% use YouTube with higher popularity among the youth.  
81% are daily users, similar number of daily users compared with the previous year.

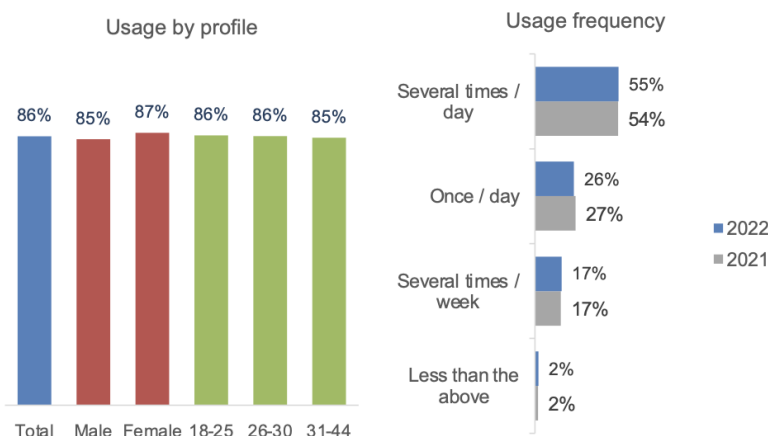


Figure 136: Derived data from a report by Q&Me, 2022

Facebook, Zalo, and YouTube remain the top 3 most popular platforms in Quarter 2/2021.

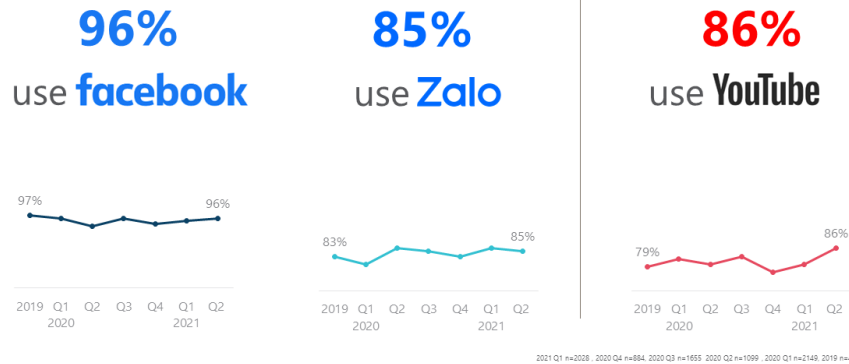


Figure 137: Derived data from an article by Decision Lab, 2021

Vui lòng đánh giá mức độ tin tưởng của bạn vào các thông tin về học tập và làm việc hiệu quả trên các trang mạng xã hội sau đây: (1= Rất không tin, 2= Không tin, 3= Bình thường, 4= Tin, 5= Rất tin)

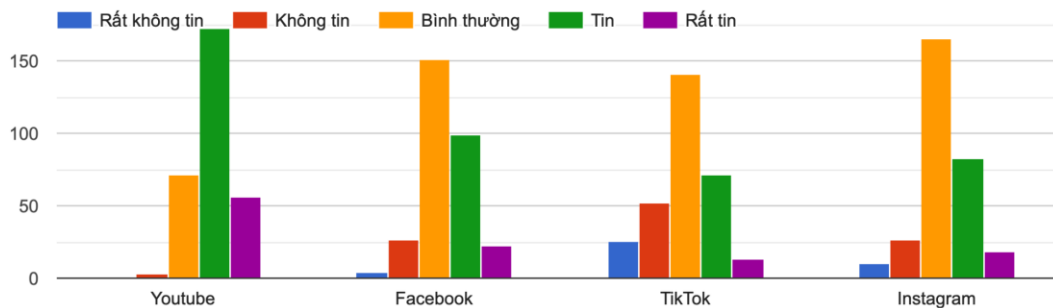


Figure 138: Respondent's answer on the level of trust giving to social platforms when it comes to the topic of effective study & work, by The Pursuers, 2022 (1)

## Facebook Page

- Facebook at large remains the top social media in Vietnam and top social media used by A Brainy Chat target audience (18-24) with highest usage profile (98%)
- Coming to 2022, Facebook still receives high usage frequency. It remains unchanged in "several times a day" and "once a day".
- Primary research shows that young trust information from Facebook besides Youtube when it comes to effective study & work.

### Gen Z's social media and messaging service usage (GWI, 2022):

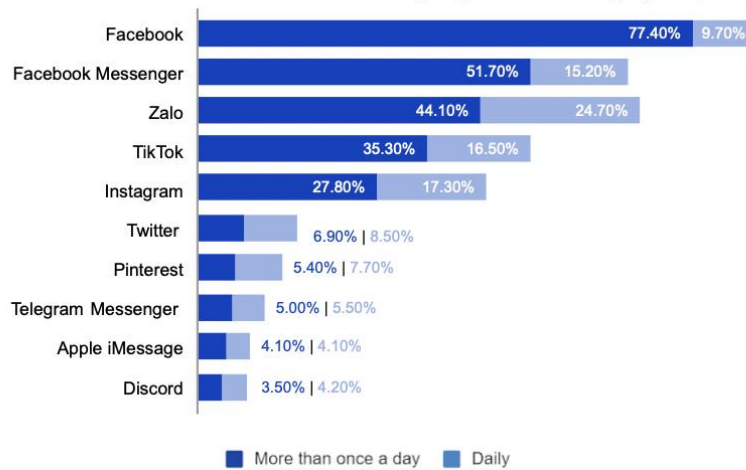


Figure 139: Derived data from a report by McCann global, 2022

97% use Facebook with all the profile. 94% are daily users, increased 1% compared with last year.

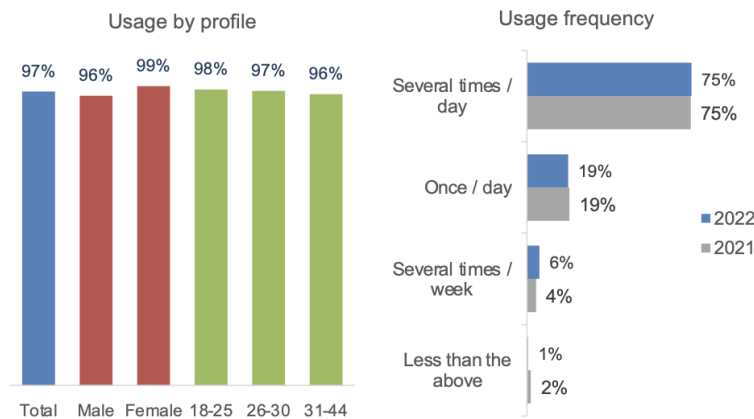


Figure 140: Figure 122: Derived data from a report by Q&Me, 2022

Vui lòng đánh giá mức độ tin tưởng của bạn vào các thông tin về học tập và làm việc hiệu quả trên các trang mạng xã hội sau đây: (1= Rất không tin, 2= Không tin, 3= Bình thường, 4= Tin, 5= Rất tin)

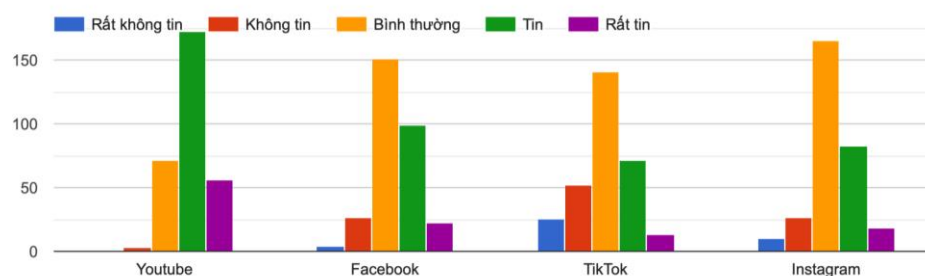


Figure 141: Respondent's answer on the level of trust giving to social platforms when it comes to the topic of effective study & work, by The Pursuers, 2022 (2)

### Facebook Community



- According to Facebook IQ (2022), community or nano-community is rising to be the new culture towards the young. It is said that Gen Z is much more likely than any generation to join and be beneficial in these places.
- As the “hyper-connected” generation, Facebook groups/communities are becoming the bridge for young Vietnamese to seek relevant content, express opinions and find like-minded individuals to discuss their interested topics. So it is a potential playground for A Brainy Chat to jump in and initially build its community.
- As being closer to the target audience, A Brainy Chat is also capable of discovering more new sentiments, insights, and trends relevant to the young. A project built based on clear and up-to-date audience understanding may stand strong and win more hearts.

09

## Nanocommunity

Community is as old as humanity itself, but it's evolving and being reinvented as people seek more flexible ways to connect with like-minded people. The isolating effect of the pandemic reminds us of the deep human need for connection, and millions have turned to nanocommunities—such as the 600M people who are members of a Facebook Group they consider meaningful in their life.<sup>6</sup> But these specialized online gathering places are not limited to Facebook Groups and can readily take on less formal shapes—such as Instagram hashtags, email newsletters and podcasts—welcoming people's interest in diverse topics like #Crochet, #Baking, #NatureLovers and #CrystalHealing. In these digital nooks, conversations, often among strangers, can be remarkably honest and supportive. People are eagerly connecting around areas once stigmatized, like *mental health*. Emerging markets ranked significantly higher than established markets in embracing these new nanocommunities. Millennials and Gen Zers are much more likely than Boomers to say they found support groups in these new places.<sup>7</sup>



Figure 142: Derived data from Meta Culture Rising report, 2022

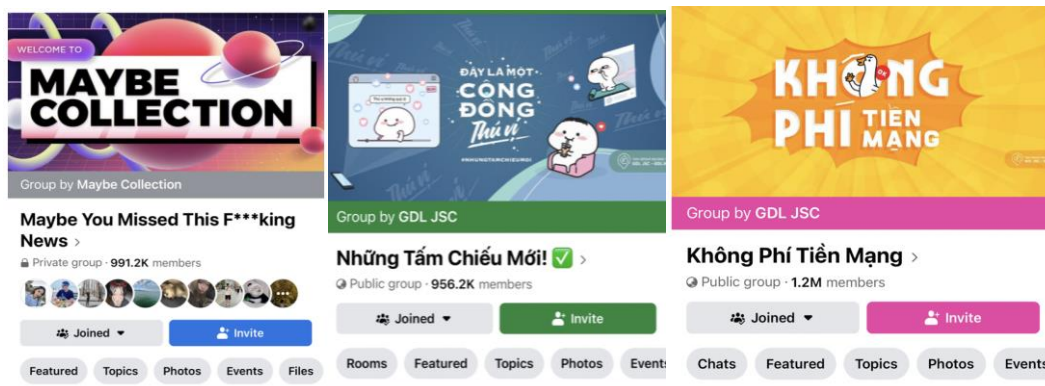


Figure 143: Derived data from Facebook, by The Pursuers, 2022

### Online webinar

- Deeper and closer connection between A Brainy Chat and audience

- Deeper sharing from A Brainy Chat to effective study and work after understanding your brain (from Phase 1&2)

### Landing page

- Landing page is proved to be effective, especially at encouraging audiences/ consumers to take action (At the first stage, we want the audience to be triggered and initially know about A Brainy Chat). This is also our opportunity to create and build our audience base.
- A landing page is a very good option to bring in the communication project since it is the page that covers all information about the project and is easy and engaging for the audience to follow. The landing pages are also customized to a specific campaign and guide visitors toward a single call to action.

## APPENDIX 5: DETAILED QUANTITATIVE DATA REPORT

### Section 1: Basic information

Giới tính của bạn là:  
303 responses

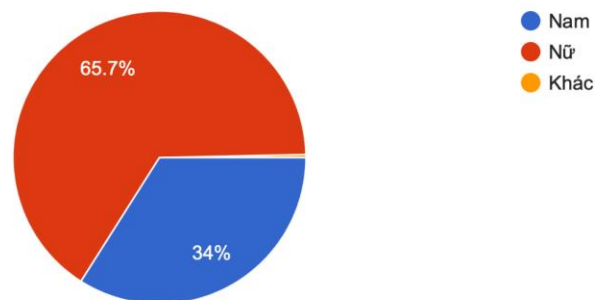


Figure 144: Respondent's answers to their Gender, by The Pursuers team, 2023

Độ tuổi của bạn:  
303 responses

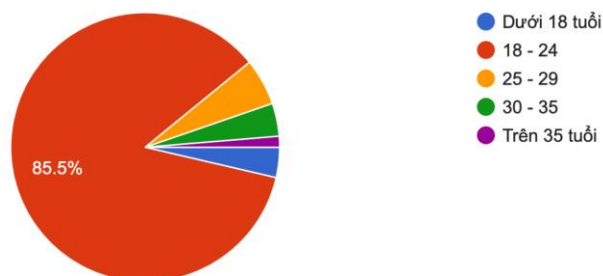


Figure 145: Respondent's answers to their age range, by The Pursuers team, 2023

Khu vực bạn đang sinh sống:

303 responses

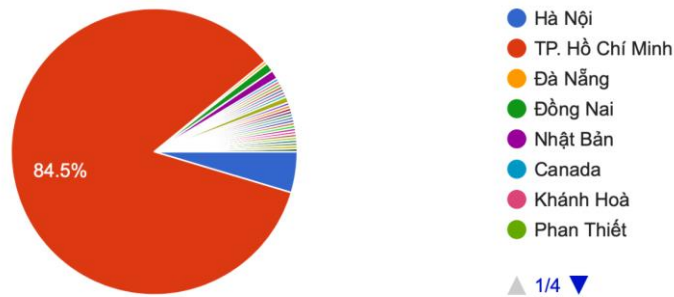


Figure 146: Respondent's answers to their current location, by The Pursuers team, 2023

Trình độ học vấn hiện tại của bạn:

303 responses

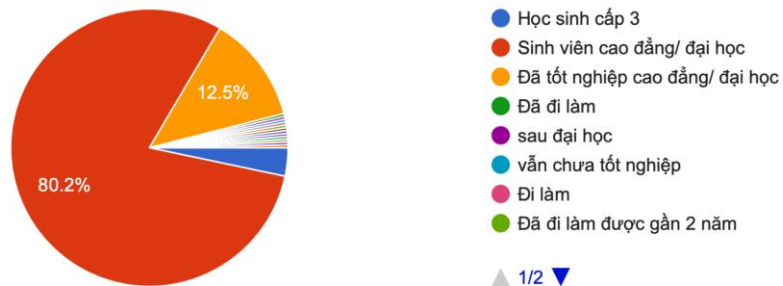


Figure 147: Respondent's answers to current educational level, by The Pursuers team, 2023

## Section 2: Brainy facts check

Người thuận bán cầu não trái làm tốt công việc liên quan tới số liệu, tính toán. Người thuận bán cầu não phải làm tốt các công việc sáng tạo, hình ảnh,...

303 responses

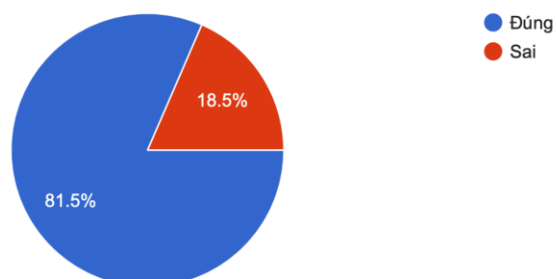


Figure 148: Respondent's answers to "Left-brain dominant people do well in data and calculations. Right-brain dominant people do well in creative and visuals.", by The Pursuers team, 2023

Con người có thể tập trung vào nhiều hơn một việc cùng một lúc.

303 responses

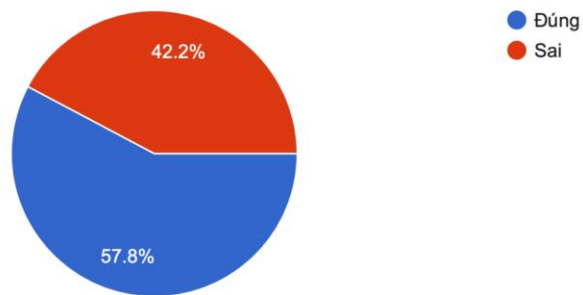


Figure 149: Respondent's answers to "Humans can focus on more than one thing at a time.", by The Pursuers team, 2023

Trung bình, con người dùng 10% não bộ

303 responses

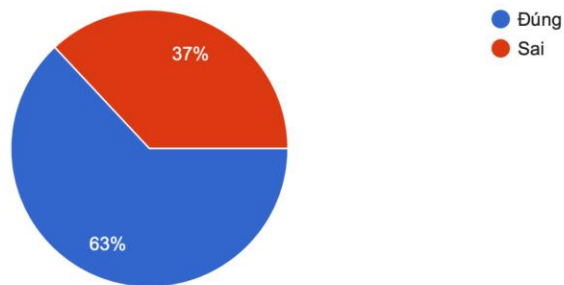


Figure 150: Respondent's answers to "On average, humans use 10% of their brains", by The Pursuers team, 2023

Con người có thể học tập trong lúc ngủ.

303 responses

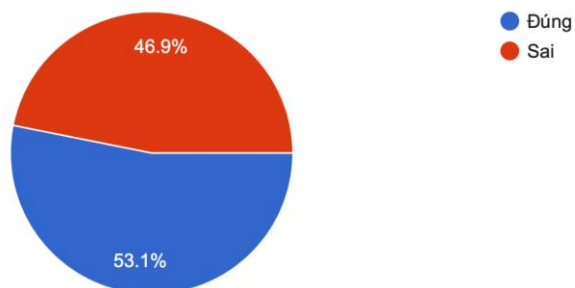


Figure 151: Respondent's answers to "Humans can learn while they sleep", by The Pursuers team, 2023

Người trưởng thành có thể ngủ ít hơn 7 tiếng mỗi ngày (mà vẫn khoẻ mạnh và sinh hoạt bình thường).

303 responses

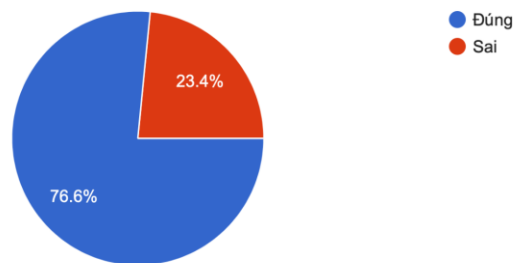


Figure 152: Respondent's answers to "Adults can sleep less than 7 hours a day (but still be healthy and can perform normal activities)", by The Pursuers team, 2023

### Section 3: Primary quantitative research

Vui lòng đánh giá mức độ quan tâm của bạn đến việc học tập và làm việc hiệu quả của bản thân: (1= Rất không quan tâm, 2= Không quan tâm, 3= Bình thường, 4= Quan tâm, 5= Rất quan tâm)

303 responses

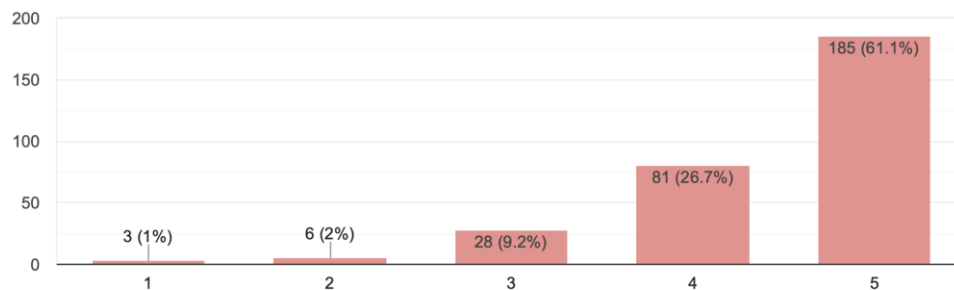


Figure 153: Respondent's rate on the level of care about self's effective study & work, by The Pursuers team, 2023

Bạn thường chọn những cách thức nào sau đây để tìm phương pháp giúp bản thân học tập và làm việc hiệu quả hơn?

303 responses

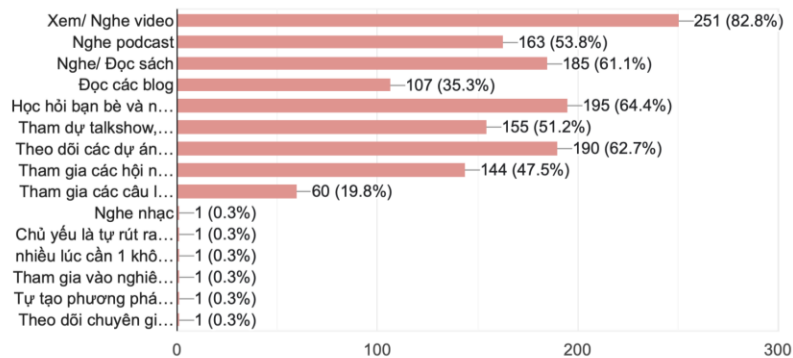
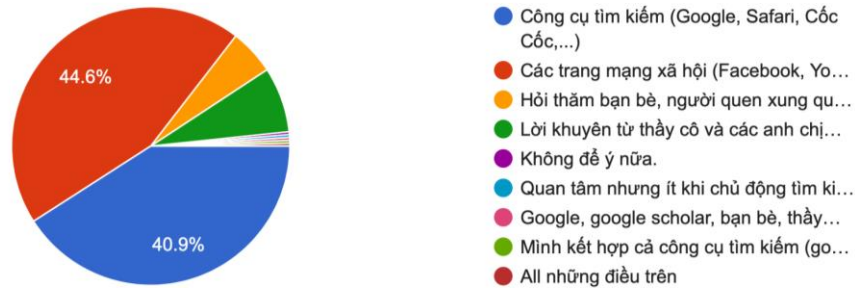


Figure 154: Respondent's preference of ways to seek suitable study & work methods, by The Pursuers team, 2023

Khi tìm kiếm các thông tin về phương pháp học tập và làm việc hiệu quả, những công cụ bạn thường sử dụng nhiều nhất là:

303 responses



Vui lòng đánh giá mức độ tin tưởng của bạn vào các thông tin về học tập và làm việc hiệu quả trên các trang mạng xã hội sau đây: (1= Rất không tin, 2= Không tin, 3= Bình thường, 4= Tin, 5= Rất tin)

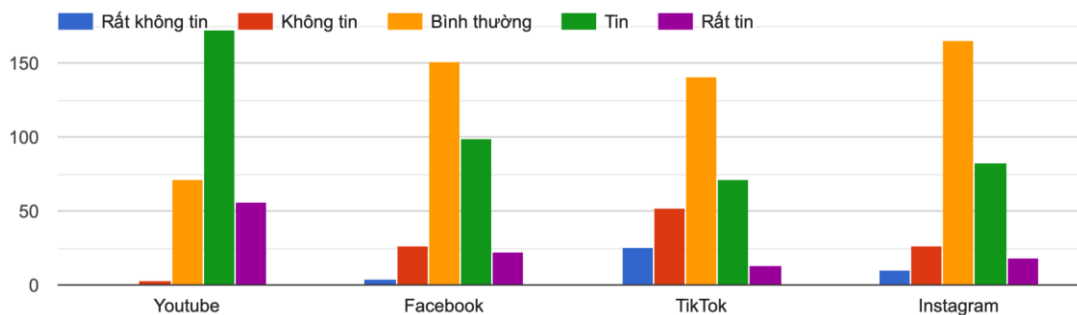


Figure 155: Respondents' often-used tools to find information and knowledge about effective study & work, by The Pursuers team, 2023

Theo bạn, việc "học tập và làm việc hiệu quả" chính là một yếu tố rất quan trọng với sự phát triển của cá nhân bạn tại môi trường học thuật/ làm việc...ồng ý, 3= Bình thường, 4= Đồng ý, 5= Rất đồng ý)

303 responses

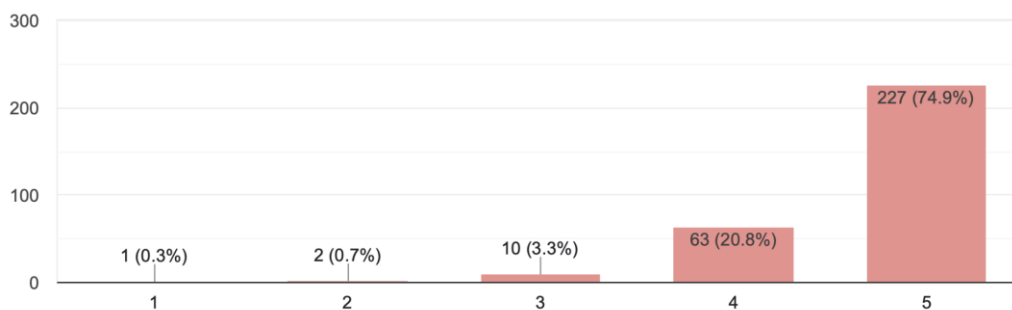


Figure 156: Respondent's rate on the importance of effective study & work to their own personal development, by The Pursuers team, 2023



Theo bạn, việc học tập và làm việc hiệu quả cũng cần có phương pháp và kiến thức phù hợp. (1= Rất không đồng ý, 2= Không đồng ý, 3= Bình thường, 4= Đồng ý, 5= Rất đồng ý)

303 responses

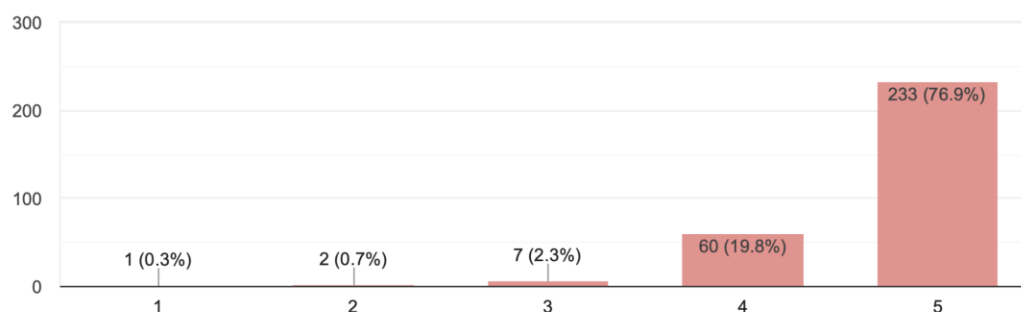


Figure 157: Respondent's rate on the importance of self-suited knowledge when it comes to effective study & work, by The Pursuers team, 2023

Bạn thường hay lúng túng trước rất nhiều các công thức và thông tin về việc học tập, làm việc hiệu quả mà không biết điều gì mới phù hợp với bản thân... (1= Rất không đồng ý, 2= Không đồng ý, 3= Bình thường, 4= Đồng ý, 5= Rất đồng ý)

303 responses

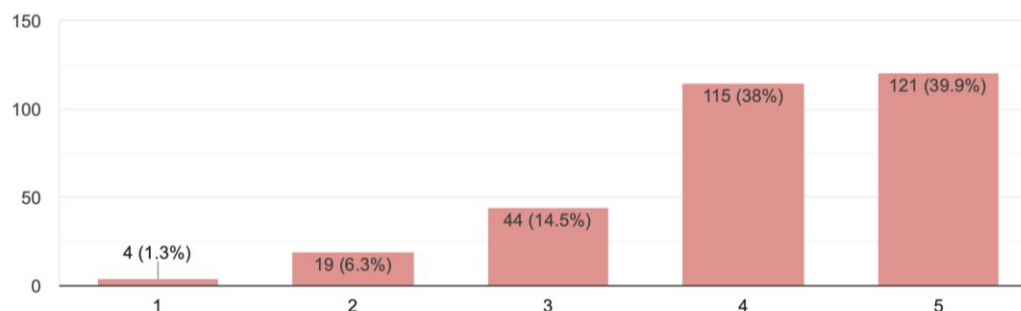


Figure 158: Respondent's rate on being confused when facing knowledge and formulas on effective study & work and do not know what is best for themselves, by The Pursuers team, 2023

Bạn gặp khó khăn trong quá trình chọn lọc thông tin liên quan đến chủ đề học tập và làm việc hiệu quả. (1= Rất không đồng ý, 2= Không đồng ý, 3= Bình thường, 4= Đồng ý, 5= Rất đồng ý)

303 responses

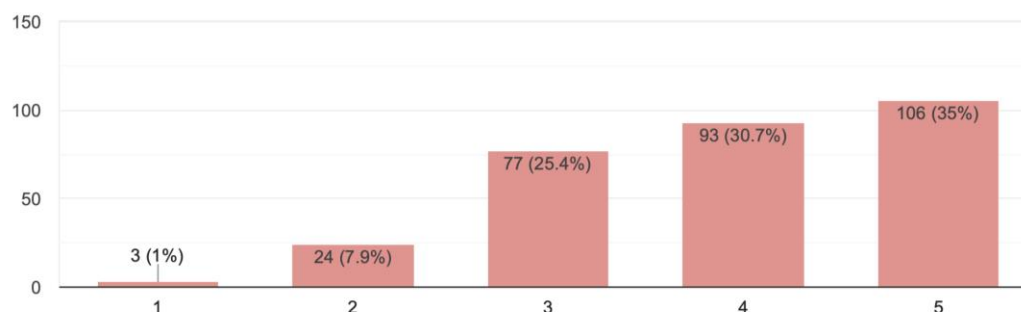


Figure 159: Respondent's answers on having difficulty in selecting information related to the topic of effective study and work, by The Pursuers team, 2023

Bạn đã thử qua nhiều cách và áp dụng nhiều kiến thức nhưng hiệu quả học tập và làm việc đem lại không như bạn mong muốn. (1= Rất không đồng ý, 2= Không đồng ý, 3= Bình thường, 4= Đồng ý, 5= Rất đồng ý)  
303 responses

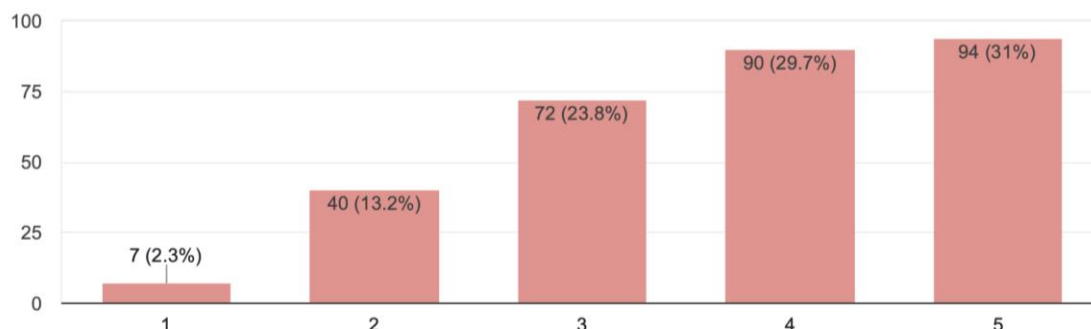


Figure 160: Respondent's answers on having tried many ways to apply knowledge about effective study & work but still received unexpected results, by The Pursuers team, 2023

Theo bạn, việc có kiến thức về các cơ chế sinh học của con người (như bộ não) có thể sẽ giúp một người định hình được cách thức học tập và làm việc... (1= Rất không đồng ý, 2= Không đồng ý, 3= Bình thường, 4= Đồng ý, 5= Rất đồng ý)  
303 responses

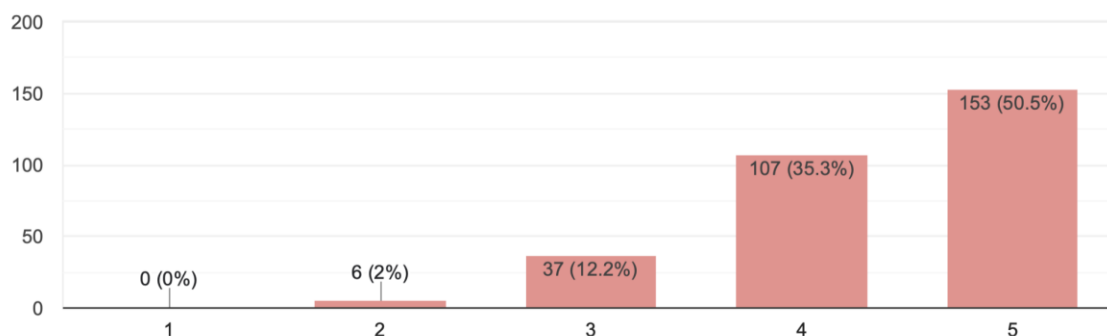


Figure 161: Respondent's rate on the importance of understanding the brain in helping one to achieve effective study & work, by The Pursuers team, 2023

Nhận xét chung về các hoạt động tại trường của bạn về học tập & làm việc hiệu quả:

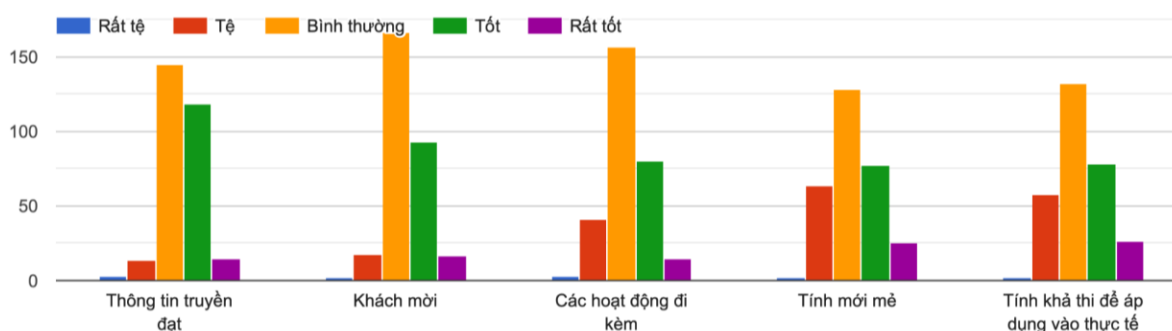


Figure 162: Respondent's general comments on their schools' current activities about effective study & work, by The Pursuers team, 2023

Nếu có một dự án cung cấp cho bạn kiến thức về việc học tập & làm việc hiệu quả dựa trên bằng chứng và kiến thức khoa học não bộ, bạn có sẵn sàng...g, 3= Bình thường, 4= Sẵn sàng, 5= Rất sẵn sàng)  
303 responses

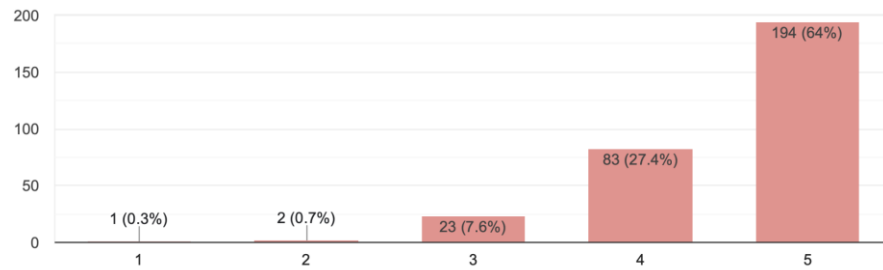


Figure 163: Respondent's willingness to follow a project on effective study & work based on neuroscience, by The Pursuers team, 2023

Bạn mong muốn điều gì ở một chiến dịch, dự án, sự kiện giúp bạn có thêm kiến thức về việc học tập & làm việc hiệu quả?  
303 responses

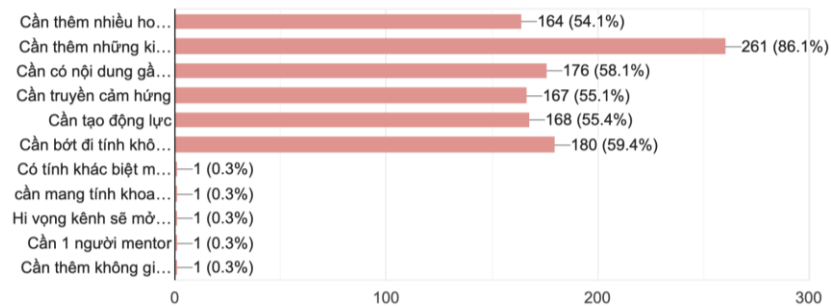


Figure 164: Respondent's answers to their needs from a project about effective study & work, by The Pursuers team, 2023

Vui lòng chọn 1 trong 2 câu CTA (call to action) đem lại cho bạn cảm giác dễ chịu và dễ dàng truyền cảm hứng/ động lực hơn.

1. "...Ngủ đủ giấc rất quan trọng cho chuyện làm việc. Nếu mà bạn muốn tiết kiệm thời gian, thì tiết kiệm thời gian vào những việc khác, chứ không cắt vào cái giấc ngủ để làm gì cả..."

2. "...Cũng như mọi lần, mình vẫn sẽ để time stamp phía dưới để các bạn có thể tiện theo dõi và chuyển đến phần các bạn quan tâm. Nhưng tin mình đi, đây là một video rất quan trọng và bổ ích ấy, bạn hãy cố gắng xem đến cuối cùng để có thể hiểu được hết các phương pháp làm việc hiệu quả và quản lý thời gian tốt hơn nhé!..."

