



FPT UNIVERSITY



Communication Campaign

REPORT 4

Topic	Communication campaign to raise brand awareness for 24BEAT Music School
Subject	Graduation Thesis - GRA497
Mentor	Mr. Vu Huong Diep Mrs. Nguyen Thi Thuy Hien
Team Members	Vo Ha Thi Cam Tien - SS150418 Nguyen Vo Vuong Nhi - SS160024 Chau Thi Thi - SS150084 Huynh Tan Loc - SA150131

TABLE OF CONTENT

I. INTRODUCTION.....	4
1.1 About Us.....	4
1.2 Brand Overview.....	4
1.3 Client Brief.....	4
II. SITUATION ANALYSIS.....	8
2.1 Background.....	8
2.2 Brand Exploratory.....	14
2.3 Competitor Analysis.....	16
2.4 PEST Analysis.....	17
2.5 Key takeaway.....	21
2.6 Target Audience.....	22
2.7 Summary/ Challenges.....	23
III. PLANNING.....	23
3.1 Overview of the plan.....	23
3.2 Goals.....	24
3.3 Objective.....	24
3.4 Strategies.....	24
3.5 Tactics.....	25
3.6 Risk Management Plan.....	28
3.7 Estimated Budget.....	36
3.8 Methods of measurement.....	38
IV. IMPLEMENTATIONS.....	38
4.1 Social Media.....	38
4.2 Promotional Video.....	42
4.3 Workshop.....	49
V. EVALUATION.....	54
V. CONCLUSIONS.....	55
5.1 Key highlights.....	55
5.2 Recommendations.....	55
5.3 Limitations.....	55
5.4 Lesson learnt.....	55
REFERENCE.....	56
APPENDIX.....	58

I. INTRODUCTION

1.1 About Us

DAT2 is a group established by four members majoring in Multimedia Communication at FPT University. The team's name was created based on each member's 4-year learning journey, symbolizing the entire group's effort, dedication, and unity in developing a passion project during their student life. After conducting in-depth research and exploration, the team decided to collaborate on a communication campaign to raise awareness of 24BEAT Music School - a brand that creates community value by connecting people through the power of music education.

1.2 Brand Overview

24BEAT Music School is a music school located in Ho Chi Minh City, established in May 2020 under the guidance of 24BEAT. 24BEAT was founded by Mr. Khôi, with two co-founder are Mr. Hau and Mr. Khanh. They are the experienced drummers in the field of music. The music school is not just a place for teaching professional knowledge about music but also an environment that fosters creativity and allows students to express their unique musical personalities. From learning the fundamentals of music to diving deep into advanced techniques, students experience an interactive and diverse learning process that helps them develop their musical abilities comprehensively.

1.3 Client Brief

PROJECT SCOPE

CLIENT	24BEAT Music School	
BRIEF DATE	31 July 2023	
TARGET DELIVERY DATE	1 Sep 2023 - 1 Dec 2023	
SCOPE OF WORK	Communication Campaign with the following tactics: social campaign, event, and video production.	
DELIVERABLES	Social media campaign, producing products including a video and event.	
EVALUATION CRITERIA	Free to propose	
KEY CLIENT DECISION MAKERS	24BEAT Music School's Founder	
BUDGET	PROFESSION FEES	N/A
	TPC (Third- party cost)	Discuss Later
KEY DATE / DURATION	PRESENTATION DATE	22 Aug 2023 - 5 Sep 2023

	START OF CAMPAIGN	1 Sep 2023
	END OF CAMPAIGN	1 Dec 2023

COMMUNICATION APPROACH

PROJECT BACKGROUND What is the reason for this brief? Is it a Pitch, Initiative or Commissioned Scope?	Answer: Communication campaign to raise brand awareness for 24BEAT Music School.
PROJECT OBJECTIVES What is happening in your business and/or category that is causing the need for this brief? What is inhibiting growth? How will project outcomes help your business or organizational objectives?	Answer: <ul style="list-style-type: none"> • Low brand awareness • Social media channels have not been fully optimized
THE ‘ASK’ What are you asking our Comms/IMC team to do? What is the communications task in light of the above objectives? Please be specific on the requirements	Answer: 24BEAT Music School recommendation: <ul style="list-style-type: none"> • Increase brand awareness • Increase social media channels’s reach
OVERVIEW OF THE CATEGORY What category is this brief for? What category are we playing in? Who are the key competitors in this category and what is your market share?	Answer: <ul style="list-style-type: none"> - Cultural and artistic education Ex: Soul Music & Performing Arts Academy, Woody Music, SEAMI - MUSIC IN TOWN
OVERVIEW OF THE BRAND What is it and what does it stand for – it’s Brand Idea or Purpose? What are the perceptions and mental cues generally associated with your brand? What is it known for? What are your brand	Answer: 24BEAT Music School is a music school in Ho Chi Minh City with the goal of creating a playground for young people who love music and choose music as a long-term career path.

<p>mandatories? Any regulations we need to be cautious about?</p>	<p>The core values of 24BEAT Music School include developing music education, preserving, and creating community value from music.</p> <p>In the future, 24BEAT Music School aims to establish important partnerships with art universities in the region and worldwide to create an enormous playground and better opportunities for those who love music and want to pursue music as a long-term career path.</p> <p>24BEAT Music School communication channels: https://24beat.edu.vn/ https://www.facebook.com/24beatmusicschool</p>
<p>OVERVIEW OF PRODUCT / SERVICE What is it and what does it do? What are its USP? What are the benefits of using it? What makes it remarkable vs. what the competition offers, if at all?</p>	<p>Answer:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Musical instrument courses: <ul style="list-style-type: none"> • Drum • Guitar - Bass - Ukulele - Violin • Piano • Vocal - Differences: <ul style="list-style-type: none"> • Discount for students. • Flexible class hours for students • There are performance and music experience activities
<p>OVERVIEW OF TARGET AUDIENCE Who are we trying to reach and why? What are their demographics? What is the role of the category in their lives? What are their perceptions of the brand, both positive and negative?</p>	<p>Answer: Target Audience: <ul style="list-style-type: none"> • Age: 18 - 25 (All gender) • Location: Ho Chi Minh City • Interest and behavior: Interested in learning music. Looking for a professional and reputable environment for choosing to learn music. </p>
<p>KEY MESSAGE TO LAND What is the key message you want to land with this audience?</p>	<p>Answer:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Free to propose
<p>REASON TO BELIEVE</p>	<p>Answer:</p> <ul style="list-style-type: none"> - A reputable training facility with a quality curriculum and a team of highly qualified

<p>What is your credibility to claim this? Why should your audience believe this message?</p>	<p>tutors with many years of experience.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Received the trust of the RSL music education organization from the United Kingdom and became a training unit of the famous curriculum, with international value RockSchool.
<p>TOUCHPOINTS</p> <p>When, where and with whom might this audience pay the most attention to your message? What are the online and offline channels we can use to communicate with you?</p>	<p>Answer:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Offline: 24BEAT - Online: Facebook, Website - More activity: Workshop
<p>KPIs</p> <p>How would you define success for this initiative? What are your benchmarks – the ones we'd need to achieve or beat?</p>	<p>Answer:</p> <p>Free to propose</p>
<p>MANDATORIES</p> <p>What are the distinctive brand assets that must be included e.g. visual identity, logo, tagline, etc. or guidelines that need to be adhered to.?</p>	<p>Answer:</p> <p>No specific cautions</p>

II. SITUATION ANALYSIS

2.1 Background

2.1.1 Brand history

24BEAT Music School was established in May 2020 as a subsidiary of 24BEAT. 24BEAT was founded by Mr. Khoi and two Co-founders, Mr. Khanh and Mr. Hau, are experienced drummers in the music industry, specializing in providing training, performance, and music production services.

The idea of founding 24BEAT Music School came from the desire of the 24BEAT founding team to create a professional playground for young people who love music. Through their interest and continuous efforts, the company has recognized the potential of the Production segment. From there, 24BEAT Production was born, with the mission of creating unique and high-quality music products, while contributing to raising the music standards in the industry. While developing 24BEAT Production is an important step, the company still always focuses on 24BEAT Music School as a solid heart. The music school is not just a place to teach techniques, but also an environment that promotes creativity and expresses the unique musical personality of each student. From basic to advanced music lessons, students experience an interactive and diverse learning process, helping them comprehensively develop their musical abilities.

2.1.2 Brand portfolio

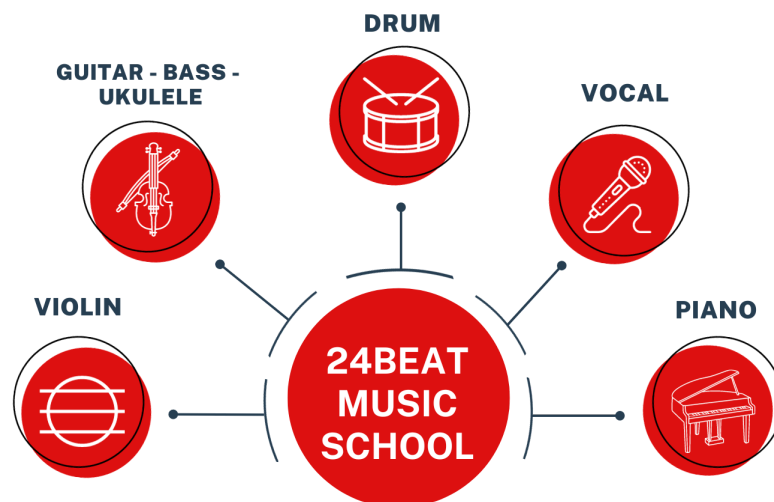


Figure 01: 24BEAT Music School's courses

With the desire to provide diverse and effective music education to students, 24BEAT Music School offers a variety of music training courses tailored to students' preferences. Currently, 24BEAT Music School provides courses for recreational learners and those aspiring to pursue a professional path in music. These courses encompass instruction on various musical instruments such as drums, string instruments like violin, piano, guitar, bass, and ukulele, and vocal training.

2.1.3 Brand inventory

2.1.3.1 Brand Elements

Brand Name: 24BEAT Music School

Mission: To enhance music education, ensuring its continued growth and presence over time. Additionally, it focuses on bringing music to everyone to promote comprehensive development in their minds and souls. Emphasis is placed on building a close-knit musical environment where everyone is treated like family and is welcomed with love and care.

Logo



Figure 02: 24BEAT and 24BEAT Music School's logos

To convey modernity and creativity in music education, the "24BEAT Music School" logo draws inspiration from the squares on an electronic drum - a modern musical instrument that utilizes technology. The electronic drum squares and the word "BEAT" symbolize the connection

between technology and rhythm. The number "24" represents continuity and limitless time - 24 hours a day, 24/7 ready for music experiences, and 24/24 constantly progressing in learning and creativity. The name "24BEAT" also means "Sixteenth note triplet" in the 4/4 time signature, representing unceasing creative collaboration. The logo in orange-red symbolizes energy, vibrancy, and passion in music, along with the words "Music School" to define one of 24BEAT's areas of activity, which is the music school itself.

2.1.3.2 Market Segmentation

24BEAT Music School is dedicated to providing comprehensive music education for individuals of all ages and genders. The school's teaching programs are meticulously designed to cater to a diverse range of age groups, accommodating children, teenagers, students, and young adults. 24BEAT Music School primarily focuses on Ho Chi Minh City and its surrounding areas, with customers often individuals who actively explore various musical instruments.

2.1.3.3 Brand Communication/ Marketing Programs

2.1.3.3.1 Product

24BEAT Music School currently offers a variety of courses with curriculums that are tailored to two needs of students: recreational and professional.

- **Drum Course:**

24BEAT Music School is proud to be a home for music lovers, especially for drums and percussion. Drums and percussion are a vibrant and diverse field. The course will equip students with basic and advanced knowledge and skills in drums, from how to hold drumsticks, how to play basic rhythms, how to play advanced techniques, to how to play songs. For professional needs, students will also be trained to develop their skills and prepare for a long-term career in drums.

- **Piano Course:**

With a team of experienced piano teachers trained at the Conservatory of Ho Chi Minh City, 24BEAT Music School will help students build a strong foundation. The piano curriculum at 24BEAT Music School is tailored to the individual abilities of each student, meeting the global technical standards.

- **Guitar - Bass - Ukulele Course:**

For these courses, the course will equip students with basic and advanced knowledge and skills. The recreational class at 24BEAT Music School will help you organize the basic knowledge and how to practice effectively. For the professional class, 24BEAT Music School will give students a deeper and more complete perspective on the music industry in general and jobs related to these instruments in particular.

- **Vocal Course:**

The vocal class at 24BEAT Music School will open up for students the basic and necessary knowledge for the long-term development of each person, with the hope that students will not be shy or hesitant when performing in front of a crowd, and will not feel insecure about their singing voice. Instead, learning vocal music will also make students more confident, not only through their singing voice but also in everything and every situation they face.

- **Violin Course:**

The violin course at 24BEAT Music School is a journey of musical refinement and creating beautiful music with the wonderful violin. In this course, students will immerse themselves in classical music, learn how to breathe life into the notes and turn the strings into a part of your heart and soul. Students will be guided by experienced teachers who are ready to support them in developing their skills and passion for music.

2.1.3.3.2 Pricing

Because 24BEAT Music School specializes in percussion, there will always be a special offer for students registering for drum lessons. Additionally, understanding the learning and development needs of young music enthusiasts, 24BEAT offers special discounts for high school and college students when they enroll in courses. In general, the prices for each course at 24BEAT Music School range from 2,400,000 VND to 7,100,000 VND for 8-12 sessions, depending on the specific courses and the student's needs

2.1.3.3.3. Distribution

24BEAT Music School is currently engaged in direct selling by offering courses and direct instruction to students who aspire to pursue their passion for music. It creates a platform for young enthusiasts to acquire skills and express themselves through music.

2.1.3.3.4 Communications

At present, 24BEAT Music School utilizes two main communication channels, which are Facebook and the official website.

- **Website:**

The website serves as the central hub for all information, including introductions, training programs, and certification details for courses ranging from entertainment to professional levels at 24BEAT Music School. Additionally, it features news about various activities and detailed contact information for 24BEAT Music School.

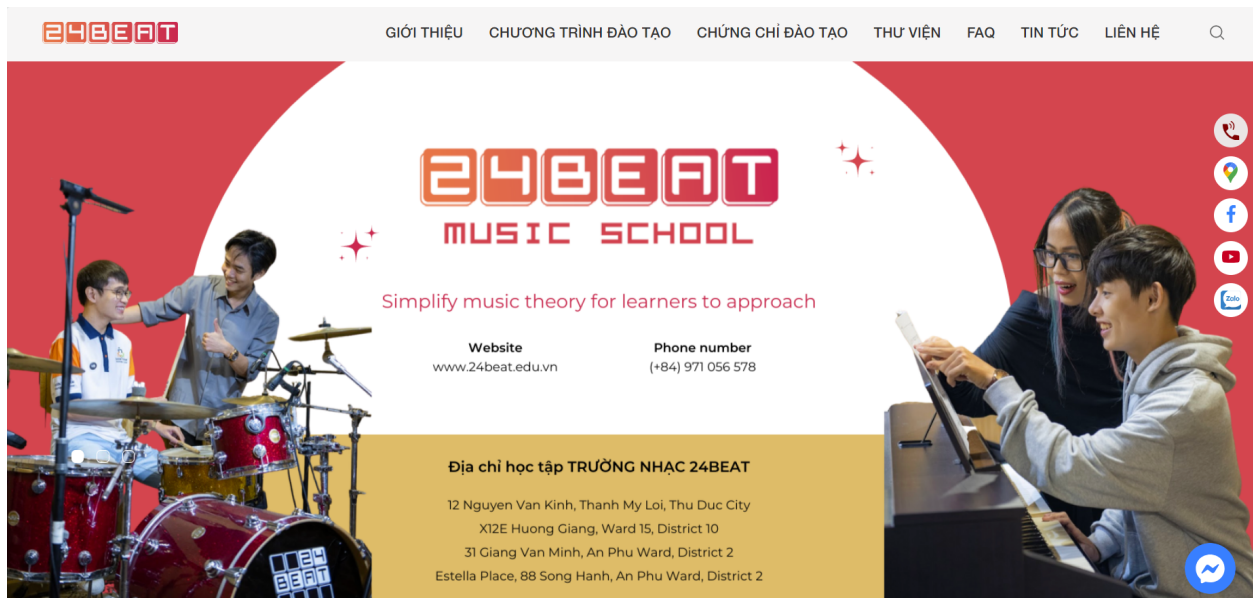


Figure 03: Website of 24BEAT Music School.