303 responses

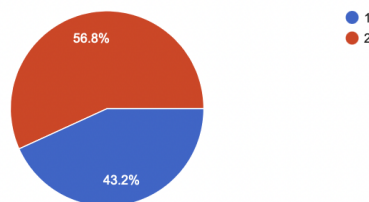


Figure 165: Respondents's preference towards 2 different CTAs, by The Pursuers team, 2023

## APPENDIX 6: DETAILED QUALITATIVE DATA REPORT

### CONSENT FORM:

**[EN] Consent to participate in Focus Group Discussion.**

Dear Mr/Ms \_\_\_\_\_,

*You have been asked to participate in a focus group discussion conducted by The Pursuers team (Thanh Thao, Tu Ngan, Anh Kien) within the graduation thesis of Multimedia Communication, BA Faculty, FPT University HCMC. The purpose of the group discussion firstly is to try to understand Ho Chi Minh City undergraduates/fresh graduates' perception on study & work effectiveness, and secondly to understand perception on science-based knowledge in helping with study & work effectiveness. The information learned in the focus group discussion will be used to plan and implement a communication project intended to help Ho Chi Minh City undergraduates/fresh graduates to gain fundamental knowledge of brain sciences in helping with study & work effectiveness.*

*You can choose whether or not to participate in the focus group discussion and stop at any time. Although the focus group discussion will be video & voice recorded, your responses will remain anonymous and no names will be mentioned in the report.*

*There are no right or wrong answers to the focus group questions. We want to hear many different viewpoints and would like to hear from everyone. We hope you can be honest even when your responses may not be in agreement with the rest of the group. In respect for each other, we ask that only one individual speaks at a time in the group and that responses made by all participants be kept confidential.*

**I understand this information and agree to participate fully under the conditions stated above.**

**TOPIC GUIDE:** Please kindly access the topic guide [here](#)

### A. RESEARCH DESIGN

| Overview         | Qualitative exploration & emotive descriptive                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Objective</b> | <p>To understand young people perception in an effort to successfully design a communication project to:</p> <p>#G1: Increase awareness about effective study and work based on psychology and neuroscience</p> <p>#G2: Motivate the target audience to take action at the very first steps (in their study &amp; work)</p> <p>#G3: Help develop communication channels of 'A Brainy Chat'</p> |

|                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Method</b>    | <p>Focus groups discussion divided into 2 sessions:</p> <p>#SS1: The young Vietnamese (focused in HCMC) perception about study &amp; work effectively</p> <p>#SS2: The young Vietnamese (in HCMC) perception about neurosciences in study &amp; work effectively</p>                                                                                                                                                      |
| <b>Take-away</b> | See in Section D                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <b>Sample</b>    | N=5<br>Mini FGDs                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <b>Profile</b>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>● Age range: within 18-24</li> <li>● Gender: All</li> <li>● Location: Living, studying &amp; working in Ho Chi Minh City, VN</li> <li>● Background/ field of expertise: Diverse</li> <li>● Brief description: Proactive, keen on the study and work effectiveness, digital native, have the critical thinking, open-minded, inquisitive towards science-based evidence.</li> </ul> |

## B. AREAS OF INVESTIGATION

| <b>Session 1</b><br><b>Overall perception about study &amp; work effectively</b>                                                                                | <b>Session 02</b><br><b>Overall perception about brain &amp; minds sciences in study &amp; work effectively</b>                                                                                                                                                   |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Q1: Do you think study & work effectiveness is a crucial part of your self-development in higher education/ professional working context? What are the reasons? | Q7: What are the resources that you often follow to learn or to get the methods on how to study & work effectively? How do you rate your trust in these resources (to which extent do you believe in and actually take action following the mentioned resources)? |
| Q2: What can be the benefits of having a thorough study/work method(s)?                                                                                         | Q8: Do you believe in science-based knowledge? Have you ever heard of brain & mind science? What come(s) up first in your mind about this term, referring to the higher educational context?                                                                      |
| Q3: What can be the disadvantages of not having thorough method(s) for study & work?                                                                            | Q9: What will you expect from a project that would introduce you to how to study & work effectively with brain & mind sciences?                                                                                                                                   |
| Q4: What are the common methods/ theories/ myths you often hear about when referring to study and work effectiveness? Your opinion on it (them)?                | Q10: For you, what might be the                                                                                                                                                                                                                                   |
| Q5: How effective do you consider your study & work methods now? What are the reasons?                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Q6: For you, what might be the barrier(s) that                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                   |

|                                                                                                 |                                                                                                                                              |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| stop you or other young undergraduates from applying/ practicing a method to study & work? Why? | reason(s) that you or other undergraduates may find it boring/ uninspiring to get brain science-based knowledge on study & work effectively? |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

### C. SAMPLE AND PROFILE

- Age range: within 18-24
- Gender: All
- Location: Living, studying & working in Ho Chi Minh City, Vietnam
- Background/ field of expertise: Diverse
- Brief description of psychographics and behavior: Proactive, keen on the study and work effectiveness, digital native, have the critical thinking, open-minded, inquisitive towards science-based evidence.

| Member | Age | Background                                       | School                                              | Psychology & Behaviour                                                                                                       |
|--------|-----|--------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 01     | 21  | Communications                                   | FPT University HCMC                                 | Live in HCMC, active, hard-working, highly self-aware and care about self-development (being more productive and effective)  |
| 02     | 20  | Marketing Communications                         | Post and Telecommunications Institute of Technology | Being a member of a communication club for university students in HCMC, participate in many activities related to self-help. |
| 03     | 20  | Department of Literature, Faculty of Linguistics | Ho Chi Minh City Pedagogical University             | Proactive, teaching-enthusiast, loves reading books, highly self-aware and hard-working                                      |
| 04     | 22  | Faculty of History, International Studies Major  | Ho Chi Minh City Pedagogical University             | Linguistic enthusiast, pro-active learner, creative communicate, traveling lover, self-love                                  |
| 05     | 23  | Graduated from English Language Faculty          | FPT University Graduate                             | Freshly graduated, works as a headhunter for VNG, cares a lot about work efficiency                                          |



## D. TOPLINE REPORT

### D1. SESSION #01

#### #1: OVERALL PERCEPTION ABOUT EFFECTIVE STUDY & WORK

##### Overall

- They consider that studying and working effectively is important and necessary for them. (good for working process, productivity, and mental and physical well-being).
- They think myths about studying and working effectively don't work for them
- They strongly believe in science
- They think that the biggest barrier to not finding effective ways to study and work effectively is not having a proper mindset (they have never thought about it, don't like being constrained or are not ready to change themselves).

##### Q1: The role of effective study & work in self-development

- Point 1: Everyone thinks studying and working are important, necessary, and play a crucial part in personal development.
- Point 2: The reasons that they agreed on Point 1 are:
  - Self-development
  - Time-saving
  - Have more confidence in your own abilities
  - **Not being harassed by peer-pressured**
  - Stay focused on the goal
  - Community status and relationships

##### Q2: Perceived benefits of effective study & work

- Point 1: Benefits for their working/ study process
  - Time-saving
  - Increase productivity
  - Achieve greater sanity to seize the opportunities
  - Reasonable working timeline regulation
- Point 2: Benefits for their personal process
  - **Personal branding**
  - Great for mental health/ physical health well-being
  - Have more time to take care of yourself

##### Q3: Perceived disadvantages of not achieving effective study & work

- Point 1: Disadvantages for their working/ study process
  - Time-consuming
  - Being passive and stagnant at work
  - Affect the working progress and workflow of a team
- Point 2: Disadvantages for their personal process

|                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |   |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|
|                                                                                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Loss of interest and passion</li> <li>• No discipline, let yourself loose</li> </ul> <p>→ Point 3: Consequences are often not immediately noticeable. We only realize it when it has affected too much of our lives.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |   |
| <b>Q4: Common theories/ methods/ myths about effective study &amp; work</b>       | <p>→ Point 1: They all have common myth perceptions throughout their years</p> <p>→ Point 2: Most people have come to an agreement, which is that most of the myths are not useful and suitable for them.</p> <p>→ Point 3: Some of them did find different methods useful in the learning process. Some pointed out they are not suitable for themselves.</p> <p>(For example, the mind map method and the <b>Pomodoro method</b>: 2 agreed that they used the mind map method well, meanwhile, 1 of the contestant refused the method and considered Pomodoro as a better and suiter method for his learning process)</p> |   |
| <b>Q5: Self-evaluate level of effective study &amp; work</b>                      | <p>→ Point 1: Everyone has their own way of learning and working.</p> <p>→ Point 2: There are methods that are widely known, and there are unnamed methods created by them to suit themselves.</p> <p>Many different methods are showcased throughout the talk such as active recall, deadline pressure, and multitasking. <b>However, these methods are all modified to suit each person differently.</b></p>                                                                                                                                                                                                              | : |
| <b>Q6: Perceived barriers that stop the young from effective study &amp; work</b> | <p>→ Point 1: Psychological obstacles, laziness or unwillingness to be bound by a fixed method</p> <p>→ Point 2: Pressure comes from the success of others, which has become an obstacle in absorbing new learning and working methods.</p> <p>→ Point 3: They do not live in a suitable environment that provides sufficient conditions for exposure to new methods of learning and working.</p>                                                                                                                                                                                                                           |   |
|                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |   |

## D2. SESSION #02

| #2: OVERALL PERCEPTION ABOUT BRAIN & MIND SCIENCES IN EFFECTIVE STUDY & WORK                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Overall:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- The biggest barrier to accessing scientific information (psychology and brain) is not having enough time, not being able to digest a lot of complex information and not being able to immediately apply academic information.</li> <li>- Interested in the brain and psychology-related knowledge</li> <li>- Very confident in people who are knowledgeable, have a strong sense of ethics and experience, but also value proximity, clarity, youth and not having that kind of "uncle" vibes.</li> </ul> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <p><b>Q7: Resources to learn/to get the methods &amp; How people rate their trust in these resources</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>→ Point 1: They often learn and perceive new methods throughout many different channels: <ul style="list-style-type: none"> <li>• The Present Writer</li> <li>• Vietcetera</li> <li>• Khánh Vy Vlog</li> <li>• Anna Hà Nội</li> <li>• The Hanoi Chamomile</li> <li>• Minh xin chào</li> <li>• Khiem Slays</li> <li>• Philip Le</li> </ul> </li> <li>→ Point 2: <b>Trust rate fluctuates from 80 to 90%</b>. Not totally, but mostly. Some chose not to believe, they rather refer to select the information that can be applied to themselves.</li> <li>→ Point 3: When considering whether to trust a certain speaker, they often consider factors such as: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Academic level</li> <li>• Job position</li> <li>• Economic income</li> <li>• Style of life</li> <li>• Expressive style</li> <li>• Age</li> </ul> </li> </ul> |
| <p><b>Q8: Perceived science-based knowledge &amp; brain and mind science</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>→ Point 1: Belief in science-based knowledge</li> <li>→ Point 2: About brain and mind science <ul style="list-style-type: none"> <li>• People have a little idea about what neuroscience is, though they have heard about it (They know this subject study about how the</li> </ul> </li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |

|                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |   |
|------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|
|                                                                                    | <p>brain works, etc.)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• They have no thorough understanding about study and work using knowledge about the brain. Most of their current information about the brain is wrong.</li> </ul> <p>→ Point 3: They demand knowledge from those with extensive education and life experience, but the information must be useful and applicable to their daily lives.</p>                                                                                                                                                                                            |   |
| <b>Q9: Perceived methods of imparting scientific knowledge</b>                     | <p>→ Point 1: Visual is one of the most important factors.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Consistent</li> <li>• Creative</li> <li>• Eye-catching</li> </ul> <p>→ Point 2: Infographics should be put into consideration.</p> <p>→ Point 3: Short video formats are appealing to younger audiences</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Instagram Reels/ Facebook Reels</li> <li>• Youtube Shorts</li> <li>• TikTok</li> </ul>                                                                                                                                                     |   |
| <b>Q10: Expectations from the project that related to brain &amp; mind science</b> | <p>→ Point 1: Understanding and knowing about brain science. What kind of knowledge that Brain science will deliver and help throughout the process of studying and working?</p> <p>→ Point 2: Not just knowing, it is about the call to action.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bring on activities to practice and keep the knowledge active</li> <li>• Practical and can be applied in the casual progress of learning and working.</li> <li>• Showing long-term determination and values. Not just a short-term series of actions that people will forget after a few days.</li> </ul> |   |
| <b>Q11: Reasons that might cause the project to become uninspiring/ boring</b>     | <p>→ Point 1: Neuroscience overall is already an academic type of knowledge. That might make the process of knowledge transition quite hard to access.</p> <p>→ Point 2: The method of imparting knowledge is insufficient to draw in the audience.</p> <p>→ Point 3: The audience has not yet seen the need to apply brain science knowledge to learning and working. They have no motivation or desire to change themselves.</p>                                                                                                                                                                      | : |
|                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |   |

### D3. OVERALL EXPECTATIONS

## EXPECTATIONS FROM THE TARGET AUDIENCES FOR THE PROJECT

Overall:

- Understanding and knowing about brain science. What kind of knowledge that Brain science will deliver and help throughout the process of studying and working.
- Information is accessible, understandable, and not overly academic.
- Visuals must be attractive and eye-catching
- Putting an emphasis on practicality and usability rather than wanting to learn about theory (but still want to hear knowledge and theory through seminars)
- Wish the project could expand beyond the scope of FPT
- Bring on activities such as workshops, webinars to practice and keep the knowledge active
- Showing long-term determination and values. Not just a short-term series of actions that people will forget after a few days.

### D4. TRANSCRIPTS

#### Topic 1: OVERALL PERCEPTION ABOUT STUDY & WORK EFFECTIVELY

Tú Ngân: Dạ rồi vậy bây giờ mình sẽ bắt đầu cái buổi topic discussion của mình hôm nay nha mọi người. Thì topic đầu tiên sẽ nói về việc học và làm việc hiệu quả. Câu hỏi đầu tiên chính là: Bạn có cho rằng học tập và làm việc là một yếu tố tối quan trọng trong việc phát triển của bản thân bạn tại môi trường học tập/làm việc hay không? Lý do có thể là những gì? Dạ nếu mọi người có willing trả lời thì mọi người cứ thoải mái bật mic hoặc raise hand để trả lời nha. Nếu trong một khoảng thời gian sắp tới mà em không thấy ai trả lời thì có thể em sẽ gọi tên để mọi người sharing ạ. (Nhắc lại câu hỏi một lần nữa)

Tú Ngân: Dạ Thanh Thư raised hand, mời bạn Thanh Thư trả lời giúp mình câu này trước hem

Thanh Thư: Trước tiên cho mình xin lỗi do nhà mình có chó sủa nên hơi ồn

Tú Ngân: ừ ừ không sao đâu

Thanh Thư: theo mình á học tập và làm việc hiệu quả á, thì cái gì hiệu quả thì nó cũng sẽ rất tốt. Đặc biệt là trong các môi trường có nhiều cá thể như môi trường đại học á thì việc mà học tập hiệu quả nó càng quan trọng hơn nữa. Thì với cái môi trường rộng lớn như vậy, mình thường có cái cảm giác là mình sẽ bị bỏ lại nếu như mình không làm một cái gì đó hiệu quả, mình sẽ bị đánh giá. Kiểu họ sẽ judge mình nếu mình không làm việc hiệu quả. Cái việc bị bỏ lại nó giống như là peer pressure chẳng hạn.

Tú Ngân: Ừ okay cảm ơn câu trả lời của thư henn. Còn lại mọi người có any sharing với câu hỏi này không ạ?

Duy Hải: Ừm anh trả lời thử ha. Thì anh nghĩ câu này nó có một cái ý nghĩa rất là quan trọng đối với cái việc phát triển bản thân mình. Thì cái lý do cụ thể thứ nhất cũng như Thư nói, ấy chính là mình đang cảm thấy mình thua hụt so với người khác; peer pressure, mình muốn mình được như họ, bằng họ, hơn họ. Một cái lý do thứ hai là bản thân người đó muốn biết thêm nhiều thứ, muốn được học hỏi nhiều hơn: về những thứ họ chưa từng trải nghiệm, chưa từng biết tới. Sau quá trình học tập làm việc, thì họ phát hiện những thứ mình có thể làm tốt, điểm mạnh của mình để từ đó phát triển nó. Kiểu như mỗi người đều có một sở trường riêng, ngày càng phát triển bản thân theo cái điều mà từ cái cách học tập làm việc hiệu quả họ tìm ra được.

Tú Ngân: Dạ em cảm ơn câu trả lời của anh Hải ạ. Mọi người còn lại thì sao mọi người ới? À mời Diễm Phúc sharing nha.

Diễm Phúc: Dạ khi mà cấp 3 thì thường mọi người cũng chỉ chú tâm tới yếu tố là học tập nhiều hơn, chứ chưa chú ý tới khía cạnh làm việc nhiều. Khía cạnh này chỉ xuất hiện khi các bạn lên đại học: một môi trường mà các bạn phải handle nhiều thứ cùng một lúc. Thì em thấy là lên đại học rồi thì việc Học tập và làm việc hiệu quả là một điều rất là cần thiết luôn á. Để mà cân bằng cả học tập, công việc, đảm bảo hiệu quả và năng suất. Từ đó mình mới có thể thấy được sự phát triển của bản thân.

Tú Ngân: Uhm cảm ơn sharing của Phúc, vậy còn Quốc anh thì sao?

Quốc Anh: Dạ thì em thấy là ngoài cái phát triển bản thân ra như 3 anh chị vừa mới đề cập, thì em thấy học tập làm việc là một yếu tố khá là quan trọng không chỉ trong học hành mà trong làm việc nữa. Tại vì đối với em, em được mọi người giúp đỡ khá là nhiều. Nên em cảm thấy khi em làm việc học tập hiệu quả thì em có thể gây dựng được niềm tin đối với mọi người. Thì với em cái sự giúp đỡ từ mọi người là điều không thể thiếu trong cuộc sống mỗi người, thì khi mình học tập làm việc hiệu quả thì mình không chỉ giúp chính mình mà còn mang lại lợi ích cho người khác nữa, được mọi người tín nhiệm.

Tú Ngân: Quào đây là một góc nhìn rất mới và cũng rất thú vị, bởi vì chị cũng chưa từng nghĩ tới khía cạnh này của việc học tập và làm việc hiệu quả khi mà nó còn đem lại benefits cho người khác nữa. Cảm ơn em nha chia sẻ rất là hay. Vậy còn ý kiến của Minh Đức thì sao?

Minh Đức: Dạ em nghĩ là môi trường học tập và làm việc hiệu quả là một yếu tố quan trọng. Thì em thấy là mình muốn làm cái gì thì mình cũng phải có kiến thức. Khi mình học thì mình mới phát triển được khả năng của mình. Còn em hiểu làm việc ở đây nghĩa là thực hành. Và để thực hành tốt thì mình phải học tập, có nền tảng để thực hành. Thì từ một điều cơ bản là học tập hiệu quả thì mình sẽ có thể làm việc hiệu quả. Đem lại ích lợi trong quá trình học tập và làm việc.



Tú Ngân: Ừm thì câu trả lời của Minh Đức đã khép lại câu hỏi đầu tiên, câu hỏi tiếp theo chúng mình muốn đem đến cho mọi người là theo bạn, việc có cho mình những phương pháp/ cách thức học tập & làm việc có thể đem đến những lợi ích gì? Theo mọi người? À Anh Kiên cũng đã paste câu hỏi vào trong box chat, mọi người có thể xem lại câu hỏi nha. Vậy có ai muốn trả lời câu hỏi này trước không ạ?

Duy Hải: À cho anh hỏi là tinh thần của mình là có thể xây dựng, tranh luận câu hỏi, idea đúng không?

Tú Ngân: Dạ đúng rồi ạ.

Duy Hải: à Anh hỏi thôi à. Ừ vậy thì anh trả lời trước nha. Thì theo anh á việc mà mình có được phương thức học tập hiệu quả, thì đối với bản thân: Mình sẽ rút ngắn, tiết kiệm được thời gian là trước tiên. Ví dụ mình sẽ có nhiều cái cách học, cách tiếp cận khác với các cách tiếp cận phổ thông mà nó phù hợp với bản thân mình. Còn trong làm việc thì việc có một cái phương pháp làm việc hiệu quả, thì mình sẽ đầu tiên là có được cái hình ảnh, một cái personal branding cá nhân: chuyên nghiệp, đáng tin tưởng. Ừ chốt lại đối với anh là thứ nhất nó sẽ rút ngắn thời gian, tiết kiệm thời gian cho bản thân, với công việc thì nó sẽ xây dựng được cái personal branding tốt.

Tú Ngân: Dạ em rất cảm ơn cái câu trả lời của anh Hải ạ. Vậy còn mọi người ới mọi người có add in gì không ạ?

Diễm Phúc: Dạ vậy em nói ý kiến của em ha. Dạ thì với em khi mình có được một cái phương thức học tập làm việc hiệu quả, thì nó sẽ mang lại những cái cảm giác về tinh thần. Ví dụ hiện nay các bạn trẻ có cái thói quen viết to do list rất là nhiều. Khi mà em hỏi bạn ấy là bạn ấy là niềm vui của bạn đến từ việc nào; cảm thấy như thế nào khi thực hiện cái thói quen viết to do list ấy, thì bạn nói là khi bạn check mỗi cái mục to do ấy thì bạn sẽ cảm giác rất là thành tựu, tự hào. Nó mang lại một cái mood tích cực để có thể hoàn thành những công việc đằng sau một cách hiệu quả năng suất hơn nữa, tốt hơn nữa.

Tú Ngân: Đúng rồi cái việc mà niềm vui khi check to do list thì chị cũng có thể resonate được tại vì chị cũng giống như vậy. Ừm được rồi còn Minh Đức thì sao?

Minh Đức: dạ thì cái việc lập to do list em cũng hay làm. Thì hiệu quả từ cái việc này nó giúp em biết được mình nên ưu tiên việc nào làm trước, việc nào làm sau. Từ đó em sắp xếp lưu lượng công việc để mình thực hiện một cách thoải mái, khoa học hơn ạ. Thì cũng giống như chị thì em cũng cảm thấy được niềm vui, thoải mái, relax khi check những cái mục todo list ấy ạ.

Tú Ngân: chị có thêm một cái câu hỏi follow up dành cho đức và phúc. Thì mọi người có hiểu cái cơ chế nào đằng sau cái to do list nó không, có bao giờ mình tự hỏi là cái phương pháp này tại sao nó lại nổi tiếng mà nhiều người sử dụng nó hay không? Hay là mọi người chỉ nghĩ đơn thuần

là nó giúp cho mình thì mình dùng nó thôi, có bao giờ mọi người nghĩ về điều này không?

Diễm Phúc: Dạ vậy thì để em nói trước đi, thì thực ra em chỉ mới sử dụng to do list khi em lên đại học mà thôi với em thì em sẽ chia ra một ngày khối lượng công việc lớn, công việc nhỏ. Thì với em cái to do list nó hoạt động như một cái timeline mini để mình có thể điều tiết khối lượng công việc lớn nhỏ của mình. Mình sẽ không có cảm giác bị dồn quá nhiều việc

Tú Ngân: Ừm còn Đức thì sao?

Minh Đức: Dạ thì như này em nói á chị thì em thấy là nó giúp em quản lý thời gian với sắp xếp công việc một cách khoa học và hợp lý hơn. Thì cái việc này nó cũng giúp em có được một cái niềm vui nho nhỏ khi bản thân hoàn thành một thứ gì đó mình muốn từ ban đầu á chị.

Tú Ngân: ừ Cảm ơn chia sẻ của em, còn Quốc Anh thì sao?

Quốc Anh: Dạ ngoài những cái mà anh chị chia sẻ, thì việc mà làm việc và học tập hiệu quả, có 1 cái phương pháp cho riêng mình thì không chỉ nó giúp rút ngắn bản thân, thì nó còn giúp mình đảm bảo sức khỏe bản thân á chị. Thì hồi năm nhất em học khủng học điên luôn á chị, thì em thức khuya, dậy sớm, tới mức mà em nhập viện. Thì em thấy là nếu mình có 1 cái phương pháp học tập làm việc hiệu quả cho bản thân thì mình sẽ đảm bảo được sức khỏe của mình. Mà em thấy là có được sức khỏe thì mình sẽ làm được tất cả á chị. Dạ thì đó là suy nghĩ của em.

Tú Ngân: Ừm cảm ơn quốc anh còn thanh thư thì sao bà. Bà có cái suy nghĩ gì trên cái câu hỏi này không?

Thanh Thư: Thì tui có một câu quote á, là: The universe always has a plan. Thì tui thấy là cái phương pháp của bản thân nó giống như là một cái tuyên ngôn của bản thân, để mà mình commit với nó, để kiềm chế, kỷ luật bản thân. Thì với tui tới năm 4 tui mới ngộ được một cái phương pháp phù hợp với mình. chứ trước đó tui sống freestyle lắm. Tại do năm 3, năm 4 tui có làm mấy cái nghiên cứu khoa học nên mới nhận ra tầm quan trọng của phương pháp học tập làm việc hiệu quả. Thêm một cái lợi ích là mình sẽ không bị lạc đường, nhận ra kỳ vọng của người khác đối với mình, mình keep track với những gì mình đề ra. Một cái nữa tui thấy là chất lượng, năng suất làm việc sẽ cao hơn, mình sẽ duy trì được sự tỉnh táo để nắm bắt cơ hội, dư thời gian chăm sóc cho bản thân.

Tú Ngân: Ừm cảm ơn Thanh Thư rất nhiều nha, và câu hỏi thứ 3 bây giờ mọi người có nghĩ ngay ra được những cái hệ quả, những cái disadvantages khi mà mình không có được cái phương pháp/ kiến thức xoay quanh làm việc học tập hiệu quả hay không? Ý là những cái tác hại bề mặt hay là những cái tác hại sâu xa gì không?

Duy Hải: ờ anh nghĩ có những thứ thứ nhất là nó sẽ có những thứ làm mình bị lạc hậu so với mặt bằng chung. Học tập làm việc 1 cái quá trình mà mình luôn phải cập nhật, tập trung. Nếu mà

mình không có những cái phương pháp thì mình về cơ bản là đã lạc hậu hơn so với mọi người. Mình sẽ trở nên bị động so với cách tiếp cận thông tin, công việc, Khả năng keep track bị chậm, sắp xếp công việc lộn xộn, ảnh hưởng đến alignment, work flow của team. Đâm ra nó ảnh hưởng dây chuyền thì nhiều khi mình sẽ khó mà kiểm soát được những cái hệ quả từ việc mà không có một cái phương pháp học tập làm việc hiệu quả.

Tú Ngân: Mọi người có thêm add in gì không ạ?

Thanh Thu: Ừm anh hỏi ới cho em hỏi về cái điều mà anh nói á là không có một cái phương pháp học tập làm việc hiệu quả thì mình sẽ bị lạc hậu á, thì em cảm thấy là nếu vậy thì em lạc hậu lắm luôn á. Tại vì em nghĩ là chắc sẽ không có nhiều người tìm hiểu về phương pháp học tập hiệu quả, kiểu họ sẽ xuôi theo dòng nước á anh. Vô đại học này kia họ sẽ kiểu mệt mỏi với cấp 3 lắm rồi, họ sẽ thường có một khoảng thời gian hoang mang nay kia thì nghĩa là họ lạc hậu luôn hả anh. Vậy lạc hậu này là kiểu về một bài học nào đó hay lạc hậu về kiến thức chuyên môn, môn học nào đó hay sao hả anh?

Duy Hải: Ừm ok thì anh sẽ lấy kinh nghiệm bản thân nói ra nha, thì cái chữ lạc hậu của anh, tức là mình bị mất đi sự chủ động trong việc tiếp thu những cái kiến thức mới. Thì ví dụ như anh thường lên LinkedIn để coi thử những cái xu hướng hiện tại trong cái việc tuyển dụng nó sẽ như thế nào. Rồi trong quá trình mình làm việc mình thường nhìn lại trong 6 tháng mình đã làm được những gì, có gì vượt bậc, đặc biệt hay không? Nếu không thì phải nhìn nhận lại, tự tìm kiếm giải pháp, bằng cách học tập tìm hiểu và cập nhật thêm tin tức, reflect lại bản thân. Có đúng ý em không thư?

Thanh Thu: Dạ thì em cũng thấy đúng một phần rồi đó, nhưng mà thực ra cũng chưa thỏa mãn lắm.

Duy Hải: Nếu em em stuck chỗ nào thì em cũng nói thẳng để mình cùng discuss, học tập lẫn nhau.

Thanh Thu: Dạ tại vì em cảm thấy như là về cái vấn đề tác hại nếu mình không xây dựng 1 phương pháp học tập làm việc hiệu quả nhiều khi mình cũng không có nhận ra được cái hậu quả của nó đâu. Nhiều khi phải qua một khoảng thời gian, nhìn lại thì mình mới thấy được cái hậu quả, hệ lụy, à là mình cần 1 cái phương pháp. Cho nên khi nghe anh nói về lạc hậu em rất là sợ, tại do em không biết là em có lạc hậu không, liệu mình có đang chịu ảnh hưởng của việc không có một cái phương pháp phù hợp hay không dạ.

Duy Hải: Ừ chắc là do cách anh wording thôi, thì tựa chung chỉ là anh đang muốn nói đến việc update bản thân, update mindset, cùng với việc học hỏi từ những người xung quanh, những người đi trước, cách mà họ execute công việc của từng người, từ đó góp nhặt, kiếm được những cái phương pháp phù hợp bản thân mình nhất. Thì basically anh cũng hay stalk Thảo, coi những người như thảo đang làm việc như thế nào, từ đó mình học hỏi, kiểu vậy.

Tú Ngân: dạ cảm ơn anh Hải và Cám ơn Thư. Thư có add in thêm gì không

Thanh Thu: dạ em cảm ơn anh hải em đã học hỏi được rất nhiều rồi ạ.

Tú Ngân: vậy mình để phần còn lại cho Phúc, quốc anh và Đức trả lời hen?

Diễm Phúc: Dạ với em là chắc chắn 1 kế hoạch 1 phương pháp thành công luôn cần được xây dựng từ những bước nhỏ. Nếu như làm việc học tập mà không có 1 kế hoạch, 1 mục tiêu thì chắc chắn sẽ khó mà thành công hoặc hoàn thành đúng thời hạn. Giống như đi đường mà không biết đường, phải mò mẫm mà đi. Thì nói cụ thể về tác hại, theo em nó đi theo nhiều cái cấp bậc, ví dụ mình không giải quyết được công việc một cách hiệu quả, mình sẽ trở nên căng thẳng, áp lực, lâu dần hơn thì là mệt mỏi và rồi có thể buông xuôi luôn. Và sau một thời gian nghiền ngẫm lại thì mình mới nhìn ra các tác hại đó.

Minh Đức: dạ còn em thì muốn bổ sung ý của bạn Phúc tại vì ý của em cũng gần gần giống như bạn thôi. Đó là nó đem đến những tác hại từ việc không có 1 phương pháp học tập, làm việc. Thì một ý mà em muốn bổ sung là tốn thời gian, tốn công sức. Từ đó mới dẫn đến việc nản lòng, buông bỏ.

Tú Ngân: ừ chị cảm ơn em, còn với Quốc Anh thì sao?

Quốc Anh: Thì em nghĩ có 1 điều đó là khi mọi người bị burned out. Thì nếu mình không có 1 phương pháp học tập làm việc cụ thể, thì mình sẽ dễ trở nên thụ động, khi bị burned out thì mình không còn hứng thú, sự mất hứng thú sẽ dẫn đến sự thụ động, trì trệ. Đối với 1 phương pháp học tập tốt, thì niềm vui nó xuất phát từ việc học tập rồi đến với mình, chứ không phải là mình có niềm vui, mình hứng thú thì mình mới học. 1 Phương pháp học tập làm việc tốt nó giúp cho bản thân có kỷ luật, tự giác và chủ động hơn. Kế hoạch đó chính là điều quan trọng nhất ạ. Đối với em thì là như vậy.

Tú Ngân: giờ mình move tới câu hỏi tiếp theo nha, đó là: Có những quan điểm/ cách thức/ phương pháp/ lời đồn nào xung quanh việc học tập & làm việc hiệu quả mà bạn thường hay nghe về không? Quan điểm của bạn về chúng là như thế nào? EX: phải dậy sớm học bài sẽ dễ thuộc hơn,...

Duy Hải: Anh nghĩ thì hồi xưa sẽ có những cái myth như là ăn cơm thì ko nên đọc sách, bởi làm vậy thì sẽ nuốt mất chữ. Còn có những cái myth như là: buổi sáng là buổi cho những môn học bài, buổi trưa thì học các môn tính toán, tự nhiên. Hồi tiểu học thì cô anh nói là đi vệ sinh thì đừng đọc sách, bởi đi thì chữ sẽ bị cuốn trôi. Ví dụ như là ăn chè đậu đỏ đi thi. Có vùn tay nhiều bla bla. Ừ thì có những cái myth như vậy đó.

Thanh Thu: À về cái Myth này kia thì mình có nghe là không được multitask, không được vừa nghe nhạc học bài ví dụ như vậy. Thì mình cảm thấy những cái myth như vậy nó không đúng với mình á. Như mình thì mình chạy deadline mà nghe nhạc á, nhất là nhạc kiểu nó epic, hùng hồn thì mình

làm rất là oke luôn á. Kiểu nhạc nó khô máu, chiến trường đồ khiến tui học rất là vô luôn á. ừ kiểu kiểu vậy đó nói chung là tui nghe nhạc tui học bài oke lắm.

Tú Ngân: ừ đúng rồi cái này rất là thú vị luôn á, tại do thường người ta nghe nhạc học bài họ hay nghe lofi, nhạc trending này kia, ừm cảm ơn thư đã sharing nha. À mời Minh đức.

Minh Đức: Dạ em muốn nói đến hai cái là: ý đầu là dậy sớm học bài và về cái myth trước khi đi thì phải đi tắm gội đầu này kia. Thì em thấy mấy cái myth này nó không hợp với bản thân em. Em là con người sống về đêm, nên dậy sớm học bài với em là không thể, bởi em học tốt nhất là vào buổi tối. Còn về việc không tắm trước khi thi thì nó với em cũng sai luôn. Tại vì khi mà được tắm rửa sạch sẽ thì đầu óc mình tỉnh táo, sáng suốt hơn. dạ.

Tú Ngân: à Thảo có hỏi là em thường đi ngủ và tỉnh dậy vào mấy giờ á?

Minh Đức: Dạ thường thì em đi ngủ lúc 2h sáng, dậy vào 9h sáng còn nếu buổi sáng có tiết học thì em sẽ dậy sớm hơn .

Tú Ngân: còn Diễm phúc em có sharing gì không?

Diễm Phúc: Thật ra em là một người ít biết về những cái tips học về những cái người lớn hay nói á, mà nếu có thì mọi người này giờ cũng kể hết rồi. Thì cái này cũng không ai dạy cho em, em tự thấy là mỗi người đều có một cái giờ sinh học khác nhau, cho nên mỗi người đều có một cái cách học, thói quen khác nhau. Như với em thì những cái myth nó cũng không ảnh hưởng đến cách học của mỗi người nhiều lắm, nên em không nhớ đến nhiều ạ.

Tú Ngân: Thì chị add in thêm câu hỏi của thảo á, là song song với những cái lời đồn, những phương pháp thì mọi người có thấy cái cách thức nào nó nổi tiếng mà mình không áp dụng được hay học hỏi được không? Ví dụ như là nghe sóng âm học bài, phương pháp pomodoro, học 25 phút, nghỉ 5 phút chẳng hạn, hay là trồng cây. Thì đó là một số cái phương pháp nó trôi nổi, thì mọi người thấy nó như thế nào?

Minh Đức: em thấy cái pomodoro á chị, thì cái đó em thấy nó không có phù hợp với em, mà em cũng không có áp dụng được. Kiểu như mình đang có cái mạch tư duy á, mà mình phải ngắt nó đi thì em cảm thấy rất hụt hẫng và mất hứng, nó bị trì hoãn cái mạch làm việc của mình á cho nên em cảm thấy nó không phù hợp với em.

Tú Ngân: Ừ đúng rồi chị cũng giống như em vậy, chị cũng không biết sao cái phương pháp này nó nổi tiếng đến vậy.

Duy Hải: Anh thì lại quen thuộc với cái Mindmap hơn, đó là một cái phương pháp mà với bản thân anh nó phù hợp và anh đã sử dụng trong một thời gian dài. Cái mind map này giúp anh nhớ lâu và

giúp anh revise, học tập tốt hơn. Còn mấy cái như trồng cây, nghe sóng âm này kia thì anh thấy nó không có work với anh lắm.

Quốc Anh: đối với em thì cái cách học mindmap của anh hải không phù hợp với em lắm. Tại do em kiểu Young Stuck á chị, em không có đủ kiên nhẫn và có đủ hoa tay để vẽ mind map. Nhìn mình vẽ xấu quá em cũng bị áp lực á chị. Em thì lại phù hợp với cái cách học pomodoro á chị. Em cảm thấy em đang được học chung với mọi người, cái kiểu mình học tập mà có người đồng hành cùng mình, giúp em có động lực á chị. Khi em học với cái người trên video đó thì em cảm giác em đang được giao tiếp với họ bằng cách học bài chung. Thường em bật pomodoro tầm 1 tiếng sau đó nghỉ tầm 10 đến 15 phút á chị. Em cảm thấy đây là cách học khá là hiệu quả với em. Kiểu khi mình học mà có người cùng phát triển, không có bị lạc lõng và cô đơn. Dạ đây là cái quan điểm của em.