- **Facebook Page:**

Most followers on the 24BEAT Music School's fanpage are male and aged 18 - 24. This age group frequently uses social media and is also interested in musical instruments. Additionally, this is also the average age of students participating in the school's courses, both for recreational and professional purposes. The current social media communication on 24BEAT Music School's Facebook page has a database of potential target audience members suitable for this communication campaign.

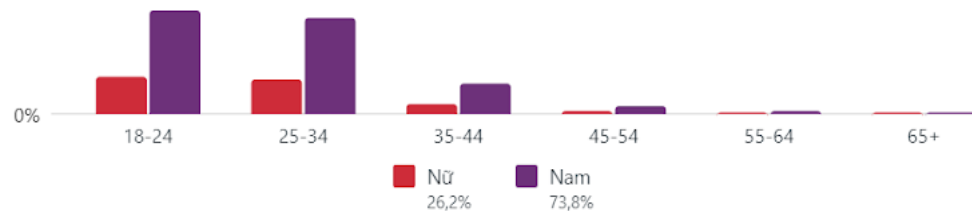
Đối tượng ⓘ

Xem báo cáo đối tượng

Số người theo dõi trên Facebook ⓘ

1.037

Độ tuổi & giới tính ⓘ



Tỉnh/thành phố có nhiều đối tượng nhất



Quốc gia có nhiều đối tượng nhất



Figure 04: Page followers, age & gender from Meta Business, 24BEAT Music School page.
(24BEAT Music School, 2023)

- * Number of page followers: 1,037
- * The largest audience age group: 18 - 24
- * Male/female ratio: 73.8 - 26.2%
- * Most of the audience lives in Ho Chi Minh City, Vietnam.

• Collaborations

To create significant community value for young music enthusiasts through experiential learning and practical applications of music in life, 24BEAT Music School has established a series of music knowledge-sharing workshops for the youth in Ho Chi Minh City. As of the current moment, the workshop series with the theme "Rhythm Lab" has collaborated with and been organized at various universities such as Hong Bang International University, Van Lang University, UEH University, University of Technology (Bach Khoa), University of Social Sciences and Humanities, and FPT University.

2.2 Brand Exploratory

2.2.1 Customer knowledge

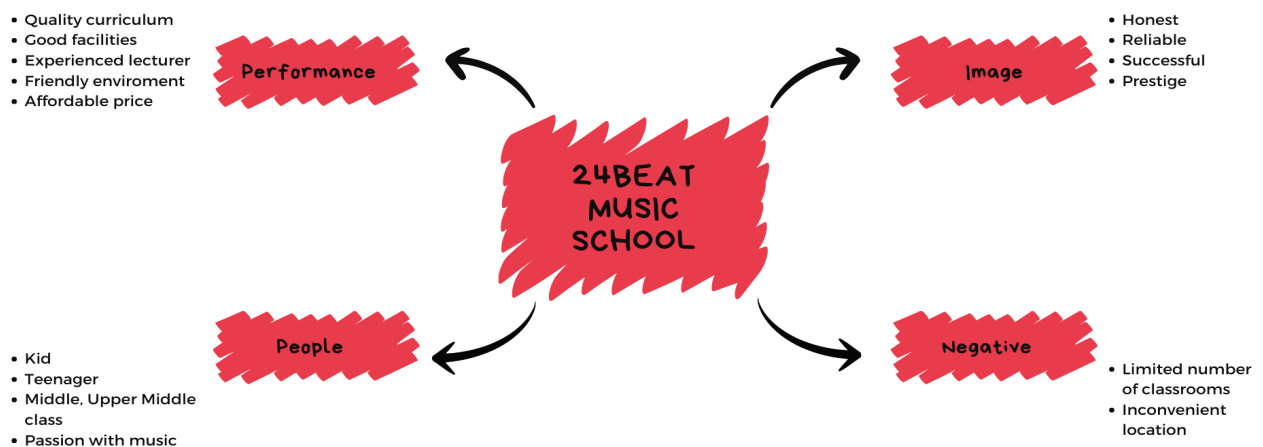


Figure 05: Mental Map of 24BEAT Music School

Customers perceive 24BEAT Music School as a diverse and high-quality institution, showcasing professionalism in teaching with friendly environment. On the other hand, 24BEAT Music School has a limited number of classrooms and an inconvenient location for most customers is also one of the negative factors in the eyes of customers when choosing a music school.

2.2.2 Brand resonance pyramid

- **Brand Salience:**

24BEAT Music School has low brand recognition, with only 19.9% of respondents having heard of it or being familiar with it, according to the survey (*see Appendix B, B.7*). However, when presented with a list of music schools with the same reputation to compare the level of recognition of 24BEAT Music School with its competitors, the number of people aware of 24BEAT Music School is less than other schools. In general, awareness of 24BEAT Music School among the audience remains low.

- **Brand Performance:**

In terms of brand performance, respondents most know 24BEAT Music Schools as a friendly environment with a quality curriculum, lecturers, and good facilities. When asked about the cost of 24BEAT compared to other schools, most respondents said that the tuition at 24BEAT was more affordable than other places they had studied before because they were able to make ends meet even as students (*see Appendix B, B.8*).

- **Brand Imagery:**

Based on in-depth interviews with respondents who have studied at 24BEAT, most of them think that this is a reliable place to share their passion for music and believe that 24BEAT will increasingly develop and succeed (*see Appendix B, B.9*).

- **Brand Judgements:**

Most respondents agree that 24BEAT Music School meets their needs in terms of facilities, curriculum, and the ability to meet their "Recreational/Professional" learning needs. Compared to other schools, respondents said that 24BEAT provides a comfortable, friendly, and fun learning environment that still produces high results (*see Appendix B, B.10*).

- **Brand Feelings:**

Most participants feel happy, confident and able to be themselves when studying at 24BEAT Music School (*see Appendix B, B.11*).

- **Brand Resonance:**

24BEAT Music School has high customer loyalty. 89% of respondents who have learned rate “Agree” to “Strongly agree” when being asked if they are willing to suggest or introduce the music school to others. (see Appendix B, B.12).

2.3 Competitor Analysis

2.3.1 Competitor profiles

COMPETITOR			
	Soul Music & Performing Arts Academy	Woody Music	SEAMI Music In Town
Positioning	To provide all children with comprehensive music and performing arts education, to nurture a generation of "Global Citizens"	Creating a happy world through musical activities	Popularizing Music Knowledge and Raising Aesthetic Standards for the Community
Price	15 - 19.000.000 VND/course in 6 months	2.400.000 VND/month	800.000 - 5.600.000 VND/month
Product Claim/USP	<ul style="list-style-type: none"> - A renowned founder - International curriculum accredited globally by Trinity (Trinity College London) and ABRSM (Associated Board of the Royal Schools of Music) 	<ul style="list-style-type: none"> - Teacher with over ten years of experience teaching drums. - International curriculum of London College of Music (LCM), ABRSM 	<ul style="list-style-type: none"> - Experienced lecturer - "Study a lot - enjoy playing - act well" - Quality output commitment
Media Channels	Facebook Website Tiktok	Facebook Website Tiktok	Facebook Website

2.3.2 Comparison matrix

COMPARISON MATRIX			
	Soul Music & Performing Arts Academy	Woody Music	SEAMI Music In Town
Product	Music and Dance Education Programs for Preschoolers. Dance Education Program.	Musical instrument courses: drums, guitar, piano, and singing,...	Musical instrument courses: drums, guitar, piano, and singing,... Studio SBF Entertainment.
Price	15-19.000.000 VND/course in 6 months	2.400.000 VND/month	800.000 - 5.600.000 VND/ month
Place	District 3, HCM City	District 7, HCM City	District 1,3 and 7 in HCM City
Extracurricular activities	December Melodies Fundraising Program. Summer Camp. Soul Experience Station.	Mini Showcase for Students. Cover Production for Students.	Mini Showcase. Gala - See you at Seami. Seami Night.

2.4 PEST Analysis

- **Political**

In 2023, Vietnamese education faces many challenges in integrating with the world to meet the new demands of a developing country. In the current educational system, music education also plays an essential role in developing people towards contemporary and modern things, but

without losing the nation's traditional cultural and moral character. Music education in Vietnam has a significant position and role for adolescents, students, and schoolchildren.



Figure 06: Screenshot from Dangcongson.vn (2020)

A solid cultural foundation is a core factor for sustainable economic and social development. Music education is an inseparable part of building a cultural foundation. Through music education, we can open a door for children to access the substantial cultural treasures of humanity. Here, the quantification of an investment outcome must be understood from a strategic long-term perspective.



Figure 07: Screenshot from Baodangcongson.vn (2018)

- **Economic**

The cultural industry brings many benefits to the national economy. Countries can enhance their market competitiveness and promote domestic economic development through art and culture, especially in the field of music.

Music can introduce people to a new culture of a country. The lyrics and melodies of a song can inspire audiences to want to explore the tourism of a particular country directly. This leads to the development of the national economy.



Figure 08: Screenshot from Nhipcaudautu.vn (Quynh, 2018)



Figure 09: Screenshot from VTV.vn (Linh, 2018)

- **Social**

Nowadays, young people tend to listen to inspirational music. Music is a form of art that is close and familiar to people. Music is always a place for people to express their feelings, thoughts, concerns, and dreams. With its easy popularity in life, up to now, music is still the form most familiar to people. Music can share all human emotions. They listen to singing when they're happy, listen to singing when they're sad, and listen to singing when they're in despair,...



Figure 10: Screenshot from Cand.com.vn (Thao,2021)

Music is an essential part of Vietnamese culture. This creates a great demand for music education. More and more Vietnamese people are interested in learning music because music is a way to develop and express oneself. Vietnamese society is increasingly modernizing, which leads families to invest in music education for their children.



Figure 11: Screenshot from Giaoducthoidai.vn (Khang,2023)

- **Technology**

With the continuous development of technology, Vietnam has promoted music education through technology using online learning applications, recording applications, and easy dreams in life. Due to its ease of popularity, music is still the most familiar form to humans. Music can share all the emotions of human beings.

One of the most significant advantages for music learners today is that, just by accessing the internet and entering professional keywords, you can find a lot of helpful information to support the learning process.

Ứng dụng công nghệ trong dạy học thanh nhạc

Cũng như các lĩnh vực khác, xu hướng chuyển đổi số đã tác động lớn tới giáo dục ở các nhà trường, trong đó có dạy và học thanh nhạc.

Thứ hai, ngày 21/08/2023 - 05:33



TIN ĐỌC NHIỀU

Figure 12: Screenshot from Nhandan.vn (Ha, 2023)

2.5 Key takeaway

Strengths	Weaknesses
<p>Modern Facilities: 24BEAT Music School boasts state-of-the-art facilities catering to its students' educational and performance needs of its students. This enables students to develop their music skills comprehensively.</p> <p>Reasonable Costs: 24BEAT Music School offers affordable tuition fees, making it accessible to many individuals, particularly students. This affordability factor helps the music school attract a diverse student body, including many high school and college students.</p> <p>Experienced Instructors: 24BEAT Music School has a team of excellent instructors with extensive experience and expertise in performance. This allows students to learn from the best teachers and professionals, providing them with opportunities to immerse themselves in real-world performance environments.</p> <p>High-Quality Training Program: 24BEAT Music School offers a high-quality training program</p>	<p>Inconsistent teaching staff: 24BEAT Music School has a team of talented lecturers with a wealth of experience and expertise. However, there are still some lecturers who are inconsistent in their teaching abilities.</p> <p>Facilities: The number of classrooms is limited.</p>

<p>designed to cater to the needs of its students. This helps students comprehensively develop their musical talents and abilities.</p> <p>Widely connected network: 24BEAT Music School has a widely connected network with organizations operating in the music industry. This helps students have opportunities to intern, participate in performance programs, and find job opportunities.</p>	
Opportunities	Threats
<p>Growing music industry: The Vietnamese music industry is growing, creating many job opportunities for young people passionate about music.</p> <p>Rise of online music learning: Online music learning is becoming increasingly popular, allowing students to learn at any time, anywhere.</p> <p>Government support: The government is implementing many policies to support cultural and artistic activities, including music schools.</p>	<p>High competition: The Vietnamese music market is becoming increasingly competitive, requiring music schools to innovate to attract students.</p> <p>Impact of technology: Technology is changing how the music industry operates, requiring music schools to keep up with the latest trends.</p> <p>Change in audience preferences: Audience preferences are changing, requiring music schools to train students to meet the market's needs.</p>

2.6 Target Audience

Pain-point

Want to choose a music school that provides high-quality education, but the issue of cost will always be a top priority.

Demographic

- Gender: All gender
- Age: 18 - 25 years old.
- Class: Middle, Upper Middle.
- Living in Ho Chi Minh City, Vietnam.

Interest and Behavior

- They are often interested in the field of music education, either recreationally or professionally.
- They search for a professional, reputable environment to choose to study music.

Media behavior

- Facebook is their most used communication platform
- They prefer posts with video and images in terms of media format.

2.7 Summary/ Challenges

Brand Gap Analysis:

Despite being recognized as a high-quality music school in terms of teaching and facilities, 24BEAT Music School lacks high awareness compared to other music schools. This point needs improvement and is a focal point for the current communication campaign.

Challenges:

- Brand awareness is limited: From the brand analysis, we can see that 24BEAT Music School is not well-known to many people, both in quantity and level of understanding.
- Brand value is not clearly and consistently communicated, especially on social media platforms.

Opportunity:

- Optimize Social Media Channels: Increase communication activities on mass media and social media channels. In addition, create high-quality communication content that meets the target audience.
- Brand value communication: It is necessary to transmit content on social media to bring the brand's values to target audiences, from which the brand's awareness will also be more effective.

III. PLANNING

3.1 Overview of the plan

Noticing that the brand awareness of 24BEAT Music School is not yet effective, a communication campaign is being implemented to attract more target audiences to know the music school. Through research, the potential age group will be young people, especially those passionate about music. From there, we will have the following strategic overview:

- Building storytelling to reach the target audience easily.
- Creating community activities for students.

Master Plan:

Time	01/09/2023 - 30/09/2023	01/10/2023 - 31/10/2023	01/11/2023 - 30/11/2023
Phase (name)	Awareness	Engagement	Amplify
Big idea	24BEAT Music School - Khởi nguồn đam mê âm nhạc của bạn		

Key message	Cùng 24BEAT Music School gõ nhịp đam mê, khởi động ước mơ		
Touch points	Social Posts	Social Posts Promotional Clip	Social Posts Event: Workshop
Online activities	Social Media (Facebook, TikTok)		
Offline activities			Event: Workshop

3.2 Goals

Increase brand awareness for 24Beat Music School, which contributes to upholding community values.