Tú Ngân: Ừ cảm ơn Quốc Anh nha, thì chị cũng có một số cái experience giống với em á. Thì cái đợt dịch chị có dùng cái app gather town á, kiểu nhân vật pixel tương tác cùng nhau. Thì bạn bè của chị cũng xài và tụi chị cùng làm việc, cùng online process với nhau. Thì Học chung làm việc chung như vậy với những người bạn đồng hành thì nó với chị đã trở thành cái thói quen, và giúp chị tập trung tốt hơn trong công việc.

Ừ vậy thì câu hỏi tiếp theo ha, đó là: Bạn nghĩ phương pháp/ cách thức học tập & làm việc hiện tại của bạn thân có đang hiệu quả không? Hiệu quả đến mức nào? Lý do có thể là gì?

Diễm Phúc: Dạ với em trước nha thì em nghĩ là cái phương pháp, cách thức học tập hiện tại đó với em thì nó đang khá là hiệu quả. Thì hồi trước em hay đặt nặng cái việc mình thích hay không thích. Thì khi em làm những việc em thích trước thì em hết năng lượng, từ đó bỏ qua mấy việc em không thích. Thì từ đó em có rút kinh nghiệm, không có đặt nặng cái sở thích của mình lên công việc nữa và đối xử với chúng một cách công bằng. Đạo gần đây thì em đã tận hưởng công việc hơn, vừa làm việc vừa cảm thấy vui.

Tú Ngân: Vậy em có thể chia sẻ chi tiết hơn về cái làm việc hiện tại được không?

Diễm Phúc: thì em cũng không biết phải gọi tên nó làm sao, nhưng em biết cách cân bằng giữa multi tasking một cách thông minh chứ không bị nghiêng hoàn toàn về một việc gì á chị.

Tú Ngân: Vậy còn ai muốn sharing không ạ, vậy Đức nói trước nha.

Minh Đức: Dạ em có phương pháp mà em hay sử dụng, cái đầu tiên là active recall. Thì ví dụ như là mình đang rửa chén, nhưng mình cũng nhắm nhắm lại nội dung bài, trước khi đi ngủ cũng có thể sử dụng phương pháp này. Thì cái phương pháp thứ 2 em cũng không biết phải gọi ra làm sao, tại vì em học sư phạm á, thì khi em học gì đó, thì em hay tưởng tượng là em phải giảng bài cho học sinh ở dưới. Thì cái cách này nó giúp em học kỹ hơn, với lại nhớ lâu hơn. Mà về lâu về dài, từ cái chuyện mình đặt ra viễn cảnh như vậy nó sẽ tạo cho mình cái thói quen ngay cả khi mình đứng bục, đứng lớp. Tự ép mình diễn đạt ngắn gọn dễ hiểu, dễ thuộc, học kỹ càng.



Tú Ngân: ừ chị cảm thấy hay quá ha, kiểu mỗi trường sẽ có một cái cách học nó được customize rất là riêng luôn.

Duy Hải: Anh Cũng có add in về một trải nghiệm tương tự Minh Đức, là khi mình tạo ra cái viên cảnh đứng lớp giảng bài như vậy á, thì nó là một phương pháp rất là có ích. Bởi vì mình không chỉ cần phải học kỹ, nắm kỹ kiến thức, mà còn phải làm sao để trình bày cho mọi người hiểu được cái idea của mình, luyện cho mình được cái cách trình bày, cách tư duy nữa. Ừ thì đó là cái add in của anh đối với idea của Minh Đức.

Tú Ngân: Mọi người còn lại thì sao hả mọi người, mọi người có muốn chia sẻ gì không?

Thanh Thu: tui không biết có nên nói không nữa do tui hoq chắc phương pháp này nó hợp pháp do nó rất là toxic luôn á. Nó tên là "Nước đến chân mới nhảy". Kiểu như mọi người có biết cái nghiên cứu là trong cái trạng thái nửa tỉnh nửa mê thì mình sẽ sáng tạo tuyệt đỉnh luôn á. Thì nó cũng tương tự với việc nước đến chân mới nhảy. Kiểu như là áp lực tích cực á, cho nên khi ai giao việc cho tui thì tui sẽ hay nhờ họ giao cái deadline nó sát sát để tui có động lực tui làm á. Ừ kiểu kiểu vậy.

Quốc Anh: Phương pháp của em thì cũng giống giống với phương pháp của chị thư á chị, thì em hay tạo cái áp lực cho bản thân khi mà em làm bất cứ điều gì đó. Em thường nhìn vào những người giỏi hơn em, kiểu như em ielts 7 chấm, thì có những bạn 7.5, 8 chấm thì em sẽ có một cái nguồn năng lượng, động lực để học tập và làm việc á chị. Buộc em phải đứng dậy và tiếp tục học hỏi để không tụt lại phía sau mọi người á chị.

Tú Ngân: À Đức có hỏi là em xem những bạn giỏi hơn là đối thủ cạnh tranh hay là như thế nào.

Quốc Anh: à đối với em thì trong mặt nào đó, trong khía cạnh của việc học thì em xem họ là đối thủ, để em có thể bắt kịp và cạnh tranh, nhưng một mặt khác em cũng dành sự tôn trọng, và muốn kết nối, học hỏi thêm từ họ á chị.

Minh Đức: Em thì em không có coi ai là đối thủ, em muốn họ là người bạn đồng hành với mình, cùng mình đi lên. Mình sẽ tìm những điểm tốt để bù trừ cho nhau. Ví dụ trong khi làm việc nhóm, em là một người không có kỷ luật lắm, nên em sẽ cố gắng liên kết với những bạn có kỷ luật để có thể cùng nhau bù trừ á chị.

Diễm Phúc: Còn em thì muốn add in thêm thông tin, tại vì mỗi người đều có một phương pháp phù hợp với bản thân mình rồi. Thì em nói trên những cái mà mọi người đã nói nãy giờ. Thì em không có phản bác với những cái lợi ích mà những phương pháp học tập được đặt tên nó mang lại. Tại sao em lại nói là đặt tên, tại vì không phải ai cũng lên search cái tên một phương pháp cụ thể để học tập. Thường họ sẽ adapt, cải biên theo phong cách của mình để phù hợp bản thân cho việc học tập và việc làm của mình.

Tú Ngân: Thì cảm ơn mọi người mọi người chia sẻ thực sự rất là nhiều rất là hay luôn. Thì câu hỏi cuối cùng của topic 1 đó là : Theo bạn, những gì có thể là trở ngại/ rào cản khiến bạn và bạn bè/những người trẻ khác khó có thể thực hành một phương pháp học tập nào đó? Vì sao?

Diễm Phúc: Em nghĩ là do có một vài bạn sẽ có tâm lý là không muốn gò mình vô một cái kế hoạch hay một cái quy củ nào đó, có thể một mặt khác là các bạn không biết nên bắt đầu từ đâu, làm sao để research cái nguyên lý đứng đằng sau của cái phương pháp đó. Dạ.

Tú Ngân: Oke cảm ơn câu trả lời của Phúc hen, còn mọi người có cái idea nào nó popup ngay trong đầu không?

Duy Hải: Ở anh nghĩ chắc là thứ nhất về tính cách mỗi người là khác nhau, có những bạn kiểu task nào tới thì làm thôi, chứ không muốn bị gò bó bởi một loại phương pháp học tập nào. Cái thứ hai là về môi trường sống, cái việc mà bạn không có điều kiện tiếp cận các phương pháp học tập chẳng hạn, thì đây cũng có thể là một cái bất lợi để các bạn tiếp cận những điều mới.

Tú Ngân: Thảo có add in là mọi người có follow KOL nào mà thấy người ta nói hay quá nhưng mà mình không áp dụng được đâm ra mình bị hoài nghi hay không?

Duy hải: Thì anh thấy hồi trước anh có follow một cái group notion á, thì mọi người hay lấy những template mẫu để sắp xếp công việc á, thì đôi khi việc lạm dụng những cái template sẽ khiến mình không hiểu cái ẩn ứng cái cách nó được tạo ra ở phía sau á, kiểu mình bị phụ thuộc. Đến khi mình rơi vào cái hoàn cảnh phải tự tạo một cái template đi chẳng hạn thì không biết phải làm như thế nào.

Thanh Thu: Thì theo mình cái khó khăn để mà thực hành một cái phương pháp nào đó, thì nó là do cái tâm lý các bạn đó, kiểu như là họ không muốn theo một cái phương pháp nào đó, khó để khuyên họ, kiểu như nó thuộc về cái tâm lý trở ngại á.

Tú Ngân: Vậy nói về tâm lý đi ha, tui cũng có một cái observation thì kiểu những cái self help đồ nó bị bão hòa, rằng nó sẽ không helpful nhiều đâu, thì cái tâm lý nó không workout với mọi người dẫn đến mình không dám thử, nó là một kiểu tâm lý gây trở ngại ha. Vậy mọi người có add in thêm gì hay suy nghĩ gì không? Quốc anh thì sao, em có suy nghĩ thêm gì không?

Quốc Anh: Em cũng có suy nghĩ giống giống với chị Thu á, là hồi cấp 3 em từng một thời hay bị cái cảm giác buông xuôi á chị. Kiểu em bị rất sợ đối mặt với những người cố gắng á chị. Thì em có cảm giác khi ai mà tới động viên em này kia em cảm thấy rất sợ, kiểu như là từng cái vết dao nó cắt vào từng thớ thịt của mình á chị. Lúc đó em nghĩ tới cái tâm lý buông xuôi thì em phải mất rất nhiều thời gian mới có thể vực dậy từ từ. Thì cái sự động viên của mọi người sẽ làm cái tâm lý buông xuôi của em ngày càng nặng hơn á chị. Nên là những khoảng thời gian đó em sẽ ở một mình, thì hồi đó em cũng thường tìm đến những cái podcast á chị. Của The Present writer, chị Chi

Nguyễn á chị. Thì thêm 1 cái podcast là Genz Tập Lớn. Thì bạn đó không có kênh youtube, mà bạn đó chỉ có một cái kênh podcast. Khi nghe thì em thấy đồng cảm và lắng nghe được sự động viên từ mọi người. Nó tốt dần lên thì em cũng cảm thấy mình dần có thể tiến bộ.

Tú Ngân: Ừ thì cảm ơn em và mọi người đã chia sẻ, thì giờ cũng đã kết thúc phần câu hỏi của topic 1 rồi.

## **Topic 2: OVERALL PERCEPTION ABOUT BRAIN & MIND SCIENCES IN STUDY & WORK EFFECTIVENESS**

Tú Ngân: Câu hỏi đầu tiên dành cho mọi người trong buổi discuss ngày hôm nay chính là: Mọi người thường hay theo dõi những nguồn thông tin nào về việc học tập & làm việc hiệu quả? Và mọi người đã đánh giá mức độ tin tưởng của bản thân vào chúng như thế nào? Mọi người liệu có thực hành theo những kiến thức đó hay không? Hay là chỉ dừng ở mức à tôi biết cái này nhưng mà cũng chỉ dừng lại ở việc biết thôi?

Diễm Phúc: Dạ thì để mà nói về nguồn thông tin thì với em em ít đọc sách đồ, nên hay xem Khánh Vy vlog á chị, cho tới giờ thì em cũng xem được gần 2 năm rồi. Thì cái lý do đầu tiên là em cảm thấy kênh này rất hay, những thứ như là những cái tips về học tập, làm việc, tăng khả năng tập trung. Kiểu như thứ nhất là nó có một cái hình tượng mà bản thân em luôn muốn hướng đến á. Kiểu như chị Khánh Vy là một người rất xinh đẹp, tự tin, và năng động. Thì em cũng muốn là mình có thể trở thành như chị, một người thành công và tự tin như vậy á. Với lại là trong quá trình xem thì em cũng thấy chị hay share những cái kiến thức liên quan đến học tập, làm việc, phong cách sống này kia. Kiểu như từ một mặt nào đó thì em tìm được cái sự gần gũi khi mà em xem kênh của chị ấy. Và thêm một cái nữa là em cảm thấy hành trình của chị với em trong sự nghiệp, cuộc sống này kia cũng có nhiều nét tương đồng và đáng học hỏi á chị. Thì em thấy kênh giống như là một người bạn cùng đi cùng học với mình vậy á. Mọi thứ đều gần gũi và tự nhiên.

Quốc Anh: Dạ để nói về những page hay kênh em follow làm việc học tập hiệu quả thì em hay lên youtube, cụ thể là chị Chi Nguyễn bởi vì chị ấy hay chia sẻ rất nhiều những cái tips và kinh nghiệm để có thể quản lý thời gian hiệu quả. Thêm nữa là mình lập được cái kế hoạch và theo dõi tiến độ kế hoạch sát sao. Và đảm bảo cái tiến độ cái quá trình thực hiện của mình nó tốt. Thì mức độ em tin tưởng tầm 80 đến 90 phần trăm thôi. Tại vì một số cái chị chia sẻ thì nó không phù hợp với em. Bởi vì em tin là mỗi người đều có một cái cách học của riêng. Bên cạnh đó em còn follow tiktok của một bạn tên Hồng Phương. Thì bạn có chia sẻ những cái kinh nghiệm học tập và làm việc hiệu quả. Và cái nghề nghiệp mà bạn đang làm nó cũng tương đồng với em là copywriting. Em ngẫm ra là nếu em lấy một chút của chị Chi Nguyễn, một chút của bạn Hồng Phương thì sẽ ra cái cách học của riêng em.

Thanh Thu: Những cái nguồn thông tin mà mình hay theo dõi là: chị The Present writer, Anna Hà nội. Mà kiểu đa số mình xem để có động lực học mà thôi, chứ tin tưởng thì không á. Vì mình chỉ tin tưởng chính mình thôi. Xem lướt qua là nhiều, chủ yếu nguồn tin tưởng vẫn là thầy cô giảng

viên, bạn bè xung quanh, tin tưởng những người gần gũi với mình hơn, lời khuyên personalized vẫn ok hơn. Ngoài ra thì có xem The Hanoi Chamomile vì thấy lời khuyên và hướng dẫn của anh này hay.

Minh Đức: Em xem nhiều á, em hay xem mấy anh như Khiemslays, Minh xinh chào, và The Present Writer. Anh Minh xin chào nói về copywriting khá hay. Với em cũng hay xem chị Khánh Vy nữa. Em đánh giá mức độ tin tưởng những người này từ 80 đến 90%. Em đánh giá cao những người này vì xem và tin vì thấy các anh các chị có một cái background, một cái trình độ nhất định để mình tin theo mà học hỏi. Họ có được việc làm và những vị trí, thu nhập cao. Một điểm nữa là do cái cách họ diễn đạt, nguồn năng lượng họ mang đến và độ tuổi, kiểu họ nói chuyện nó gần gũi, giúp em dễ tiếp thu với ghi nhất nên em cũng hay xem. Còn để mà áp dụng những thứ mà các anh chị đó nói thì có cái em ứng dụng được có cái không. Ví dụ như là cái Active Recall thì em ứng dụng được, còn cái Pomodoro thì em không ứng dụng hiệu quả.

Trần Duy Hải: Đối với anh thì anh không chỉ coi từ 1 nguồn mà từ nhiều nguồn khác nhau, gần đây thì anh hay coi nino mars, Khánh Vy, Vietcetera. Mới đây thì mình có coi thêm The laptop về thông tin tuyển nhân sự. Về mức độ tin tưởng thì những cái kiến thức này mình coi là tham khảo, mình sẽ coi cái nào nó phù hợp với mình để mình chắt lọc nó. Nhưng thường thì ít có cái nào nó thực sự hợp với mình, nên mình sẽ tự tổng hợp nó ra luôn. Mình sẽ tự học theo cách của mình.

Tú Ngân: Hm, vậy cho mình hỏi một câu popup thôi hen, mọi người thường prefer nghe/ xem các nguồn thông tin/chia sẻ từ người trẻ cùng lứa với mình hơn hay từ các chuyên gia, master & PhD hơn?

Diễm Phúc: Em cảm thấy nguồn thông tin từ expert luôn đáng tin hơn mấy thứ trôi nổi không rõ nguồn gốc ngoài kia. Ví dụ như thuốc men, các loại thuốc gia truyền ngoài thị trường thường không đáng tin với em như các lời khuyên, nghiên cứu của các bác sĩ, chuyên gia trong lĩnh vực đó. Nhưng mà với cá nhân em em thích nghe các bạn cỡ tuổi mình hơn, những người trẻ trẻ chút.... Em hơi không được thích nghe expert là do cỡ tuổi của những người chuyên gia thì họ sẽ truyền đạt những kiến thức theo cách không được gần gũi với người trẻ tụi mình á chị

Quốc Anh: chuyên gia, expert thì cũng rất tốt đó ạ, tuy nhiên như em có chia sẻ thì em hay xem các bạn gần tuổi mình hơn á chị, em nghĩ chắc là phối hợp cả 2 nguồn từ chuyên gia như Đức nói á chị, và nghe thêm trải nghiệm của các bạn trẻ như mình ạ

Thanh Thu: tin bản thân mình nhất vì sau cùng mình mới là người quyết định. Ý là, mình có thể sẽ nghe xem và tôn trọng các bậc đi trước, các chuyên gia, cũng như lắng nghe/ tôn trọng trải nghiệm của mọi người xung quanh nhưng sẽ không có ai mình tin hơn mình á

Minh Đức: Em thấy ok nhất vẫn là phối hợp 2 nguồn. Em sẽ nghe Lý thuyết hàn lâm từ những người phd, master. Thì họ sẽ có những cái lời khuyên chín chắn, có bằng chứng khoa học; có tính

xác đáng và có độ tin cậy cao. Còn đối với người trẻ thì em sẽ chọn học cách họ làm, những cái trải nghiệm hay mấy thứ gần gũi hơn. Bởi vì cái hướng đi của họ nó phù hợp với độ tuổi, tính cách thể hệ của em. Đôi khi họ sẽ có nhiều cái sáng tạo, biến tấu khác biệt hơn so với những người lớn. Thì nếu mà được chọn thì em sẽ chọn người trẻ, xem xem độ tuổi em tại vì em đánh giá cao chuyện làm hơn là chỉ lý thuyết suông.

Trần Duy Hải: Anh thấy cái câu hỏi nó khó để trả lời quá nè Ngân, kiểu phải chọn á. Anh thì nếu phải chọn thì anh tin expert hơn nhen. Dù sao thì người ta cũng là những người có thâm niên trong lĩnh vực nghiên cứu của họ, lý thuyết của họ có bằng chứng rõ ràng, các thông tin từ chuyên gia thì luôn đáng tin mà. Kiểu như họ vừa có kiến thức vừa có kinh nghiệm ấy

Tú Ngân: Dạ em cảm ơn anh Hải đã chia sẻ, vậy em cũng có một cái thắc mắc là liệu mọi người có tin vào kiến thức khoa học không? Hay cụ thể hơn là mọi người đã bao giờ nghe về khoa học não bộ chưa? Và điều gì sẽ pop up trong đầu mọi người khi mà mình được nghe hoặc là nhắc đến tới thuật ngữ này, đặt trong bối cảnh học tập & làm việc?

Diễm Phúc: Kiến thức khoa học thì em rất là tin. Thì thực sự mà nói thì ví dụ như là những việc về trị bệnh đi, thường sẽ có những cái bài thuốc về dân gian chẳng hạn, thì thường mình không biết được là liệu nó có đúng hay không á. Còn nếu mà có cái sự chứng minh của khoa học thì sẽ có có nền tảng để mà mình tin tưởng hơn á chị, kiểu như có tính tin tưởng, thiết thực cao. Và để mà nói về điều gì mà em nghĩ ra ngay trong đầu thì đó là mình sẽ nghĩ ngay đến một cái phương pháp giúp mình học tập và làm việc hiệu quả hơn.

Quốc Anh: Riêng em thì em hoàn toàn tin vào kiến thức khoa học. Em thấy là mỗi lần em tập thể dục thì như kiểu bộ não em nó cũng tập thể dục theo. Nên là em cảm thấy năng suất em sẽ hiệu quả hơn. Ví dụ 1 ngày em không tập em chỉ có thể làm việc 3 tiếng thôi, còn nếu em có tập thì em có thể làm 8 tiếng một ngày. Dạ kiểu như vậy. Vậy thì tập thể dục thực sự giúp cho cái quá trình học tập làm việc mình nó hiệu quả hơn. Khi mà em nghe tới cái từ khoa học não bộ thì em liên tưởng đến một bộ phim mà em hay coi, thì trong bộ phim đó khi mà người ta tiếp xúc cận kề với cái chết thì não bộ của họ sẽ hoạt động 100% nơron thần kinh. Còn khi không có sự kích thích hay hoàn cảnh đặc biệt thì bình thường mình chỉ dùng chưa đến 10%. Dạ thì khi nhắc đến khoa học não bộ thì em liên tưởng đến điều đó.

Thanh Thu: Thì cái kiến thức khoa học á, mình là một cái người tin vào hệ tâm linh, kiểu 50/50 á, là mình có tin tưởng về những thứ khác nữa chứ không chỉ dùng mỗi khoa học để giải thích. Về khoa học não bộ mình nghe bao giờ chưa, thì thực ra mình đã từng nghe mang máng ở đâu rồi chớ để mà biết rõ hay này kia rõ ràng thì thực sự là cũng chưa. Thì lúc mà nghe cái thuật ngữ này thì khoa học não bộ nó sẽ là một cái môn khoa học nghiên cứu, thứ nhất là nghiên cứu về bộ não, kiểu thành phần nơron này kia á, còn thứ 2 là người ta sẽ nghiên cứu về những cái case study về vai trò của bộ não trong lúc học tập hoặc là làm việc.

Minh Đức: Câu trả lời của em là em có tin vào kiến thức khoa học, còn nghe về khoa học não bộ thì em chưa. Và cái hình dung của em đối với khoa học não bộ nó cũng giống như những ngành khoa học khác như hóa học toán học vật lý học. Thì em nghĩ rằng khoa học não bộ nó là những hoạt động nghiên cứu hành động của não nói chung. Thì theo như kinh nghiệm của em từ hồi học cấp ba tới giờ luôn, là những cái kiến thức, những cái cách chăm sóc bản thân hay học tập này kia là em đều học tập và đúc kết từ những người đi trước, từ cái kinh nghiệm, và chứng minh của họ. Nếu mà mọi thứ nó chỉ dừng ở mức gọi là truyền miệng này kia thì cùng lắm nó chỉ dừng lại ở mức myth mà thôi, không có đủ để mình sử dụng và áp dụng vào cuộc sống của mình á chị. Nhưng mà nếu cái kiến thức đó nó bắt nguồn từ cơ sở khoa học thì lại là khác, kiểu như em sẽ có cái mindset là à nó có cơ sở chứng minh thì rất đáng để tin tưởng và học hỏi luôn á chị. Chưa nói đến việc mình có thể áp dụng hay không, mà nhìn vào những cái cơ sở nó bày ra đó, rồi những người khác họ sử dụng, tin theo thì dẫn đến là mình cũng có niềm tin và cơ sở để tin theo chứ không phải là truyền miệng, nói nham nhảm ngoài kia mà không biết đúng hay sai.

Trần Duy Hải: Mình rất tin vào nền tảng khoa học, mọi thứ nhân loại và xã hội có ngày nay cũng đều đi ra từ nền tảng khoa học mà. Khi mà mình nghe đến cái khoa học não bộ thì mình nghĩ đến việc phát triển não bộ một cách khoa học. Ờ, thì điều gì mà mình nghĩ đến thì nó giống như trong bộ phim Lucy á, như cái việc mà mình sử dụng được bao nhiêu phần trăm bộ não mà mình có thể sử dụng được.

Tú Ngân: Ừm em thực ra cũng đồng tình với mọi người á, là những cái gì mà nó thuộc về science based thì sẽ có cơ sở để mà mình tin tưởng hơn. Mình hỏi thêm 1 câu add in ha, đó là "Mọi người nghĩ rằng các kiến thức về khoa học não bộ nên được truyền đạt dưới hình thức như thế nào thì mọi người sẽ thích? Hình thức nào mà mọi người cho là thu hút mọi người?"

Diễm Phúc: Em thích visual phải thật hút mắt, vì dù sao nhưng dự án của các anh chị đi, TA có thể là người trẻ tụi em thì visual là 1 cái gì đó nó siêu quan trọng luôn. Thêm cả cái tính mới nữa, em thích

Quốc Anh: Em thích visual hút mắt luôn, giống Phúc nói.

Thanh Thư: Tui không biết mọi người sao chứ tui thích mấy cái seminar lắm nha. Mấy cái seminar mà mời chuyên gia expert khoa học về trường xong rồi mình dô ngồi máy lạnh chill chill nghe kiến thức người ta nói á. Tui không rõ trường khác sao, chắc do bên trường tui mấy phòng seminar này kia cũng tốt nên tui khá thích hình thức này. Chưa kể là do tui cũng dân quốc tế học, hay phải nghe giảng lịch sử, chính trị rất dài rất lâu nên cũng quen cũng thích nghi tốt nên mới thích mấy cái seminar như vậy á.

Minh Đức: Em thích reels hay mấy video ngắn ngắn trên youtube shorts, facebook đồ á chị, em nghĩ mấy cái hình thức đó nó phù hợp với em, kiến thức mà, truyền tải ngắn gọn dễ hiểu súc tích thu hút là ok. Với lại tại vì ngày nay em thấy mọi người đều khá là bận rộn á chị. Thì khi có cái dạng

clip ngắn chia nhỏ thông tin ra thì nó sẽ tiết kiệm thời gian với dễ thu hút người ta hơn. Mà clip ngắn còn bắt mắt, có âm thanh hình ảnh này kia thì người ta sẽ dễ theo dõi hơn. Dạ theo em thấy là như vậy.

Trần Duy Hải: Anh thích infographics nha. Tại vì anh thấy như khoa học não bộ đi, nó là mấy kiến thức khoa học còn mới với anh, rồi não bộ nữa. Nó nên được thể hiện/ trình bày một cách súc tích, như mindmap vậy á em, và phải từ những thứ đơn giản dễ hiểu đi lên, phải cho mình hiểu được nó từ cơ bản nhất á.

Tú Ngân: ...Vậy bây giờ em cũng có một thắc mắc là không biết rằng mọi người liệu sẽ có sự kỳ vọng như thế nào về một dự án phi lợi nhuận có thể giúp mọi người hiểu hơn về não bộ để mà từ đó học tập & làm việc hiệu quả?

Quốc Anh: Với một cái dự án phi lợi nhuận này thì em mong muốn nó có thể cung cấp cho em những cái thông tin cần thiết để giống như mình có thể đánh lừa não bộ của mình á chị. Thì em cảm giác giống như em ngồi học trên bàn 3 tiếng thì giống như em cảm thấy mệt mỏi, nhưng không thực ra nó chỉ là cảm xúc nhất thời. Thì em sẽ có thể tìm cách đánh lừa bộ não để nó trở lại trạng thái bình thường. Thì em mong rằng dự án mình cũng giống như vậy, nó sẽ bày cách cho những ai quan tâm biết thêm về cách thức đánh lừa não bộ, đồng thời bày thêm những cách để não bộ có thể ăn thông tin. Ví dụ như là gan đi nếu ăn quá nhiều thì sẽ có tác dụng xấu. Bộ não cũng vậy thì nếu tiếp xúc quá nhiều thông tin mà không có sự chọn lọc thì nó cũng sẽ gây hại đến tư duy và bộ não của chúng ta. Thì em mong muốn dự án của mình có thể làm được điều đó.

Diễm Phúc: Em mong chờ ở một dự án phi lợi nhuận thì em nghĩ là ở đây nó chỉ cần làm tốt được 2 cái outcomes: đầu tiên là cho mọi người biết đến rộng rãi về cái khoa học não bộ, và cũng như là hiểu về những cái phương pháp liên quan đến khoa học não bộ để mà áp dụng được trong học tập và làm việc. Cái thứ hai thì kiểu như là nói cho mọi người, nhấn mạnh cho mọi người về cái lợi ích của việc áp dụng khoa học não bộ, nó sẽ giúp cho cái kế hoạch học tập của mọi người sẽ hiệu quả hơn. Đó là 2 cái outcomes còn về những cái action thiết thực thì em có nghĩ tới 1 cái mà em rất là thích đó là mấy cái chuỗi hoạt động đi từ những cái định nghĩa cho tới những cái gì đó mà nó được thực hành. Thì đầu tiên là ở định nghĩa thì em mong chờ là có thể nghe được, gặp gỡ được những người diễn giả thông qua mấy cái ví dụ như là talk show nè, ví dụ như là workshop nè, nếu mà gần hơn thì có thể là webinar, dạ, để cho mình có thể hiểu được nhiều hơn về cái định nghĩa cũng như là cái sự tồn tại của cái khoa học não bộ đó trong làm việc. Rồi sau đó em mong muốn có những cái action, hoạt động ở ngoài đời thực mà nó thiết thực, cụ thể nó có thể đi từ cái lợi ích thấy liền và cái lợi ích dài hạn, ví dụ như có những cái phương pháp nào mình có thể áp dụng mà mình thấy được lợi ích trong 5-10 phút hoặc là những cái phương pháp nào mà mình có thể thấy được cái lợi ích lâu hơn. Thì ngoài ra còn về cái mặt online thì em thấy dự án này, em cũng chưa biết sao nữa em chưa có thể tưởng tượng ra cái visual để cho mọi người có thể cảm thấy gần gũi về mặt truyền thông như là não bộ thì nó vẫn còn gì đó hàn lâm, nên em mong là nó có thể tiếp cận được bằng việc tạo ra một cái hình tượng mà mọi người có thể thực hành theo



mỗi ngày ví dụ như là mình combine các cái video study with me với cái việc mình áp dụng khoa học não bộ vào trong học tập, làm việc.

Thanh Thu: Thực ra thì để mà nói thì bản thân tui nha, là tui sẽ không kỳ vọng quá nhiều ở một dự án phi lợi nhuận. Ở thì tại do mình cũng hiểu mà, là phi lợi nhuận thì mình cũng không có nhiều kinh phí, tài trợ này kia. Nhưng mà thấy mọi người nói ở trên như vậy thì coi như là tui cũng nương theo, tui nói thêm cho mọi người mấy nét chấm phá nhằm nhĩ của tui. Tui mong rằng mình có thể dành một cái phần chi phí để mở rộng cái mạng lưới của khoa học não bộ, giữa sinh viên với sinh viên, trường này với trường khác. Kiểu như mình có thể kết nối nhiều hơn, có những kết nối giữa những người biết nhiều với những người chưa biết. Ví dụ như những buổi meeting hay là workshop, trao đổi. Mình nghĩ mình nên quốc tế hóa một xíu tại do đa số sinh viên Việt Nam thì không có rành khoa học não bộ như các bạn sinh viên quốc tế mình nghĩ vậy. Thì tui cũng rất mong rằng á là một dự án phi lợi nhuận mà mang cái tính education cao như này thì thứ mà tui kỳ vọng nhiều nhất vẫn là những cái chất lượng mà nó mang lại, ví dụ như là sự hiểu biết nè, kiến thức nè. Ở đó, chứ tui không mong là nó sẽ trở thành một cái gì đó bề mặt, kiểu ít ra nó phải mang lại cho mình một cái giá trị nào đó để giúp ích mình, với khiến cho mình ngẫm lại là à: Cái chiến dịch này đã giúp mình nhận ra điều này điều kia, biết thêm những thứ rất là bổ ích chẳng hạn. Ở thì đó là suy nghĩ với kỳ vọng của tui.

Trần Duy Hải: Ừm thì anh cũng có cùng cái suy nghĩ của Thu á là như vậy, anh mong là dự án nó sẽ mang lại một cái giá trị thực sự nào đó mà chứa đựng cái gọi là dư âm á. Là nó đem lại giá trị cho cộng đồng: Thứ nhất giúp người ta hiểu được khoa học não bộ là như thế nào, hai là khoa học não bộ hoạt động ra làm sao trong quá trình làm việc học tập. Từ đó mọi người có thể áp dụng nó vào học tập và làm việc cụ thể hơn.

Thực ra thì anh cũng từng gặp nhiều những cái dự án phi lợi nhuận rồi, như những kỳ bảo vệ đồ án thì anh cũng có hay đi xem á. Thì anh thấy là để mà sau cái dự án đó, nó đọng lại kiến thức hay là sự nhận thức rõ rệt nào đó thì thực sự vẫn rất khó và anh thấy ít nhóm nào gây cho anh ấn tượng thực sự để mà kiểu: ồ quao sau 2 tháng, 3 tháng sau mình vô tình nhớ lại mình vẫn nhớ rõ cái nhóm đó hay là nhớ cái campaign đó nó làm về gì về gì, xuất sắc ở chỗ nào. Đương nhiên là phi lợi nhuận mình sẽ gặp nhiều khó khăn, có thể về kinh phí hay nhân lực, nhưng mà nếu để kỳ vọng, thì không chỉ riêng anh nha, mà anh tin là những ai biết đến dự án cũng sẽ có những cái kỳ vọng như kiểu: dự án sẽ làm mình quào, dự án sẽ cho mình thấy được cái điểm khác biệt so với nhan nhản những cái gì nó the same topic ngoài kia. Ừ thì anh vẫn mong nó có một cái giá trị bền lâu, kiểu như vậy á. Tiếp đến là anh mong muốn dự án đó phải nói được cho mình ít nhất là những cái kiến thức mà gần mình trước hết chẳng hạn, như là đi từ những cái định nghĩa trước hết, rồi sau khi mình hiểu rồi thì sẽ cho mình biết thêm kiểu như thói quen nào đang duy trì là tốt cho não, thói quen nào là xấu cho não, để quản lý các đầu task này thì nên vận dụng bộ não như thế nào, vân vân. Đó anh nghĩ là anh sẽ cần các dự án khoa học não bộ nói cho mình nghe là có gì mình biết và đang làm đúng rồi, hay có gì mình đang hiểu sai hay chưa biết gì không, rồi phải chỉ được cho mình chắc khắc phục hay áp dụng được cái kiến thức đó nữa. Anh nghĩ đó là những gì anh chờ mong á.

Minh Đức: Cũng giống như việc em mong đợi từ những người phd, master và những người trẻ, với dự án em mong chờ cả 2 đối tượng, dự án sẽ có thể cung cấp kiến thức hàn lâm, và những người trẻ thì sẽ chia sẻ cái trải nghiệm, gắn gũi với độ tuổi của em hơn. Thứ 2 em mong dự án có những cái plan xa hơn, khi mà dự án đã hoàn thành thì sẽ còn có những cái workshop để mà mình thực hành, thực tập. Một điều nữa là thì em có một cái kỳ vọng là dự án nó sẽ không quá gói gọn ở một nơi nào ấy ạ. Tại do em vốn là sinh viên sư phạm, thì những cái vấn đề như là tâm lý não bộ phương pháp học tập này kia em nghĩ là sinh viên sư phạm như tụi em sẽ có hứng thú rất nhiều. Tại do ngay cả chính bản thân em đi thì em cũng rất quan tâm đến cách mà em tiếp thu hay học tập này kia. Thì nếu để mà kỳ vọng thì em kỳ vọng dự án sẽ được thực hiện sao mà nhiều người biết hơn á chị, kiểu như là sinh viên trường này làm đồ án thì sinh viên trường này biết cái đồ án đó mà thôi, còn những bạn sinh viên nơi khác thì không biết được á chị.

Tú Ngân: Thế thêm một câu hỏi cuối để chốt hạ buổi thảo luận nhóm hôm nay của tụi mình ha mọi người. Theo bạn, đâu có thể là những lý do khiến bạn hay bạn bè/ những người trẻ khác cảm thấy chán nản/ không hứng thú khi nghe về/ theo dõi các thông tin/kiến thức liên quan đến học tập & làm việc hiệu quả dựa trên khoa học não bộ?

Diễm Phúc: Thì kiểu như em thấy mỗi người đều có 1 phương pháp học tập riêng, đôi khi là tùy hứng hoặc là ngẫu nhiên. Thì khi nói về cái này thì em nghĩ mình chỉ có thể nên nói về cái khoa học não bộ này có thể giúp mình này kia chứ không phải là sự bắt buộc bạn phải có nó mới có thể học hay làm việc được á chị. Nếu mà như vậy thì em sẽ thấy nó khá là chán bởi nó gượng ép. Em thấy rào cản thứ hai phần nhiều là vì kiến thức khoa học não bộ nó còn mới quá á chị, chưa kể nó còn là khoa học, nó kiểu khô khan, hoặc mấy bạn trẻ hay dễ mặc định nó khô khan lắm, mà vậy thì chẳng ai muốn xem. Kiểu vì nó khô khan vậy nên mấy bạn dễ nghĩ là không liên quan tới mấy bạn. Như trong cái context dự án của các anh chị đi, em thấy là kiến thức hay gì đó nó cần được truyền thông kiểu dễ hiểu và thúc đẩy hơn. Dạng như như hồi nãy chị Thư hay anh Hải có nói á, mỗi người sẽ có những cách thức hay phương pháp học tập khác nhau thích ứng với cá nhân họ, nên mà để các bạn thấy được kiến thức khoa học não bộ nó tốt, nó dùng được, nó bổ ích thì các bạn phải thấy là nó áp dụng được cho các bạn một cách có hiệu quả thật, áp dụng ngay và thấy liền được hiệu quả. Chứ nói ngoài tai rồi các bạn dễ nghĩ là nó cũng như các phương pháp khác lắm. Em cũng thấy là thay vì mình nói như kiểu là bạn phải biết kiến thức khoa học về não bộ thì bạn mới có thể học tập hay làm việc tốt được thì thay vì nói như vậy thì mình có thể khiến nó không quá bắt buộc, gắn gũi hơn đó là chứng minh rằng nó có thể giúp đỡ mọi người làm việc và học tập tốt hơn, nó thực sự có hiệu quả và lựa chọn sử dụng hay không là của mỗi người á chị. Chứ không đơn thuần là call to actions.

Quốc Anh: Em nghĩ lý do lớn nhất chính là họ chưa thực sự sẵn sàng thay đổi bản thân mình. Kiểu như họ chưa tìm thấy cái nội tại bên trong mình á chị. Chưa tìm thấy được cái động lực thực sự để có thể khiến họ thay đổi. Ví dụ như một người khi gặp một cái biến cố quá lớn như là mất người thân, thì bên trong họ sẽ dâng trào cái động lực để thay đổi, học tập và làm việc vì ai, vì điều gì.

Từ đó họ sẽ dive in, tìm đến những cái trang học tập làm việc, cách để thay đổi bản thân sao cho tốt hơn. Dạ đó là cái suy nghĩ của em á chị.

Thanh Thư: Tui nghĩ là do kiến thức khoa học nghe là thấy nó khô khan nhứt đầu rồi á. Với cái nữa là không biết bà hay mọi người có thấy giống tui không, là người trẻ bây giờ thích mấy cái mì ăn liền lắm. Kiểu như nó có tính ứng dụng liền á. Kiểu hồi xưa á hả bài hát đi, bài hát tên là mắt lệ cho người đi ha trời ơi phải nghĩ sâu xa, cái tên nó phải hàm ý mình phải hiểu dữ lắm, còn giờ thì đi đu đưa đi, các thứ vân vân nó rất là straightforward nó rất là ít phải suy nghĩ nhiều á mọi người quen với dạng ăn liền như vậy hơn. Cho nên tui nghĩ đó là một cái khó khăn/ rào cản, thành ra truyền đạt kiến thức cũng phải truyền đạt một cách rất thu hút sao cho mấy bạn đó thấy là cái kiến thức đó mấy bạn dùng được, áp dụng được và nó có hiệu quả thiệt, nhìn dò là thấy nó giúp được mình thiệt. Mà với một cái nữa là khi gặp mấy cái video kiểu như khoa học não bộ, làm thế nào để có GPA cao, làm sao để săn học bổng,... thì kiểu tui cũng có tâm lý né né nó ra á. Thì tui để dành những video như vậy cho những lúc mình tỉnh táo nhất, có nhiều động lực nhất mới dám xem. Tại do xem thì cũng áp lực lắm.

Trần Duy Hải: Thứ nhất anh nghĩ là do cách mình truyền tải nó hàn lâm hay chuyên môn này nó không thích hợp với hiệu quả cho đối tượng sinh viên như tui mình. Thì thường họ sẽ muốn gì đó nó mới mẻ hơn nó sinh động hơn và có hơi hướng mì ăn liền chút xíu để họ có thể ứng dụng và giúp ích cho cái quá trình họ học tập làm việc nhiều hơn.

Thứ hai anh nghĩ là do khoa học não bộ hay khoa học nói chung thì cũng khó tiếp cận rồi á. Tại vì như hồi anh đi học thì bản thân anh khi mà gặp những cái kiến thức mà nó mới lạ quá hay là đọc nó khó hiểu quá thì vô hình chung là anh cũng muốn né né nó đi á. Kiểu từ nhỏ đến giờ mình quen với những phương pháp cách thức học mà nó gần gũi được thầy cô, cha mẹ chỉ cho rồi, cho nên khi nghe đến khoa học não bộ này thì anh thấy kiểu nó hơi xa lạ.

Mình Đức: Thì em thấy là về phía đơn vị sản xuất, thì như em nói câu trước, đó là người ta không có thích những bài viết quá dài bởi vì cơ bản người ta không có thời gian để đọc, hay là những thiết kế này kia chưa bắt mắt, cuốn hút khiến người ta bị mệt khi đọc. Thì em nghĩ là có thể chuyển hóa hình thức thành thông tin ngắn, clip ngắn, hình ảnh, reels, clip ngắn TikTok, infographic chẳng hạn để giới trẻ họ dễ tiếp cận hơn. Mà chẳng hạn với em đi thì không có nhiều thời gian, mà khi ít thời gian thì em không có nhu cầu biết đến những cái thuật ngữ hàn lâm quá nhiều. Cho nên mình có thể vietsub việt hóa sao cho nó dễ hiểu, ngắn gọn là được. Còn về hình thức thì em dễ bị thu hút bởi mấy cái nó bắt mắt, dạ.

## APPENDIX 7: MODEL OF GROWTH

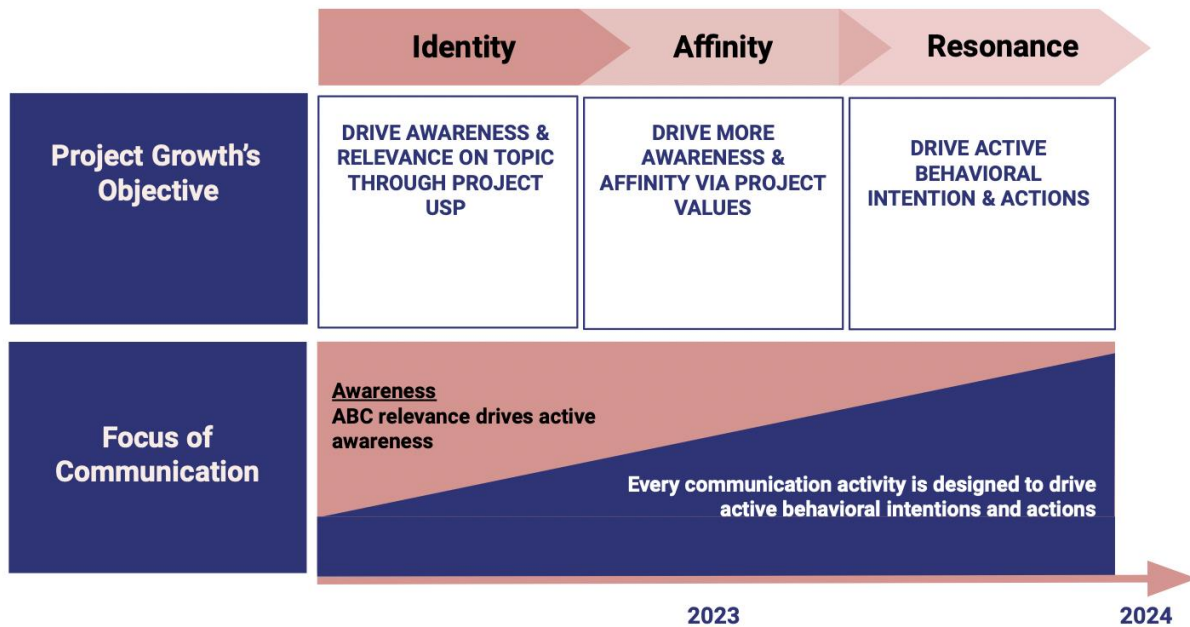


Figure 166: Model of growth

## APPENDIX 8: DETAILED PRE-CAMPAIGN PROJECT HEALTH REPORT

An analysis of A Brainsy Chat project's health is conducted to figure out the condition of the whole project in terms of communication performance. The analysis focuses on scanning the Facebook page and Facebook group community, Youtube, and Collaborating activities. Due to platform specs and constraints in analytics, the analysis for Facebook and Youtube is conducted with data derived within 90 days till the end of December 2022. For collaborations, the analysis is conducted from the establishment of A Brainsy Chat till the end of December 2022.

### Facebook Page and Community:

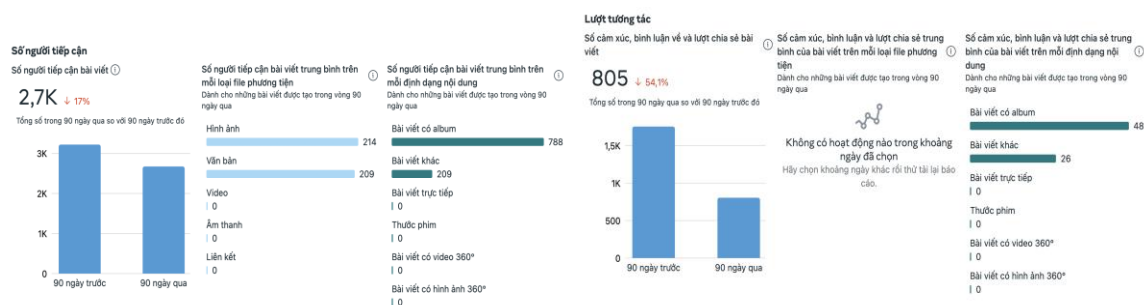


Figure 167: Derived data on Reach and interactions from Meta Business, A Brainsy Chat Facebook page, 12/2022.

- Number of people reached per month: 900 people
- Average post reach for posts with images: 214 times
- Number of interactions (engagement) past 90 days: 270 times
- Number of interactions (engagement) for each post: 26 times

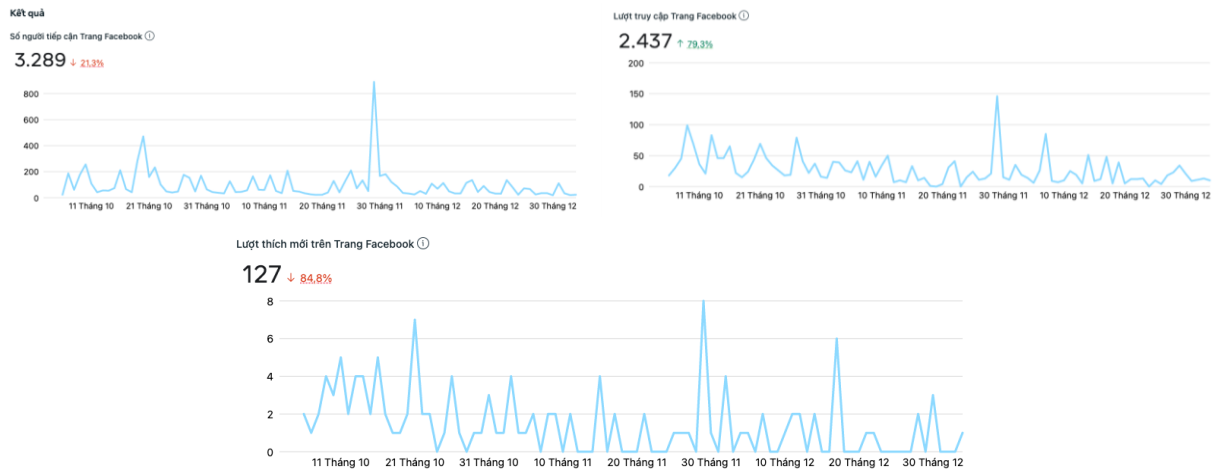


Figure 168: Derived data on Page likes and access from Meta Business, A Brainsy Chat Facebook page, 12/2022.

- Number of people reaching Facebook page per month: 1100 people
- Number of Facebook page visits per month: 812 times
- New likes per month: 42 likes

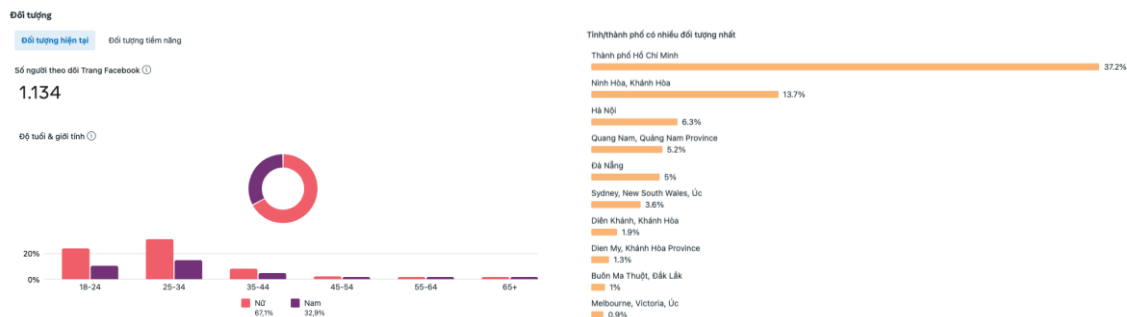


Figure 169: Derived data on Gender and Age from Meta Business, A Brainsy Chat Facebook page, 12/2022.

- The most crowded audience segment is in the age group of 25-34 years old
- The second-largest segment is at the age of 18-34 years old
- Male to female ratio: 30-70%
- Location: Ho Chi Minh occupies mainly the audience source

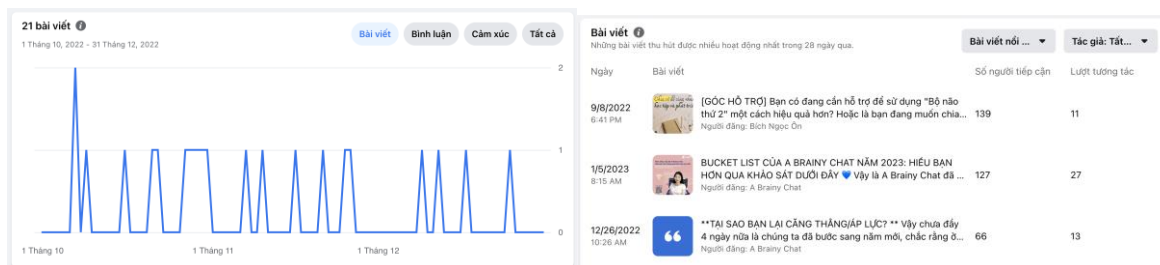


Figure 170: Derived data on Page's reach from Meta Business, A Brainy Chat Facebook page, 12/2022

- Number of posts per month: 9 posts
- The most featured post (which is about the personal image of Ms. Hao) reached 139 people and got 11 interactions

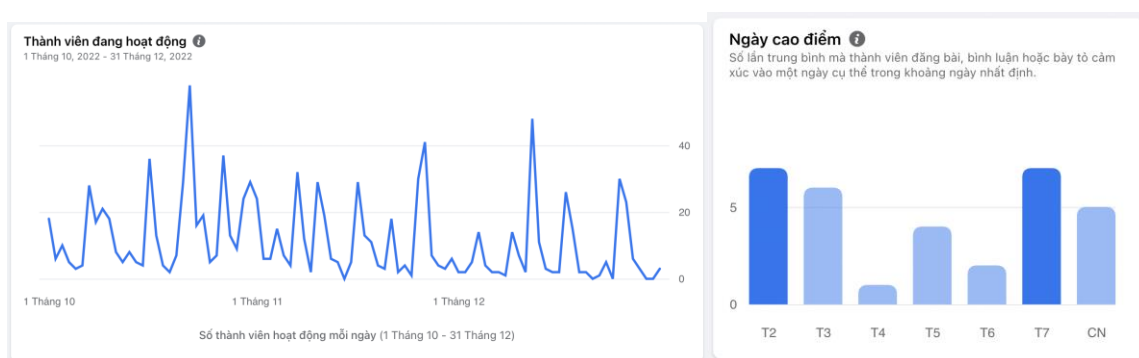


Figure 171: Derived data on Community's health from Meta Business, A Brainy Chat's Facebook, 12/2022

- Number of posts per month: 9 posts
- The most featured post reached 139 people and got 11 interactions

## YouTube:

**Your channel got 20,714 views in the last 90 days**

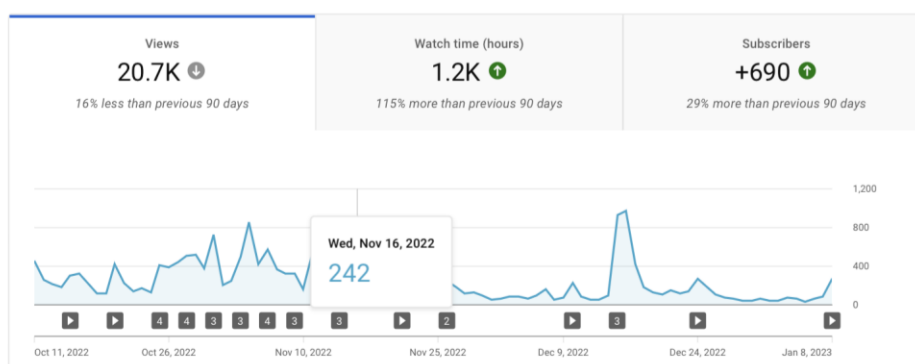


Figure 172: Derived data on A Brainy Chat's overall Youtube analytics from Youtube Analytics, 12/2022-01/2023

In general, the number of views of the whole channel has decreased slightly (16%) but Watch time (hours) has increased sharply and subscription rates have increased relatively well in the past 90 days, compared to the first 3 months of the channel's establishment.

| Your top content in this period                                                                                                                               |                       |       | Your top content in this period                                                                                                                                 |                       |       |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-------|
| Content                                                                                                                                                       | Average view duration | Views | Content                                                                                                                                                         | Average view duration | Views |
| 1  Vì sao TRẺ CON VÀ THÙ CÙNG lại CUTE? Jun 4, 2022                          | 0:50 (8.8%)           | 3,943 | 1  Não của Einstein #shorts #naobo #neuropsychology Dec 17, 2022               | 0:21 (52.3%)          | 1,253 |
| 2  Giao tiếp TINH TẾ - THÔNG MINH - THUYẾT PHỤC Aug 20, 2022                 | 1:26 (7.5%)           | 3,250 | 2  BỐ NÃO THỨ HAI LÀ GÌ? VÍ SAO BẠN CẦN NÓ?   Bộ n... Oct 26, 2022             | 5:43 (42.2%)          | 1,097 |
| 3  Khoa học về sự nhầm lẫn Jun 11, 2022                                      | 1:19 (10.8%)          | 3,126 | 3  NÃO NGƯỜI HAY NÃO ĐẾ? #shorts #10%naobo Dec 16, 2022                        | 0:29 (54.1%)          | 1,076 |
| 4  ĐỪNG SỢ SÁNH - ĐỪNG ÁP LỰC Jul 31, 2022                                   | 1:26 (12.0%)          | 2,969 | 4  Q&A - Khoa học não bộ lý giải TikTok, Sinh trắc vân tay, H... Oct 8, 2022   | 5:10 (22.6%)          | 910   |
| 5  Hiểu về ĐỘNG CẢM từ góc nhìn KHOA HỌC NÃO BỘ Aug 2, 2022                  | 1:04 (8.7%)           | 2,519 | 5  Xây dựng LỊCH LÀM VIỆC để LUÔN ĐỪNG DEADLINE 📅! - 7:39 (26.8%) Oct 20, 2022 | 7:39 (26.8%)          | 893   |
| 6  Hiểu về các quá trình quan trọng của ngôn ngữ Jun 25, 2022                | 1:21 (12.2%)          | 2,387 | 6  NÃO BỘ VÀ GIẤC NGỦ 🧠💤 - Đừng đánh đổi giấc ngủ v... Nov 21, 2022            | 6:50 (38.9%)          | 814   |
| 7  Tình yêu sét đánh xảy ra như thế nào? Jun 18, 2022                        | 1:05 (8.9%)           | 2,365 | 7  Học giỏi mà không gian nan #shorts #shorts #studytips Nov 4, 2022           | 0:43 (73.7%)          | 791   |
| 8  SCHADENFRAUDE - Vì sao bạn há hê trên nỗi đau của ng... Aug 13, 2022      | 1:36 (8.0%)           | 2,325 | 8  CĂN CỐ GÌ TRONG BỘ NÃO THỨ HAI? 🧠   Bộ não thứ hai... Oct 29, 2022          | 5:27 (42.0%)          | 738   |
| 9  Q&A - Khoa học não bộ lý giải TikTok, Sinh trắc vân tay, H... Oct 8, 2022 | 4:56 (21.5%)          | 1,806 | 9  Q&A - GIẢI ẢO về các "PHONG CÁCH" học tập - LỰA CHỌ... Oct 15, 2022         | 5:25 (22.7%)          | 729   |
| 10  HAI CHẾ ĐỘ TƯ DUY mang đến THÀNH CÔNG TRONG HO... Sep 24, 2022         | 6:20 (33.3%)          | 1,267 | 10  HAI CHẾ ĐỘ TƯ DUY mang đến THÀNH CÔNG TRONG HO... Sep 24, 2022           | 7:03 (37.1%)          | 695   |

Figure 173: Derived data on A Brainy Chat's top contents from Youtube Analytics, 12/2022-01/2023

Content topics that are new, interesting, or provide general information - are the topics with the highest views, the highest is 3.9k views. The channel has successfully induced the audience to click, but the retention rate is low because the AVD (average view duration) is relatively short compared to the AVL (average video length). In the last 90 days, viewers have begun to be more interested in topics or thumbnails that mention the brain, and topics about effective study and work.



Figure 174: Derived data on A Brainy Chat's top contents from Youtube Analytics, 12/2022-01/2023



| Traffic source                                    | Views ↓       | Watch time (hours) | Average view duration | Impressions    | Impressions click-through rate |
|---------------------------------------------------|---------------|--------------------|-----------------------|----------------|--------------------------------|
| <input checked="" type="radio"/> <b>Total</b>     | <b>20,714</b> | <b>1,226.9</b>     | <b>3:33</b>           | <b>247,842</b> | <b>4.2%</b>                    |
| <input type="radio"/> Browse features             | 6,635 32.0%   | 437.4 35.7%        | 3:57                  | 130,889        | 4.2%                           |
| <input type="radio"/> Shorts feed                 | 4,841 23.4%   | 37.8 3.1%          | 0:28                  | —              | —                              |
| <input type="radio"/> Channel pages               | 3,755 18.1%   | 309.2 25.2%        | 4:56                  | 64,351         | 4.2%                           |
| <input type="radio"/> Suggested videos            | 1,522 7.4%    | 143.9 11.7%        | 5:40                  | 30,963         | 2.8%                           |
| <input type="radio"/> YouTube search              | 1,319 6.4%    | 76.1 6.2%          | 3:27                  | 11,778         | 7.8%                           |
| <input type="radio"/> Playlists                   | 551 2.7%      | 60.7 5.0%          | 6:36                  | 5,242          | 4.8%                           |
| <input type="radio"/> Other YouTube features      | 527 2.5%      | 50.2 4.1%          | 5:43                  | —              | —                              |
| <input type="radio"/> Direct or unknown           | 478 2.3%      | 27.2 2.2%          | 3:24                  | —              | —                              |
| <input type="radio"/> External                    | 451 2.2%      | 25.9 2.1%          | 3:26                  | —              | —                              |
| <input type="radio"/> Playlist page               | 315 1.5%      | 33.9 2.8%          | 6:27                  | 4,619          | 5.3%                           |
| <input type="radio"/> Notifications               | 158 0.8%      | 7.3 0.6%           | 2:46                  | —              | —                              |
| <input type="radio"/> End screens                 | 143 0.7%      | 16.4 1.3%          | 6:53                  | —              | —                              |
| <input type="radio"/> Sound pages                 | 11 0.1%       | 0.1 0.0%           | 0:47                  | —              | —                              |
| <input type="radio"/> Video cards and annotations | 7 0.0%        | 0.6 0.1%           | 5:24                  | —              | —                              |
| <input type="radio"/> Hashtag pages               | 1 0.0%        | 0.0 0.0%           | 0:03                  | —              | —                              |

Figure 175: Derived data on A Brainy Chat's traffic sources from Youtube Analytics, 12/2022-01/2023

The main traffic source of the channel comes from the Browse feature, Shorts feed, and Channel pages. Also, A Brainy Chat's Suggested videos are a great tool to drive in more potential viewers. This feature is also believed by experts to be one of the best traffic sources of the Youtube platform (Edwards, J., 2021)

| Traffic source                                    | Views ↓       | Watch time (hours) | Average view duration | Impressions    | Impressions click-through rate |
|---------------------------------------------------|---------------|--------------------|-----------------------|----------------|--------------------------------|
| <input checked="" type="radio"/> <b>Total</b>     | <b>20,714</b> | <b>1,226.9</b>     | <b>3:33</b>           | <b>247,842</b> | <b>4.2%</b>                    |
| <input type="radio"/> Browse features             | 6,635 32.0%   | 437.4 35.7%        | 3:57                  | 130,889        | 4.2%                           |
| <input type="radio"/> Shorts feed                 | 4,841 23.4%   | 37.8 3.1%          | 0:28                  | —              | —                              |
| <input type="radio"/> Channel pages               | 3,755 18.1%   | 309.2 25.2%        | 4:56                  | 64,351         | 4.2%                           |
| <input type="radio"/> Suggested videos            | 1,522 7.4%    | 143.9 11.7%        | 5:40                  | 30,963         | 2.8%                           |
| <input type="radio"/> YouTube search              | 1,319 6.4%    | 76.1 6.2%          | 3:27                  | 11,778         | 7.8%                           |
| <input type="radio"/> Playlists                   | 551 2.7%      | 60.7 5.0%          | 6:36                  | 5,242          | 4.8%                           |
| <input type="radio"/> Other YouTube features      | 527 2.5%      | 50.2 4.1%          | 5:43                  | —              | —                              |
| <input type="radio"/> Direct or unknown           | 478 2.3%      | 27.2 2.2%          | 3:24                  | —              | —                              |
| <input type="radio"/> External                    | 451 2.2%      | 25.9 2.1%          | 3:26                  | —              | —                              |
| <input type="radio"/> Playlist page               | 315 1.5%      | 33.9 2.8%          | 6:27                  | 4,619          | 5.3%                           |
| <input type="radio"/> Notifications               | 158 0.8%      | 7.3 0.6%           | 2:46                  | —              | —                              |
| <input type="radio"/> End screens                 | 143 0.7%      | 16.4 1.3%          | 6:53                  | —              | —                              |
| <input type="radio"/> Sound pages                 | 11 0.1%       | 0.1 0.0%           | 0:47                  | —              | —                              |
| <input type="radio"/> Video cards and annotations | 7 0.0%        | 0.6 0.1%           | 5:24                  | —              | —                              |
| <input type="radio"/> Hashtag pages               | 1 0.0%        | 0.0 0.0%           | 0:03                  | —              | —                              |

Figure 176: Derived data on A Brainy Chat's top metrics from Youtube Analytics, 12/2022-01/2023

The impression by CTR of the channel is stable: 4.2% (average: 2%), however, the AVD is generally a bit low compared to the average video length (about 3:57 while the AVL is 20 minutes).

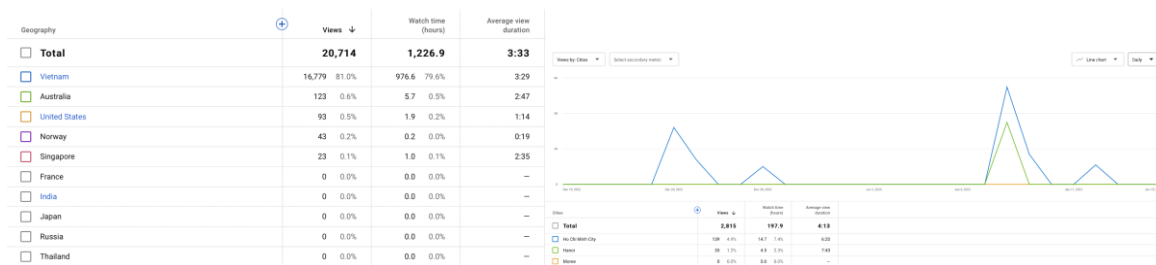


Figure 177: Derived data on A Brainy Chat's countries and cities with the most view from Youtube Analytics, 12/2022-01/2023

- Vietnam makes up the majority of viewers of the channel with watch time (hour) accounting for 79.6% of the total.
- Cities with the most view: Ho Chi Minh City, Vietnam

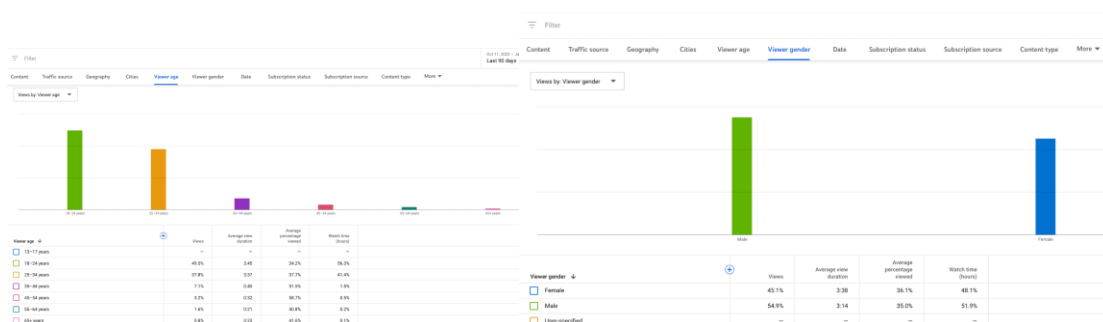


Figure 178: Derived data on A Brainy Chat's gender and age group with most views from Youtube Analytics, 12/2022-01/2023

- The 18-24 age group is the channel's most viewed age group. The second group is 25-34 years old.
- Gender ratio of viewers: Male and Female (54.9% and 45.1%)

### Collaboration Activities:

| Time    | August 2022              | October 2022             | November 2022            | December 2022                          |
|---------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|----------------------------------------|
| Name    | A BRAINY CHAT x SPIDERUM | A BRAINY CHAT x SPIDERUM | A BRAINY CHAT x MAI: tri | A BRAINY CHAT x Read Weaves Dreams SS7 |
| Format  | Online Webinar           |                          |                          | Online Contest                         |
| Content | Psychology and           | Neuropsychology          | Ms. Halle Quang          | Ms. Halle Quang                        |

|  |                                                                                                                                   |                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                    |
|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | Neuroscience.<br>Ms. Halle Quang mentioned effective learning methods, Fingerprint Biometrics as well as different study methods. | is the main topic.<br>Ms. Halle Quang explained the many uses of Neuropsychology studies and how to apply them in more effective ways to study and work. | explained how people can better understand their role in family relationships, and nurture relationships with family members, thereby being able to bond with different characteristics. | Joins A Brainy Chat to “Độc Sách Dệt Ước Mơ Mùa 7” as a judge and expert advisor for the contest in the 3rd round. |
|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

APPENDIX 9: ACTIVATION MECHANISM AND SCIENCE EXPLANATION

AREA 1: THÙY CHẴM (OCCIPITAL LOBE)

| THÙY CHẴM (C)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| C1: Nhanh tay bắt chữ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | C2: Mắt lừa                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | C3: Gọi mau màu gì?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <p>1. Người chơi được phát 1 bút lông từ quản trò.</p> <p>2. Người chơi phải tìm và khoanh tròn theo hàng dọc và hàng ngang trên bảng chữ cái cho sẵn 3 từ có nghĩa.<br/><i>Lưu ý: Quản trò nên giới hạn người chơi, không nên cho khoanh quá 3 từ vì còn để phần cho người chơi khác và tiết kiệm thời gian</i></p> <p>3. Người chơi tiếp tục dùng bút lông vẽ xuống mặt sau của của tấm bảng hình ảnh mà họ liên tưởng đến khi khoanh được 3 từ khóa mà họ vừa khoanh. Không vẽ quá 4cm cho 1 từ khóa</p> <p><b>Thành công:</b> Khi người chơi thực hiện đầy đủ xong các bước trên. Lúc này quản trò hoặc trợ lý giải thích science behind the games, sau đó ký nhận vào ô tròn tương ứng trên vé thông hành của người chơi, xác nhận thành công vượt qua trò chơi. (VD: Xong trò C1, quản trò ký tên vào ô tròn đầu tiên của vé thông hành ở khu vực Thùy Chấm)</p> <p><b>Thất bại:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Khi người chơi không hoặc chưa khoanh đủ ít nhất 3 từ khóa</li><li>- Khi người chơi không hoặc chưa vẽ đủ 3 hình ảnh tương ứng với 3 từ khóa</li></ul> <p><b>Lúc này, quản trò hoặc trợ lý sẽ không ký tên xác nhận vượt qua trò chơi. Mà sẽ:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Đề nghị người chơi chờ thực hiện lại thử thách hoặc đến các trạm trò chơi khác thử thách trước khi quay lại trò chơi này (nếu đang có nhiều người xem cùng lúc)</li><li>- Mời người chơi thực hiện lại thử thách ngay (nếu đang không có nhiều hơn 2 người xem cùng lúc).</li></ul> <p><b>Thời gian chơi:</b> tổng cộng 3 phút cho 1 lượt chơi. Tối đa 2 người chơi 1 lượt</p> <p><b>Nhân sự:</b> 1 quản trò (moderator), 1 trợ lý (assistant)</p> <p><b>Science behind the game:</b> Bạn nghĩ bạn nhìn bằng mắt? Chưa hoàn toàn chính xác đâu nha. Mắt là nơi tiếp nhận thông tin hình ảnh, nhưng nếu chỉ như vậy, bạn sẽ không hiểu được điều bạn nhìn thấy có ý nghĩa gì. Thực tế, các thông tin hình ảnh được ghi nhận bằng mắt được chuyển đến não, cụ thể là thùy chẩm, để xử lý, lĩnh hội và phân tích thông tin, từ đó mà bạn có thể hiểu và khoanh tròn được các từ có nghĩa đó! Do đó, bạn không chỉ nhìn bằng mắt, mà còn nhìn bằng não!</p> | <p>1. Người chơi được quản trò hoặc trợ lý hướng dẫn đến khung lưới trắng có treo các bức tranh ảo ảnh thị giác</p> <p>2. Người chơi nhận được các tấm nhựa mica trong suốt từ quản trò hoặc trợ lý</p> <p>3. Người chơi tự do lấp miếng mica nhựa lên các bức ảnh có sẵn để xem được ảo ảnh thị giác tạo ra</p> <p><b>Thành công:</b> Khi người chơi đã xem hết các ảo ảnh trên khung lưới. Lúc này quản trò hoặc trợ lý giải thích science behind the games, sau đó ký nhận vào ô tròn tương ứng trên vé thông hành của người chơi, xác nhận thành công vượt qua trò chơi.</p> <p><b>Thất bại:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Khi người chơi không hoặc chưa nhận tấm mica nhựa để xem ảo ảnh</li></ul> <p><b>Lúc này, quản trò hoặc trợ lý sẽ không ký tên xác nhận vượt qua trò chơi. Mà sẽ:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Đề nghị người chơi chờ thực hiện lại hoặc đến các trạm trò chơi khác thử thách trước khi quay lại trò chơi này (nếu đang có nhiều người xem cùng lúc)</li><li>- Mời người chơi thực hiện lại ngay (nếu đang không có nhiều hơn 2 người xem cùng lúc).</li></ul> <p><b>Thời gian chơi:</b> tổng cộng 3 phút cho 1 lượt chơi. Tối đa 2-4 người chơi 1 lượt</p> <p><b>Nhân sự:</b> 1 quản trò (moderator), 1 trợ lý (assistant)</p> <p><b>Science behind the game:</b> Chúng ta biết rằng não giúp chúng ta xử lý thông tin hình ảnh đã được lĩnh hội bằng mắt. Thế nhưng tại sao chúng ta có thể thấy được các ảo giác chuyển động của vật thể, trong khi chúng không thực sự chuyển động? Đó là vì trong quá trình xử lý thông tin não đã kết hợp với những kinh nghiệm mà chúng ta đã có trước đây hoặc sự phỏng đoán riêng của não bộ để tăng tốc quá trình xử lý thông tin. Điều này dẫn đến những thông tin mà não phản ánh đã không trùng khớp với hình ảnh thực tế.</p> | <p>1. Người chơi được quản trò cho nhìn thấy tấm bảng có in tên màu sắc với các màu sắc ngẫu nhiên.</p> <p>2. Người chơi phải đọc đúng tên của màu sắc thể hiện mà không bị đánh lừa bởi các mảng màu trái ngược. Ví dụ chữ "Màu đen" Được in bởi sắc đỏ. Người chơi phải đọc đúng tên màu đó đã in thành chữ đó.</p> <p>- Lần 1: người chơi đọc màu. Bảng màu này sẽ in đúng tên màu theo chữ. Mức độ: dễ</p> <p>- Lần 2: người chơi đọc màu. Bảng màu này sẽ in lệch tên màu và chữ. Mức độ: Khó</p> <p><b>Lưu ý:</b> Một tấm formex sẽ gồm 2 bảng màu nêu trên, dùng cho 1 người chơi. Quản trò linh hoạt thay đổi nếu cần. BTC có 4 bảng màu khác nhau</p> <p><b>Thành công:</b> Khi người chơi hoàn thành được hết cả 2 lần gọi màu.</p> <p>Lúc này quản trò hoặc trợ lý giải thích science behind the game, sau đó ký nhận vào ô tròn tương ứng trên vé thông hành của người chơi, xác nhận thành công vượt qua trò chơi.</p> <p><b>Thất bại:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Khi người chơi không hoặc chưa hoàn thành được 2 lần gọi màu đã nêu. 1 lần đúng, 1 lần sai vẫn tính là chưa hoàn thành.</li></ul> <p><b>Lúc này, quản trò hoặc trợ lý sẽ không ký tên xác nhận vượt qua trò chơi. Mà sẽ:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Đề nghị người chơi chờ thực hiện lại hoặc đến các trạm trò chơi khác thử thách trước khi quay lại trò chơi này (nếu đang có nhiều người xem cùng lúc)</li><li>- Mời người chơi thực hiện lại ngay (nếu đang không có nhiều hơn 2 người chơi cùng lúc).</li></ul> <p><b>Thời gian chơi:</b> tổng cộng 3 phút cho 1 lượt chơi. Tối đa 2 người chơi 1 lượt</p> <p><b>Nhân sự:</b> 1 quản trò (moderator), 1 trợ lý (assistant)</p> <p><b>Science behind the game:</b> Khi xử lý các thông tin về hình ảnh, não bộ có xu hướng liên kết thông tin mới với những thứ mà chúng ta đã biết để tiếp nhận thông tin một cách dễ chịu và không cần quá nhiều nỗ lực. Đó là nếu bạn được nhìn thấy màu và chữ có cùng ý nghĩa. Thế nhưng khi màu và chữ không cùng ý nghĩa nửa như trong trò chơi này, thì quá trình tiếp nhận thông tin chữ và màu không còn đồng nhất làm cho não "bị hoang mang" trong giây lát, do đó chúng ta sẽ đưa ra câu trả lời chậm hơn.</p> |