3.3 Objective

	KPI	TARGET
ONLINE	Total number of followers	10.000
	Total number of engagements	20.000
	Total number of reach	1.150.000
OFFLINE	Participant event	100
	Rating of positive feedback	90%

3.4 Strategies

3.4.1 Insight

- **BRAND INSIGHT:**

- 24BEAT Music School is a prestigious, quality, and friendly training environment that always provides the best conditions for students to learn and express themselves through music.
- There are a variety of courses on guitar, piano, drums, and vocals, and it constantly changes and updates music trends to provide the most relevant and up-to-date training plans.
- 24BEAT Music School also creates opportunities for students to participate in real-world performances, which helps them gain exposure and experience in the professional music world. This hands-on approach undoubtedly enhances their overall development as musicians.

- Always support young people who are passionate about pursuing music as a career. The school's dedication to nurturing aspiring musicians speaks volumes about its commitment to the future of music.
- **CUSTOMER INSIGHT:**
Young people seek a high-quality music learning environment that inspires confidence and trust. They also want to find a place to learn music that is affordable and accessible. Finally, they want to have a place where they can freely express their musical talents.

3.4.2 Big Idea

24BEAT Music School - Khởi nguồn đam mê âm nhạc của bạn.

This Big Idea encourages students and affirms that 24BEAT Music School will help students maximize their talents and passions.

3.4.3 Key Message

Cùng 24BEAT Music School gõ nhịp đam mê, khởi động ước mơ.

3.5 Tactics

3.5.1 Social Media

Currently, 24BEAT Music School is utilizing the primary social media platform, which is Facebook. To enhance communication effectiveness and align with this communication campaign, social media will incorporate storytelling to easily convey and establish content connections related to music to the target audience. Additionally, the campaign will also leverage the TikTok platform, a trending, and easily accessible space, particularly appealing to the target audience.

- **Facebook:**
On Facebook, we will share the story of Dai's journey with 24BEAT Music School - where Dai has grown and pursued his passion for music. The content will include music-related knowledge as well as activities at 24BEAT Music School through Dai's narration with images, videos, and reels.
- **TikTok:**
On TikTok, we will feature teacher from 24BEAT Music School, sharing their extensive knowledge in the field of music. The videos will focus on providing insights with simple and comprehensible drum exercises, coupled with entertaining elements to prevent monotony and ensure easy accessibility for our target audience on TikTok.

3.5.1.1 Content Pillar

CONTENT PILLAR			
	Awareness	Engagement	Amplify
Description	This phase will revolve around posts about increase brand awareness, with the activities 24BEAT Music School has carried out at Universities.	Start with posts about percussion - a special feature of 24BEAT Music School. Followed by musical inspirational posts with stories revolving around young people passionate about music	The posts revolve around key activities - workshops that inspire music and spread community values to the audience
Purpose	To increase recognition and create prestige of 24BEAT Music School in the eyes of customers	Create an appeal to the target audience about percussion, thereby inspiring the music and community values that 24BEAT Music School wishes to convey. Create an appeal to the target audience about percussion, thereby inspiring the music and community values that 24BEAT Music School wishes to convey.	Give 24BEAT Music School's community values closer to the audience through key activities about simple music experiences
Examples	Workshop activities of 24BEAT Music School at Universities	Promotional Video "GÕ NHỊP ĐAM MÊ"	Pictures of upcoming workshops (including pictures of gifts called 24BEAT Music School)

Figure 13 Content Pillar

3.5.2 Promotional Video

Objective: To inspire others about music and to build the brand image of 24BEAT Music School as a professional, community-oriented place that provides enthusiastic help and support for young people with a passion for music.

Idea: This is the story of a student's journey in pursuit of their musical passion at 24BEAT Music School. Inspired by the real-life experiences of this student, we have developed it into a promotional video. This video also provides a sneak peek into an upcoming workshop - an activity in the communication campaign.

Expected launching date: 27/10/2023

Platform: Facebook

Reference:

- Mood & tone: Suspense - Light off - Strong feeling - Create the mood of hard-working
- Ref: [Whiplash \(2014\)](#)

3.5.3 Workshop

- **Purpose - Meaning**

The RHYTHM LAB II event is a musical playground for young people, especially students and university clubs. The event aims to inspire a love for music, creating a platform for connection and interaction among people. Beyond introducing and sharing fundamental knowledge about rhythm, the event allows participants to experience engaging percussion instruments. RHYTHM LAB II will also showcase dynamic and artistic performances from university clubs.

- **Format:** Workshop
- **Target audience:** Ages 18 - 25 are students, groups and clubs at universities in Ho Chi Minh City.
- **Expected Date:** 07/11/2023.
- **Location:** Hall A - FPT University (Lot E2a-7, D1 Street, Long Thanh My, Thu Duc City).

- **Event Experience Journey**



Figure 14: Event Experience Journey Of Event

3.6 Risk Management Plan

RISK MANAGEMENT				
TT No.	List of risks	Level	Recovery plan	Precaution
SOCIAL				
1	Post at the wrong time	High		Schedule posts in advance
2	Image has problem	Medium		Check the image carefully before posting
3	Content has problem	High		Carefully check content and spelling correction before posting
4	Video has problem	Medium		Check file video before posting
5	Video has copyrighted audio	Medium		Consider whether the sounds are copyrighted or not. If so, you must apply for or buy audio copyrights

6	The post has too many negative comments	Medium		Avoid and do not transmit content that has a negative impact on audiences and businesses
PRODUCTION				
1	Poor weather	High	- Check for the weather forecast	
2	Crew member being unwell	Medium	- Prepare medical drugs and have a substitute plan	
3	Accident on set	Medium	- Prepare first aid plan	
4	Faulty equipment	High	- Thoroughly check the equipment on the checklist before transportation. - Prepare backup equipment to address any issues in case of equipment failure.	
5	Food and catering	Low	- Always ensure a complete provision of meals for everyone. - Ensure food is stored at a safe temperature and handled hygienically throughout transportation and storage.	
6	Forget storage devices (SSD, HDD, card reader,...)	High	- Prepare a high-capacity memory card, be proactive in storing	- Remind the person in charge of storage devices to check carefully before going to the filming location
7	People in the film crew encountered problems (health, accidents,...) during filming	High	- Backup people in the crew so they can be replaced right away	- Follow and ensure members do not overwork, eat and rest adequately - Prepare medicine
8	Losing recording source	Medium	- Carefully check the source after each set of filming, if any scene is missing, you must re-shoot immediately	- Backup on multiple memory devices

9	There is no script on set	Low	- Print the script as quickly as possible	- Remind the person in charge to print out the prepared script before arriving at the filming location
10	The context does not fit the script	Medium	- Can pre-shoot other sub-scenes suitable for that context (If possible)	- Scout locations before shooting - Understand the scene and context clearly
EVENT				
1	Weather risks (Rain, storm,...)	High	- Consider the date and check the weather forecast	- Prepare umbrellas, raincoats
2	Broken equipment (speaker, mic, light,...)	Medium	- Make a checklist and carefully check the equipment when setting up - Check the equipment during rehearsal day - Make a checklist of devices that need to be backed up and backup equipment supplier information	- Checking the equipment on the day of the program
3	Electrical short circuit/explosion	Medium	- Check the electrical system and strictly manage flammable items before on-set. - Make a diagram of emergency exits and a fire prevention and fighting plan. - Prepare fire protection equipment	- Prepare evacuation plans and firefighting equipment in advance
4	Power outage	High	- Check the event area's power outage schedule - Provide backup lights while waiting for the generator to start	
5	Attendance at the program was too small	Medium	- Invite more attendees to buy tickets directly on site. - Arrange seating staff to fill open vacancies.	- Invest heavily in online ticket sales and early bird promotions

6	Attendees use stimulants (alcohol, tobacco, other drugs,...)	Low	<ul style="list-style-type: none"> - Ask viewers to stop such behavior or invite them out. - Call school management if necessary. 	<ul style="list-style-type: none"> - Clearly disseminate the regulations to viewers in advance - Arrange observation personnel to ensure safety for viewers - Prepare a phone number to contact school security in case of need.
7	People in the organizers who have problems (health, accident,...) cannot come	Medium	<ul style="list-style-type: none"> - Arrange other people in the Organizing Committee who also understand the job of the person leaving or a collaborator to replace that person's position 	<ul style="list-style-type: none"> - Plan collaborators to support - Follow and ensure members do not overwork, eat and rest adequately
8	People in the organizers fainted while the program was taking place	High	<ul style="list-style-type: none"> - Arrange 1-2 staff members (priority collaborators) to take care of that person, to avoid everyone being worried/panic, affecting the program's progress. 	<ul style="list-style-type: none"> - Follow and ensure members do not overwork, eat and rest adequately - Prepare medicine, candy, and snacks for members during the program - Make sure people in the Organizing Committee (if there are more collaborators, it would be good) know the symptoms and first aid for basic cases (low blood sugar, low calcium, asthma, stroke,...)
9	Event staff leave without notice	Low	<ul style="list-style-type: none"> - Arrange other personnel to compensate for that collaborators work 	<ul style="list-style-type: none"> - Should recruit 1-2 extra collaborators for unexpected cases like this.
10	Attendees could not find their way to the hall	Low	<ul style="list-style-type: none"> - Have a hotline number so attendees can call and receive directions to the hall" 	<ul style="list-style-type: none"> - Post the specific location and map on the fanpage so attendees can see before arriving. - Arrange 1-2 collaborators to stand in the lobby/ground

				floor to guide guests to the hall.
11	Attendees do not interact or respond to guests	Low	- Use post-it notes for the MC to "save" the guests, not letting the guests feel embarrassed	- Assignment collaborators in the attendance area to motivate the crowd
12	Attendees left midway	Low	- Liven up the program with mini-games with small rewards - Have the MC remind the attendees what exciting performances are ahead - If attendees begin to show signs of leaving, you should use a mini-game to draw back-up prizes at the end of the program based on the number of seats to retain guests.	- Have someone on duty at the entrances after the program starts - Send someone to follow guests in case they go to the bathroom to avoid them leaving
13	MC is late	Medium	- Use one person from the organizers to replace you until the MC arrives - Open a small mini-game to buy time	- Have 1 staff member who has a brief grasp of the planned MC scenario for the MC position - Make sure the MC arrives at least 30 minutes before the show start time - Arrange staff to pick up the MC if the MC's house is far from the venue
14	The walkie-talkie is out of battery/broken	Medium	- Immediately find the Project Manager to notify. If that person holds an important position, the PM must ask the person holding a less important position to give up the radio. - In case the Project Manager's radio has problems, the Project Manager must find the nearest person in the Organizing Committee and do the above	- Charge the radio battery fully and check carefully before running the program - Have 1-2 backup walkie-talkies

15	Interrupt	High	<ul style="list-style-type: none"> - Arrange personnel to reassure attendees, avoid causing chaos or guests leaving - Send other personnel to find out the reason for the power outage and find a way to fix the problem as quickly as possible -The MC will reassure the participants. Avoid making them panic 	<ul style="list-style-type: none"> - Survey the event venue in advance. If the venue has a backup generator, notify the exact location in advance to all crew members, including collaborators. - Find out about the power outage schedule of the area where the event is held. If it coincides with the power outage schedule, the event date must be postponed
16	Attendees lost their personal belongings	Medium	<ul style="list-style-type: none"> - Arrange personnel to assist guests in their search - In case many guests lose their belongings/there is a pickpocket, identify and ask for permission from the guests sitting around the deceased to let personnel check, and at the same time do not let anyone leave the hall, including collaborators. If you want to leave, you must leave. for pre-check 	<ul style="list-style-type: none"> - Please note that attendees keep their belongings carefully before the event begins - Arrange personnel to observe and ensure security in the hall - Survey the event venue in advance. If there is a camera in the hall, ask for permission from the venue management board in advance to allow you to review the camera if an incident occurs.
17	Attendees accidentally damaged items in the hall	Medium	<ul style="list-style-type: none"> - Send 1-2 people from the organizers to talk privately with the attendees and clarify the situation - If the item was not damaged by a guest and is a damaged item, reassure the guest and notify the venue management. - If the customer damages the item, the customer can be asked to compensate 50-70% of the item's value 	<ul style="list-style-type: none"> - Carefully check the items in the hall (seats, chair arms, chair cushions, etc.) and take photos of damaged/about to be damaged areas. - Arrange personnel to pay attention to attendees sitting in seats with damaged/about to be damaged items.

18	MC/Speaker fainted during the event	Medium	<ul style="list-style-type: none"> - Arrange 2-3 staff to take care of the MC/Speaker - Let MC/talents plan to replace them (people in the Organizing Committee) - Arrange personnel to reassure attendees to avoid causing chaos 	<ul style="list-style-type: none"> - Ask about the MC/Speakers' health status before the event starts - If MC/Speaker have pre-existing health problems, arrange personnel to support MC/Speaker at any time. - Plan for at least 1 person in the Organizing Committee to replace the MC/Speaker position
19	MC/Speaker missed/fell off the stage	Medium	<p>MC/Speaker missed/fell off the stage-</p> <ul style="list-style-type: none"> - Arrange 1-2 staff to check on the MC/Speaker's situation - If the MC/Speaker is injured and cannot continue the program, arrange a replacement MC/talent (person in the organizers). - Arrange personnel to reassure attendees to avoid causing chaos 	<ul style="list-style-type: none"> - Rehearse carefully with MC and talents before running the program - Plan for at least 1 person in the Organizing Committee to replace the MC/talent position
20	The Speaker arrived late	Medium	<ul style="list-style-type: none"> - Use back-up performances (simple performances, minigames) - Done the performance (not recommended, only do it when you can't prolong it anymore) 	<ul style="list-style-type: none"> - Make an appointment at least 40 minutes before the performance - Call to inquire/remind the speaker before the performance
21	The musical instruments for participants to experience are not enough	Low	<ul style="list-style-type: none"> - Use decorative musical instruments on stage to give to the audience - The speaker can flexibly force the audience to clap to replace a musical instrument. 	<ul style="list-style-type: none"> - Bring extra musical instruments

22	People in the organizers/collaborators damaged equipment and utensils in the hall	Medium	<ul style="list-style-type: none"> - Immediately notify someone in BTC to find a replacement as quickly as possible - In case you cannot find a replacement (broken speakers, lights, etc.), immediately notify the school management to request a replacement. - Only after the event will we consider compensation and money. Do not discuss while the event is taking place to avoid affecting the event's progress. 	<ul style="list-style-type: none"> - Carefully check equipment (led screens, lights, mics, speakers, etc.) and take photos of damaged/about to be damaged items, find replacements if necessary and immediately notify management. field before the program begins - Remind other members of the Organizing Committee and collaborators to be careful with damaged items in case they cannot find replacements.
23	There are strange creatures appearing in the hall (cockroaches, rats, snakes,...)	Medium	<ul style="list-style-type: none"> - If you are part of the team and discover it, you must quickly handle it before the attendees discover it. If you cannot handle it yourself, try to stay calm and notify the nearest staff for support. - If a guest is the one who discovers and acts in a screaming or panic situation, they must immediately arrange for a staff member to calm that guest down, a staff member who can handle that creature, and at the same time send other staff members. The other is to stabilize everyone and not let chaos happen. - If a strange creature appears on stage, appoint a security guard and guide the MC/talent to leave the stage in case the MC/talent is afraid or the creature is poisonous, the rest should be handled as above. - In case you cannot handle it yourself (fear, poisonous creatures,...), please immediately notify someone in the Organizing 	<ul style="list-style-type: none"> - Carefully check the venue right before the event, making sure there are no creatures hiding. - Check the doors entering and exiting the hall. If the door cannot be closed or must be opened during the event, there should be personnel standing and observing. - Prepare insect spray. - Arrange personnel to stand around the hall to best support the event.