Figure 179: Occipital lobe game mechanism

AREA 2: THÙY THÁI DƯƠNG (TEMPORAL LOBE)

| THÙY THÁI DƯƠNG (TD)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| TD1: Siêu nhận diện khuôn mặt                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | TD2: Quyền lực âm thanh                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | TD3: Bạn đã bỏ qua gì?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <p>1. Người chơi được quản trò dẫn đến nơi có thiết bị thực hiện trò chơi (laptop của BTC)</p> <p>2. Người chơi sẽ bấm START để máy tự do chạy ra nhiều gương mặt được minh họa khác nhau.</p> <p>3. Người chơi bấm DỪNG để chọn 1 gương mặt mình muốn nhớ</p> <p>4. Sau 20 giây để ghi nhớ, người chơi sẽ không được nhìn khuôn mặt nữa mà phải chọn từng chọn bộ phận trên mặt có sẵn để ghép lại sao cho giống nhất với gương mặt người chơi đã ghi nhớ. Trong thời gian cho phép</p> <p><b>Thành công:</b> Khi người chơi chọn đúng ít nhất 7/10 bộ phận trên gương mặt mà họ đã chọn để ghi nhớ</p> <p><b>Lúc này, quản trò hoặc trợ lý</b> giải thích science behind the game, sau đó ký nhận vào ô tròn tương ứng trên vé thông hành của người chơi, xác nhận thành công vượt qua trò chơi.</p> <p><b>Thất bại:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Khi người chơi không hoặc chưa chọn đúng được ít nhất 7/10 bộ phận trên gương mặt mà họ đã chọn để ghi nhớ.</li><li>- Dưới 7 bộ phận sẽ không được tính là thành công.</li></ul> <p><b>Lúc này, quản trò hoặc trợ lý sẽ không ký tên xác nhận vượt qua trò chơi. Mà sẽ:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Đề nghị người chơi chờ thực hiện lại hoặc đến các trạm trò chơi khác thử thách trước khi quay lại trò chơi này (nếu đang có nhiều người xem cùng lúc)</li><li>- Mời người chơi thực hiện lại ngay (nếu đang không có nhiều hơn 2 người chơi cùng lúc).</li></ul> <p><b>Thời gian chơi:</b> tổng cộng 3 phút cho 1 lượt chơi. Tối đa 2 người chơi 1 lượt vì chỉ có 2 laptop</p> <p><b>Nhân sự:</b> 1 quản trò (moderator), 1 trợ lý (assistant)</p> <p><b>Science behind the game:</b> Mặc dù các tín hiệu thị giác thường được xử lý bởi thùy chẩm, quá trình phân tích và ghi nhớ khuôn mặt là một quá trình đặc biệt, được xử lý bởi thùy thái dương. Thùy thái dương và các khu vực xung quanh nó giúp chúng ta nhận biết các đặc điểm khác nhau của khuôn mặt từ hình dáng của mắt, mũi, miệng đến tổng thể hình dạng khuôn mặt. Các đặc trưng này sau đó được so sánh với các khuôn mặt đã lưu trữ trong bộ nhớ để xác định danh tính của người mà chúng ta đã gặp.</p> | <p>1. Người chơi sẽ được quản trò giúp đeo tai nghe lên để nghe các đoạn nhạc và các đoạn âm thanh nhất định.</p> <p>2. Đến một lúc nhất định, sẽ có những âm thanh gây xáo nhiễu. Những âm thanh ấy có thể là những tiếng động gây sự khó chịu. Ví dụ: tiếng ợ, tiếng pháo, tiếng ma sát....</p> <p>3. Sau khi nghe xong đoạn nhạc kèm đoạn âm thanh trong 90 giây, người chơi hoàn thành trò chơi.</p> <p><b>Thành công:</b> Khi người chơi hoàn thành nghe đoạn nhạc kèm âm thanh trong 60s và không bấm tua qua hay bất kỳ can thiệp tốc độ nào.</p> <p>Lúc này quản trò hoặc trợ lý giải thích science behind the game, sau đó ký nhận vào ô tròn tương ứng trên vé thông hành của người chơi, xác nhận thành công vượt qua trò chơi.</p> <p><b>Thất bại:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Khi người chơi không hoặc chưa nghe xong đoạn nhạc kèm âm thanh.</li></ul> <p><b>Lúc này, quản trò hoặc trợ lý sẽ không ký tên xác nhận vượt qua trò chơi. Mà sẽ:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Đề nghị người chơi chờ thực hiện lại hoặc đến các trạm trò chơi khác thử thách trước khi quay lại trò chơi này (nếu đang có nhiều người xem cùng lúc)</li><li>- Mời người chơi thực hiện lại ngay (nếu đang không có nhiều hơn 2 người chơi cùng lúc).</li></ul> <p><b>Thời gian chơi:</b> tổng cộng 3 phút cho 1 lượt chơi. Tối đa 2 người chơi 1 lượt vì chỉ có 2 laptop</p> <p><b>Nhân sự:</b> 1 quản trò (moderator), 1 trợ lý (assistant)</p> <p><b>Science behind the game:</b> Tại sao những âm thanh khó chịu lại gây ra phản ứng tiêu cực? Khi chúng ta nghe thấy những âm thanh khó chịu như tiếng nĩa cào vào đĩa hoặc móng tay đập vào bảng đen, thùy thái dương và vùng não gọi là hạch hạnh nhân tương tác để tạo ra phản ứng tiêu cực. Thùy thái dương xử lý âm thanh, trong khi hạch hạnh nhân chịu trách nhiệm xử lý các cảm xúc. Khi chúng ta nghe thấy một âm thanh khó chịu, hạch hạnh nhân sẽ nâng cao nhận thức của chúng ta về âm thanh đó. Đồng thời đưa ra những phản ứng tiêu cực tương tự để đối phó.</p> | <p>1. Người chơi bốc thăm 1 mảnh giấy từ thùng mica của quản trò, trong mảnh giấy sẽ bao gồm 1 câu hỏi bất kỳ về thông tin khoa học in trên backdrop và các thông tin rải rác khác.</p> <p>2. Người chơi trả lời xong câu hỏi in trên mảnh giấy, sau đó trả mảnh giấy cho quản trò hoặc trợ lý</p> <p><b>Thành công:</b> Khi người chơi trả lời đúng hoặc đúng ý câu hỏi trên mảnh giấy.</p> <p>Lúc này quản trò hoặc trợ lý giải thích science behind the game, sau đó ký nhận vào ô tròn tương ứng trên vé thông hành của người chơi, xác nhận thành công vượt qua trò chơi.</p> <p><b>Thất bại:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Khi người chơi không hoặc chưa trả lời đúng và đủ các câu hỏi trên mảnh giấy</li></ul> <p><b>Lúc này, quản trò hoặc trợ lý sẽ không ký tên xác nhận vượt qua trò chơi. Mà sẽ:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Gọi ý người chơi nơi tìm ra đáp án (backdrop 16 ô lật...)</li><li>- Đề nghị người chơi chờ thực hiện lại hoặc đến các trạm trò chơi khác thử thách trước khi quay lại trò chơi này (nếu đang có nhiều người xem cùng lúc)</li><li>- Mời người chơi thực hiện lại ngay (nếu đang không có nhiều hơn 2 người chơi cùng lúc).</li></ul> <p><b>Thời gian chơi:</b> tổng cộng 3 phút cho 1 lượt chơi. Tối đa 2-3 người chơi 1 lượt</p> <p><b>Nhân sự:</b> 1 quản trò (moderator), 1 trợ lý (assistant)</p> <p><b>Science behind the game:</b> Đây là hoạt động truy xuất thông tin sau khi chúng ta đã lưu trữ nó qua một khoảng thời gian. Những thông tin bạn nhớ lại để đăng thông thường là thông tin mà bạn chú ý lúc đọc nó, có cảm xúc về nó hoặc thấy/nghe nó nhiều lần. Vùng cụ thể trong thùy thái dương chịu trách nhiệm cho ghi nhớ dài hạn đó là vùng hải mã - tiếng anh và Hippocampus.</p> |

Figure 180: Temporal lobe game mechanism

AREA 3: THÙY ĐỈNH (PARIETAL LOBE)

| THÙY ĐỈNH (Đ)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Đ1: Tay ai tay ai?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Đ2: Xap Đe (Xe đạp trái chiều)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Đ3: Phối hợp ăn ý                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| <p>1. Người chơi được quản trò hoặc trợ lý hướng dẫn vào vị trí ngồi tham gia trò chơi</p> <p>2. Quản trò hoặc trợ lý sẽ dùng một bàn tay cao su đặt ở trước mặt người chơi, sau đó sử dụng một tấm màn ngăn cách tầm nhìn của người chơi với bàn tay thật (được gác qua phía còn lại của tấm chắn)</p> <p>3. Quản trò hoặc trợ lý bắt đầu tác động vật lý lên bàn tay thật và bàn tay cao su với các hành động như chạm, cầm, nắm, sờ nhẹ trong khoảng thời gian cho phép</p> <p>4. Sau 1 khoảng thời gian tác động như vậy, quản trò hoặc trợ lý sẽ bắt ngở dùng búa đập vào tay cao su, để xem cảm giác và cảm nhận của người chơi</p> <p><b>Thành công:</b> Khi người chơi thực trải nghiệm xong tác động bằng búa của quản trò hoặc trợ lý.</p> <p>Lúc này quản trò hoặc trợ lý giải thích science behind the game, sau đó ký nhận vào ô tròn tương ứng trên vé thông hành của người chơi, xác nhận thành công vượt qua trò chơi.</p> <p><b>Thất bại:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Khi người chơi không hoặc chưa trải nghiệm xong tác động bằng búa của quản trò hoặc trợ lý</li><li>- Lúc này, quản trò hoặc trợ lý sẽ không ký tên xác nhận vượt qua trò chơi. Mà sẽ:</li><li>- Đề nghị người chơi chờ thực hiện lại hoặc đến các trạm trò chơi khác thử thách trước khi quay lại trò chơi này (nếu đang có nhiều người xem cùng lúc)</li><li>- Mời người chơi thực hiện lại ngay (nếu đang không có nhiều hơn 2 người chơi cùng lúc).</li></ul> <p><b>Thời gian chơi:</b> tổng cộng 4 phút cho 1 lượt chơi. Tối đa 1 người chơi cho 1 lượt</p> <p><b>Nhân sự:</b> 1 quản trò (moderator), 1 trợ lý (assistant)</p> <p><b>Science behind the game:</b> Khoa học về não bộ gọi đây là một một ảo giác về "quyền sở hữu". Ảo giác này là kết quả của việc đánh lừa bằng cách kích thích xúc giác trên bàn tay thật (chỉ trong thời gian đoạn đầu) và kích thích về mặt thị giác trên bàn tay mô hình trong suốt quá trình. Về sau, nhận thức của người tham gia dần bị đánh lừa do ảo giác về "quyền sở hữu" bàn tay cao su. Lúc này bàn tay cao su như một bàn tay thật của chính bạn.</p> | <p>1. Người chơi sẽ được phát mũ bảo hiểm và dụng cụ bảo hộ, lái chiếc xe đạp đặc biệt của ban tổ chức đưa cho. Chiếc xe đạp đã được sửa lại để đi "trái chiều". Tức là khi ta hướng đầu xe sang phải, thì bánh xe sẽ rẽ sang trái và ngược lại.</p> <p>2. Người chơi phải cố gắng lái xe đến đích. Thắng và được quà khi về đích mà không chống chọi.</p> <p><b>Thành công:</b> Khi người chơi đã trải nghiệm xong tối đa 3 lần thử, không cần phải về đến đích. Nhưng nếu về được đến đích sẽ được quà từ BTC.</p> <p>Lúc này quản trò hoặc trợ lý giải thích science behind the game, sau đó ký nhận vào ô tròn tương ứng trên vé thông hành của người chơi, xác nhận thành công vượt qua trò chơi.</p> <p><b>Thất bại:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Khi người chơi không hoặc chưa trải nghiệm tối đa 3 lần thử với trò chơi</li></ul> <p><b>Lúc này, quản trò hoặc trợ lý sẽ không ký tên xác nhận vượt qua trò chơi. Mà sẽ:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Đề nghị người chơi chờ thực hiện lại hoặc đến các trạm trò chơi khác thử thách trước khi quay lại trò chơi này (nếu đang có nhiều người xem cùng lúc)</li><li>- Mời người chơi thực hiện lại ngay (nếu đang không có nhiều hơn 2 người chơi cùng lúc).</li></ul> <p><b>Thời gian chơi:</b> tổng cộng 4 phút cho 1 lượt chơi. Tối đa 2 người chơi 1 lượt (điều kiện lý tưởng khi có 2 xe đạp)</p> <p><b>Nhân sự:</b> 1 quản trò (moderator), 1 trợ lý (assistant)</p> <p><b>Science behind the game:</b> Thùy đỉnh chịu trách nhiệm đối với các loại hình vận động. Việc lái xe đạp ngược đã thay đổi toàn hoàn toàn một kỹ năng mà não bộ đã học bao lâu nay: "kỹ năng chạy xe đạp". Mặc dù tính dẻo dai của hệ thần kinh cho phép các phản xạ vận động diễn ra mà không tuân theo các chính định của ý thức, tuy nhiên, ngay cả khi nhận thức được việc bé lái sang trái để quẹo quẹo phải, rất khó để bạn có thể phối hợp với các cử động tay và chân một cách thống nhất.</p> | <p>1. Người chơi được quản trò hoặc trợ lý phát 2 bút lông, mỗi tay cầm 1 chiếc</p> <p>2. Thực hiện trò chơi đủ 3 lần theo hiệu lệnh của quản trò</p> <p>Ví dụ về 3 lần chơi:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Lần 1: tay phải vẽ hình tròn, tay trái vẽ hình vuông</li><li>- Lần 2: tay phải vẽ hình tam giác, tay trái vẽ hình trái tim</li><li>- Lần 3: tay phải vẽ hình tròn, tay trái vẽ hình vuông, miệng đọc 1 bài thơ cho trước từ quản trò</li></ul> <p><b>Thành công:</b> Khi người chơi đã trải nghiệm đủ 3 lần thực hiện.</p> <p>Lúc này quản trò hoặc trợ lý giải thích science behind the game, sau đó ký nhận vào ô tròn tương ứng trên vé thông hành của người chơi, xác nhận thành công vượt qua trò chơi.</p> <p><b>Thất bại:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Khi người chơi không hoặc chưa trải nghiệm đủ 3 lần chơi của trò chơi</li><li>- Lúc này, quản trò hoặc trợ lý sẽ không ký tên xác nhận vượt qua trò chơi. Mà sẽ:</li><li>- Đề nghị người chơi chờ thực hiện lại hoặc đến các trạm trò chơi khác thử thách trước khi quay lại trò chơi này (nếu đang có nhiều người xem cùng lúc)</li><li>- Mời người chơi thực hiện lại ngay (nếu đang không có nhiều hơn 2 người chơi cùng lúc).</li></ul> <p><b>Thời gian chơi:</b> tổng cộng 3 phút cho 1 lượt chơi. Tối đa 2 người chơi 1 lượt</p> <p><b>Nhân sự:</b> 1 quản trò (moderator), 1 trợ lý (assistant)</p> <p><b>Science behind the game:</b> Ngoài khả năng xử lý xúc giác, thùy đỉnh cũng tiếp giáp với vùng não vận động và hỗ trợ sự kiểm soát của cơ thể. Khi hai tay/ chân của chúng ta cùng làm một nhiệm vụ giống nhau, não của chúng ta sẽ được điều khiển dễ dàng hơn. Thế nhưng khi chúng làm những nhiệm vụ vận động khác nhau, não chưa thể cùng giải quyết ngay lập tức, làm cho nhiệm vụ được hoàn thành rất khó khăn. Thế nhưng việc hai tay/hay chân làm việc không đồng nhất không phải là điều không thể. Ban hoàn toàn có thể thuần thục nhờ luyện tập. Những người đánh đàn piano là một minh chứng rõ nét đó!</p> |

Figure 181: Parietal lobe game mechanism

AREA 4: THÙY TRÁN (FRONTAL LOBE)

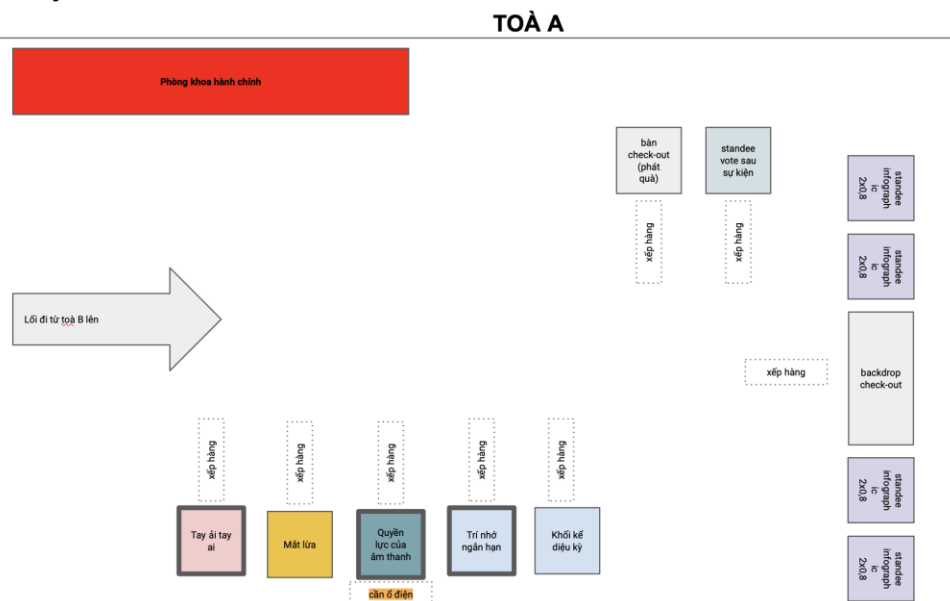


| THUYẾT TRẦN (T)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| T1: Trí nhớ ngắn hạn                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | T2: Cảm nhận vị giác                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | T3: Khối kế điều kỳ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <p>1. Người chơi đọc qua các hàng chữ cái hoặc chữ số cho sẵn. Mỗi phần sẽ có 7 hàng chữ hoặc số. Sau đó bảng thông tin sẽ được quản trò và trợ lý che đi.</p> <p>2. Thực hiện trò chơi:<br/>Lần 1: Người chơi lặp lại theo đúng thứ tự như trên bảng thông tin.<br/>Lần 2: Người chơi lặp lại theo thứ tự ngược lại.<br/>Lần 3: Người chơi lặp lại theo đúng thứ tự trong bảng chữ cái (cho chữ) hoặc theo thứ tự từ bé đến lớn (cho số).</p> <p>3. Mỗi dãy chữ hoặc số người chơi thực hiện 3 lần ghi nhớ và đọc lại.</p> <p><b>Thành công:</b> Khi người chơi đã trải nghiệm đủ 3 lần đọc. Lúc này quản trò hoặc trợ lý giải thích science behind the game, sau đó ký nhận vào ô tròn tương ứng trên vé thông hành của người chơi, xác nhận thành công vượt qua trò chơi.</p> <p><b>Thất bại:</b><br/>- Khi người chơi không hoặc chưa trải nghiệm đủ 3 lần chơi của trò chơi.</p> <p><b>Lúc này, quản trò hoặc trợ lý sẽ không ký tên xác nhận vượt qua trò chơi. Mà sẽ:</b><br/>- Đề nghị người chơi chờ thực hiện lại hoặc đến các trạm trò chơi khác thử thách trước khi quay lại trò chơi này (nếu đang có nhiều người xem cùng lúc)<br/>- Mời người chơi thực hiện lại ngay (nếu đang không có nhiều hơn 2 người chơi cùng lúc).</p> <p><b>Thời gian chơi:</b> tổng cộng 3 phút cho 1 lượt chơi. Tối đa 2 người chơi 1 lượt.</p> <p><b>Nhân sự:</b> 1 quản trò (moderator), 1 trợ lý (assistant)</p> <p><b>Science behind the game:</b> Trí nhớ ngắn hạn là khả năng bạn có thể giữ thông tin tạm thời để có thể tiếp tục suy nghĩ và học tập. Các nghiên cứu đã chỉ ra rằng, khi bạn học hay làm một điều gì đó, thùy trán sẽ như "cái kho hàng tạm thời" và lưu giữ các thông tin này cho bạn. Thế nhưng khi bạn chuyển sang nhiệm vụ khác, não bạn sẽ nhận diện những thông tin quan trọng và chuyển vào vùng lưu trữ dài hạn, những thông tin không cần thiết sẽ được "tạm thời xóa bỏ".</p> | <p>1. Người chơi tiến đến bàn trò chơi của quản trò và trợ lý để được đeo băng bịt mắt</p> <p>2. Thực hiện trò chơi</p> <p>- Lần 1: Phân biệt hạt é với mè đen<br/>- Lần 2: Phân biệt đường mía với đường cát vàng<br/>- Lần 3: Phân biệt muối với muối himalaya</p> <p><b>Thành công:</b> Khi người chơi đã trải nghiệm đủ 3 lần cảm nhận và phân biệt vị giác. Không cần phân biệt đúng. Nếu đúng toàn bộ 3 lần sẽ có thưởng từ BTC</p> <p>Lúc này quản trò hoặc trợ lý giải thích science behind the game, sau đó ký nhận vào ô tròn tương ứng trên vé thông hành của người chơi, xác nhận thành công vượt qua trò chơi.</p> <p><b>Thất bại:</b><br/>- Khi người chơi không hoặc chưa trải nghiệm đủ 3 lần chơi của trò chơi</p> <p><b>Lúc này, quản trò hoặc trợ lý sẽ không ký tên xác nhận vượt qua trò chơi. Mà sẽ:</b><br/>- Đề nghị người chơi chờ thực hiện lại hoặc đến các trạm trò chơi khác thử thách trước khi quay lại trò chơi này (nếu đang có nhiều người xem cùng lúc)<br/>- Mời người chơi thực hiện lại ngay (nếu đang không có nhiều hơn 2 người chơi cùng lúc).</p> <p><b>Thời gian chơi:</b> tổng cộng 3 phút cho 1 lượt chơi. Tối đa 2 người chơi 1 lượt</p> <p><b>Nhân sự:</b> 1 quản trò (moderator), 1 trợ lý (assistant)</p> <p><b>Science behind the game:</b> Lưỡi của chúng ta chứa rất nhiều các tế bào thụ cảm vị giác, hay còn gọi là các receptor vị giác. Các tế bào thụ cảm này nhận biết các chất hóa học có mặt trong thức ăn và đồ uống. Từ đó, truyền tín hiệu đến thùy trán, cụ thể là vùng gustatory cortex, để xử lý và tạo ra trải nghiệm về vị giác.</p> | <p>1. Người chơi tung 6 khối rubik cho sẵn. Trên mỗi mặt của khối rubik sẽ có 1 hình ảnh cho sẵn.</p> <p>2. 6 khối rubik sau khi được tung sẽ có tương đương 6 mặt được lật lên. Người chơi sẽ phải xâu chuỗi các hình ảnh trên mặt đó của rubik thành 1 câu chuyện. Phải sử dụng tất cả 6 hình ảnh đã cho để tạo nên câu chuyện. Người chơi tự kể lại câu chuyện.</p> <p>3. Thời gian chuẩn bị cho mỗi người chơi là 1 phút.</p> <p><b>Thành công:</b> Khi người chơi kể được 1 câu chuyện tạo nên từ 6 hình ảnh từ khối rubik.</p> <p>Lúc này quản trò hoặc trợ lý giải thích science behind the game, sau đó ký nhận vào ô tròn tương ứng trên vé thông hành của người chơi, xác nhận thành công vượt qua trò chơi.</p> <p><b>Thất bại:</b><br/>- Khi người chơi không hoặc chưa kể được 1 câu chuyện tạo nên từ 6 hình ảnh từ khối rubik. Ít hơn 6 hình ảnh được đề cập sẽ vẫn tính là thất bại</p> <p><b>Lúc này, quản trò hoặc trợ lý sẽ không ký tên xác nhận vượt qua trò chơi. Mà sẽ:</b><br/>- Đề nghị người chơi chờ thực hiện lại hoặc đến các trạm trò chơi khác thử thách trước khi quay lại trò chơi này (nếu đang có nhiều người xem cùng lúc)<br/>- Mời người chơi thực hiện lại ngay (nếu đang không có nhiều hơn 2 người chơi cùng lúc).</p> <p><b>Thời gian chơi:</b> tổng cộng 3 phút cho 1 lượt chơi. Tối đa 2 người chơi 1 lượt</p> <p><b>Nhân sự:</b> 1 quản trò (moderator), 1 trợ lý (assistant)</p> <p><b>Science behind the game:</b> Thùy trán cũng là một cơ quan vô cùng cần thiết cho sự sáng tạo, bởi vì đây là trung tâm của khả năng tư duy, đánh giá và tưởng tượng. Khi bạn nhận được những thành tố rất khác nhau cùng với yêu cầu kể chuyện, thùy trán sẽ phân tích và đưa ra nhiều những viễn cảnh có thể xảy ra với các thành và kết nối những viễn cảnh này để tạo ra một câu chuyện thú vị.</p> |

Figure 182: Frontal lobe game mechanism

## APPENDIX 10: ACTIVATION LAYOUTS

### 1. Activation layout at HUTECH:



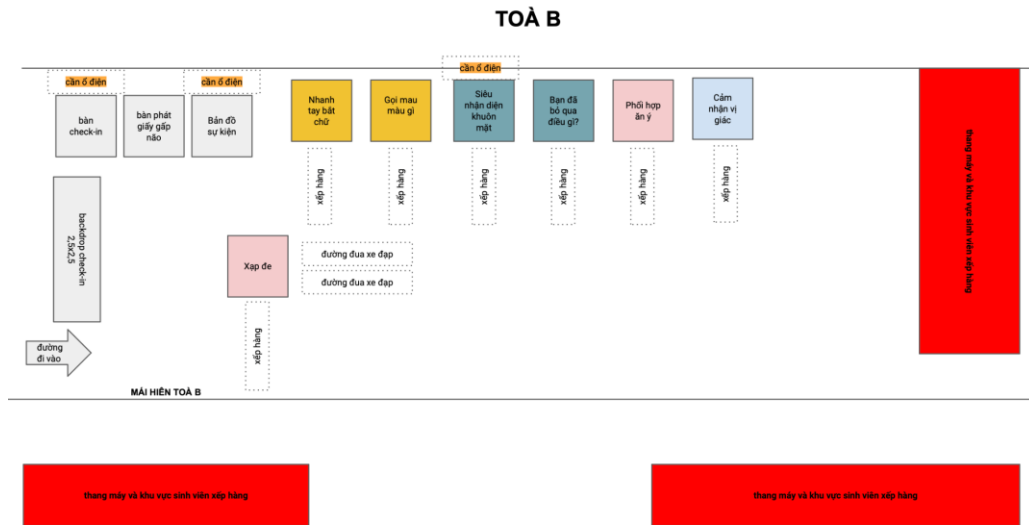


Figure 183: Activation Layout for Hall A and B

## 2. Activation layout at FPTU:

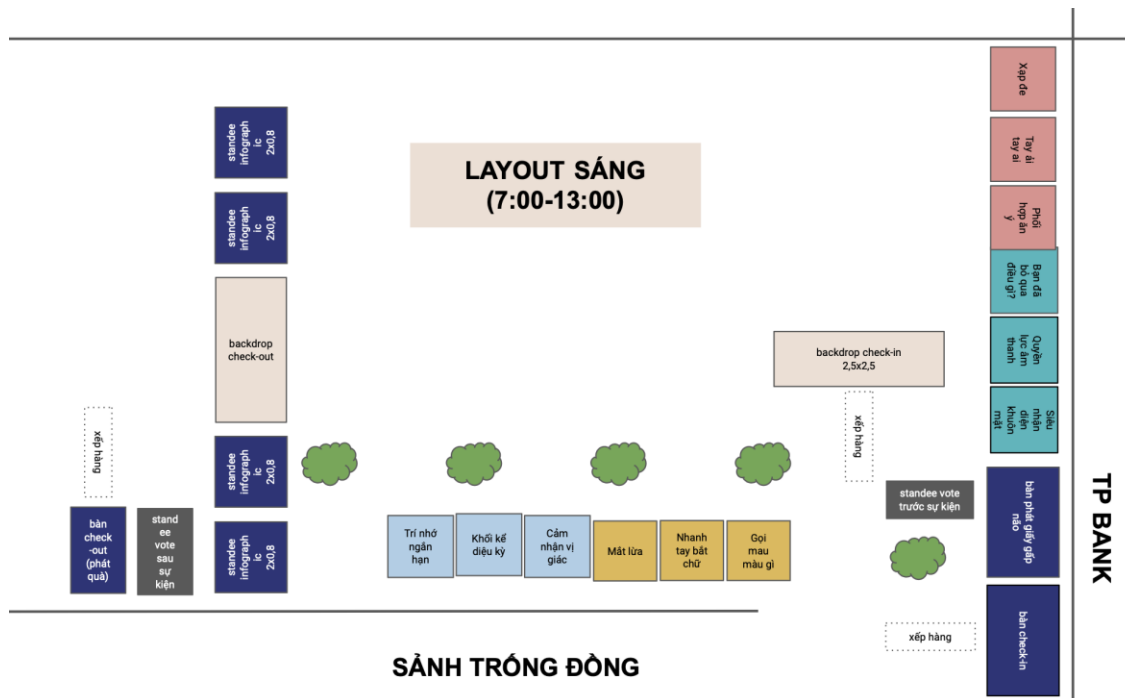


Figure 184: FPT activation main hall's layout





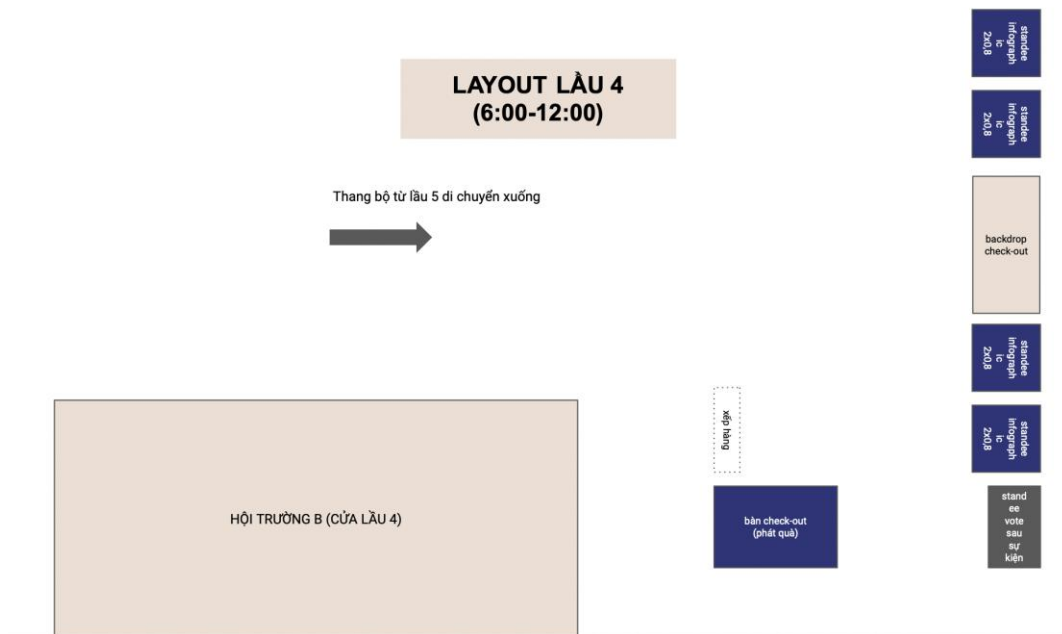


Figure 187: FPT activation fourth-floor layout

## APPENDIX 11: EVENT PRODUCTION DOCUMENT

Please kindly access the detailed Event Production Document [here](#)

## APPENDIX 12: ACTIVATION MASTERSHEETS

Please kindly access the detailed Activation Mastersheet for HUTECH [here](#)

Please kindly access the detailed Activation Mastersheet for FPTU HCMC [here](#)

Please kindly access the detailed Activation Mastersheet for F-POLY HCMC [here](#)

## APPENDIX 13: DETAILED MEDIA MASTERSHEET

Please kindly access the detailed Media Mastersheet of the campaign [here](#)

## APPENDIX 14: DETAILED ACTIVATION FEEDBACK DATA

### 1. Feedback responses from HUTECH

Bạn vui lòng đánh giá trải nghiệm Activation

133 responses

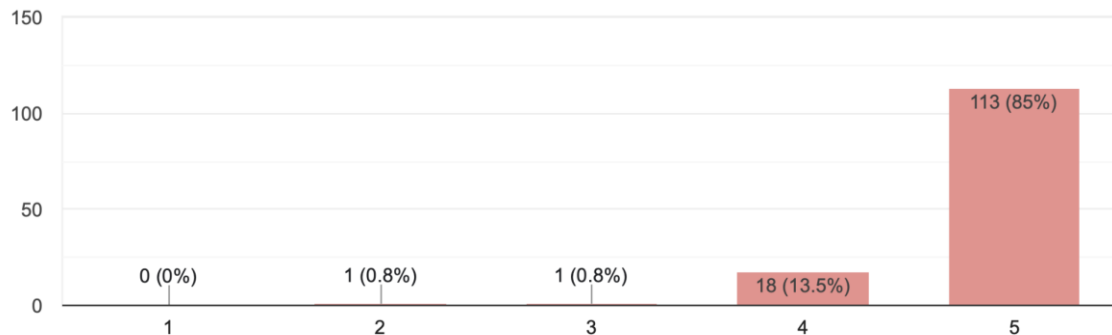


Figure 188: Survey's response about experiences of participants at the activation at HUTECH

Bạn vui lòng nhận xét mức độ đồng ý của bản thân với mệnh đề: "Nhờ có hôm nay mà tôi mới phát hiện ra ít nhất 01 sự thật mà tôi đã hiểu sai bấy lâu"

133 responses

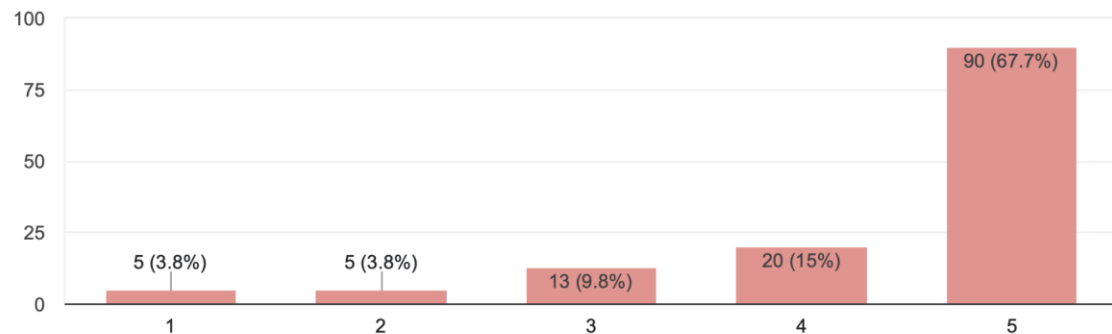


Figure 189: Survey's response on "Attending today's activation makes me realize there is at least 1 truth I misunderstand for long" at HUTECH

Bạn vui lòng nhận xét mức độ đồng ý của bản thân với mệnh đề: "Sau ngày hội hôm nay, tôi thấy bộ não của mình thú vị hơn và nhiều điều kỳ diệu hơn"

133 responses

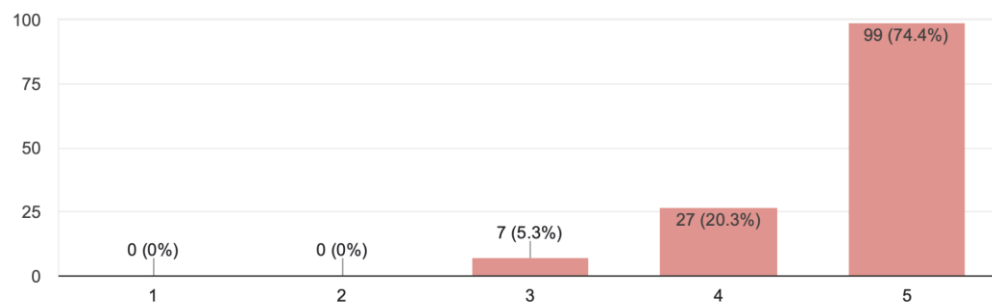


Figure 190: Survey's response on "After the activation, I feel that my brain is more interesting and magical" at HUTECH

Bạn vui lòng nhận xét mức độ đồng ý của bản thân với mệnh đề: "Sau ngày hội hôm nay, tôi rút ra được ít nhất 01 bài học mà tôi có thể thử áp dụng cho việc học tập và làm việc của mình"

133 responses

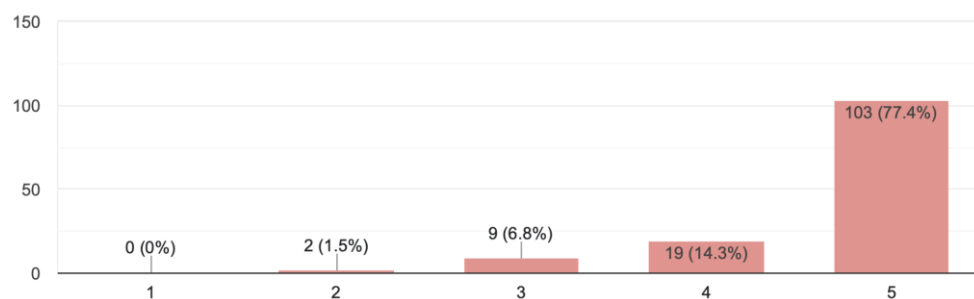


Figure 191: Survey's response on "After the activation, I can derive at least 1 lesson which I can apply to achieve effective study and work" at HUTECH

Bạn vui lòng nhận xét mức độ đồng ý của bản thân với mệnh đề: "Sau ngày hội hôm nay, tôi dần thấy rằng hiểu về não bộ là quan trọng hoặc rất quan trọng để có thể học tập và làm việc hiệu quả hơn."