			Committee to assist with handling or contact the school management if necessary.	
24	The MC did not read according to the script	Medium	<ul style="list-style-type: none"> - Turn off the MC mic, pretend it's a mic problem. - Arrange a well-dressed person to run on stage and pretend to adjust the mic while reminding the MC. 	<ul style="list-style-type: none"> - Rehearse carefully before running the program. - Remind the MC carefully and continuously about reading according to the script.
25	The hall air conditioner is broken	Medium	<ul style="list-style-type: none"> - Turn on all air conditioners that can still operate at full capacity - Find the school management board to notify and ask for fan support - Change seats for hot guests if feasible 	<ul style="list-style-type: none"> - Carefully check the equipment in the hall before the event takes place - If the air conditioner has broken down before, immediately contact the school management board to request immediate repair. If not in time, ask for additional fans.

3.7 Estimated Budget

STT	ITEM	QUANTITY	UNIT	PRICE	COST	NOTE
SOCIAL MEDIA						
Social Media Ads						
1	Social post	10	Post	200.000 ₪	2.000.000 ₪	Each post runs in 5 days
2	Short video	1	Post	500.000 ₪	500.000 ₪	It runs in 10 days
VIDEO PRODUCTION (2 Shooting Days)						
Personnel						
1	Personnel in Shooting Days	10	Person	100.000 ₪	1.000.000 ₪	
Equipment						
1	Camera Pack	2	Day	1.500.000 ₪	3.000.000 ₪	
2	Lighting Pack	2	Day	1.500.000 ₪	3.000.000 ₪	

Talent						
1	Main talent: The speaker	1	Day	500.000 ₺	500.000 ₺	
Wardrobe						
1	The speaker	1	Person	500.000 ₺	500.000 ₺	
Location						
1	Studio	1	Day	2.000.000 ₺	2.000.000 ₺	
Post-Production						
1	Voice Over	1	Person	500.000 ₺	500.000 ₺	
2	Music Copyright	1	Package	500.000 ₺	500.000 ₺	
Logistics						
1	Catering	2	Day	1.500.000 ₺	3.000.000 ₺	
2	Transportation of equipment	2	Turn	1.000.000 ₺	2.000.000 ₺	
EVENT						
Personnel						
1	Staff in event	10	Person	100.000 ₺	1.000.000 ₺	
2	Photographer	3	Person	100.000 ₺	300.000 ₺	
3	Cameraman	2	Person	200.000 ₺	400.000 ₺	
Talent						
1	The speaker	1	Person	1.000.000 ₺	1.000.000 ₺	
Event Production Material						
1	Decoration	1	Pack	5.000.000 ₺	5.000.000 ₺	
2	Teabreak	1	Day	3.000.000 ₺	3.000.000 ₺	
3	Backdrop	1	Piece	1.500.000 ₺	1.500.000 ₺	
4	Standee	3	Piece	160.000 ₺	480.000 ₺	
Equipment						
1	Sound equipment	2	Day	2.000.000 ₺	4.000.000 ₺	
Location						
1	Location	2	Day	10.000.000 ₺	20.000.000 ₺	
Logistics						

1	Transportation of equipment	2	Turn	500.000 ₪	1.000.000 ₪	
2	Catering	2	Day	4.000.000 ₪	8.000.000 ₪	
Other						
1	Special fees	1	Pack	500.000 ₪	500.000 ₪	
TOTAL					64.680.000 ₪	
COST INCURRED (10%)					6.468.000 ₪	
GRAND TOTAL					71.148.000 ₪	

3.8 Methods of measurement

TACTICS		MEASUREMENT
Facebook Page	Social Posts	Meta Business Suite
	Video	
	Event Posts	
	Facebook Reels	
	Facebook Ads	
TikTok	Social Posts	TikTok Analytics Tool
	Video	
	TikTok Ads	
Event	Registration form	Google Form Report
	Workshop	Event Report
Positive Response		Survey, Facebook Meta Business, Event Feedback Form, TikTok Analytics Tool

IV. IMPLEMENTATIONS

4.1 Social Media

4.1.1 Social Media Calendar

	Phase	Air	Task	Form	Platforms	Result
1	Awareness	18/09/2023	24BEAT Music School có gì?	Video	Tiktok	Social post
2		21/09/2023	Học trống đơn giản trong 30 giây	Video	Tiktok	Social post
3		22/09/2023	24BEAT Music School - Khởi dậy đam mê âm nhạc	Photo	Facebook	Social post
4		24/9/2023	Reel - Học trống trong 30 giây	Video	Facebook	Social post
			Câu báo là gì	Video	Tiktok	Social post
5		27/09/2023	2 cách để có bộ	Video	Tiktok	Social post
6		29/09/2023	Trung thu rộng rãi - âm nhạc thăng hoa	Photo	Facebook	Social post
			Trung thu tại 24BEAT	Video	Tiktok	Social post
7		02/10/2023	Rhythm Challenge	Video	Tiktok	Social post
8		03/10/2023	Bộ gõ từ 5 động tác của cơ thể	Photo	Facebook	Social post
9	05/10/2023	Fun fact	Photo	Facebook	Social post	
		Percussion Rhythm	Video	Tiktok	Social post	
10		06/10/2023	Reel -	Video	Facebook	Social post

			Rhythm Challenge			
11		08/10/2023	Drum Facts	Tiktok	Tiktok	Social post
12		09/10/2023	Reel - Drum Facts	Video	Facebook	Social post
13		11/10/2023	Học trống cùng Conan	Video	Tiktok	Social post
14	Engagement	12/10/2023	Giới thiệu học viên tại 24BEAT Music School	Photo	Facebook	Social post
15		14/10/2023	Kiếp nạn hay quên	Video	Tiktok	Social post
16		17/10/2023	Rhythm Challenge 2	Video	Tiktok	Social post
17		18/10/2023	Lý do Đại gắn bó cùng 24BEAT Music School	Photo	Facebook	Social post
18		19/10/2023	Reel - Conan tại 24BEAT	Video	Facebook	Social post
19		20/10/2023	Học trống cần mất bao lâu?	Video	Tiktok	Social post
20		23/10/2023	Người truyền cảm hứng âm nhạc	Photo	Facebook	Social post
21		24/10/2023	Anh nhà ở đâu thế	Video	Tiktok	Social post
22		25/10/2023	Liệu rằng sắp tới 24BEAT sẽ có gì đặc biệt?	Photo	Facebook	Social post

23		27/10/2023	Promotional video - Gỡ Nhịp Đam Mê	Video	Facebook	Social post
			Cắt đôi nổi sầu	Video	Tiktok	Social post
24		29/10/2023	Poster Workshop Rhythm Lab II	Photo	Facebook	Social post
25		31/10/2023	Giới thiệu diễn giả khách mời	Photo	Facebook	Social post
			Học chơi Reggae trong 30s	Video	Tiktok	Social post
26		02/11/2023	Tham gia workshop - Nhận quà liền tay	Photo	Facebook	Social post
27		03/11/2023	Các CLB khách mời	Photo	Facebook	Social post
			Tiếp theo thầy Khanh sẽ làm gì đây?	Video	Tiktok	Social post
28		04/11/2023	Lưu ý khi đi workshop	Photo	Facebook	Social post
29		06/11/2023	Hướng dẫn đường đi đến workshop Rhythm Lab II	Photo	Facebook	Social post
30	Amplify	09/11/2023	Hình ảnh recap	Photo	Facebook	Social post

			workshop			
31		11/11/2023	Video recap workshop	Video	Facebook	Social post
32		12/11/2023	Đánh trống bằng "chổi"	Video	Tiktok	Social post
33		17/11/2023	Reel - Bạn là người thích đánh trống kiểu nào?	Video	Facebook	Social post
34		21/11/2023	Breaking News - Học trống giúp giảm cân	Photo	Facebook	Social post
35		22/11/2023	Reel - Học trống trong bao lâu?	Video	Facebook	Social post
36		27/11/2023	Reel - Anh nhà ở đâu thế?	Video	Facebook	Social post
37		28/11/2023	Học trống có khó không?	Photo	Facebook	Social post
38		29/11/2023	Mẹo về câu Fills	Video	Tiktok	Social post

4.2 Promotional Video

4.2.1 Script

Scene	Description	Place	Action	Voice-off	Mood & Tone
1			Intro video "Đam mê là gì?"	- Theo bạn Đam mê là gì?	

			(pop-up text "Đam mê là gì?")		
2	Expressing the passion within Dai.	Master room	- Dai playing drum alone in the room	- Đối với Đại, đam mê chính là được làm những điều mình thích và mình hạnh phúc với điều đó. Và hơn hết, đam mê thực sự của Đại chính là được cháy hết mình với âm nhạc.	In a somber tone, the character reflects, showcasing inner strength.
3	The starting point for Dai's passion.	In front of 24BEAT Music School	- Dai is standing in front of 24BEAT Music School. - The teacher opens the door and welcomes Dai.	Với ước mơ được biểu diễn trên các sân khấu lớn, mình luôn tìm kiếm một nơi có thể giúp mình thực hiện được mong muốn đó. Và đó chính là 24BEAT Music School.	In an upbeat tone, the character is enthusiastic, expressing determination.
4	The journey at 24BMS to cultivate and develop passion.	Practice room	- Dai is studying to play drums with the teacher. - Dai interacting with classmates.	Nơi đây mang đến cho mình những cảm xúc chưa từng có. Đại không chỉ học âm nhạc, mà còn được trải nghiệm âm nhạc một cách chân thực.	In a cheerful tone, the character is happy
5	Dai feels demotivated and discouraged.	Practice room - Master room	Dai looks at classmates heading home ahead of him, then continuing training but losing motivation.	- Tuy nhiên, con đường đi đến đam mê chưa bao giờ là bằng phẳng.	In a dark tone, the character is bewildered, having lost their mood.

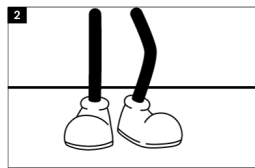
6	Dai has rekindled his passion, thanks to the encouragement he received.	Practice room - Master room	The teacher and classmates come to encourage Dai. <i>(Place a hand on Dai's shoulder; Dai looks back at the teacher, and classmates join in to sit and play drums with Dai.)</i>		In a brighter tone, Dai gains additional motivation.
7		Practice room - Master room	Dai gets motivated and continues playing the drums.		In a bright tone, the character is strong and giving it their all.
8			Flashback of the journey in pursuing the passion at 24BEAT Music School of Dai.		
9	The motivation to pursue Dai's passion grows stronger with each passing day.	Practice room	<ul style="list-style-type: none"> - Dai plays music with prominent bands. - Dai playing music with classmates. 	<ul style="list-style-type: none"> - Nhưng, với sự động viên và giảng dạy nhiệt tình của thầy và các bạn tại đây. Một lần nữa, mình được cháy hết mình với đam mê. - Đại đã cảm nhận được đam mê khi mình được thỏa sức với điều mình yêu thích. Cùng hòa vào dòng chảy âm nhạc bất tận và mang âm nhạc của bản thân thật sự bay cao, bay xa hơn nữa. 	In a bright tone, the character is joyful, showcasing their passion for music.

				- Và đó, chính là hành trình để Đại gõ nhịp đến đam mê của mình. Còn bạn thì sao?	
10	Unveiling the workshop		- Key visual of workshop (Background: Dai sitting with a drum set.)		

4.2.2 Storyboard



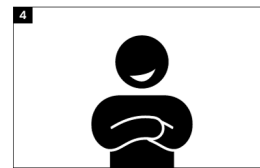
Shot size: MS
Scene: Dai play drum alone in the black room (representing his mind).



Shot size: Knee-level
Scene: Dai come to 24BEAT Music School.



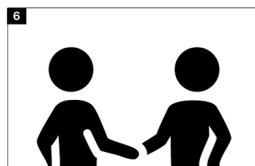
Shot size: Over-shoulder
Scene: Dai look at 24BEAT Music School.



Shot size: MS
Scene: Dai wants to achieve his dream and will begin at this school.



Shot size: MS
Scene: Dai open the door, walk into school.



Shot size: MS
Scene: Dai meet the teacher and begin to study.



Shot size: MS
Scene: The teacher teach Dai to play drum.



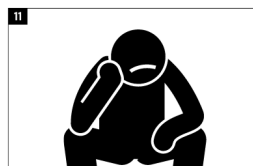
Shot size: MS
Scene: Dai play drum with friends.



Shot size: MS
Scene: Dai continues practice in the room when all of his friend has already come home.



Shot size: MS
Scene: Dai gets a little tired and comes back to playing alone in the black room.



Shot size: Close-up
Scene: Dai loses motivation and wants to give up.



Shot size: MS
Scene: The teacher comes to encouraged Dai.



Shot size: MS
Scene: Dai tries to play drum again.



Shot size: MS
Scene: Dai recalls his journey.



Shot size: MS
Scene: Dai play drum with band.



Shot size: MS
Scene: Dai has and will fulfill his passion for music in the future.

Figure 15: Storyboard of Promotional Clip

4.2.3 Moodboard



Figure 16: Moodboard of Promotional Clip

4.2.4 Production Timeline

WEEK 1						
Mon (2/10)	Tue (3/10)	Wed (4/10)	Thu (5/10)	Fri (6/10)	Sat (7/10)	Sun (8/10)
Development						
WEEK 2						
Mon (9/10)	Tue (10/10)	Wed (11/10)	Thu (12/10)	Fri (13/10)	Sat (14/10)	Sun (15/10)
Pre-Production						On-set
WEEK 3						
Mon (16/10)	Tue (17/10)	Wed (18/10)	Thu (19/10)	Fri (20/10)	Sat (21/10)	Sun (22/10)
Voice over recording	Post-Production				Sound Design	
WEEK 4						
Mon (23/10)	Tue (24/10)	Wed (25/10)	Thu (26/10)	Fri (27/10)		
Color-grading and Effect			Master File	On-air		

Figure 17: Production Timeline for Promotional Clip

4.2.5 Actual Cost

	CATEGORY				UNIT COST	TOTAL	NOTE
		UNIT	PERSON	QUANTITY			
PERSONEL							
1	Teacher	Day	1	1	0 đ	0 đ	
2	Male student	Day	1	1	0 đ	0 đ	
3	Student's friends	Day	2	1	0 đ	0 đ	
4	Band	Day	3	1	0 đ	0 đ	
EQUIPMENT							
1	Lighting package	Day		1	600.000 đ	600.000 đ	
5	Sony A6500	Equip		1	0 đ	0 đ	
6	Lens 18-105 f4	Equip		1	0 đ	0 đ	
7	Lens Samyang 12 f2	Equip		1	0 đ	0 đ	
8	Zhiyun Weebill S	Equip		1	0 đ	0 đ	
PROPS							
1	Hanger	Piece		1	20.000 đ	20.000 đ	
2	Black carpet	Piece		1	192.000 đ	192.000 đ	

3	White background	Piece		1	117.000 đ	117.000 đ	
LOGISTICS							
1	Catering	Day	9	1	593.000 đ	593.000 đ	
2	Transportation	Day		1	285.000 đ	285.000 đ	
3	Stationery	Project		1	20.000 đ	20.000 đ	
4	Water	Box		1	155.000 đ	155.000 đ	
6	Coke	Can		6	10.000 đ	60.000 đ	
OTHERS							
1	Offerings Costs	Project		1	185.000 đ	185.000 đ	
TỔNG CỘNG						2.227.000 đ	(include VAT)

Figure 18: Budget for Promotional Clip

4.3 Workshop

4.3.1 Event Information

Event name:

WORKSHOP "RHYTHM LAB II"



Figure 19: Event Official Poster

- Creative idea:



Figure 20: Typography & Color palette of Key visual.