133 responses

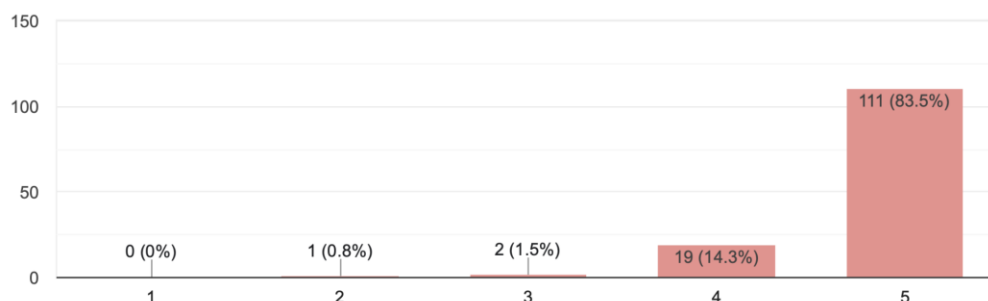


Figure 192: Survey's response on "After activation, I gradually feel that understanding our brain is important or very important in achieving effective study and work" at HUTECH

Bạn vui lòng nhận xét mức độ đồng ý của bản thân với mệnh đề: "Sau ngày hội hôm nay, tôi thấy các kiến thức về phát triển bản thân dựa trên khoa học trở nên đơn giản và gần gũi với mình hơn."

133 responses

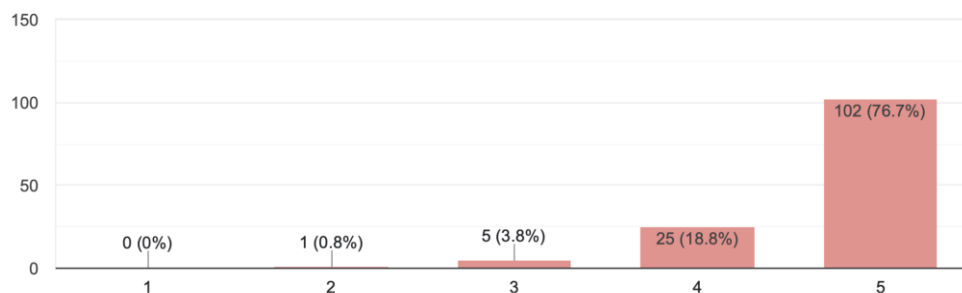


Figure 193: Survey's response on "After activation, I feel that PD knowledge based on science is more engaging" at HUTECH

Bạn vui lòng nhận xét mức độ đồng ý của bản thân với mệnh đề: "Sau ngày hội hôm nay, tôi nghĩ mình sẽ tiếp tục theo dõi A Brainy Chat để biết thêm về việc hiệu quả dựa trên Khoa học tâm lý và não bộ."

133 responses

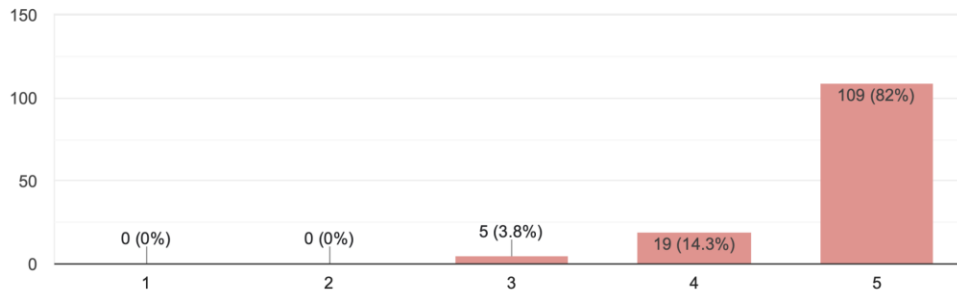


Figure 194: Survey's response on "After activation, I think I will continue following A Brainy Chat" at HUTECH

## 2. Feedback responses from FPTU HCMC

Bạn vui lòng đánh giá trải nghiệm Activation:

321 responses

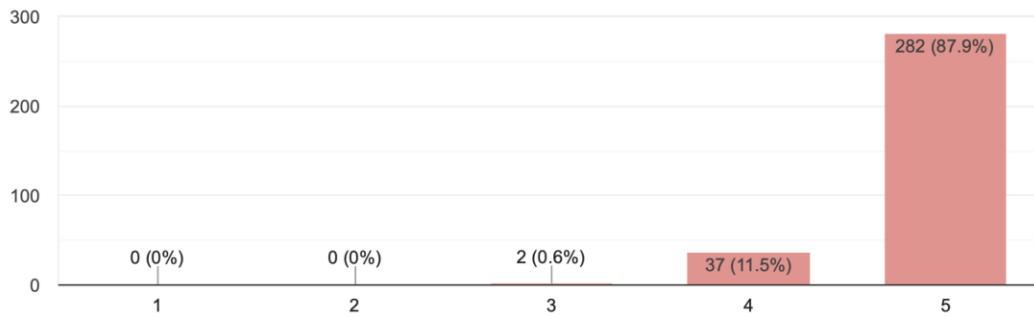


Figure 195: Survey's response about participants' experiences at the activation at FPT University HCMC.

Bạn vui lòng nhận xét mức độ đồng ý của bản thân với mệnh đề: "Nhờ có hôm nay mà tôi mới phát hiện ra ít nhất 01 sự thật mà tôi đã hiểu sai bấy lâu"

321 responses

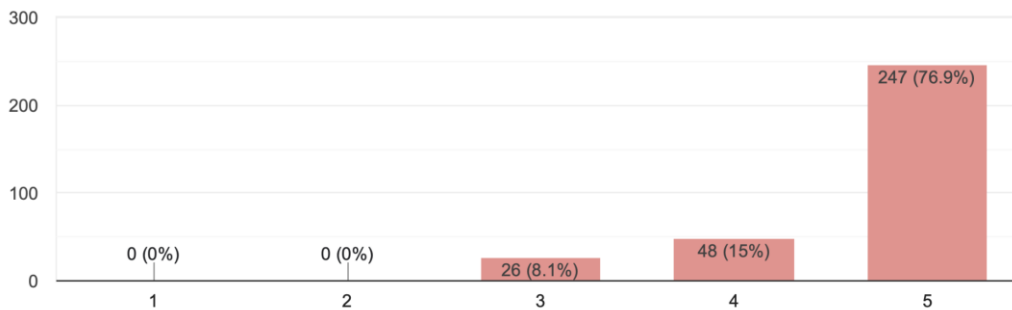


Figure 196: Survey's response on "Attending today's activation makes me realize there is at least 1 truth I misunderstand for a long" at FPT University HCMC

Bạn vui lòng nhận xét mức độ đồng ý của bản thân với mệnh đề: "Sau ngày hội hôm nay, tôi thấy bộ não của mình thú vị hơn và nhiều điều kỳ diệu hơn"

321 responses

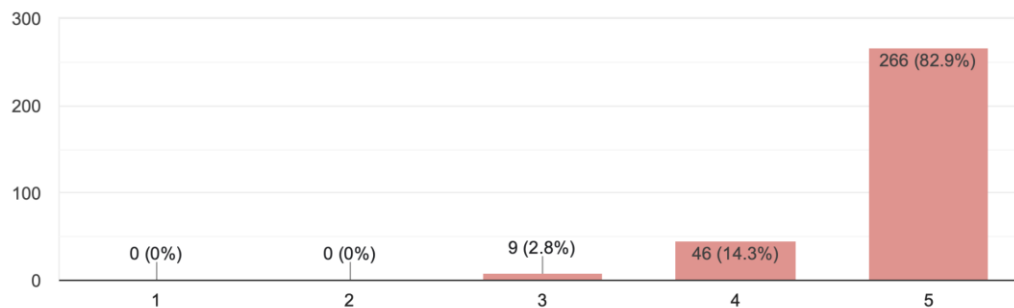


Figure 197: Survey's response on "After the activation, I feel that my brain is more interesting and magical" at FPT University HCMC

Bạn vui lòng nhận xét mức độ đồng ý của bản thân với mệnh đề: "Sau ngày hội hôm nay, tôi dần thấy rằng hiểu về não bộ là quan trọng hoặc rất quan trọng để có thể học tập và làm việc hiệu quả hơn."

321 responses

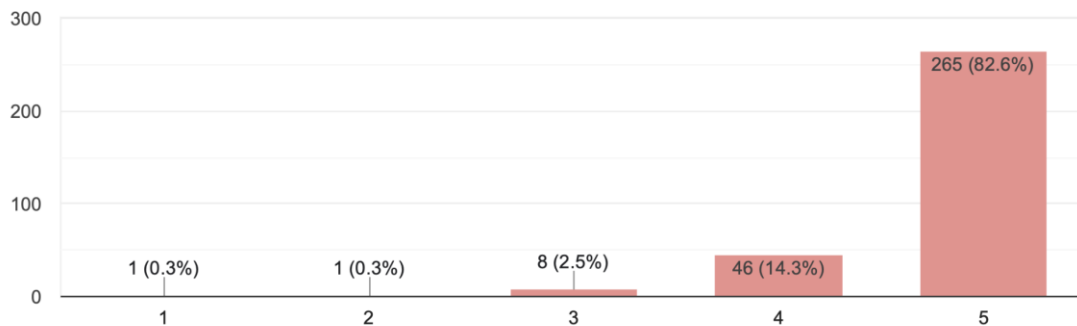


Figure 198: Survey's response on "After the activation, I can derive at least 1 lesson which I can apply to achieve effective study and work" at FPT University HCMC

Bạn vui lòng nhận xét mức độ đồng ý của bản thân với mệnh đề: "Sau ngày hội hôm nay, tôi rút ra được ít nhất 01 bài học mà tôi có thể thử áp dụng cho việc học tập và làm việc của mình"

321 responses

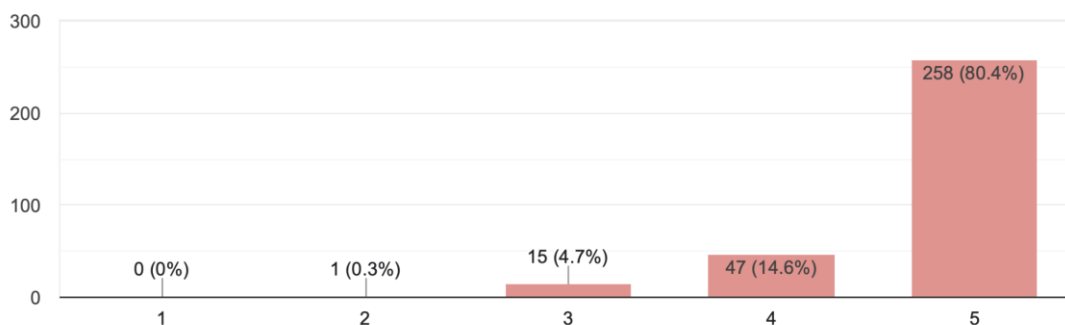


Figure 199: Survey's response on "After activation, I gradually feel that understanding our brain is important or very important in achieving effective study and work" at FPT University HCMC

Bạn vui lòng nhận xét mức độ đồng ý của bản thân với mệnh đề: "Sau ngày hội hôm nay, tôi thấy các kiến thức về phát triển bản thân dựa trên khoa học trở nên đơn giản và gần gũi với mình hơn."

321 responses

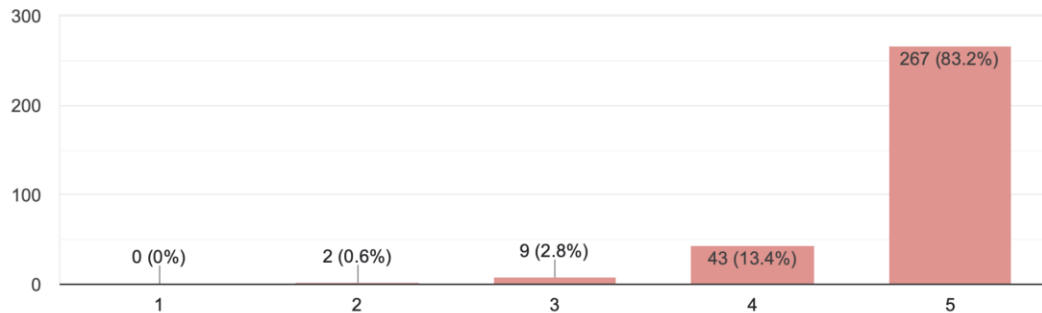


Figure 200: Survey's response on "After activation, I feel that PD knowledge based on science is more engaging" at FPT University HCMC

Bạn vui lòng nhận xét mức độ đồng ý của bản thân với mệnh đề: "Sau ngày hội hôm nay, tôi nghĩ mình sẽ tiếp tục theo dõi A Brainy Chat để biết thêm...việc hiệu quả dựa trên Khoa học tâm lý và não bộ."

321 responses

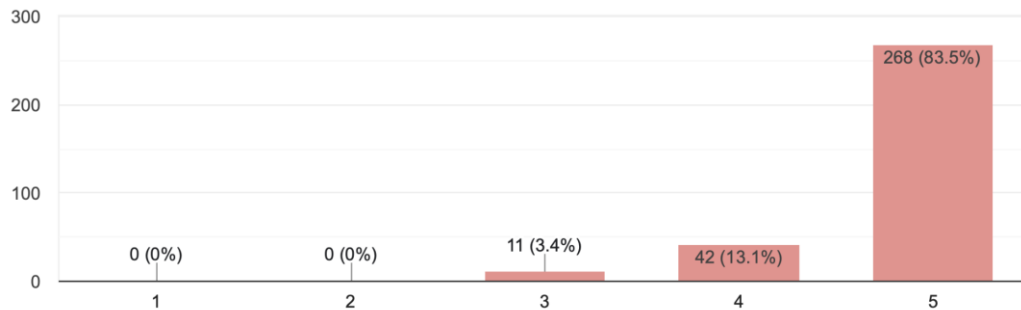


Figure 201: Survey's response on "After activation, I think I will continue following A Brainy Chat" at FPT University HCMC

### 3. Feedback responses from F-POLY HCMC

Bạn vui lòng đánh giá trải nghiệm Activation:

126 responses

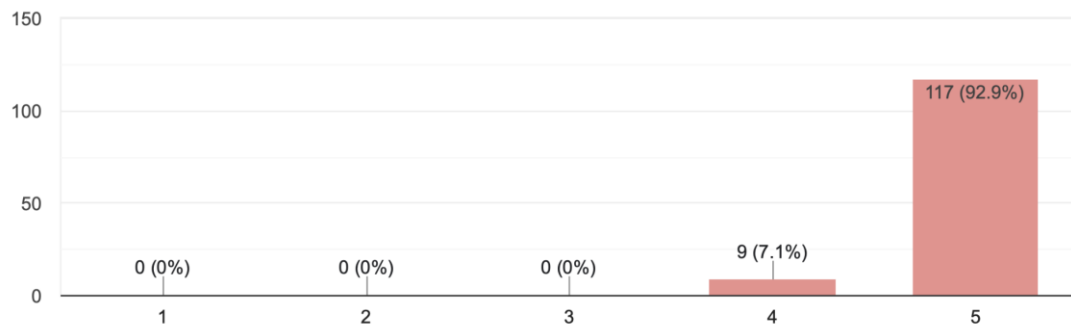


Figure 202: Survey's response about participants' experiences at the activation at F-POLY.

Bạn vui lòng nhận xét mức độ đồng ý của bản thân với mệnh đề: "Nhờ có hôm nay mà tôi mới phát hiện ra ít nhất 01 sự thật mà tôi đã hiểu sai bấy lâu"

126 responses

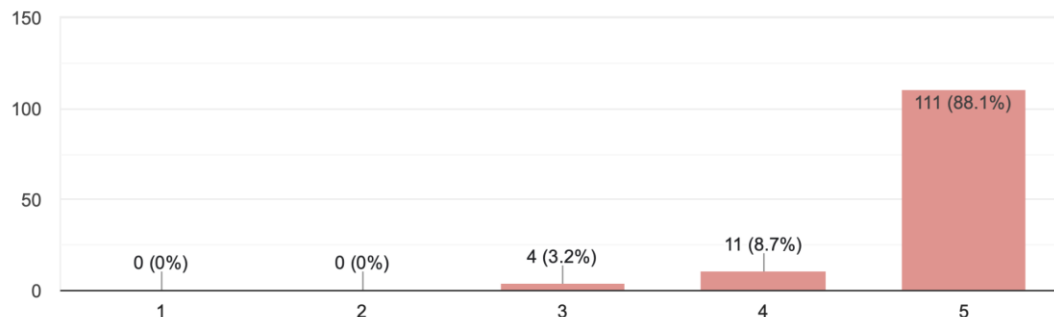


Figure 203: Survey's response on "Attending today's activation makes me realize there is at least 1 truth I misunderstand for long" at F-POLY

Bạn vui lòng nhận xét mức độ đồng ý của bản thân với mệnh đề: "Sau ngày hội hôm nay, tôi thấy bộ não của mình thú vị hơn và nhiều điều kỳ diệu hơn"

126 responses

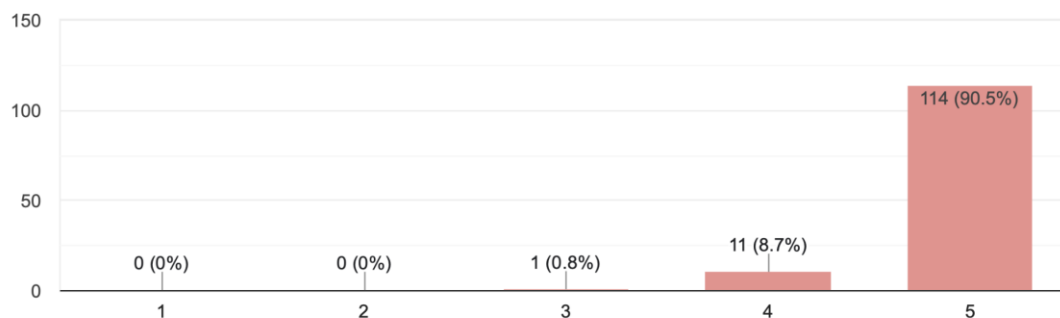


Figure 204: Survey's response on "After the activation, I feel that my brain is more interesting and magical" at FPOLY

Bạn vui lòng nhận xét mức độ đồng ý của bản thân với mệnh đề: "Sau ngày hội hôm nay, tôi dần thấy rằng hiểu về não bộ là quan trọng hoặc rất quan trọng để có thể học tập và làm việc hiệu quả hơn."

126 responses

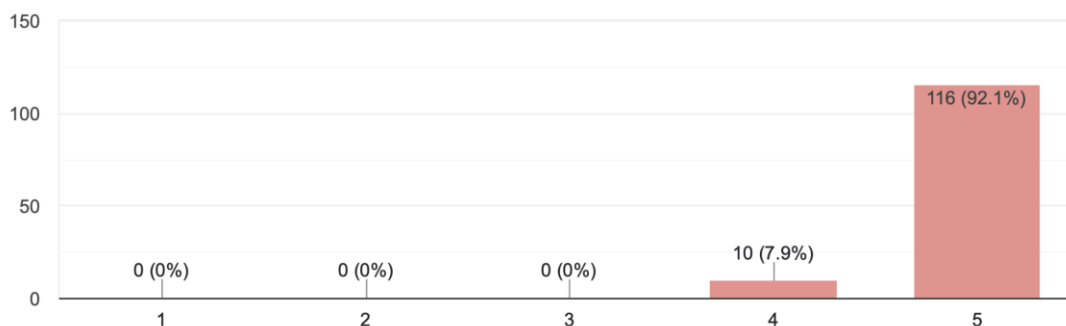


Figure 205: Survey's response on "After activation, I gradually feel that understanding our brain is important or very important in achieving effective study and work" at FPOLY



Bạn vui lòng nhận xét mức độ đồng ý của bản thân với mệnh đề: "Sau ngày hội hôm nay, tôi rút ra được ít nhất 01 bài học mà tôi có thể thử áp dụng cho việc học tập và làm việc của mình"

126 responses

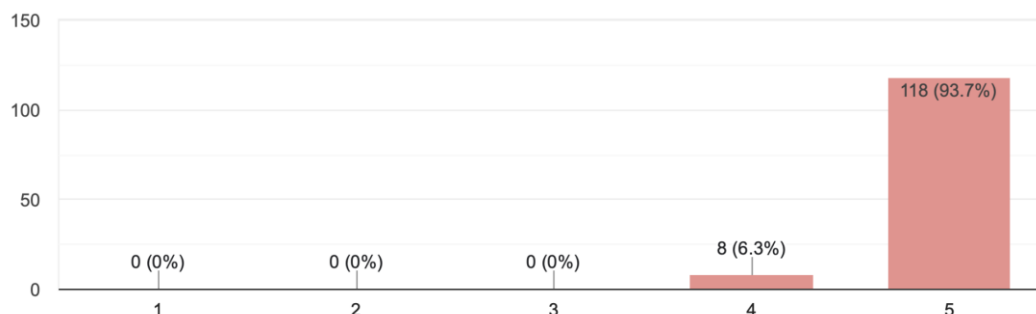


Figure 206: Survey's response on "After the activation, I can derive at least 1 lesson which I can apply to achieve effective study and work" at FPOLY

Bạn vui lòng nhận xét mức độ đồng ý của bản thân với mệnh đề: "Sau ngày hội hôm nay, tôi dần thấy rằng hiểu về não bộ là quan trọng hoặc rất quan trọng để có thể học tập và làm việc hiệu quả hơn."

126 responses

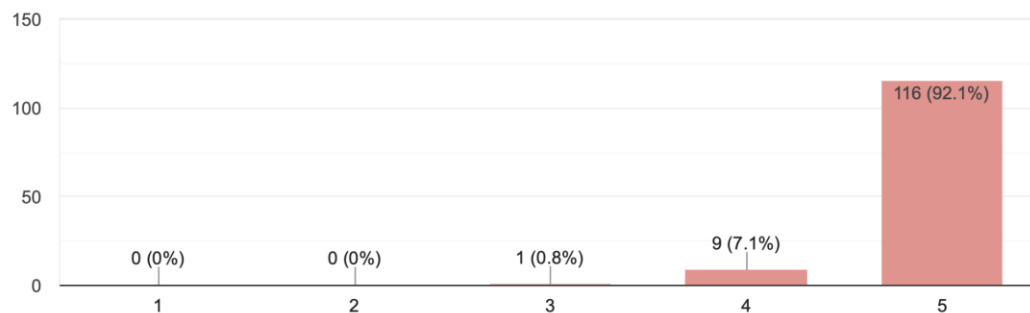


Figure 207: Survey's response on "After activation, I gradually feel that understanding our brain is important or very important in achieving effective study and work" at FPOLY

Bạn vui lòng nhận xét mức độ đồng ý của bản thân với mệnh đề: "Sau ngày hội hôm nay, tôi thấy các kiến thức về phát triển bản thân dựa trên khoa học trở nên đơn giản và gần gũi với mình hơn."

126 responses

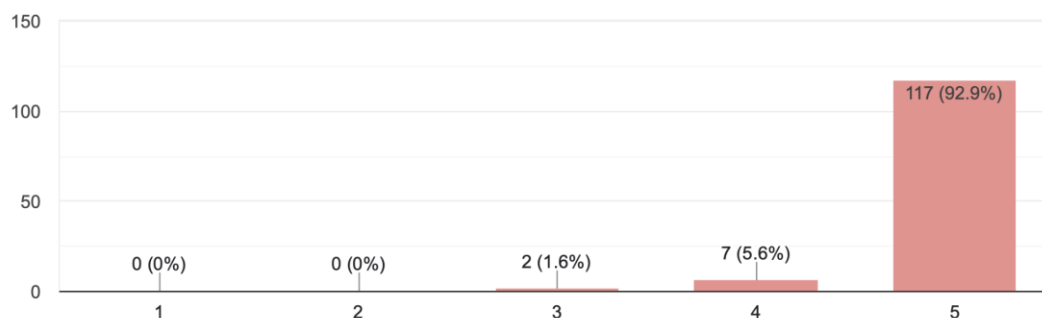


Figure 208: Survey's response on "After activation, I feel that PD knowledge based on science is more engaging" at FPOLY

Bạn vui lòng nhận xét mức độ đồng ý của bản thân với mệnh đề: "Sau ngày hội hôm nay, tôi nghĩ mình sẽ tiếp tục theo dõi A Brainy Chat để biết thêm...việc hiệu quả dựa trên Khoa học tâm lý và não bộ."  
126 responses

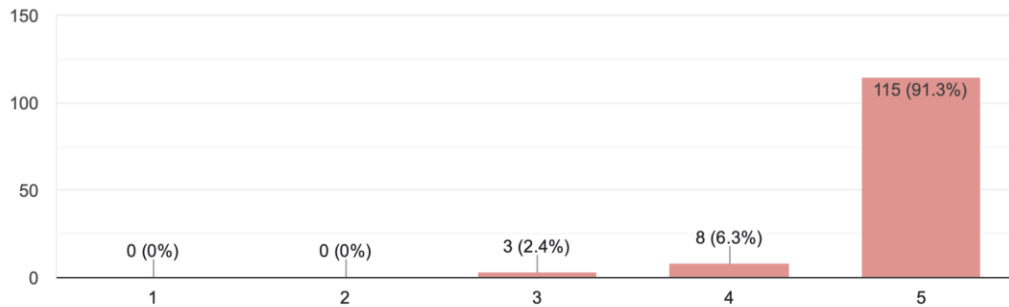


Figure 209: Survey's response on "After activation, I think I will continue following A Brainy Chat" at FPOLY

## APPENDIX 15: DETAILED OFFLINE AND ONLINE WEBINAR FEEDBACK DATA

### 1. Offline Webinar:

Bạn vui lòng đánh giá nội dung của Talkshow  
133 responses

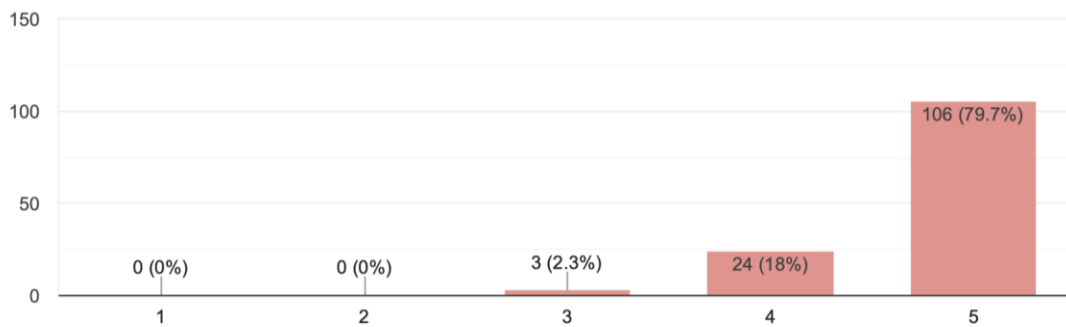


Figure 210: Survey's response on talkshow's content at HUTECH

Mình thích giọng đọc truyền cảm của Háooo

rất vui

Rất vui

Rất bổ ích và giúp em hiểu ra nhiều hơn về bộ não

Các anh chị ctv rất cute. Hoạt động chương trình hay hữu ích, vui lắm ạaa

Diễn giả truyền đạt thông tin dễ hiểu, nhiều vd thực tế, topic thú vị

Chương trình tốt

Diễn giả giỏi, thân thiện

Figure 211: Feedback from google form

### 2. Online Webinar:

Bạn vui lòng đánh giá trải nghiệm Webinar:

26 responses

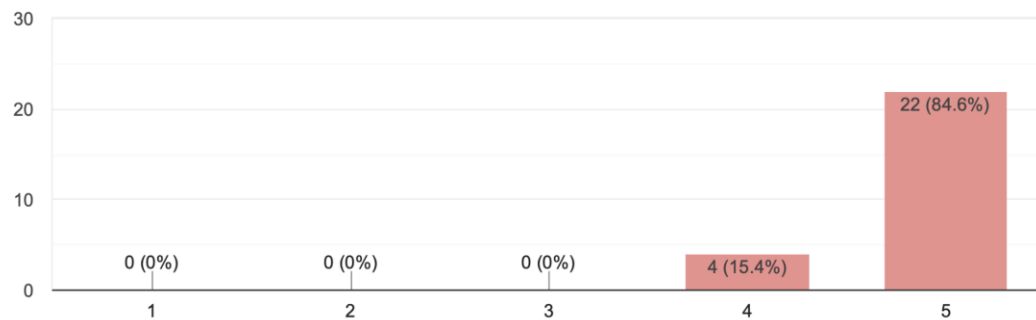


Figure 212: Survey's response on online webinar content

Bạn vui lòng nhận xét mức độ đồng ý của bản thân với mệnh đề: "Nhờ có webinar hôm nay mà tôi mới phát hiện ra ít nhất 01 sự thật về não bộ mà tôi đã hiểu sai bấy lâu."

26 responses

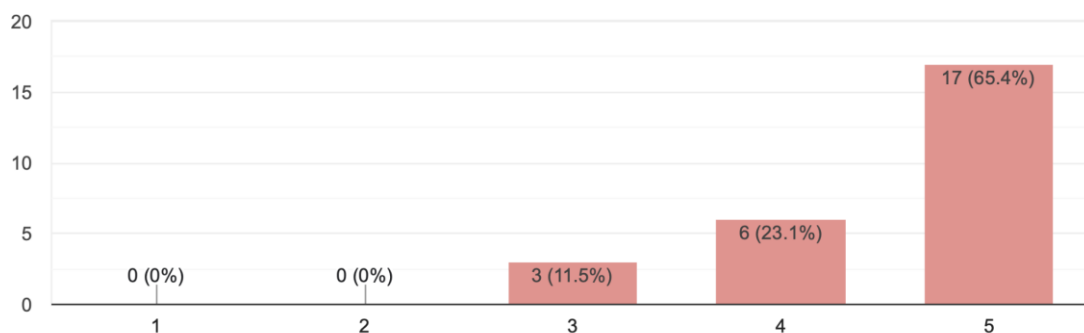


Figure 213: Survey's response on "Attending today's webinar makes me realize there is at least 1 truth I misunderstand for long" at the online webinar

Bạn vui lòng nhận xét mức độ đồng ý của bản thân với mệnh đề: "Sau webinar hôm nay, tôi thấy bộ não của mình thú vị hơn và nhiều điều kỳ diệu hơn."

26 responses

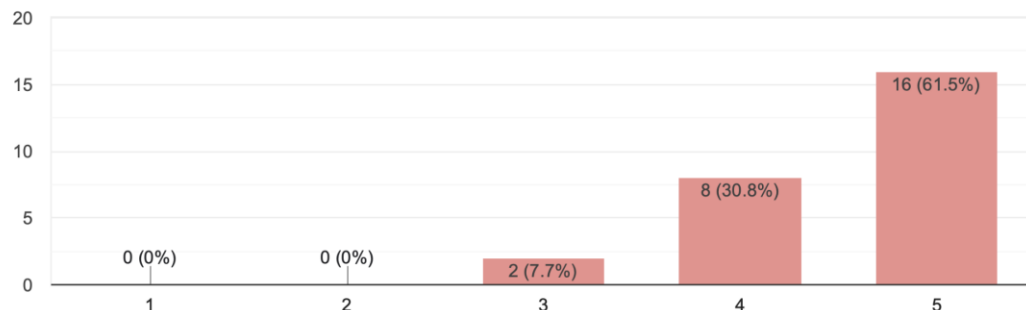


Figure 214: Survey's response on "After the webinar, I feel that my brain is more interesting and magical"

Bạn vui lòng nhận xét mức độ đồng ý của bản thân với mệnh đề: "Sau webinar hôm nay, tôi thấy rằng hiểu về não bộ là quan trọng hoặc rất quan trọng để có thể học tập và làm việc hiệu quả hơn."

26 responses

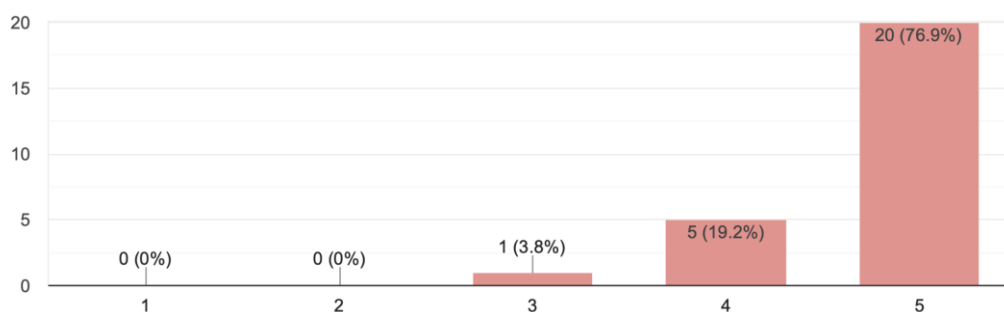


Figure 215: Survey's response on "After the webinar, I gradually feel that understanding our brain is important or very important in achieving effective study and work"

Bạn vui lòng nhận xét mức độ đồng ý của bản thân với mệnh đề: "Sau webinar hôm nay, tôi rút ra được ít nhất 01 bài học mà tôi có thể thử áp dụng cho việc học tập và làm việc của mình."

26 responses

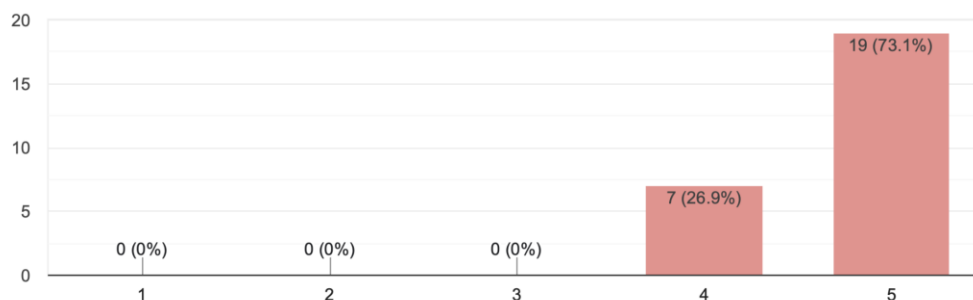


Figure 216: Survey's response on "After the webinar, I can derive at least 1 lesson which I can apply to achieve effective study and work" at the online webinar

Bạn vui lòng nhận xét mức độ đồng ý của bản thân với mệnh đề: "Sau webinar hôm nay, tôi dần thấy rằng hiểu về não bộ là quan trọng hoặc rất quan trọng để có thể học tập và làm việc hiệu quả hơn."

26 responses

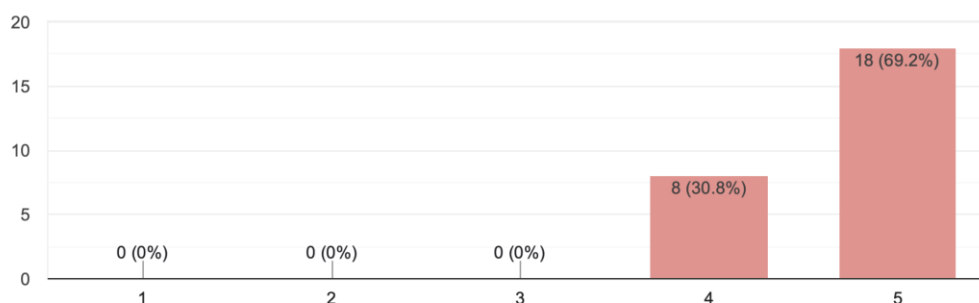


Figure 217: Survey's response on "After the webinar, I gradually feel that understanding our brain is important or very important in achieving effective study and work"

Bạn vui lòng nhận xét mức độ đồng ý của bản thân với mệnh đề: "Diễn giả đã giải đáp đúng những thắc mắc tôi muốn nghe và chia sẻ đúng những kiến thức, thông tin tôi cần."

26 responses

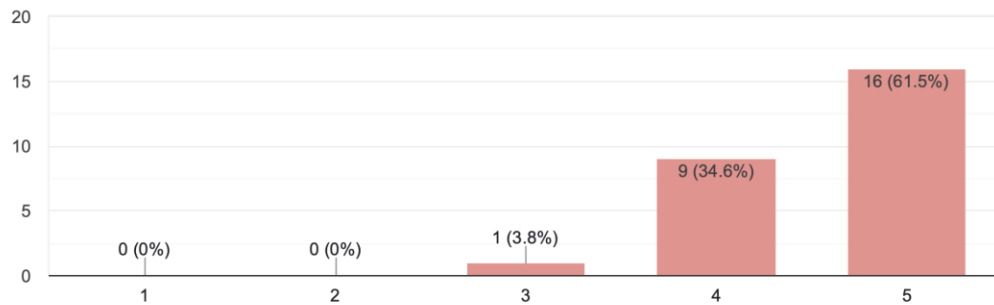


Figure 218: Survey's response on "The speaker answered exactly what I wanted to hear and shared the necessary information and knowledge"

Bạn vui lòng nhận xét mức độ đồng ý của bản thân với mệnh đề: "Sau webinar hôm nay, tôi nghĩ mình sẽ tiếp tục theo dõi A Brainy Chat để biết thêm...việc hiệu quả dựa trên Khoa học tâm lý và não bộ."

26 responses

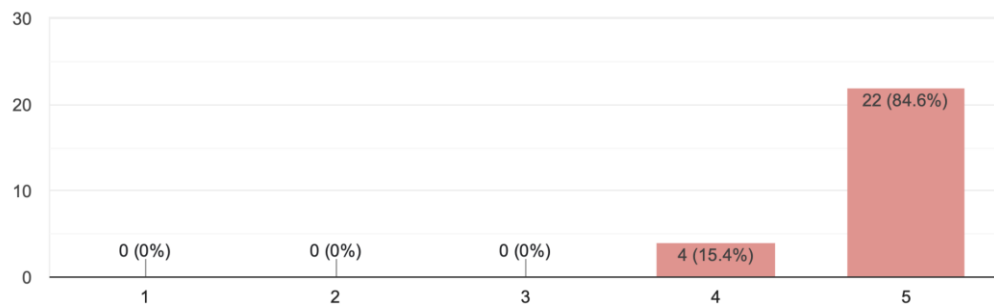


Figure 219: Survey's response on "After webinar, I think I will continue following A Brainy Chat"

Mình thích giọng đọc truyền cảm của Hào

rất vui

Rất vui

Rất bổ ích và giúp em hiểu ra nhiều hơn về bộ não

Các anh chị ctv rất cute. Hoạt động chương trình hay hữu ích, vui lắm ạ

Diễn giả truyền đạt thông tin dễ hiểu, nhiều vd thực tế, topic thú vị

Chương trình tốt

Diễn giả giỏi, thân thiện

|                                                                                                                                                                                         |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Những thông tin dễ ứng dụng cho cuộc sống. Thú vị và sinh động                                                                                                                          |
| Mọi kiến thức mà webminar đem lại rất ấn tượng, rất mới và rất hữu ích ạ                                                                                                                |
| Quá hay!                                                                                                                                                                                |
| Chị Hào dựa trên những nghiên cứu khoa học để thuyết trình                                                                                                                              |
| Kiến thức bổ ích, cách truyền đạt cuốn hút, hiệu quả, nội dung trình bày logic                                                                                                          |
| Hài lòng                                                                                                                                                                                |
| Webinar cung cấp rất nhiều thức bổ ích ạ.                                                                                                                                               |
| BTC tổ chức rất chuyên nghiệp, nhịp nhàng, bạn MC cũng rất chuyên nghiệp ạ. Đặc biệt là nội dung chị Hào chia sẻ rất mới, flow mượt, dễ hiểu cho người thường :D                        |
| Buổi webinar em biết thêm được rất nhiều thứ bổ ích về bộ não                                                                                                                           |
| Lượng kiến thức vừa phải, truyền tải thông tin dễ hiểu, ví dụ thực tế, tính ứng dụng cao (có thể áp dụng ngay)                                                                          |
| Chia sẻ hữu ích, chương trình cô đọng                                                                                                                                                   |
| Có thông tin bổ ích.                                                                                                                                                                    |
| Đã giải thích được những điều mình thắc mắc, và rất chuyên nghiệp từ BTC                                                                                                                |
| Diễn giả mang đến nhiều kiến thức mới mẻ, cô đọng, gợi mở để khám phá thêm, ứng dụng ngay được vào thực tế, thay đổi được một vài những quan niệm cũ.                                   |
| nhiều người từ nơi xa có thể tham gia, ngắn gọn, bài nói cụ thể và đi sâu                                                                                                               |
| Nhiều kiến bổ ích thấy rất hay mà đó h mình chưa biết                                                                                                                                   |
| quá tuyệt vời, nội dung thú vị, và khoa học                                                                                                                                             |
| Em mình hẳn hơn.                                                                                                                                                                        |
| Muốn sử dụng bộ não tối ưu phải biết cách bộ não hoạt động như thế nào.                                                                                                                 |
| mình cảm thấy mình ý thức hơn và yêu mến hơn món quà là não bộ, nơi lưu trữ nguồn thông tin và chi phối hoạt động sống của con người, trong đó có học tập và làm việc                   |
| Những kiến thức hữu ích, hợp lý và đầy gợi mở                                                                                                                                           |
| nhiều hơn mong đợi                                                                                                                                                                      |
| Đúng rồi ạ đã trả lời đc những thắc mắc                                                                                                                                                 |
| Cám ơn chị Hào đã chia sẻ, rất thực tế và có tính ứng dụng cao. Hy vọng những vấn đề trong cuộc sống sẽ được tiếp tục giải đáp bằng những kiến thức khoa học cho sự vận hành của não bộ |

|                                                                                                                                                                                    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Nhiều kiến thức bổ ích đc đưa ra ạ                                                                                                                                                 |
| Như trên ạ. Cái em thấy thú vị nhất là cách phản ứng từ dưới lên và từ trên xuống. Những thông tin phía sau thì hơi khó nhớ một tí.                                                |
| Bộ não điệu kỳ                                                                                                                                                                     |
| Hiểu ra các cách vận hành mới của não bộ                                                                                                                                           |
| Não bộ cơ bản là điệu kỳ. Nhưng, đúng là thú vị hơn vì em được hiểu thêm về não bộ.                                                                                                |
| Em được học được 1 số thứ có thể ứng dụng đc vào trong học tập và công việc                                                                                                        |
| Webinar gợi mở, tạo hứng thú để mình tìm hiểu thêm về bộ não của mình.                                                                                                             |
| Vì kiến thức này e chưa biết trước Webinar                                                                                                                                         |
| Trước đây mình phân vân giữa việc học nhiều thứ hay học chuyên một thứ. Hôm nay mình biết được hướng đi đúng và phù hợp cho bộ não là học một thứ nhưng tiếp cận bằng nhiều hướng. |
| mình thấy củng cố niềm tin cho mình việc não bộ cần được nghỉ ngơi đủ giấc                                                                                                         |
| đó giờ mình cứ nghỉ ngủ ít là tốt                                                                                                                                                  |

*Figure 220: Feedbacks from google form*

## **APPENDIX 16: DETAILED BUDGET TABLES**

### **1. Activation production and material checklist, detailed budget:**



| A BRAINY CUBE BY A BRAINY CHAT |                                                            |                          |                                                                                                             |             |        |              |                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                     | Tạm ứng từ quỹ Hào                  |
|--------------------------------|------------------------------------------------------------|--------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|--------|--------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|
| TRƯỚC và SAU JOURNEY           |                                                            |                          |                                                                                                             |             |        |              |                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                     |                                     |
| NO                             | ITEM                                                       | CATEGORY                 | MỤC ĐÍCH                                                                                                    | UNIT PRICE  | QUANT. | INTO MONEY   | Contact                                                                                                           | Note                                                                                                                                                                                |                                     |
| 1                              | Standee 2 mặt form cứng, xin 180x80cm (chưa tính hộp mica) | Props                    | dẫn hộp mica lên form                                                                                       | 1.250.000 đ | 2      | 2.500.000 đ  |                                                                                                                   | Option 2: làm 2 standee ngang, tổng chi phí là 2,5 triệu (chưa tính hộp mica)                                                                                                       | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 2                              | Viên pompom                                                | Props                    | để vote trước và sau journey                                                                                | 250.000 đ   | 2      | 500.000 đ    | <a href="https://shopee.vn/Post">https://shopee.vn/Post</a>                                                       | 1000 viên hồng, 1000 viên xanh                                                                                                                                                      | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 3                              | Hộp giấy mica vuông/khối                                   | Props                    | để đựng viên pompom lúc vote                                                                                | 200.000 đ   | 10     | 2.000.000 đ  |                                                                                                                   | Đang check lại với vendor xem các loại mica kích thước và giá như thế nào (nhưng giá thị trường bây giờ là 180-200k/ hộp)                                                           | <input type="checkbox"/>            |
| 4                              | Giấy form                                                  | Props                    | ngăn hộp thấy mica thành 2 ngăn Đứng, Sai                                                                   | 26.000 đ    | 5      | 130.000 đ    |                                                                                                                   | Check lại kích thước hộp mica và giấy form<br>Giấy form: 1 khối 1m2 x 2m4, giá 120.000đ/m2 loại 3mm                                                                                 | <input type="checkbox"/>            |
| 5                              | Vận chuyển                                                 | Service                  |                                                                                                             | 15.000 đ    | 2      | 30.000 đ     |                                                                                                                   | Phí vận chuyển 2 đơn của shopee                                                                                                                                                     | <input type="checkbox"/>            |
|                                |                                                            |                          |                                                                                                             |             |        | TOTAL        | 2.660.000 đ                                                                                                       |                                                                                                                                                                                     |                                     |
| JOURNEY                        |                                                            |                          |                                                                                                             |             |        |              |                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                     |                                     |
| DÙNG CHUNG                     |                                                            |                          |                                                                                                             |             |        |              |                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                     | <input type="checkbox"/>            |
| NO                             | ITEM                                                       | CATEGORY                 |                                                                                                             | UNIT PRICE  | QUANT. | INTO MONEY   | Contact                                                                                                           | Note                                                                                                                                                                                |                                     |
| 1                              | Chân standee infographic (180x80cm)                        | Props                    | để display infographic (mình không đợi trường vì chỉ dựng lên trong việc di chuyển standee giữa các trường) | 300.000 đ   | 4      | 1.200.000 đ  | Anh Đen                                                                                                           | Anh Đen thuê guim 16 cái chân giá 300k/ cái, thời hạn thuê bao lâu cũng được, miễn là nghiệp xong trả ảnh là được, và ảnh in luôn cho 4 cái infographic và 12 cái bảng tên trò chơi | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 2                              | Standee bảng tên trò chơi (180x80cm)                       | Props                    | để thông báo đến người tham dự đây là trò nào, thuộc chủ đề nào, 12 trò, mỗi trò 1 bản                      | 300.000 đ   | 12     | 3.600.000 đ  | Anh Đen                                                                                                           |                                                                                                                                                                                     | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 3                              | Vé thông hành                                              | Props                    | người tham gia cần vé thông hành để tham gia journey, được đóng mộc sau mỗi trò chơi                        | 3.000 đ     | 2000   | 6.000.000 đ  | Anh Đen                                                                                                           | Vé có thông tin ABC, 9 ô rubik để BTC đóng mộc ở mỗi trò chơi được hoàn thành                                                                                                       | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 4                              | Mộc (trên, size 3x3 cm)                                    | Props                    | Đóng mộc logo A Brainy Chat lên certificate,...                                                             | 250.000 đ   | 2      | 500.000 đ    | Khắc Dấu Logo - Zalo                                                                                              | Đóng mộc logo A Brainy Chat lên certificate,...                                                                                                                                     | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 5                              | Sticker in theo yêu cầu                                    | Gift                     | quà tặng, phục vụ mục đích decor, reminder TA về ABC, về topic                                              | 7.500 đ     | 250    | 1.875.000 đ  |                                                                                                                   | 04 trường, mỗi trường 50 tờ + 50 phần lật vật để lật và dán đủ lung đến thời 1 tờ 13 hình (7 lớn, 6 nhỏ)                                                                            | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 6                              | Mộc khóa in theo yêu cầu                                   | Gift                     | quà tặng, phục vụ mục đích decor, reminder TA về ABC, về topic                                              | 10.000 đ    | 200    | 2.000.000 đ  |                                                                                                                   | 04 trường, mỗi trường 50 phần                                                                                                                                                       | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 7                              | Brochure                                                   | Gift                     | quà tặng check-out, tổng hợp infographic 4 chủ đề và các thông tin liên quan                                | 29.000 đ    | 400    | 11.600.000 đ |                                                                                                                   | 04 trường, mỗi trường 150 phần                                                                                                                                                      | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 8                              | Sổ, sách                                                   | Gift                     | quà tặng online minigame                                                                                    | 0 đ         | 3      | 0 đ          |                                                                                                                   | 1 cuốn planner 2023, 1 cuốn steel like an artist (ngoại văn), 1 cuốn sổ tay Mũi mini gây xoắn                                                                                       | <input type="checkbox"/>            |
| 9                              | Áo thun ABC                                                | Support items            | cho BTC, phục vụ mục đích branding                                                                          | 225.000 đ   | 10     | 2.250.000 đ  |                                                                                                                   | Chị Hào, chị Quỳnh, anh Nghĩa, bé Nhi, Thảo, Kiên, Tú, Phương,...                                                                                                                   | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 10                             | Ổ điện                                                     | Support items            |                                                                                                             | 0 đ         | 4      | 0 đ          |                                                                                                                   | Tự chuẩn bị                                                                                                                                                                         | <input type="checkbox"/>            |
| 11                             | Cây keo                                                    | Support items            |                                                                                                             | 3.000 đ     | 15     | 45.000 đ     |                                                                                                                   | Shopee, shop nào cũng được                                                                                                                                                          | <input type="checkbox"/>            |
| 12                             | Súng bắn keo                                               | Support items            |                                                                                                             | 0 đ         | 2      | 0 đ          |                                                                                                                   | Mượn                                                                                                                                                                                | <input type="checkbox"/>            |
| 13                             | Dao rọc giấy (khổ to)                                      | Support items            |                                                                                                             | 0 đ         | 4      | 0 đ          |                                                                                                                   | Mượn                                                                                                                                                                                | <input type="checkbox"/>            |
| 14                             | Kéo                                                        | Support items            | cho BTC, phục vụ sự kiện                                                                                    | 0 đ         | 4      | 0 đ          |                                                                                                                   | Mượn                                                                                                                                                                                | <input type="checkbox"/>            |
| 15                             | Bảng keo (nhiều loại)                                      | Support items            |                                                                                                             | 50.000 đ    | 1      | 50.000 đ     |                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                     | <input type="checkbox"/>            |
| 16                             | Nước suối                                                  | Support items            |                                                                                                             | 150.000 đ   | 1      | 150.000 đ    |                                                                                                                   | Cho ekip, dùng trong 4 tour của 4 trường                                                                                                                                            | <input type="checkbox"/>            |
| 17                             | Thẻ BTC                                                    | Service                  |                                                                                                             | 5.000 đ     | 40     | 200.000 đ    |                                                                                                                   | 7.5x11                                                                                                                                                                              | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 18                             | Thư mời                                                    | Service                  | mời giảng viên trong trường tham dự                                                                         | 5.000 đ     | 20     | 100.000 đ    |                                                                                                                   | 20 tờ A4 cắt nhỏ thành 80 tờ A6                                                                                                                                                     | <input type="checkbox"/>            |
| 19                             | Giấy in màu để gấp hình não                                | Props                    | A4                                                                                                          | 3.000 đ     | 400    | 1.200.000 đ  |                                                                                                                   | Nếu gấp không kịp thì gấp cuốn chiếu, mỗi ngày phát 30-40 cái; mỗi trường phát 100 cái                                                                                              | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 20                             | Vận chuyển xe tải                                          | Service                  |                                                                                                             | 1.000.000 đ | 4      | 4.000.000 đ  |                                                                                                                   | 1 chuyển lên FPT, 3 chuyển qua 3 trường ĐH còn lại                                                                                                                                  | <input type="checkbox"/>            |
| 22                             | Bật và che chân khi vận chuyển                             | Service                  | bảo quản các món khi vận chuyển                                                                             |             |        |              |                                                                                                                   | tính lại                                                                                                                                                                            | <input type="checkbox"/>            |
| 23                             | Bút kim tuyến kỳ lân                                       | Support items            | các trường booth game kỳ lân nhận quà trò chơi cho người tham gia nào hoàn thành                            | 7.800 đ     | 15     | 117.000 đ    | Tú Đạt                                                                                                            | Đã đặt shopee, ship 17k                                                                                                                                                             | <input type="checkbox"/>            |
| 24                             | Bao đựng và dây đeo thẻ BTC                                | Service                  |                                                                                                             | 0 đ         | 20     | 0 đ          | <a href="https://shopee.vn/-Nowship-Thẻ-Đeo-Sinh-Viên-D5E1">https://shopee.vn/-Nowship-Thẻ-Đeo-Sinh-Viên-D5E1</a> |                                                                                                                                                                                     | <input checked="" type="checkbox"/> |
| THUY CHÂM                      |                                                            |                          |                                                                                                             |             |        |              |                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                     |                                     |
| NO                             | ITEM                                                       | CATEGORY                 |                                                                                                             | UNIT PRICE  | QUANT. | INTO MONEY   | Contact                                                                                                           | Note                                                                                                                                                                                |                                     |
| 1                              | Giấy bóng kính                                             | *Mặt(c) lưa-Áo giác      | A4                                                                                                          | 8.000 đ     | 10     | 80.000 đ     |                                                                                                                   | Tiêm in nào cũng có                                                                                                                                                                 | <input type="checkbox"/>            |
| 2                              | 5 hình mặt dưới                                            | *Mặt(c) lưa-Áo giác      | A4                                                                                                          | 6.000 đ     | 10     | 60.000 đ     |                                                                                                                   | In từ template:<br><a href="https://drive.google.com/drive/folders/1luTDQ2HBPLK5anTWocQ000EynbWwGnL">https://drive.google.com/drive/folders/1luTDQ2HBPLK5anTWocQ000EynbWwGnL</a>    | <input type="checkbox"/>            |
| 3                              | Bảng lưới trắng                                            | *Mặt(c) lưa-Áo giác      | Dùng chung cho 2 hoạt động Mặt(c) lưa, dùng để treo hình                                                    | 0 đ         | 0      | 0 đ          |                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                     | <input type="checkbox"/>            |
| 4                              | 5 hình ảnh trigger the brain                               | *Mặt(c) lưa-Áo giác      |                                                                                                             | 6.000 đ     | 10     | 60.000 đ     |                                                                                                                   | In A3, bia cùng<br>In từ: <a href="https://www.rd.com/article/optical-illusions/">https://www.rd.com/article/optical-illusions/</a>                                                 | <input type="checkbox"/>            |
| 5                              | Bảng ô chữ (giấy form size A2)                             | Nhanh tay bắt chữ        |                                                                                                             | 70.000 đ    | 12     | 840.000 đ    |                                                                                                                   | 1 tấm để khoan chữ-1 tấm để vẽ hình, 1 lượt chơi maximum 2 người cho 1 tấm → cần maximum 4 tấm cho 1 lượt chơi 4 người → đi 3 trường thì cần 12 tấm                                 | <input type="checkbox"/>            |
| 6                              | Bảng chữ màu (giấy form size A2)                           | Gọi màu màu gì?          |                                                                                                             | 70.000 đ    | 4      | 480.000 đ    |                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                     | <input type="checkbox"/>            |
| THUY THÁI DƯƠNG                |                                                            |                          |                                                                                                             |             |        |              |                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                     |                                     |
| 1                              | Tai nghe                                                   | *Quyền lực âm thanh      |                                                                                                             | 0 đ         | 2      | 0 đ          |                                                                                                                   | Tự chuẩn bị                                                                                                                                                                         | <input type="checkbox"/>            |
| 2                              | Laptop (1)                                                 | *Quyền lực âm thanh      |                                                                                                             | 0 đ         | 2      | 0 đ          |                                                                                                                   | Tự chuẩn bị                                                                                                                                                                         | <input type="checkbox"/>            |
| 3                              | Source âm thanh                                            | *Quyền lực âm thanh      |                                                                                                             | 0 đ         | 2      | 0 đ          |                                                                                                                   | Tự chuẩn bị                                                                                                                                                                         | <input type="checkbox"/>            |
| 4                              | Laptop (2)                                                 | Siêu nhận diện khuôn mặt |                                                                                                             | 0 đ         | 2      | 0 đ          |                                                                                                                   | Tự chuẩn bị                                                                                                                                                                         | <input type="checkbox"/>            |
| 5                              | Hộp carton đựng câu hỏi                                    | Bạn đã bỏ qua gì?        |                                                                                                             | 1.550 đ     | 2      | 3.100 đ      | <a href="https://shopee.vn/t5E">https://shopee.vn/t5E</a>                                                         | Cần nhắc trang trí quanh hộp bằng giấy formex hay là không cần lộn<br>Hộp carton có nhiều size, cần nhắc size nào để đặt mua                                                        | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 6                              | Giấy A4 in câu hỏi ngẫu nhiên                              | Bạn đã bỏ qua gì?        |                                                                                                             | 38.000 đ    | 1      | 38.000 đ     | <a href="https://shopee.vn/GU4">https://shopee.vn/GU4</a>                                                         |                                                                                                                                                                                     | <input type="checkbox"/>            |
| THUY ĐÌNH                      |                                                            |                          |                                                                                                             |             |        |              |                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                     |                                     |
| 1                              | Tay cao su                                                 | *Bàn tay cao su          |                                                                                                             | 65.000 đ    | 1      | 65.000 đ     | <a href="https://shopee.vn/Bàn">https://shopee.vn/Bàn</a>                                                         |                                                                                                                                                                                     | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 2                              | Búa                                                        | *Bàn tay cao su          |                                                                                                             | 75.000 đ    | 1      | 75.000 đ     |                                                                                                                   | Tự chuẩn bị, mượn nhà Bình/Khoa                                                                                                                                                     | <input type="checkbox"/>            |
| 3                              | Bàn                                                        | *Bàn tay cao su          |                                                                                                             | 0 đ         | 1      | 0 đ          |                                                                                                                   | Mượn trường                                                                                                                                                                         | <input type="checkbox"/>            |
| 4                              | Ghế                                                        | *Bàn tay cao su          |                                                                                                             | 0 đ         | 1      | 0 đ          |                                                                                                                   | Mượn trường                                                                                                                                                                         | <input type="checkbox"/>            |
| 5                              | Tấm chắn bóng giấy form (A2)                               | *Bàn tay cao su          |                                                                                                             | 75.000 đ    | 2      | 150.000 đ    |                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                     | <input type="checkbox"/>            |
| 6                              | Máy quay                                                   | *Bàn tay cao su          |                                                                                                             | 0 đ         | 1      | 0 đ          |                                                                                                                   | Mượn                                                                                                                                                                                | <input type="checkbox"/>            |
| 7                              | Xe đạp đồ                                                  | Xe đạp trái chiều        |                                                                                                             | 1.500.000 đ | 1      | 1.500.000 đ  |                                                                                                                   | Tính lại cách làm xe ntnao                                                                                                                                                          | <input type="checkbox"/>            |
| 8                              | Dụng cụ bảo hộ tay-chân                                    | Xe đạp trái chiều        |                                                                                                             | 0 đ         | 4      | 0 đ          |                                                                                                                   | Mượn                                                                                                                                                                                | <input type="checkbox"/>            |
| 9                              | Nón bảo hiểm                                               | Xe đạp trái chiều        |                                                                                                             | 0 đ         | 1      | 0 đ          |                                                                                                                   | Mượn/ Tự đem                                                                                                                                                                        | <input type="checkbox"/>            |
| 11                             | Ruy băng vạch vẽ đích                                      | Xe đạp trái chiều        |                                                                                                             | 20.000 đ    | 1      | 20.000 đ     | <a href="https://shopee.vn/seu">https://shopee.vn/seu</a>                                                         | Mua ruy băng màu đỏ, căng lên                                                                                                                                                       | <input type="checkbox"/>            |
| 12                             | Bảng trắng mini                                            | Phối hợp ăn ý            |                                                                                                             | 12.000 đ    | 4      | 48.000 đ     | <a href="https://shopee.vn/prod">https://shopee.vn/prod</a>                                                       | 2 bảng cho 1 người chơi (vẽ bảng 2 tay), 1 lượt maximum 2 người chơi                                                                                                                | <input type="checkbox"/>            |
| 13                             | Bút lông                                                   | Phối hợp ăn ý            |                                                                                                             | 6.500 đ     | 4      | 26.000 đ     | <a href="https://shopee.vn/B%3C">https://shopee.vn/B%3C</a>                                                       | mua dư sơ cua                                                                                                                                                                       | <input type="checkbox"/>            |
| THUY TRẦN                      |                                                            |                          |                                                                                                             |             |        |              |                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                     |                                     |
| 1                              | Hình dán trên rubik (giấy A4 rời cắt ra)                   | Khởi kế diệu kỳ          |                                                                                                             |             |        |              |                                                                                                                   | Tính lại xem có nên làm từng viên vuông xấp nhỏ rồi bung 6 viên 1 lúc không                                                                                                         | <input type="checkbox"/>            |
| 2                              | Mica                                                       | Khởi kế diệu kỳ          |                                                                                                             | 320.000 đ   | 6      | 1.920.000 đ  |                                                                                                                   | Tính lại                                                                                                                                                                            | <input type="checkbox"/>            |
| 3                              | Bảng text (giấy form size A2)                              | *Trí nhớ ngắn hạn        |                                                                                                             | 75.000 đ    | 4      | 300.000 đ    |                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                     | <input type="checkbox"/>            |
| 4                              | Hạt 6                                                      | Cảm nhận vị giác         |                                                                                                             | 16.000 đ    | 6      | 96.000 đ     | <a href="https://shopee.vn/h%3E">https://shopee.vn/h%3E</a>                                                       | 1 gói hạt 6 là 100 gram, 2 gói là 200 gram,                                                                                                                                         | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 5                              | Mã đen                                                     | Cảm nhận vị giác         |                                                                                                             | 12.000 đ    | 6      | 72.000 đ     | <a href="https://shopee.vn/M%3C">https://shopee.vn/M%3C</a>                                                       | 1 gói mã đen là 100 gram, 2 gói là 200gram                                                                                                                                          | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 6                              | Đường mía                                                  | Cảm nhận vị giác         |                                                                                                             | 40.000 đ    | 6      | 240.000 đ    | <a href="https://shopee.vn/%3C4">https://shopee.vn/%3C4</a>                                                       | 1 bịch là 1 kg đường mía lộn                                                                                                                                                        | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 7                              | Đường cắt vàng                                             | Cảm nhận vị giác         |                                                                                                             | 27.500 đ    | 6      | 165.000 đ    | <a href="https://shopee.vn/%3C4">https://shopee.vn/%3C4</a>                                                       |                                                                                                                                                                                     | <input checked="" type="checkbox"/> |

|    |                             |                  |  |              |   |                     |                                                                                                                                     |                                                                   |                                     |
|----|-----------------------------|------------------|--|--------------|---|---------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|
| 7  | Đường cắt vàng              | Cắm nhận vị giác |  | 27.500 đ     | 6 | 165.000 đ           | <a href="https://shopee.vn/%C4">https://shopee.vn/%C4</a>                                                                           | có màu xanh màu vàng đĩa vuông, giống giống template màu của mình | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 8  | Đĩa nhựa đựng muối và đường | Cắm nhận vị giác |  | 9.000 đ      | 6 | 54.000 đ            | <a href="https://shopee.vn/%C4">https://shopee.vn/%C4</a>                                                                           |                                                                   | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 9  | Giấy vệ sinh để lau tay     | Cắm nhận vị giác |  | 11.500 đ     | 6 | 69.000 đ            | <a href="https://shopee.vn/%C4">https://shopee.vn/%C4</a>                                                                           |                                                                   | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 10 | Muối thường                 | Cắm nhận vị giác |  | 10.000 đ     | 6 | 60.000 đ            | <a href="https://shopee.vn/Mu%E1%BB%90%TH%C3%A4P%E1%BB%9CNG-B%E1%9C">https://shopee.vn/Mu%E1%BB%90%TH%C3%A4P%E1%BB%9CNG-B%E1%9C</a> |                                                                   | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 11 | Muối Himalaya               | Cắm nhận vị giác |  | 35.000 đ     | 6 | 210.000 đ           | <a href="https://shopee.vn/Mu%E1%BB%90%TH%C3%A4P%E1%BB%9CNG-B%E1%9C">https://shopee.vn/Mu%E1%BB%90%TH%C3%A4P%E1%BB%9CNG-B%E1%9C</a> |                                                                   | <input checked="" type="checkbox"/> |
|    |                             |                  |  | <b>TOTAL</b> |   | <b>41.668.100 đ</b> |                                                                                                                                     |                                                                   |                                     |

| DECOR |                                               |                      |  |              |        |                     |                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                |                                     |
|-------|-----------------------------------------------|----------------------|--|--------------|--------|---------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|
| NO    | ITEM                                          | CATEGORY             |  | UNIT PRICE   | QUANT. | INTO MONEY          | Contact                                                                                                                           | Note                                                                                                                                                           |                                     |
| 1     | Cây in hashtag cầm tay                        | Check-in             |  | 70.000 đ     | 5      | 350.000 đ           |                                                                                                                                   | - "A Brainsy Chat x FPT University"<br>- "A Brainsy Chat"<br>- "A Brainsy Cube" (KV + text)<br>- "Ngày hội khám phá não bộ" (text)<br>- "HEY, BRAINES!" (text) | <input type="checkbox"/>            |
| 2     | Màn hình tương tác cảm ứng 40 inches          | Bán đồ               |  | 0 đ          | 3      | 0 đ                 | <a href="https://www.thuemanh">https://www.thuemanh</a>                                                                           | 900.000đ là cho 3-5 ngày (có thể đi được 2 trường)<br>Nếu không có tiền thuê màn hình cảm ứng thì dùng màn hình tivi thường (tự chuẩn bị/ mượn)                | <input type="checkbox"/>            |
| 3     | Backdrop (1,7m x 2m) + dính                   | Backdrop nổi neurons |  | 4.000.000 đ  | 1      | 4.000.000 đ         |                                                                                                                                   | Đã bao gồm khung sắt, in bằng, các thanh sắt phía sau để đóng đinh vào<br>Nếu in bằng bạt thì có thể xấu hơn nhưng rẻ hơn, tầm 2.500.000đ                      | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 4     | Dây nối màu xanh                              | Backdrop nổi neurons |  | 45.000 đ     | 1      | 45.000 đ            | <a href="https://shopee.vn/D%E1%BB%90%TH%C3%A4P%E1%BB%9CNG-B%E1%9C">https://shopee.vn/D%E1%BB%90%TH%C3%A4P%E1%BB%9CNG-B%E1%9C</a> | Mã màu #32                                                                                                                                                     | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 5     | Dây nối màu hồng                              | Backdrop nổi neurons |  | 45.000 đ     | 1      | 45.000 đ            | <a href="https://shopee.vn/D%E1%BB%90%TH%C3%A4P%E1%BB%9CNG-B%E1%9C">https://shopee.vn/D%E1%BB%90%TH%C3%A4P%E1%BB%9CNG-B%E1%9C</a> | Mã màu #10                                                                                                                                                     | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 6     | Backdrop khung + 16 ô                         | Backdrop lật         |  | 4.500.000 đ  | 1      | 4.500.000 đ         |                                                                                                                                   | 16 hộp only: 3 triệu<br>Khung only: 3 triệu                                                                                                                    | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 7     | Mô hình mascot rubik bằng giấy form (size 1m) | Decor                |  | 1.500.000 đ  | 1      | 1.500.000 đ         |                                                                                                                                   | Tính lại kích thước + keo dán                                                                                                                                  | <input type="checkbox"/>            |
| 8     | Decal trang trí (1m2 x 2m4)                   | Decor                |  | 500.000 đ    | 1      | 500.000 đ           |                                                                                                                                   | Muốn in gì thì dán lên hết khổ này rồi in một lần, về tự cắt tự dán                                                                                            | <input type="checkbox"/>            |
|       |                                               |                      |  | <b>TOTAL</b> |        | <b>10.940.000 đ</b> |                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                |                                     |

| MEDIA |                        |          |                                                                                               |              |        |                  |         |                                                                                                     |                          |
|-------|------------------------|----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|--------|------------------|---------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|
| NO    | ITEM                   | CATEGORY | MỤC ĐÍCH                                                                                      | UNIT PRICE   | QUANT. | INTO MONEY       | Contact | Note                                                                                                |                          |
| 1     | Máy quay               | Camera   | Mỗi thủy 1 cái, dùng để quay lại tiến trình tham gia và reaction của mọi người, và quay recap | 0 đ          | 5      | 0 đ              |         | Mượn, nhưng có thể không mượn được hết thì phải flexible trường nào có bao nhiêu thì dùng bấy nhiêu | <input type="checkbox"/> |
| 2     | Máy chụp               | Camera   | Chụp recap                                                                                    | 0 đ          | 2      | 0 đ              |         | Mượn                                                                                                | <input type="checkbox"/> |
| 3     | Mic                    | Sound    | Thu phỏng vấn để làm các clip riêng và clip recap                                             | 150.000 đ    | 3      | 450.000 đ        |         | Thuê 4 ngày cho 4 trường, mỗi trường 2 cái đang check lại Trung Nguyên có cho mượn không            | <input type="checkbox"/> |
| 4     | Flash chụp (chiếu-tối) | Lighting |                                                                                               | 0 đ          | 2      | 0 đ              |         | Mượn                                                                                                | <input type="checkbox"/> |
|       |                        |          |                                                                                               | <b>TOTAL</b> |        | <b>450.000 đ</b> |         |                                                                                                     |                          |

| HUMAN RESOURCES |                                        |          |                                   |              |        |                    |         |      |                          |
|-----------------|----------------------------------------|----------|-----------------------------------|--------------|--------|--------------------|---------|------|--------------------------|
| NO              | ITEM                                   | CATEGORY | MỤC ĐÍCH                          | UNIT PRICE   | QUANT. | INTO MONEY         | Contact | Note |                          |
| 1               | Chi phí hỗ trợ ekip                    |          | Hỗ trợ ekip 25 người ở mỗi trường | 26.000 đ     | 165    | 4.290.000 đ        |         |      | <input type="checkbox"/> |
| 2               | Giấy chứng nhận tham gia tổ chức dự án |          | 25 người x 4 trường               | 0 đ          | 100    | 0 đ                |         |      | <input type="checkbox"/> |
|                 |                                        |          |                                   | <b>TOTAL</b> |        | <b>4.290.000 đ</b> |         |      |                          |

|  |  |  |  |                    |  |                     |  |  |  |
|--|--|--|--|--------------------|--|---------------------|--|--|--|
|  |  |  |  | <b>FINAL TOTAL</b> |  | <b>60.008.100 đ</b> |  |  |  |
|  |  |  |  | 10%                |  | <b>6.000.810 đ</b>  |  |  |  |
|  |  |  |  | <b>FINAL</b>       |  | <b>66.008.910 đ</b> |  |  |  |

## 2. Photoshoot detailed Estimated Budget:

| MEDIA MATERIALS PHOTOSHOOT |                      |          |             |              |                    |
|----------------------------|----------------------|----------|-------------|--------------|--------------------|
| NO                         | ITEM                 | CATEGORY | UNIT PRICE  | QUANTITY     | INTO MONEY         |
| 1                          | Photography Studio   | Service  | 1.500.000 đ | 1            | 1.500.000 đ        |
| 2                          | Photographer booking | Service  | 1.000.000 đ | 1            | 1.000.000 đ        |
| 3                          | Props                | Service  | 985.782 đ   | 1            | 985.782 đ          |
| 4                          | Model catxe          | Catxe    | 200.000 đ   | 20           | 4.000.000 đ        |
|                            |                      |          |             |              |                    |
|                            |                      |          |             |              |                    |
|                            |                      |          |             |              |                    |
|                            |                      |          |             | <b>TOTAL</b> | <b>7.485.782 đ</b> |