4.3.3 Event Agenda

No.	Time	Duration (minutes)	Details
1	13:30 - 14:00	30	Check-in
2	14:00 - 14:45	45	Speaker share music knowledge and mini-game
3	14:45 - 16:15	90	Experience with percussion instruments (Drum Circle) Performances
4	16:15 - 16:30	15	Check-out

Figure 21 : Event Agenda

4.3.5 Event Promotion

Online (Facebook):

Media Partnership:

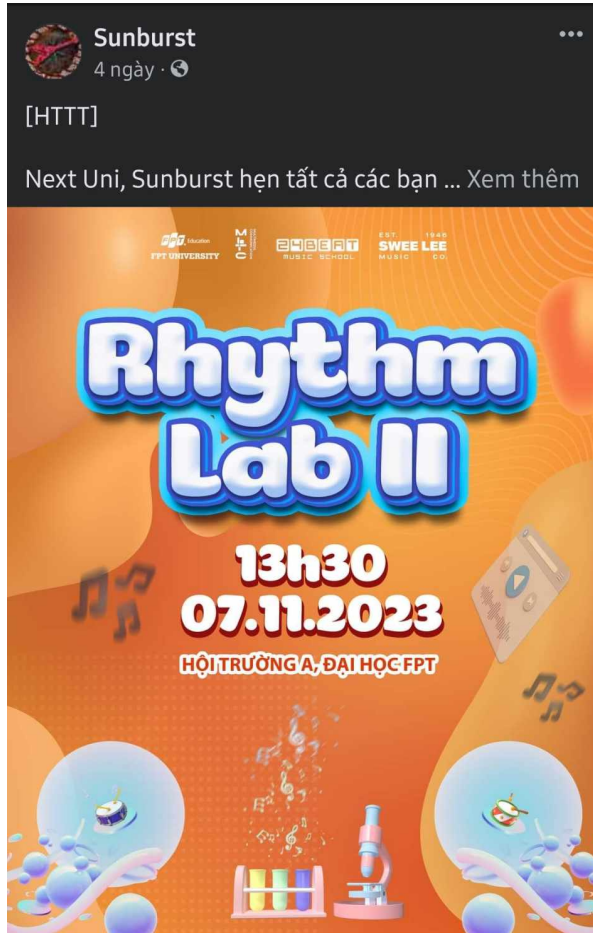


Figure 30: Media partnership from Sunburst and FBK - FPT Beat King Club

MEDIA SUPPORT CLUB					
STT	Name	Document	Image	Link post HTTP	Note
1	F# Live Music Club	Content	Link		CLB đăng story 24h
2	FBK - Fpt Beat King Club	Content	Link	https://www.facebook.com/photo/?fbid=728462265974835&set=a.552238283597235	
3	Sunburst	Content	Link	https://www.facebook.com/photo/?fbid=813985867402349&set=a.465581782242761	

Figure 22: Checklist of Media Partnership

4.3.6 Actual Cost

STT	Category	Unit	Quantity	Price	Total	Note
DEVICE						
1	Walkie-talkies, headset	Set	20	30.000 đ	600.000 đ	
PUBLICATIONS						
1	Backdrop	Piece	1	1.350.000 đ	1.350.000 đ	
2	Standee	Piece	2	160.000 đ	320.000 đ	
3	Organizing committee card	Project	1	216.200 đ	216.200 đ	
4	Lanyard	Wire	120	23.000 đ	2.760.000 đ	
5	Keychain	Wire	100	16.000 đ	1.600.000 đ	
6	Hashtag	Piece	1	70.000 đ	70.000 đ	
7	Cup	Piece	2	250.000 đ	500.000 đ	
8	Voucher	Plate	450	5.500 đ	2.475.000 đ	
LOGISTICS						
1	Catering	Day	1	2.018.000 đ	2.018.000 đ	
2	Transportation	Day	1	900.000 đ	900.000 đ	
ITEMS						
1	Emergency supplies	Project	1	52.000 đ	52.000 đ	
2	Stationery	Project	1	255.650 đ	255.650 đ	
3	Print documents	Project	1	219.000 đ	219.000 đ	
4	Red carpet	Plate	1	350.000 đ	350.000 đ	
5	Flower bouquet	Project	2	100.000 đ	200.000 đ	
OTHER COSTS						
1	Special fees	Project	1	136.000 đ	136.000 đ	
TOTAL					14.021.850 đ	
GRAND TOTAL					14.021.850 đ	(VAT included)

Figure 23: Budget Breakdown of Event

4.3.7 Event's Implementation Plan

Task		W1 (11/09 - 17/09)	W2 (18/09 - 24/09)	W3 (25/09 - 01/10)	W4 (02/10 - 08/10)	W5 (09/10 - 15/10)	W6 (16/10 - 22/10)	W7 (23/10 - 29/10)	W8 (30/10 - 5/11)	W9 (6/11 - 12/11)	W10 (13/11 - 19/11)	W11 (20/11 - 26/11)
Planning	Scout event											
	Master plan											
	Prepare a estimated cost											
	Make a checklist event											
	Confirm concept and design											
	Contact personnel											
	Contact potential partners for sponsorship and Communication support											
	Complete Master plan											
Pre-Event	Media before the event											
	Prepare material in event											
	Publication design											
	Send invitations											
	Send proposals to sponsors											
	Set-up event											
Event	Rehearsal											
	One-site											
Post-Event	Clean up											
	Evaluation											
	Media after the event											
	Writing a report											

Figure 24: Event Implementation Plan

V. EVALUATION

The communication campaign to raise brand awareness for 24BEAT Music School was executed from September 1st, 2023 to December 1st, 2023 on two main platforms: Facebook and TikTok. On Facebook, 29 posts were published on the 24BEAT Music School Fanpage with the total reach more than 670.000. The promotional video “Gõ Nhịp Đam Mê” has had 8.200 reaches with 4,100 views and 985 engagements (according to Meta Business Suite). On the other hand, with TikTok, after 3 months develop a completely new TikTok channel, 24BEAT Music School’s TikTok has 3.884 followers and 20.800 likes. This is a number that far exceeds expectations for the team and 24BEAT Music School.

The workshop “Rhythm Lab II” has had a total of 116 people registered and participated. We also received over 97% positive feedback, with the majority of participants enjoying the “Instrument Experience” section of the workshop the most.

Most of the KPIs set for the campaign were achieved after 3 months. The campaign also brought promising results to the social media platforms of 24BEAT Music School compared to the initial stage to continue to grow further in the future.

	Objective	Planned	Actual	% Deliver
ONLINE	Total number of followers	10.000	14.371	143.71%
	Total number of engagements	20.000	45.216	226,8%
	Total number of reach	1.150.000	1.299.260	112,98%
OFFLINE	Participant event	100	106	106%
	Rating of positive feedback	90%	97%	107,78%

V. CONCLUSIONS

5.1 Key highlights

The communication of 24BEAT Music School in the campaign were highly effective thanks to their strong reach through music knowledge content that was friendly and interesting, thereby creating attraction and interaction with the target audience. In addition, the offline activity of the workshop provided music knowledge and instrument experiences that created excitement and inspiration for music as well as community value to the target audience.

5.2 Recommendations

Music is a popular topic for social media communication, and short music videos are constantly being updated. However, for a music school that specializes in drums, it is important to develop content strategies on social media that are unified and connected. This will help to highlight the school's strengths, retains brand positioning and make it easier to reach target customers. It will also help to attract more potential customers to the school.

5.3 Limitations

While the campaign has seen some success in reaching target audience through social media platforms, it still has limitations in creating content that highlights the school's strengths, which is about drums. In addition, to be able to convey more community values to target audiences also takes a lot of time to plan and clearly define the tactics to be implemented.

5.4 Lesson learnt

In order for a campaign to be effective, it is necessary to carefully analyze the target audience to build a reasonable communication strategy and convey the core values of the music school. In addition, it is necessary to have a detailed plan to ensure that the campaign achieves the maximum possible effectiveness and avoids the necessary risks.

REFERENCE

Thanhhp. (2018, September 11). Bàn về giáo dục âm nhạc. [https://dangcongsan.vn.https://dangcongsan.vn/ted-saigon-noi-gap-go-nhung-tai-nang/dien-dan-va-trao-doi/ban-ve-giao-duc-am-nhac-496972.html](https://dangcongsan.vn/https://dangcongsan.vn/ted-saigon-noi-gap-go-nhung-tai-nang/dien-dan-va-trao-doi/ban-ve-giao-duc-am-nhac-496972.html)

Phuongthanhs. (2020, November 16). Vài suy ngẫm về thực trạng nền giáo dục âm nhạc Việt Nam. [https://dangcongsan.vn.https://dangcongsan.vn/ted-saigon-noi-gap-go-nhung-tai-nang/dien-dan-va-trao-doi/vai-suy-nga-m-ve-thuc-trang-nen-giao-duc-am-nhac-viet-nam-567984.html](https://dangcongsan.vn/https://dangcongsan.vn/ted-saigon-noi-gap-go-nhung-tai-nang/dien-dan-va-trao-doi/vai-suy-nga-m-ve-thuc-trang-nen-giao-duc-am-nhac-viet-nam-567984.html)

Âm nhạc thúc đẩy phát triển kinh tế? (n.d.). nhipcadautu.vn. <https://nhipcadautu.vn/phong-cach-song/am-nhac-thuc-day-phat-trien-kinh-te-3325003/>

Túc D. L. T. T. (2018, July 19). Âm nhạc có khả năng thúc đẩy phát triển kinh tế. BAO DIEN TU VTV. <https://vtv.vn/chuyen-dong-24h/am-nhac-co-kha-nang-thuc-day-phat-trien-kinh-te-20180719165645883.htm>

Thảo K. (2021, May 30). Xu hướng âm nhạc truyền cảm hứng - Báo Công an Nhân dân điện tử. Báo Công an Nhân Dân Điện Tử. <https://cand.com.vn/Ly-luan/Xu-huong-am-nhac-truyen-cam-hung-i607062/>

Hà H. H. (2023, August 20). Ứng dụng công nghệ trong dạy học thanh nhạc. Báo Nhân Dân Điện Tử. <https://nhandan.vn/ung-dung-cong-nghe-trong-day-hoc-thanh-nhac-post768324.html>

Chứng chỉ đào tạo - 24Beat Music School. (2022, January 17). 24Beat Music School. <https://24beat.edu.vn/chung-chi-dao-tao>

24Beat Music School - Học nhạc cụ tại Quận 10 - Quận 2 TP Thủ Đức. (2022, October 25). 24Beat Music School. <https://24beat.edu.vn/>

Trung Tâm Âm Nhạc Việt Thương - Mở ra những con đường mới. (n.d.). Trung Tâm Âm Nhạc Việt Thương. <https://vietthuong.edu.vn/>

Thương, C. T. C. P. T. V. (2018, January 1). *Trường Âm Nhạc Việt Thương Music - Việt Thương Music School*. <https://vietthuong.vn/>. <https://vietthuong.vn/giao-duc.html>

Thương, C. T. C. P. T. V. (2018b, January 1). *Việt Thương Music | Phân phối nhạc cụ - âm thanh - ánh sáng - phòng thu*. <https://vietthuong.vn/>. <https://vietthuong.vn/>

Song May Music - Âm nhạc kết nối tâm hồn. (2022, September 15). Song May Music. <https://songmay.vn/>

GIỚI THIỆU - Song May Music. (2023, February 3). Song May Music. <https://songmay.vn/gioi-thieu/>

[REVIEW] Trung tâm Song May Music - Quận 2 - KiddiHub. (n.d.). <https://songmay.kiddihub.com/>

SEAMI - South East Asia Music Institute - Học Viện Âm Nhạc SEAMI. (2021, June 27). Học Viện Âm Nhạc SEAMI - SEAMI Music In Town. Học Viện Âm Nhạc SEAMI. <https://seami.vn/>

Thanhnhac's site on Strikingly. (n.d.). Thanhnhac's Site. <https://hocvienamnhacseami.mystrikingly.com/>

Khóa học thanh nhạc TPHCM | Học viện âm nhạc SEAMI 2023. (2022, December 29). Học Viện Âm Nhạc SEAMI. https://seami.vn/khoa-hoc-thanh-nhac/?gclid=CjwKCAjw38SoBhB6EiwA8EQVLsJ1ONGTuJsqzrzRcous_ALd-8z11uYIMX1x5J9F3PH8yzGhI8U4VRoCMB0QAvD_BwE

Whiplash (2014) *IMDb*. Available at: <https://www.imdb.com/title/tt2582802/> (Accessed: 30 October 2023).

Woody Music (no date) *Trung Tâm âm nhạc dạy Trống, đàn, Thanh Nhạc, Woody Music*. Available at: <https://woodymusic.vn/> (Accessed: 10 November 2023).

SMPAA (no date) *HỌC VIỆN ÂM NHẠC & TRÌNH DIỄN NGHỆ THUẬT SOUL (SMPAA)*. Available at: <https://smpaa.edu.vn/> (Accessed: 10 November 2023).

Giới Thiệu đôi điều về seami: Học Viện âm Nhạc Seami (2023) *Học viện âm nhạc SEAMI*. Available at: <https://seami.vn/gioi-thieu-seami/> (Accessed: 10 November 2023).

APPENDIX

A. Target Audience Truth

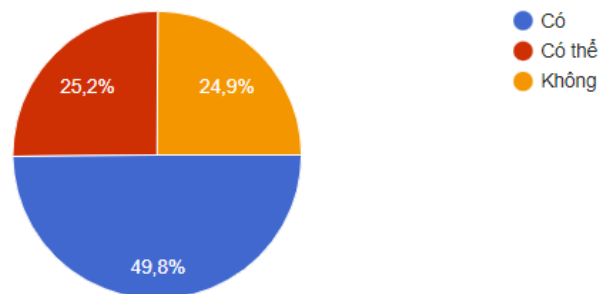
A.1 Many people want to learn a musical instrument as their highest choice

- According to the Survey, 49.8% of people intend to play any type of musical instrument.

Bạn đã từng/ đang/ có ý định hoặc học để có thể chơi một loại nhạc cụ bất kỳ nào đó không?

Sao
chép

321 câu trả lời



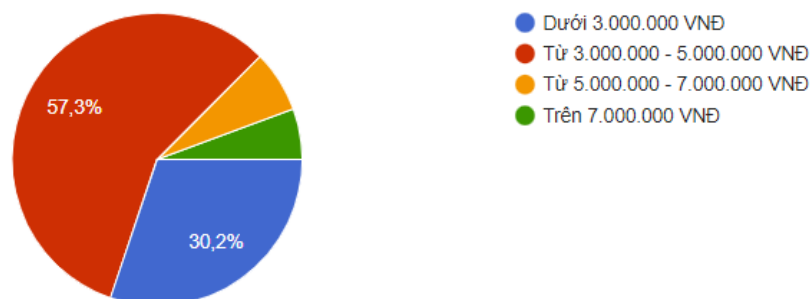
A.2: The cost of choosing a music school with an average price of 3 - 5 million is the highest option

- From the Survey, 57.3% of people choose music lessons that cost between 3.000.000 - 5.000.000 VND.

Bạn ưu tiên chọn trường nhạc có mức học phí như thế nào cho 1 khoá học (12 buổi)?

Sao
chép

321 câu trả lời



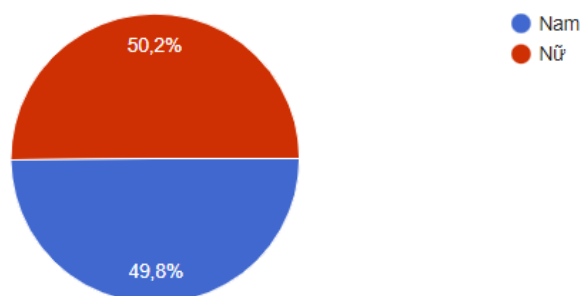
B. Quantity research report

B.1: Demographic and personal information

Giới tính sinh học của bạn là:

Sao
chép

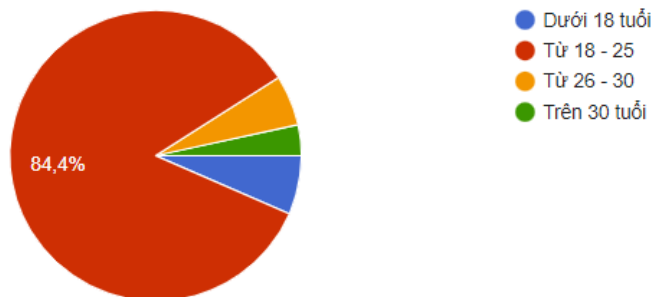
321 câu trả lời



Bạn nằm trong nhóm tuổi:

321 câu trả lời

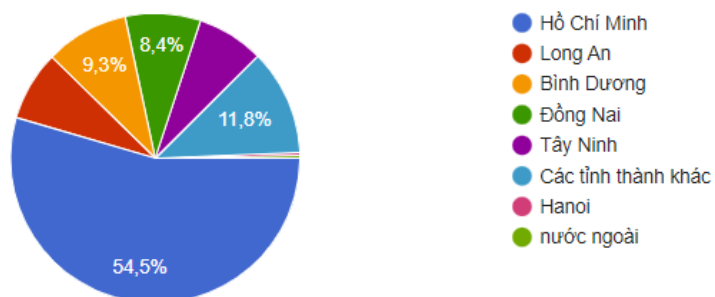
 Sao chép



Bạn đang sinh sống tại:

321 câu trả lời

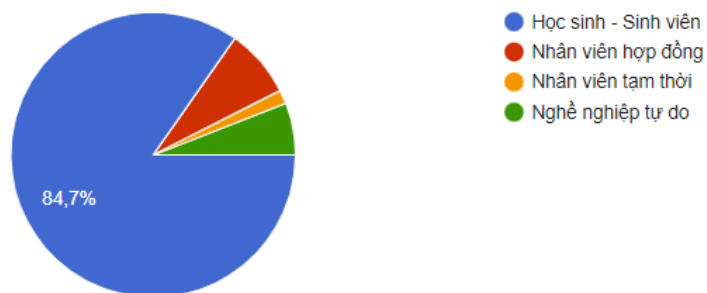
 Sao chép



Nghề nghiệp hiện tại của bạn?

321 câu trả lời

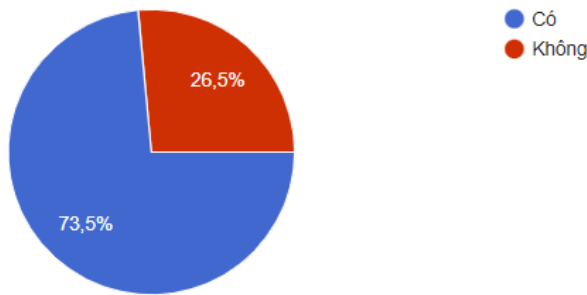
 Sao chép



Bạn có yêu thích âm nhạc không?

321 câu trả lời

Sao chép

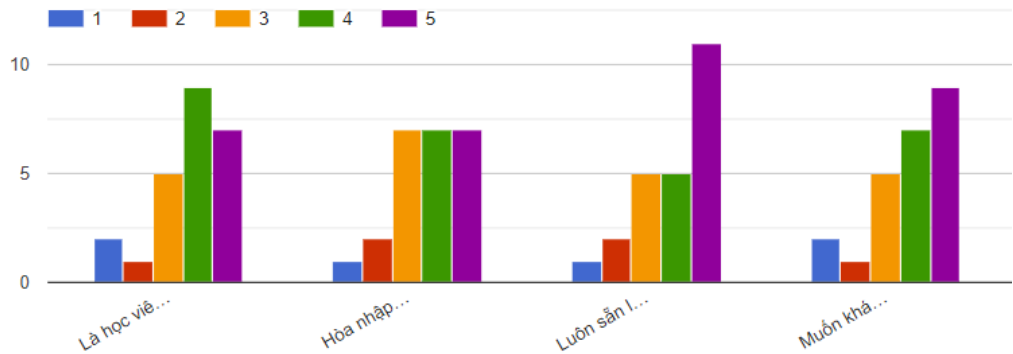


B.2: Evaluate students' experiences with 24BEAT Music School

Sao chép

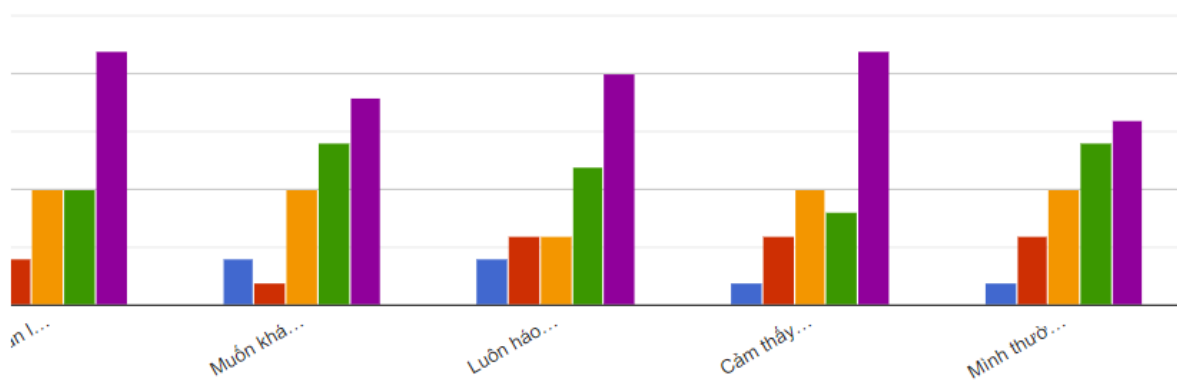
Bạn cho rằng bản thân mình: :

- 1. Hoàn toàn không đồng ý
- 2. Không đồng ý
- 3. Bình thường
- 4. Đồng ý
- 5. Hoàn toàn đồng ý



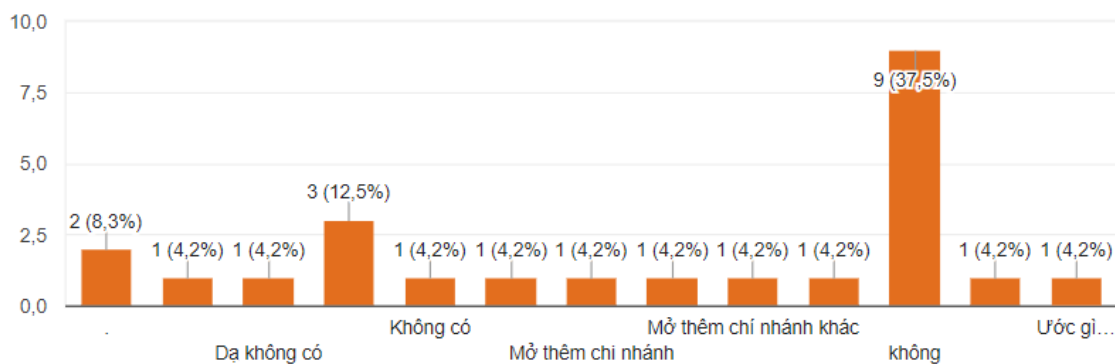
Bạn cho rằng bản thân mình :

1. Hoàn toàn không đồng ý
2. Không đồng ý
3. Bình thường
4. Đồng ý
5. Hoàn toàn đồng ý



Bạn có góp ý nào dành cho 24BEAT Music School để hoàn thiện hơn không?

24 câu trả lời

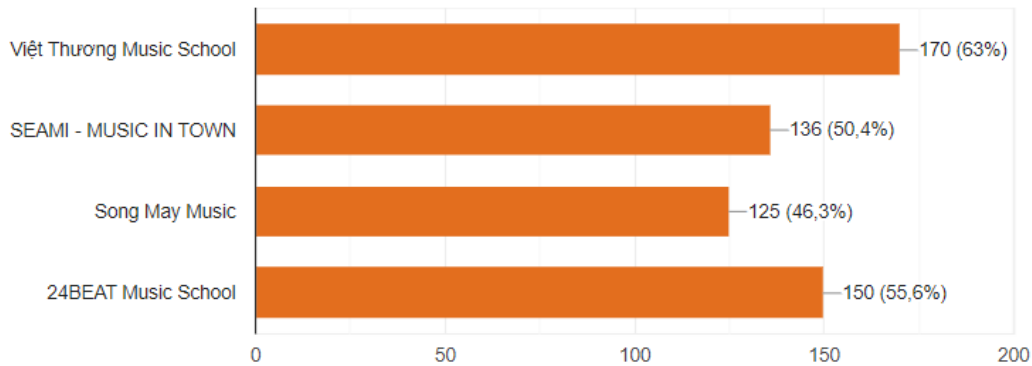


B.3 Awareness of other music schools

Bạn biết đến các trường nhạc dưới đây:

Sao chép

270 câu trả lời



Chi phí trung bình cho một khóa học của trường nhạc bên dưới phù hợp với khả năng chi trả của bản thân / gia đình:

Sao chép

1 Rất không phù hợp

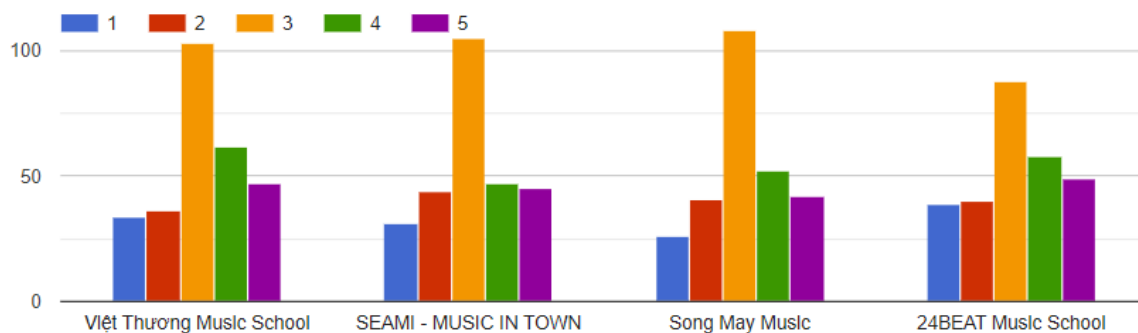
2 Không phù hợp

3 Bình thường

4 Phù hợp

5 Rất phù hợp

(Chi phí trung bình 1 khóa học 3 tháng tại TP. HCM là 3.000.000 VNĐ)



Đánh giá chất lượng giảng dạy của các trường nhạc dưới đây:

 Sao chép

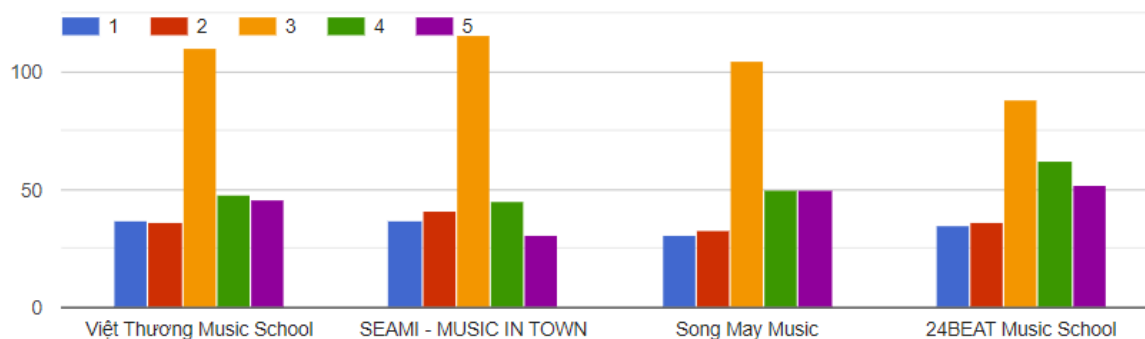
1 Không tốt

2 Chưa tốt

3 Bình thường


4 Tốt

5 Rất tốt

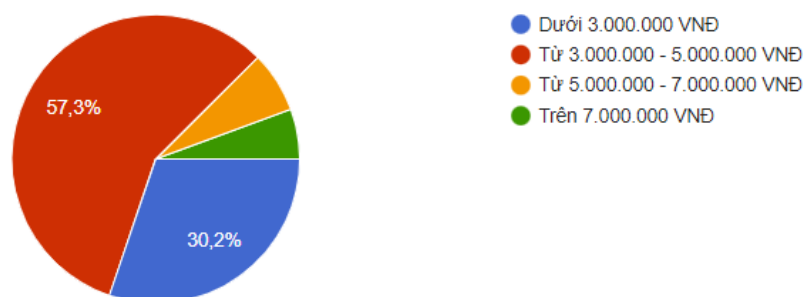


B.4 Factors for choosing a music school

Bạn ưu tiên chọn trường nhạc có mức học phí như thế nào cho 1 khoá học (12 buổi)?

 Sao
chép

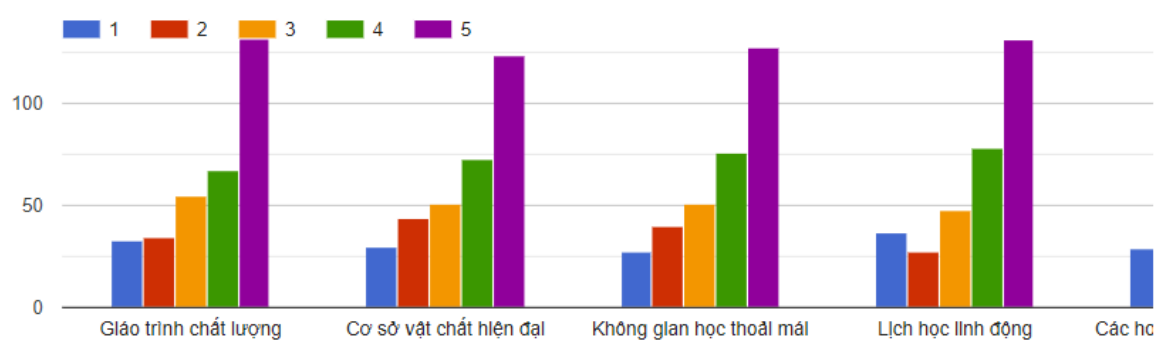
321 câu trả lời



Bạn ưu tiên lựa chọn trường nhạc có:

 Sao chép

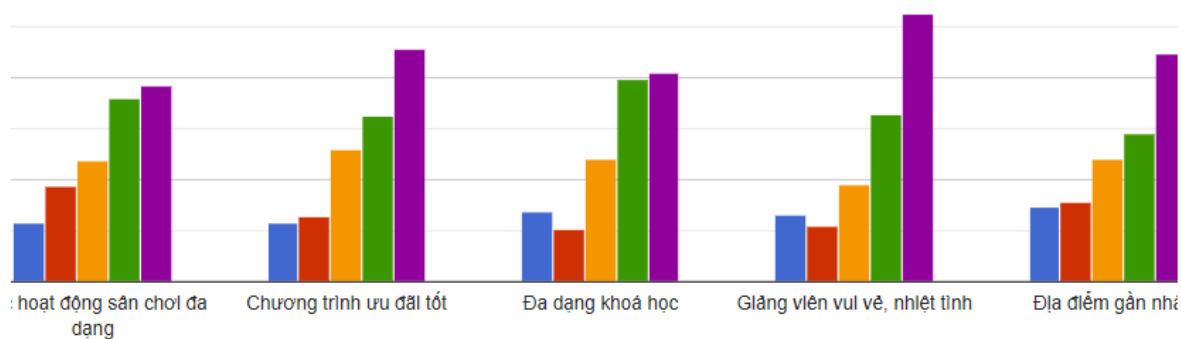
1. Hoàn toàn không đồng ý
2. Không đồng ý
3. Bình thường
4. Đồng ý
5. Hoàn toàn đồng ý