## 2. Photoshoot detailed Actual Budget:

| MEDIA MATERIALS PHOTOSHOOT |                         |          |            |              |                    |
|----------------------------|-------------------------|----------|------------|--------------|--------------------|
| NO                         | ITEM                    | CATEGORY | UNIT PRICE | QUANTITY     | INTO MONEY         |
| 1                          | Photography Studio      | Service  | 0 đ        | 1            | 0 đ                |
| 2                          | Cafe                    | Catxe    | 29.000 đ   | 15           | 435.000 đ          |
| 3                          | Soft drinks             | Catxe    | 15.000 đ   | 1            | 15.000 đ           |
| 4                          | Food                    | Catxe    | 35.500 đ   | 20           | 710.000 đ          |
| 5                          | Tissues                 | Service  | 10.000 đ   | 4            | 40.000 đ           |
| 6                          | Photographer booking    | Service  | 300.000 đ  | 1            | 300.000 đ          |
| 7                          | Books, cups, pens, etc. | Props    | 0 đ        | 1            | 0 đ                |
|                            |                         |          |            | <b>TOTAL</b> | <b>1.500.000 đ</b> |

### 3. Event production actual budget:

| PHẦN THI CÔNG |                      |             |          |                              |                                                                       |  |  |  |  |
|---------------|----------------------|-------------|----------|------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|
| STT           | VẬT PHẨM             | ĐƠN GIÁ     | SỐ LƯỢNG | THÀNH TIỀN                   |                                                                       |  |  |  |  |
| 1             | Backdrop lật         | 6,000,000 đ | 1        | 6,000,000 đ                  |                                                                       |  |  |  |  |
| 2             | Decal logo ô lật     | 37,500 đ    | 10       | 375,000 đ                    |                                                                       |  |  |  |  |
| 3             | Backdrop đi dây      | 2,800,000 đ | 1        | 2,800,000 đ                  |                                                                       |  |  |  |  |
| 4             | Mascot               | 1,500,000 đ | 1        | 1,500,000 đ                  |                                                                       |  |  |  |  |
| 5             | Dải decal logo       | 27,800 đ    | 36       | 1,000,800 đ                  |                                                                       |  |  |  |  |
| 6             | Standee mica         | 3,500,000 đ | 1        | 3,500,000 đ                  |                                                                       |  |  |  |  |
| 7             | Xe đạp               | 2,000,000 đ | 1        | 2,000,000 đ                  |                                                                       |  |  |  |  |
| 8             | In standee           | 200,000 đ   | 19       | 3,800,000 đ                  |                                                                       |  |  |  |  |
| 9             | Chân standee cuộn    | 150,000 đ   | 16       | 2,400,000 đ                  |                                                                       |  |  |  |  |
| 10            | Brochure             | 30,000 đ    | 400      | 12,000,000 đ                 |                                                                       |  |  |  |  |
| 11            | Phiếu thông hành     | 4,900 đ     | 1000     | 4,900,000 đ                  |                                                                       |  |  |  |  |
| 12            | Mica lớn             | 750,000 đ   | 3        | 2,250,000 đ                  |                                                                       |  |  |  |  |
| 13            | Trò mắt lừa          | 580,000 đ   | 1        | 580,000 đ                    |                                                                       |  |  |  |  |
| 14            | Trò nhanh tay lẹ mắt | 432,000 đ   | 1        | 432,000 đ                    |                                                                       |  |  |  |  |
| 15            | 4 chuyển xe tải      | 3,500,000 đ | 1        | 3,500,000 đ                  |                                                                       |  |  |  |  |
|               |                      |             |          | <b>TỔNG:</b> 47,037,800 đ    |                                                                       |  |  |  |  |
|               |                      |             |          | Đã thanh toán -23,500,000 đ  |                                                                       |  |  |  |  |
|               |                      |             |          | <b>Còn lại:</b> 23,537,800 đ |                                                                       |  |  |  |  |
|               |                      |             |          |                              | PHẦN CORE TEAM                                                        |  |  |  |  |
| STT           | VẬT PHẨM             | ĐƠN GIÁ     | SỐ LƯỢNG | THÀNH TIỀN                   |                                                                       |  |  |  |  |
| 1             | Móc gắn chia khoá    | 5,040,000 đ | 1        | 5,040,000 đ                  |                                                                       |  |  |  |  |
| 2             | Sticker loại 1       | 10,500 đ    | 200      | 2,100,000 đ                  |                                                                       |  |  |  |  |
| 3             | Sticker loại 2       | 4,250 đ     | 400      | 1,700,000 đ                  |                                                                       |  |  |  |  |
| 4             | Corn FPT             | 27,000 đ    | 75       | 2,025,000 đ                  |                                                                       |  |  |  |  |
| 5             | Corn Hutech          | 1,825,000 đ | 1        | 1,825,000 đ                  |                                                                       |  |  |  |  |
| 6             | Corn Poly            | 1,211,000 đ | 1        | 1,211,000 đ                  |                                                                       |  |  |  |  |
| 7             | Gimbal quay ở Hutech | 300,000 đ   | 1        | 300,000 đ                    |                                                                       |  |  |  |  |
| 8             | Vật dụng trò chơi    | 5,023,000 đ | 1        | 5,023,000 đ                  |                                                                       |  |  |  |  |
| 9             | Nước suối            | 144,000 đ   | 2        | 288,000 đ                    |                                                                       |  |  |  |  |
|               |                      |             |          |                              | <b>TỔNG:</b> 19,512,000 đ                                             |  |  |  |  |
|               |                      |             |          |                              | Hutech 7,800,000 đ                                                    |  |  |  |  |
|               |                      |             |          |                              | FPT 23,305,500 đ (PDP: 17,355,500 VND; TS: 5,950,000 VND)             |  |  |  |  |
|               |                      |             |          |                              | Poly 25,200,000 đ                                                     |  |  |  |  |
|               |                      |             |          |                              | <b>Tổng tiền xin được</b> 56,305,500 đ (chưa thuế của FPT với HUTECH) |  |  |  |  |
|               |                      |             |          |                              | <b>Tổng "thiệt hại"</b> 66,549,800 đ                                  |  |  |  |  |
|               |                      |             |          |                              | <b>Cần bù</b> 10,244,300 đ                                            |  |  |  |  |
|               |                      |             |          |                              | Giảm được thêm: -1,500,000 đ (giảm giá từ phía thi công)              |  |  |  |  |
|               |                      |             |          |                              | <b>FINAL 8,744,300 đ</b>                                              |  |  |  |  |

### APPENDIX 17: BRAND IDENTITY DOCUMENT

Please kindly access the detailed A Brainy Chat's Brand Identity package [here](#)

### APPENDIX 18: PHOTOSHOOT DOCUMENT

Please kindly access the detailed Photoshoot Document of the campaign [here](#)

### APPENDIX 19: PRE-CAMPAIGN AND POST-CAMPAIGN AIDED AND UNAIDED AWARENESS

#### Pre-campaign Unaided awareness level:

| Name                                                             | Count | Percentage |
|------------------------------------------------------------------|-------|------------|
| N/A<br>(Do not know specifically/<br>Cannot recall specifically) | 210   | 68.18%     |
| The Present Writer                                               | 36    | 11.69%     |
| Duy Thanh Nguyen                                                 | 11    | 3.57%      |
| Spiderum                                                         | 6     | 1.95%      |
| Khiemslays                                                       | 1     | 0.32%      |
| Tun Cẩm O'n                                                      |       | 0.00%      |
| The Hanoi Chamomile                                              | 11    | 3.57%      |
| Hiếu TV                                                          | 5     | 1.62%      |
| A Brainy Chat                                                    | 8     | 2.60%      |
| Vietcetera                                                       | 9     | 2.92%      |

#### Pre-campaign Aided awareness level:

| Name                | Count | Percentage |
|---------------------|-------|------------|
| A Brainy Chat       | 80    | 25.97%     |
| The Present Writer  | 193   | 62.66%     |
| Duy Thanh Nguyen    | 113   | 36.69%     |
| HIEU TV             | 121   | 39.29%     |
| Mei Chan            | 94    | 30.52%     |
| Sunhuyn             | 99    | 32.14%     |
| The Better Version  | 30    | 9.74%      |
| The Hanoi Chamomile | 130   | 42.21%     |
| Tun Cẩm Ổn          | 73    | 23.70%     |
| Vietsuccess         | 89    | 28.90%     |

**Post-campaign Unaided awareness level:**

| Name                                                          | Count | Percentage |
|---------------------------------------------------------------|-------|------------|
| N/A<br>(Do not know specifically/ Cannot recall specifically) | 120   | 40.00%     |
| The Present Writer                                            | 98    | 54.44%     |
| Duy Thanh Nguyen                                              | 20    | 11.11%     |
| Spiderum                                                      | 9     | 5.00%      |
| Khiemslays                                                    | 1     | 0.56%      |
| Tun Cẩm Ổn                                                    | 12    | 6.67%      |
| The Hanoi Chamomile                                           | 11    | 6.11%      |
| Hiếu TV                                                       | 24    | 13.33%     |
| A Brainy Chat                                                 | 64    | 35.56%     |
| Vietcetera                                                    | 2     | 1.11%      |

**Post-campaign Aided awareness level:**

| 300                 |       |            |
|---------------------|-------|------------|
| Name                | Count | Percentage |
| A Brainy Chat       | 229   | 76.33%     |
| The Present Writer  | 273   | 91.00%     |
| Duy Thanh Nguyen    | 97    | 32.33%     |
| HIEU TV             | 112   | 37.33%     |
| Mei Chan            | 80    | 26.67%     |
| Sunhuyn             | 101   | 33.67%     |
| The Better Version  | 28    | 9.33%      |
| The Hanoi Chamomile | 149   | 49.67%     |
| Tun Cẩm Ổn          | 66    | 22.00%     |
| Vietsuccess         | 82    | 27.33%     |



## APPENDIX 20: POST-CAMPAIGN DETAILED TESTIMONIALS

| No | Name       | Context of interview                       | Responses                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|----|------------|--------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | Thanh Nam  | Nam joined the activation at all 3 schools | <p>Khi trải nghiệm Activation tôi thấy các game cực kì hay và ý nghĩa cho người tham gia, tôi đánh giá trải nghiệm này 9,5/10. Trải nghiệm webinar <b>cực kì bổ ích và hấp dẫn</b>, tôi chỉ mong ước có thêm thời gian để chị Hào có thể chia sẻ thêm những điều bổ ích nữa. Như đã nói, về nội dung và sự dẫn dắt của chị Hào cực kì hay bổ ích. Tôi đã có <b>những bài học</b> như chỉ làm một việc trong một khoản thời gian và xây dựng bộ não thứ 2.</p> <p>Bản thân tôi ít quan tâm đến bộ não của mình nên những gì tôi được học được biết thì tôi chỉ để đó không quan tâm biết nó đúng hay sai. Nên khi trải nghiệm xong <b>tôi thấy những gì mình biết về bộ não sai hoàn toàn.</b></p> <p>Qua activation, <b>tôi thấy bộ não của mình phải nói là cực kì nhiệm màu thì đúng hơn</b>, từ khi trải nghiệm tôi đã luôn theo dõi các trang mạng của A Brainy Chat. Qua chiến dịch này tôi thấy tầm quan trọng của bộ não, sức khỏe và giấc ngủ của mình. Và <b>chiến dịch này đã giúp cho sinh viên học sinh hiểu được bộ não của mình một cách đơn giản sống động nhất không như các chương trình dạy học tại các cấp.</b> Về đánh giá sẽ là 9/10 còn 1/10 còn lại để mong chiến dịch có thể phát triển quy mô hơn. Tôi mong ước chiến dịch này có thể đi về các vùng sâu để các bạn ở đó có thể trải nghiệm và biết thêm nhiều hơn về bộ não.</p> |
| 2  | Tuyet Truc | Truc joined the activation at FPTU HCMC    | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Những hoạt động trải nghiệm Activation <b>bổ ích, thú vị</b></li> <li>2. Webinar giúp bản thân em nhận ra nhiều điều hơn về bộ não của mình -&gt; một chương trình tuyệt vời</li> <li>3. Qua activation, em phát hiện ra rằng mắt mình dễ bị đánh lừa qua trò chơi gọi mau màu gì</li> <li>4. Qua activation, em <b>thấy bộ não của mình thú vị hơn và nhiều điều kỳ diệu</b></li> <li>5. Qua activation, em hiểu ra rằng <b>não bộ rất quan trọng để học tập và làm việc hiệu quả</b></li> </ol>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |

|   |         |                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|---|---------|----------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|   |         |                                        | <p>6. Qua activation, em rút ra được rằng để làm việc hiệu quả thì nên tập trung vào một công việc cùng một lúc, không nên làm nhiều việc. Như vậy hiệu suất sẽ giảm và dễ bị phân tán.</p> <p>7. Qua activation, em thấy những kiến thức về phát triển bản thân dựa trên khoa học trở nên đơn giản và gần gũi với mình hơn</p> <p>8. Qua activation, em <b>sẽ tiếp tục đồng hành và theo dõi những chương trình của A Brainy Chat</b> để biết thêm thông tin, kiến thức,... dựa trên Khoa học tâm lý và não bộ</p> <p>9. Webinar là một chương trình hay, giúp mọi người ngộ nhận ra nhiều điều kỳ diệu về não bộ của mình. Qua đó có thể học tập và làm việc khoa học để có kết quả tốt hơn.</p> <p>10. Qua chiến dịch, em thấy <b>chiến dịch nên được lan tỏa nhiều hơn nữa</b>, không chỉ giới hạn ở các bạn sinh viên mà nên rộng ra cho các bạn học sinh. Để các bạn có thể biết được sớm hơn</p> <p>không nghĩ sai về bộ não của mình, và điều chỉnh hay học tập kiến thức, thói quen một cách khoa học hơn.</p>                                                                                                                                                                                               |
| 3 | Duc Tri | Tri joined the activation at FPTU HCMC | <p>Em rất thích activation của A Brainy Chat ạ, cảm tưởng <b>như được trải nghiệm các festival brain game ở các quảng trường lớn ở nước ngoài đó ạ</b>. Hồi nhỏ em rất thích các chương trình khoa học trên tivi, mấy cái như kiểu khoa học sau vườn của đài DaVinci này kia. Em luôn tiếc khi ở nước mình mình ít được trải nghiệm, học về khoa học bằng <b>cách thức sáng tạo, "phá phách" và "trải nghiệm"</b> để tiếp thu kiến thức khoa học không hạn như thế. Em <b>thấy activation của mình đã hoàn toàn làm được điều đó ạ</b>. A Brainy Chat đã đem khoa học não bộ đến gần hơn với em, kinda bring back hứng thú và the inner child bên trong em để tìm hiểu sâu hơn. Đặc biệt là còn cho em <b>thấy sự kỳ diệu của não bộ trong việc mình học tập và phát triển hàng ngày, phát triển suốt đời nữa ạ</b>. Em đã bỏ lỡ tham gia webinar nên chưa có đánh giá gì về webinar, nhưng mà em có thấy promote lại webinar trên youtube rồi ạ, nhất định em sẽ xem ạ! Em gom tất cả các câu lại trả lời cùng 1 lần nha chị. Sau activation, <b>số bài học em rút ra được về về phát triển sự học hành/ làm việc của bản thân còn nhiều hơn 1 á chị</b>. Sau khi trải nghiệm qua journey 4 thủy não, lúc em đọc</p> |

|   |          |                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|---|----------|----------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|   |          |                                                          | <p>infographic tóm tắt lại vai trò của từng thùy em còn nổi da gà 1 xíu vì <b>thấy mình đã bỏ qua 1 tài nguyên lớn như thế</b> mà bản thân cũng có trong người là bộ não. Em thành người theo dõi loyal của A Brainy Chat luôn rồi chị nên là chuyện sẵn sàng theo dõi và ủng hộ để biết thêm kiến thức là chuyện không cần hỏi luôn. Chị Hảo rất dễ thương ạ, chị vui vẻ, hài hước và tận tụy lắm ạ. Em cảm ơn mọi người vì đã đem đến một chiến dịch truyền thông như thế này ạ, <b>em nghĩ không chỉ em mà còn rất rất nhiều các bạn sinh viên muốn cảm ơn chị Hảo và anh chị</b> như thế luôn đó ạ.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| 4 | Hong Nhi | Hong Nhi joined the activation at HUTECH and F-POLY HCMC | <p>1.Đánh giá trải nghiệm Activation<br/>Thang điểm: 5/5.<br/>- Nhiều hoạt động, <b>mới và hấp dẫn</b> giúp hiểu hơn về các thùy não và chức năng của chúng. Và thỉnh thoảng học được những bài học hay. Vd: như trò mắt lừa nè cần phải có sự tập trung.</p> <p>2. Đánh giá trải nghiệm webinar<br/>Thang điểm: 5/5<br/>- Biết được thêm nhiều điều <b>bổ ích</b> về não bộ, giải thích cho các game đã chơi trước đó.</p> <p>3. Qua activation, bạn có phát hiện ra ít nhất 01 sự thật mà bạn đã hiểu sai bấy lâu?<br/>- Có. Mình <b>cứ nghĩ não bộ có thể làm nhiều việc cùng lúc. Nhưng sau khi tham gia một số trò, mình thấy rằng cần phải có sự tập trung.</b></p> <p>4. Qua activation, bạn có thấy bộ não của mình thú vị hơn và nhiều điều kỳ diệu hơn?<br/>- <b>Có. Rất thú vị</b>, thông qua các game có thể hiểu biết hơn nhiều điều. Đôi khi có cảm giác não bộ có thể biết đánh lừa mình.</p> <p>5. Qua activation, bạn có dần thấy rằng hiểu về não bộ là quan trọng hoặc rất quan trọng để có thể học tập và làm việc hiệu quả hơn?<br/>- Có. <b>Hiểu về não bộ quan trọng, giúp mình biết cần sắp xếp, xây dựng kế hoạch hoặc có cách học tập, làm việc đúng.</b></p> <p>6. Qua activation, bạn có rút ra được ít nhất 01 bài học mà bạn có thể thử áp dụng cho việc học tập và làm việc của mình không?<br/>- Có. Như trò chơi xập đe: chơi nhiều lần mình có thể chơi và điều khiển được, nó giống như việc tiếp thu kiến thức mới ở một môn học vậy ak. Lúc đầu có thể khó hiểu khó nhớ, nhưng nếu hằng ngày đều mở bài đó ra xem và đọc sẽ nhớ và dễ hiểu hơn.</p> |



|   |             |                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|---|-------------|-------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|   |             |                                                       | <p>Hay trò, trí nhớ ngắn hạn đi, mình thấy trò đó đòi hỏi sự tập trung, để có thể nhớ lâu nhớ dai, mình cần sự tập trung cao độ, đôi lúc phải dùng một giác quan (thị giác)</p> <p>7. Qua activation, bạn có thấy các kiến thức về phát triển bản thân dựa trên khoa học trở nên đơn giản và gần gũi với mình hơn?</p> <p><b>Có, cảm thấy dễ hiểu hơn, kiểu cũng cố kiến thức: học đi đôi với hành</b></p> <p>8. Qua activation, bạn có nghĩ mình sẽ tiếp tục theo dõi A Brainy Chat để biết thêm thông tin, kiến thức về việc học tập và làm việc hiệu quả dựa trên Khoa học tâm lý và não bộ?</p> <p>Tất nhiên rồi, thú vị mà hay nữa, mình đôi lúc có nhiều nhận định sai lầm (chắc do quen với thiên kiến với định kiến từ nhỏ)</p> <p>9. Qua webinar, bạn có nhận xét gì? có bài học gì? đánh giá thế nào?</p> <p>Chương trình được <b>tổ chức rất bài bản, chu đáo từ khâu xác nhận, nhắc hẹn. Màu sắc cũng khá dễ thương</b>. Slide, clip khá sinh động dễ hiểu. Thích cách cô liên đới dùng những hình ảnh môn giải phẫu sinh lý thần kinh để giải thích cho việc ghi nhận thông tin của não bộ (kiểu dễ tiếp thu hơn). Vì những điều hài lòng ở trên mình cho 5/5 tiếp. Tuy nhiên, do mình muốn có thể đi sâu nhiều hơn nữa, mình thích các nội dung về việc ghi nhớ lâu, nhanh; thời lượng tập trung bao lâu là tốt; lý giải một số game (nếu người chơi thất bại là do đâu), .... (hehe mình hơi tham)</p> <p>10. Qua chiến dịch, bạn thấy gì? đánh giá thế nào về toàn bộ chiến dịch?</p> <p><b>Chiến dịch khá hay, bổ ích. Mình nghĩ chiến dịch đã mang đến những thông tin hay và ý nghĩa đến với toàn bộ cộng đồng, đặc biệt là các bạn sinh viên và cả các Thầy Cô giáo.</b> Mình thấy, chiến dịch sẽ khá hay nếu tiếp cận càng thêm nhiều đến đối tượng HS THPT, giáo viên tại các trường THPT, phụ huynh các em nữa thì tuyệt vời.</p> |
| 5 | Phuoc Thanh | Thanh joined the activation at HUTECH and F-POLY HCMC | <p>Trải nghiệm Activation <b>rất thú vị và bổ ích</b>. Nó cho phép mình <b>hiểu rõ hơn về cách não bộ hoạt động và cách nó ảnh hưởng đến học tập</b> và cảm xúc của chúng ta.</p> <p>Trải nghiệm webinar cũng rất <b>tuyệt vời</b>. Nó giúp mình hiểu rõ hơn về các kiến thức mới liên quan đến <b>phát triển bản thân và làm việc hiệu quả dựa trên khoa học tâm lý và</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |

|  |  |  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|--|--|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  |  | <p><b>não bộ.</b></p> <p><b>Qua Activation, mình đã hiểu rõ hơn về cách não bộ xử lý thông tin và quản lý cảm xúc của chúng ta. Trước đây, mình nghĩ rằng tâm trạng và hành vi của chúng ta chỉ được quyết định bởi ý chí của bản thân, nhưng thực tế thì não bộ cũng có vai trò rất quan trọng trong việc này. Mình thấy rất ngạc nhiên và thú vị khi biết được những cách mà não bộ hoạt động và tác động đến hành vi và cảm xúc của chúng ta.</b></p> <p>Đúng vậy. mình hiểu rõ hơn rằng việc hiểu về cách não bộ hoạt động là rất quan trọng để có thể tận dụng tối đa khả năng của bộ não để học tập và làm việc hiệu quả hơn. <b>Mình học được</b> rằng nếu muốn học tập và làm việc hiệu quả, mình nên đảm bảo rằng mình đang ở trạng thái tâm trí tốt nhất, bằng cách ăn uống và ngủ đủ giấc, tập luy</p> <p>Qua Activation, <b>mình rút ra được bài học</b> về cách tăng cường khả năng tập trung và giảm stress trong quá trình học tập và làm việc. Theo như kiến thức mình được học, việc tập trung và giảm stress sẽ giúp cho não bộ hoạt động tốt hơn, từ đó nâng cao khả năng tiếp thu kiến thức và làm việc hiệu quả hơn.</p> <p>Qua Activation, mình thấy các kiến thức về phát triển bản thân dựa trên khoa học trở nên đơn giản và <b>gần gũi hơn với mình</b>. Những thông tin và kiến thức được trình bày trong Activation rất dễ hiểu và dễ áp dụng vào cuộc sống hàng ngày của mình.</p> <p>Qua Activation, mình cảm thấy <b>rất hứng thú với A Brainy Chat</b> và những kiến thức mà dự án này cung cấp. Mình <b>sẽ tiếp tục theo dõi A Brainy Chat</b> để có thể cập nhật thêm những kiến thức mới và áp dụng vào cuộc sống của mình.</p> <p>Qua webinar, mình nhận thấy rằng đó là một công cụ hữu ích để có thể học hỏi thêm kiến thức mới, đặc biệt là trong những lĩnh vực mình quan tâm. Mình đã học được nhiều điều mới và có thể áp dụng vào cuộc sống và công việc của mình. Tuy nhiên, mình</p> |
|--|--|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|   |          |                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|---|----------|-----------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|   |          |                                         | <p>cũng nhận thấy rằng việc tham gia webinar cũng đòi hỏi sự tập trung cao độ và khả năng tự điều chỉnh để có thể tiếp thu được nội dung.</p> <p>Qua toàn bộ chiến dịch của A Brainy Chat, mình thấy rằng <b>đây là một dự án rất có giá trị và hữu ích cho những người muốn phát triển bản thân dựa trên kiến thức khoa học tâm lý và não bộ</b>. Những kiến thức được trình bày rất dễ hiểu và áp dụng được vào cuộc sống hàng ngày. Mình hy vọng A Brainy Chat sẽ tiếp tục phát triển và cung cấp thêm nhiều kiến thức hữu ích cho cộng đồng.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| 6 | Tan Long | Long joined the activation at FPTU HCMC | <p>1. đánh giá trải nghiệm Activation</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Activation mang đến <b>nhều trải nghiệm thú vị, độc đáo</b>. Bản thân mình đã thật sự chú ý hơn về bộ não của mình nhờ A Brainy Chat.</li> </ul> <p>2. qua activation, bạn có phát hiện ra ít nhất 01 sự thật mà bạn đã hiểu sai bấy lâu?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Não người không thật sự hỗ trợ multitasking mà thực chất chuyển tập trung từ việc này sang việc khác.</li> <li>- <b>Mình nhận ra những gì mình hiểu biết về não bộ nói riêng hay bản thân cơ thể mình nói chung thật sự chỉ là một phần rất nhỏ, và cách thức mà não bộ vận hành mọi thứ thực sự rất kỳ diệu.</b></li> <li>- Trước đó thì mình thật sự chỉ nghĩ rằng học là học thôi, nhưng chưa bao giờ biết học như thế nào mới là đúng, là hiệu quả. <b>Việc bổ sung thêm các kiến thức về não bộ cũng đã mở mang đầu óc của mình theo nhiều nghĩa</b>, có thể nói rằng hiểu về não bộ cũng là hiểu về bản thân, hiểu mình cần gì để có thể phát triển là rất quan trọng.</li> <li>- Đặt mục tiêu cho bản thân là một trong những điều mà mình thấy khá là chính xác và hợp lý, có thể áp dụng được, mình cũng có đọc qua một số thứ liên quan đến não bộ như dopamine và hệ thống phần thưởng nhưng chưa thật sự chú ý đến tầm quan trọng của nó cho đến bây giờ.</li> <li>- Các kiến thức được <b>hình ảnh hóa, rất dễ</b></li> </ul> |

|   |            |                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|---|------------|---------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|   |            |                                                   | <p><b>hình dung và tiếp thu. Kể cả những kiến thức có phần chuyên môn và khô khan cũng được xây dựng lại để có thể tiếp cận dễ dàng hơn và thú vị hơn nhiều.</b></p> <p>- Mình sẽ tiếp tục theo dõi A Brainy Chat để có thể tìm hiểu xem não mình thực sự muốn nói gì kkk</p> <p>- <b>Chiến dịch thực sự đã làm rất tốt, mình biết đến A Brainy Chat thông qua các hoạt động của chiến dịch và cũng đã học được rất nhiều kiến thức bổ ích về bản thân đặc biệt là bộ não của mình.</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| 7 | Phuong Nhi | Phuong Nhi joined the activation at all 3 schools | <p>Chiến dịch lần này vì đã tổ chức được một <b>sự kiện giáo dục mang tính độc đáo</b> và đặc biệt là sự kiện đầu tiên về tâm lý học thần kinh ở Việt Nam. Chiến dịch cũng có sự tiếp cận rộng trên đối tượng sinh viên trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh và có sự chuẩn bị chu đáo. Từ những phần quà đa dạng đến những trải nghiệm ở các game đã thể hiện được sự tâm huyết của ban tổ chức.</p> <p>2. trải nghiệm webinar: <b>Hữu ích và có tính thiết thực.</b> Mặc dù khai thác trên nội dung quen thuộc là phát triển bản thân nhưng webinar đã ứng dụng được những kiến thức khoa học có tính mới những biện pháp mang tính thực tiễn. Diễn giả là cô Thực Hảo đã trình bày dễ hiểu và lôi cuốn.</p> <p>Một điều mà trước giờ mình hiểu sai, đó là: mình chưa hiểu được sự nghiêm trọng của việc ngủ không đủ. Nhưng qua sự kiện lần này đã giúp mình hiểu được giấc ngủ lành mạnh đối với người trưởng thành là như thế nào? Và nếu không có giấc ngủ thì mình không thể học tập và làm việc hiệu quả được.</p> <p>Với những sơ đồ não được ban tổ chức hiện hữu qua hình ảnh hoặc trò chơi gấp não đã giúp mình hiểu hơn về não bộ và mình cảm thấy đó là một bộ phận rất thú vị, mặc dù nó chỉ chiếm 2% trọng lượng của cơ thể nhưng ở đó được cấu tạo rất nhiều chức năng, rất nhiều phân khu mà chúng ta không thể ngờ tới.</p> <p><b>Mình hoàn toàn đồng ý rằng việc tìm hiểu về não bộ sẽ giúp chúng ta học tập và làm</b></p> |

|   |            |                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|---|------------|---------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|   |            |                                       | <p><b>việc hiệu quả hơn, bởi vì đó là cơ quan điều khiển các chức năng, đặc biệt là về hoạt động học tập, làm việc.</b> Nếu chúng ta hiểu về bộ phận này hơn, chúng ta sẽ biết sử dụng hiệu quả. Và đưa ra những biện pháp cải thiện phương pháp học tập và làm việc của bản thân.</p> <p>Mình nghĩ là mình sẽ sắp xếp thời gian nghỉ ngơi Một cách khôn ngoan hơn. Vì trước đây mình thường có xu hướng làm việc đến khi mệt mới dừng lại nhưng sau khi được hiểu về các chế độ tư duy của bộ não thì mình cho rằng mình cần phân bổ các phiên giải lao xen kẽ trong các phiên Làm việc và học tập. Nhờ vậy mà mình có thể tiếp thu và củng cố những gì mình đã học tốt hơn.</p> <p>Sự kiện lần này đã <b>giúp cho mình tiếp thu những thông tin nền tảng về não bộ một cách dễ nhớ hơn và thú vị hơn.</b> Sau khi tham gia mình cảm thấy bản thân đã có thể nhớ được các bộ phận trên bộ não cũng như các chức năng tốt hơn, nhưng mình nghĩ nếu mình cần tìm hiểu sâu hơn thì kiến thức khoa học về não bộ chưa bao giờ là đơn giản.</p> <p><b>Chắc chắn mình sẽ tiếp tục theo dõi A Brainy Chat</b></p> <p>Qua webinar, mình cảm thấy tự tin hơn để xây dựng cách nâng cao productivity, và mình cũng cảm thấy khôn ngoan khi thấy những thông tin self-help về chủ đề này. Mình <b>đánh giá cao về chất lượng và cách tổ chức webinar, với thông tin hữu ích, cách truyền tải sinh động</b> và đặc biệt là miễn phí để tiếp cận được nhiều đối tượng.</p> <p><b>Mình thấy chiến dịch là bước nền tảng để khơi gợi sự quan tâm và củng cố nhận thức của mọi người về não bộ.</b> Sau đó chiến dịch được kết hợp với webinar để mọi người hiểu sâu hơn. Các hoạt động ở chiến dịch rất lành mạnh và thú vị để những ai thực sự ham học hỏi trở nên tích cực hơn, hiểu biết hơn trong việc rèn luyện lối sống.<sup>8</sup></p> |
| 8 | Dieu Thanh | Thanh joined the activation at F-POLY | <p>1. Về trải nghiệm Activation, mọi booth đều <b>chỉnh chu, cố gắng.</b> Các host game vui vẻ,</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |

|  |  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|--|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  | <p>HCMC</p> <p>tận tình giải thích cho những người tham gia như tụi em. Tụi em không những <b>được chơi vui mà còn được có thêm những kiến thức về trò chơi đó</b>, và còn có những món quà siêu dễ thương nữa.</p> <p>2. Về Webinar “Hiểu về bộ não để học tập và làm việc hiệu quả”. Sau khi lắng nghe, em được <b>hiểu hơn về bộ não của chính mình</b> như về cấu tạo và chức năng của cách thùy và cách ứng dụng để làm việc hiệu quả hơn.</p> <p>3. Qua activation, em <b>phát hiện một sự thật mà em đã hiểu sai</b> là con người yêu bằng trái tim. Thật ra, là con người yêu bằng bộ não. Khi yêu, não con người sẽ tiết ra dopamine - một loại hoocmon làm ta hạnh phúc hơn. Ngoài ra, não cũng truyền tín hiệu để khiến tim đập nhanh hơn.</p> <p>4. Qua activation, em khám phá ra được nhiều điều về bộ não của mình hơn. Em khám phá được con người nhận diện khuôn mặt qua thùy thái dương thay vì thùy chẩm. Mặc dù thùy chẩm là cần thiết để xử lý hình ảnh thị giác, nhưng thùy thái dương giúp chúng ta nhận biết các đặc điểm khác nhau của khuôn mặt.</p> <p>5. Qua activation, em thấy rằng não bộ rất quan trọng để có thể học tập và làm việc hiệu quả hơn. Chỉ cần làm đúng cách và yêu bộ não của mình, thì chúng ta sẽ nâng cao khả năng học tập cũng như làm việc của bản thân.</p> <p>6. Qua activation, 01 bài học em có thể áp dụng cho việc học tập và làm việc của mình là: Cần ngủ đủ và duy trì đều đặn khung giờ ngủ cố định sẽ quan trọng hơn việc ngủ sớm dậy sớm hoặc thức khuya dậy sớm. Chúng ta cần phải lựa chọn khung giờ làm việc và nghỉ ngơi hợp lý.</p> <p>7. Qua activation, em thấy kiến thức về phát triển bản thân dựa trên khoa học trở nên đơn giản và gần gũi với mình hơn.</p> <p>8. Qua activation, em nghĩ mình sẽ tiếp tục theo dõi A Brainy Chat để biết thêm thông</p> |
|--|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|   |           |                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|---|-----------|-------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|   |           |                                                       | <p>tin, kiến thức về việc học tập và làm việc hiệu quả dựa trên Khoa học tâm lý và não bộ. Những bài học trên fanpage của A Brainy Chat rất ngắn gọn và dễ tiếp thu, giúp em có thể tiếp nhận kiến thức một cách nhanh chóng và dễ dàng hơn.</p> <p>9. Qua webinar, em thấy A Brainy Chat đầu tư rất kĩ càng, giải đáp và truyền tải nhiều kiến thức mới lạ và đầy đủ đến với mọi người. Tại webinar, một lần nữa em được củng cố lại những kiến thức về não bộ của bản thân và cách học tập, làm việc hiệu quả hơn.</p> <p>10. Đây là lần đầu tiên em được tham gia một chiến dịch bổ ích như vậy. Cũng như lúc đầu em chia sẻ, em được chơi vui, được học hỏi, được nhiều món quà dễ thương. Anh chị đã làm rất tốt trong việc tạo nên một sân chơi để tụi em cân bằng việc vừa học vừa chơi.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| 9 | Minh Quan | Thanh joined the activation at HUTECH and F-POLY HCMC | <p>1. Những hoạt động trải nghiệm mang đến nhiều thông tin bổ ích</p> <p>2. Webinar giúp bản thân tôi nhận ra nhiều điều hơn về bộ não của mình</p> <p>3. Qua activation, tôi biết được não bộ cũng rất dễ bị đánh lừa</p> <p>4. Qua activation, tôi thấy bộ não của mình thú vị hơn và nhiều điều kỳ diệu</p> <p>5. Qua activation, tôi nhận ra rằng việc hiểu về não bộ của mình là vô cùng quan trọng để học tập và làm việc hiệu quả</p> <p>6. Qua activation, tôi rút ra được rằng để làm việc hiệu quả thì nên tập trung vào một công việc cùng một lúc, không nên làm nhiều việc. Như vậy hiệu suất sẽ giảm và dễ bị phân tán.</p> <p>7. Qua activation, tôi thấy những kiến thức về phát triển bản thân dựa trên khoa học trở nên đơn giản và gần gũi với mình hơn</p> <p>8. Qua activation, tôi chắc chắn sẽ tiếp tục đồng hành và theo dõi những chương trình của A Brainy Chat để biết thêm thông tin, kiến thức,... dựa trên Khoa học tâm lý và não bộ</p> <p>9. Webinar là một chương trình hay, giúp mọi người ngộ nhận ra nhiều điều kỳ diệu về não bộ của mình. Qua đó có thể áp dụng những kiến thức đó để học tập và làm việc hiệu quả hơn.</p> <p>10. Qua chiến dịch, tôi thấy chiến dịch nên</p> |



|  |  |  |                                                                                                                                                                                                                                            |
|--|--|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  |  | <p>được lan tỏa nhiều hơn nữa, không chỉ giới hạn ở các trường đại học mà còn ở môi trường trung học cơ sở, trung học phổ thông. Để các bạn học sinh có thể biết được sớm hơn, có thể áp dụng những lý thuyết này để học tập hiệu quả.</p> |
|--|--|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|