Bạn ưu tiên lựa chọn trường nhạc có:

 Sao chép

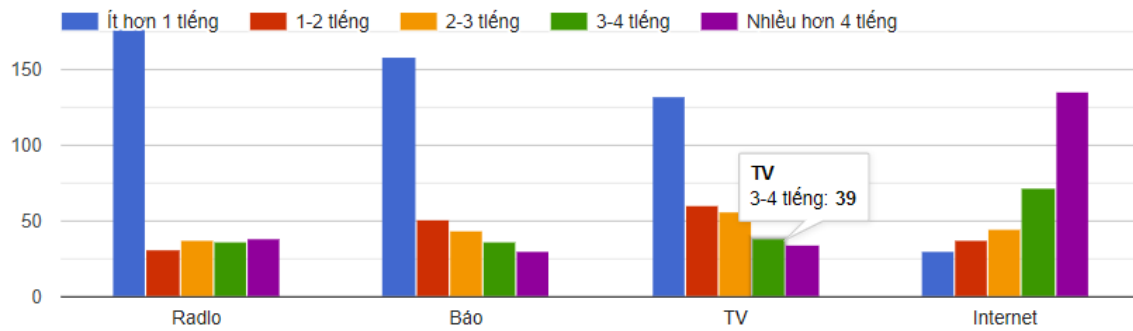
1. Hoàn toàn không đồng ý
2. Không đồng ý
3. Bình thường
4. Đồng ý
5. Hoàn toàn đồng ý



B.5: Media Habits

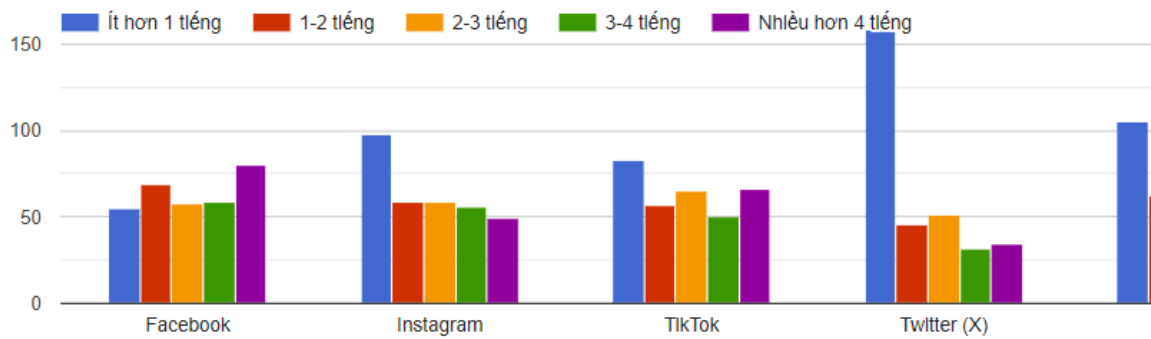
 Sao chép

Thời gian bạn sử dụng phương tiện truyền thông mỗi ngày:

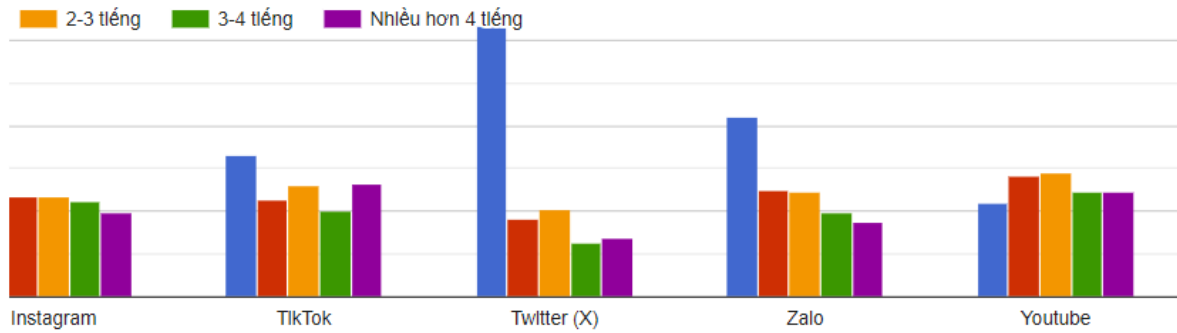


 Sao chép

Thời gian bạn sử dụng mạng xã hội mỗi ngày:

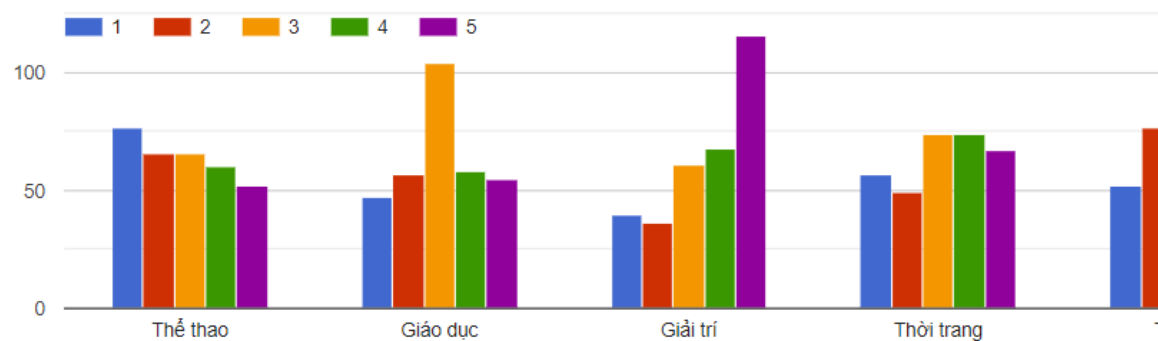


Thời gian bạn sử dụng mạng xã hội mỗi ngày:



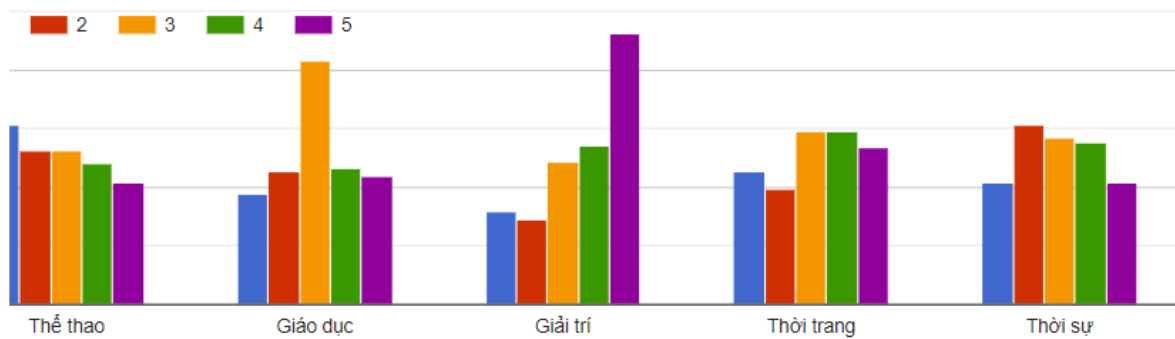
Nội dung bạn thường xem trên mạng xã hội

1. Rất không thường xuyên
2. Không thường xuyên
3. Bình thường
4. Thường xuyên
5. Rất thường xuyên



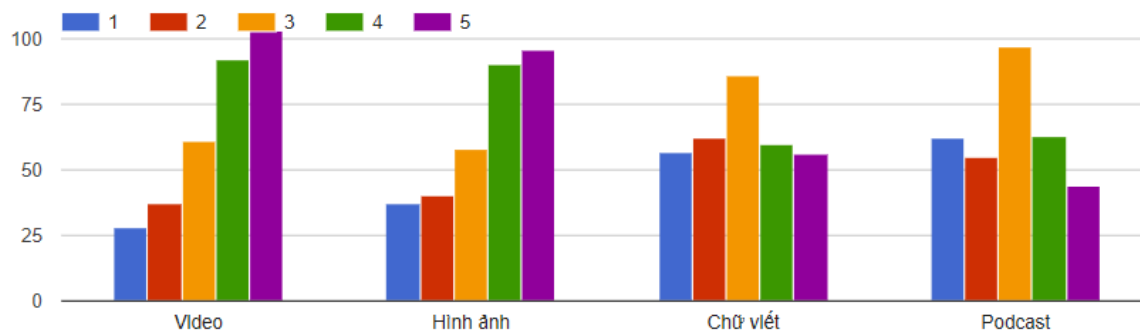
Nội dung bạn thường xem trên mạng xã hội

1. Rất không thường xuyên
2. Không thường xuyên
3. Bình thường
4. Thường xuyên
5. Rất thường xuyên



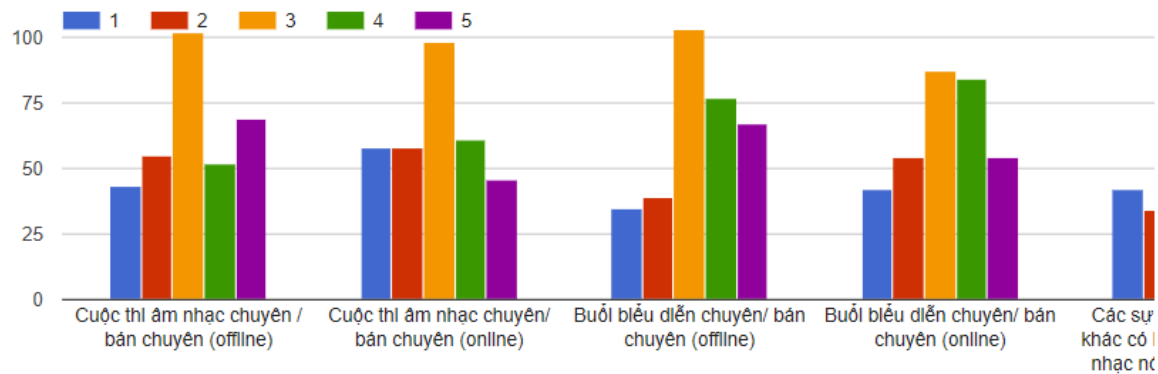
Hình thức đăng tải trên mạng xã hội bạn cảm thấy yêu thích:

1. Hoàn toàn không yêu thích
2. Không yêu thích
3. Bình thường
4. Yêu thích
5. Hoàn toàn yêu thích



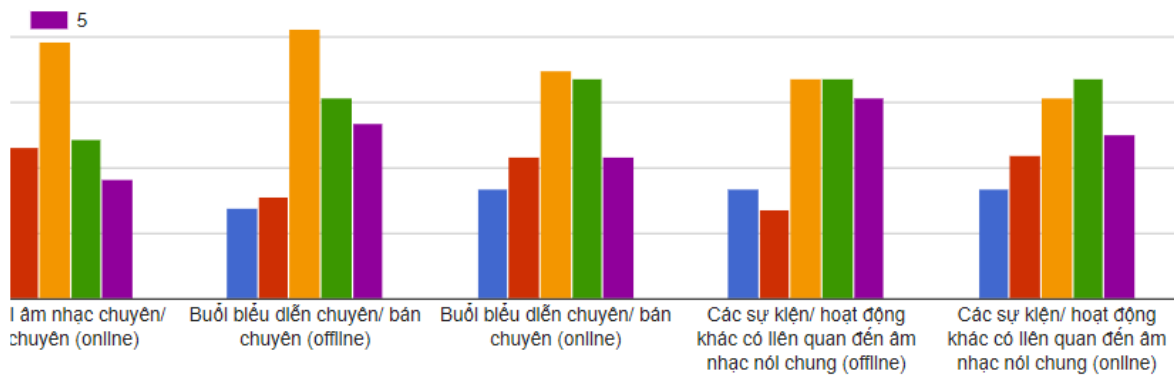
Bạn quan tâm đến trải nghiệm tại:

1. Hoàn toàn không quan tâm
2. Không quan tâm
3. Bình thường
4. Quan tâm
5. Hoàn toàn quan tâm



Bạn quan tâm đến trải nghiệm tại:

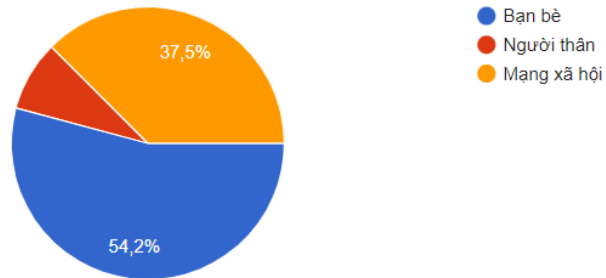
1. Hoàn toàn không quan tâm
2. Không quan tâm
3. Bình thường
4. Quan tâm
5. Hoàn toàn quan tâm



B.6 Media Channels Research

Bạn biết đến 24BEAT Music School thông qua đâu?

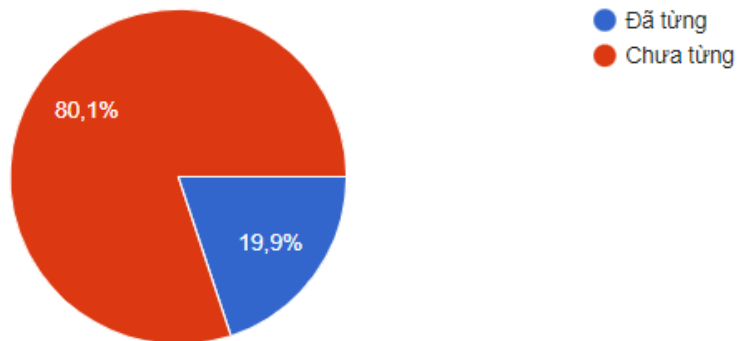
24 câu trả lời



B.7 Brand Awareness

Bạn đã nghe / biết đến “24BEAT Music School” hay chưa?

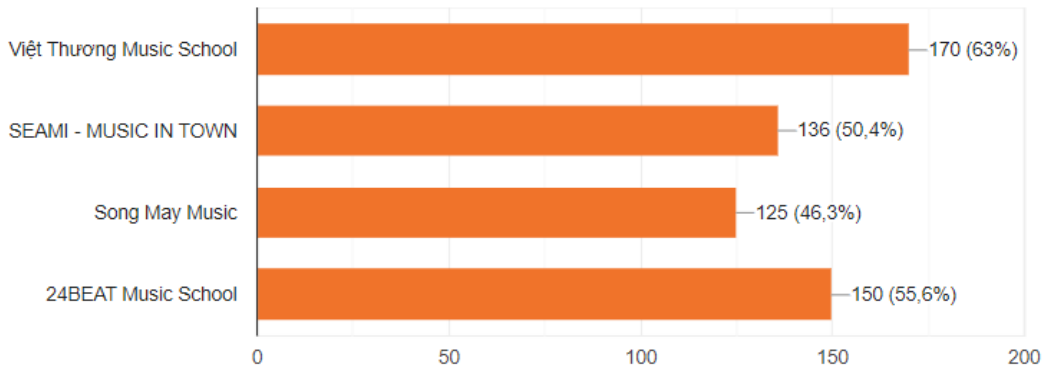
321 câu trả lời



Bạn biết đến các trường nhạc dưới đây:

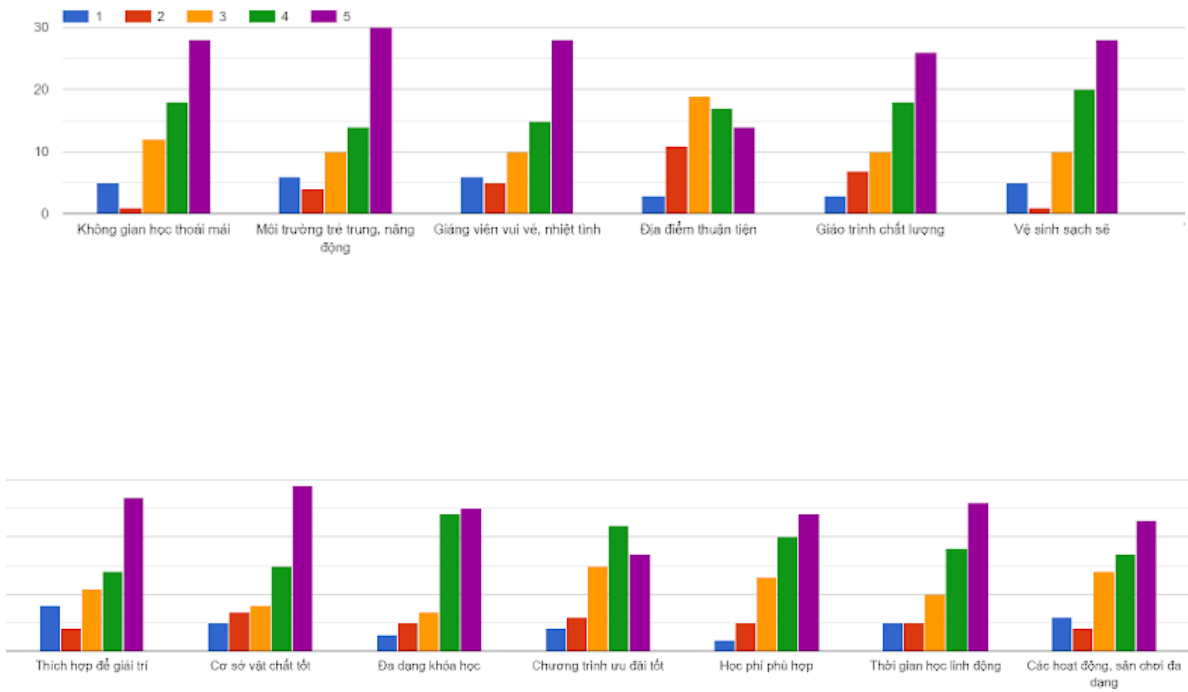
Sao chép

270 câu trả lời



B.8 Brand Performance

Bạn cho rằng 24BEAT Music School có: 1. Hoàn toàn không đồng ý 2. Không đồng ý 3. Bình thường 4. Đồng ý 5. Hoàn toàn đồng ý



Bạn đã từng học nhạc tại trường nào trước khi đến với 24BEAT không? Và So với những trường khác thì bạn thấy học phí bên 24BEAT như thế nào?	Lúc trước thì mình có học tại Việt Thương Music, và mình thấy bên 24BEAT có những khoản hỗ trợ cho học sinh, sinh viên như tụi mình.	Mình không có học trường nào khác trước khi qua 24BEAT, nhưng mình thấy học phí bên đây rất là tốt, kèm theo đó thì chất lượng rất xịn.	Mình từng học trống tại Woody Music, bên đây thầy cũng là 1 người chơi trống có tiếng trong nghề. Nhưng mà vì học phí khá cao với xa nhà nên mình quyết định chọn học tại 24BEAT. Bên đây khá gần nhà mình, học phí đi đôi với chất lượng, quá là ưng luôn.	24BEAT là nơi đầu tiên mình đến học, nhưng theo mình thấy học phí khá là tốt, mình là sinh viên nhưng vẫn có thể chi trả cho mức học phí này, kèm theo đó có những ưu đãi rất tốt cho học sinh, sinh viên tụi mình nữa.	Mình có học ở nhiều nơi, nhưng mà có vẻ đây là nơi mình thấy phù hợp nhất, từ chi phí đến chất lượng.
---	--	---	---	---	---

B.9 Brand Imagery

Bạn mô tả thương hiệu như thế nào với những từ sau đây: thực tế, trung thực, táo bạo, cập nhật xu hướng, đáng tin cậy, thành công, thượng lưu, hướng ngoại?	Theo mình nghĩ là đáng tin cậy và thành công, bởi vì đây thiết sự là 1 nơi mà tui tìm kiếm bấy lâu nay, được học chung môi trường với những người giỏi và thầy cũng giỏi nên đây sẽ là động lực để phát triển của mình.	Trung thực, đáng tin cậy, thành công.	Đáng tin cậy, bởi vì đây là nơi người quen mình giới thiệu, anh cũng là 1 người mình ngưỡng mộ.	Đáng tin cậy, thành công - Bởi vì profile của các anh trong đây quá xịn rồi, hoàn toàn tin tưởng	Đáng tin cậy để có thể gửi đam mê của mình
--	---	---------------------------------------	---	--	--

“Bạn có thể miêu tả 24BMS bằng 3 tính từ không?”	Vui, thoải mái, thỏa niềm đam mê	Thân thiện, thoải mái, Logic	Thân thiện, thoải mái, logic	Thân thiện, chuyên nghiệp, kỷ luật	Chuyên nghiệp, thân thiện, tình cảm
---	----------------------------------	------------------------------	------------------------------	------------------------------------	-------------------------------------

B.10 Brand Judgements

“Tại sao bạn chọn học ở 24BEAT Music School? Yếu tố nào khiến bạn đưa ra quyết định này?”	Được giảm 50% học phí thông qua workshop	Có voucher giảm giá	Được ưu đãi về chi phí	Chi phí hợp lý	Cơ sở vật chất tốt
--	--	---------------------	------------------------	----------------	--------------------

Bạn cảm thấy 24BEAT có thể đáp ứng những nhu cầu nào khi đến trải nghiệm?	Đáp ứng nhu cầu về cơ sở vật chất cũng như giáo trình giảng dạy	Đáp ứng về cơ sở vật chất	Phòng tập xịn	Giảng viên vui vẻ, hoà đồng, phòng tập chất lượng	Có đầu tư về cơ sở vật chất
--	---	---------------------------	---------------	---	-----------------------------

“Bạn có cảm thấy mình được hỗ trợ trong quá trình học hay không?”	Mình cảm thấy luôn được hỗ trợ tận tình từ giáo viên	Giáo viên hỗ trợ vô cùng nhiệt tình	Mình được sự hỗ trợ từ giáo viên, từ bạn bè học chung khóa với mình	Giáo viên hỗ trợ mọi lúc, khi mình cần	Luôn luôn được hỗ trợ kể cả khi mình không có mặt trên lớp
--	--	-------------------------------------	---	--	--

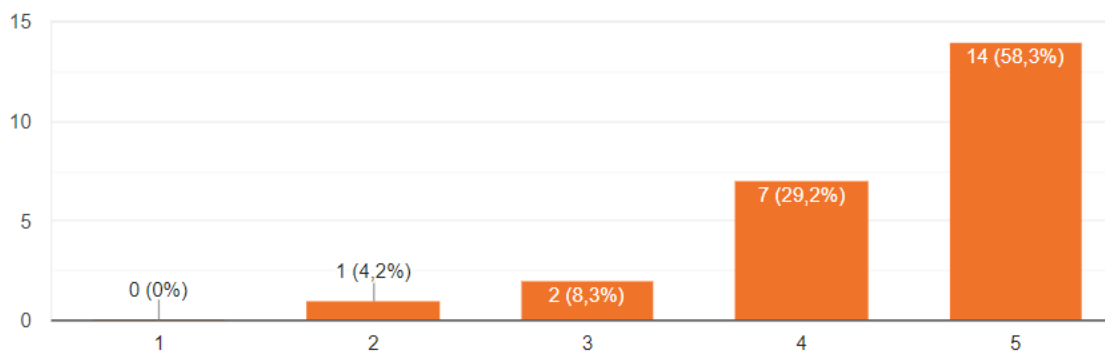
B.11 Brand Feelings

Thương hiệu đã mang lại cho bạn cảm giác như thế nào?	Vui vẻ, thân thiện	Vui, thoải mái, thỏa niềm đam mê	Cảm thấy được là chính mình	Cảm giác thoải mái như là nhà	Cảm thấy thú vị
--	--------------------	----------------------------------	-----------------------------	-------------------------------	-----------------

B.12 Brand Reasonance

Bạn có sẵn lòng giới thiệu 24BEAT Music School đến với người khác:

24 câu trả lời



C. Qualitative research report

C.1 Questionnaires

Section #1 Overall Information	Section #2 Viewpoint about brand performance and brand judgement
<p><i>Q1:</i> What is your name? How old are you? Where do you currently live?</p> <p><i>Q2:</i> How did you come to know about 24BEAT Music School?</p> <p><i>Q3:</i> Have you studied at other music schools besides 24BEAT Music School?</p> <p><i>Q4:</i> Why did you choose to study at 24BMS? What factors led to this decision?</p>	<p><i>Q5:</i> What are your wishes when coming to 24BMS?</p> <p><i>Q6:</i> Which course are you currently studying at 24BMS?</p> <p><i>Q7:</i> How long have you been studying this course?</p> <p><i>Q8:</i> How do you feel about 24BMS's Tuition? (Is it too high or too low?)</p> <p><i>Q9:</i> Do you feel that teachers at 24BMS have in-depth knowledge and the ability to communicate? What is the teaching method like?</p>

	<p><i>Q10:</i> How do you feel about the study program at 24BMS? Is it diverse and rich or is there anything special?</p> <p><i>Q11:</i> How do you feel about the learning environment at 24BMS? Is it comfortable and friendly?</p> <p><i>Q12:</i> How do you feel about the facilities at 24BMS?</p> <p><i>Q13:</i> How do you feel about your performance and progress after some time studying here?</p> <p><i>Q14:</i> Did you study music at any school before coming to 24BMS? And compared to other schools, how do you feel about 24BMS's tuition?</p> <p><i>Q15:</i> What needs do you feel 24BEAT can meet when you come to experience it?</p>
Section #3 Viewpoint about brand image and feeling	Section #4 Viewpoint about brand resonance
<p><i>Q16:</i> Can you describe 24BMS using 3 adjectives?</p> <p><i>Q17:</i> Do you feel supported during your studies?</p> <p><i>Q18:</i> How would you describe your brand with the following words: real, honest, bold, up-to-date, trustworthy, successful, upscale, extroverted?</p>	<p><i>Q19:</i> Do you have any suggestions for 24BEAT Music School to improve?</p> <p><i>Q20:</i> Would you recommend 24BMS to anyone?</p>

D. Social Media

D.1 Social Media Content Calendar

CHANNEL	SEPTEMBER						
	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT	SUN
	18	19	20	21	22	23	24
FACEBOOK					Hoạt động của 24BEAT Music		(REEL) Học trồng đơn giản

					School		trong 30s
TIKTOK	24BEAT Music School có gì?			Học trống đơn giản trong 30s			Câu báo là gì?
	25	26	27	28	29	30	1
FACEBOOK						Trung thu rộn ràng, âm nhạc thăng hoa	
TIKTOK			Các cách để có bộ			Trung thu tại 24BEAT Music School	

CHANNEL	OCTOBER						
	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT	SUN
	2	3	4	5	6	7	8
FACEBOOK		Bộ gõ cơ thể		Định nghĩa về Drummer	(REEL) Thử thách Rhythm Challenge		
TIKTOK	Thử thách Rhythm Challenge			Percussion Rhythm			Drummer Fact
	9	10	11	12	13	14	15
FACEBOOK	(REEL) Drummer Fact			Giới thiệu học viên Trương Bảo Đại			
TIKTOK			Học trống cùng				

			Conan				
	16	17	18	19	20	21	22
FACEBOOK			Quá khứ của học viên Trường Bảo Đại	Thám tử tại 24BEAT Music School			
TIKTOK		Rhythm Challenge 2					
	23	24	25	26	27	28	29
FACEBOOK	Người truyền cảm hứng âm nhạc		Hình tròn - hình vuông - hình tam tác - hình như 24BEAT Music School sắp có workshop		Promotion Clip - Gỡ nhịp đam mê		Poster - Workshop Rhythm Lab II
TIKTOK							

CHANNEL	NOVEMBER						
	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT	SUN
	30	31	1	2	3	4	5
FACEBOOK		Diễn giả khách mời - Nguyễn Nhật Khanh		Tham gia workshop - Nhận quà liền tay	Các Câu lạc bộ khách mời	Lưu ý khi đi workshop	
TIKTOK					Tiếp theo thầy Khanh sẽ làm gì đây?		
	6	7	8	9	10	11	12
FACEBOOK	Hướng dẫn đường đi đến workshop Rhythm Lab II			Hình ảnh recap sau workshop		Video recap workshop	
TIKTOK							Đánh trống bằng "chổi"
	13	14	15	16	17	18	19
FACEBOOK					(REEL) Những kiểu người đánh		

CHANNEL	NOVEMBER						
	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT	SUN
					trống		
TIKTOK							
	20	21	22	23	24	25	26
FACEBOOK		Breaking news: Học trống giúp giảm cân	(REEL) Học trống mất thời gian bao lâu?				
TIKTOK							
	27	28	29	30			
FACEBOOK	(REEL) Anh nhà ở đâu thế?	Học trống có khó hay không?					
TIKTOK			Mẹo về câu Fills				

D.2 Facebook's Report

Đối tượng ⓘ

📄 Xem báo cáo đối tượng

📘 Lượt thích Trang Facebook ⓘ

1.463

📘 Số người theo dõi trên Facebook ⓘ

10.352

Lượt thích mới trên Trang Facebook ⓘ

589 ↑ 1,3K%


No	Post	Format	On Air	Reach	React	Comment	Share
1	Hình ảnh tại Mini Concert 2023 - BACK TO SCHOOL	Photo	12/9/2023	4.000	377	34	13
2	Recap Mini Concert 2023 - BACK TO SCHOOL	Video	16/9/2023	2.200	143	14	17
3	Hoạt động Worksho p qua các trường đại học của 24BEAT Music School	Photo	22/9/2023	943	46	1	1
4	Hoc trống đơn giản trong 30 giây	Reel	24/09/2023	317.500	4.000	65	124
5	Trung thu rộn ràng, âm nhạc thăng	Photo	29/9/2023	875	37	3	2

	hoa						
6	Bô gõ cơ thể	Photo	3/10/2023	928	25		
7	Drummer FunFact	Photo	5/10/2023	6.900	373	110	27
8	Rhythm Challenge	Reel	6/10/2023	6.400	184	2	3
9	Drummer Fact	Reel	9/10/2023	343.300	8.600	155	288
10	Giới thiệu học viên Trương Bảo Đại	Photo	12/10/2023	2.500	170	44	2
11	Câu chuyện đến với 24BEAT Music School của Bảo Đại	Photo	18/10/2023	1.200	42	5	
12	Thám tử tại 24BEAT Music School	Reel	19/10/2023	18.200	362	6	9
13	Người thầy truyền cảm hứng - Nguyễn Nhật Khanh	Photo	23/10/2023	1.200	40		

14	Hình tròn - hình vuông - hình như 24BEAT Music School sắp có sự kiện	Photo	25/10/2023	813	27	2	
15	Promotional Video - Gõ nhịp đam mê	Video	27/10/2023	8.200	717	200	68
16	Poster [WORKSHOP] RHYTHM LAB II	Photo	29/10/2023	3.000	68	7	10
17	Diễn giả khách mời	Photo	31/10/2023	920	52	0	0
18	Quà tặng khi tham gia workshop	Hình ảnh	2/11/2023	642	22	2	0
19	Các Câu lạc bộ khách mời	Photo	3/11/2023	806	28	3	0
20	Lưu ý khi đi workshop	Photo	4/11/2023	333	16	2	0


21	Hướng dẫn đường đi đến workshop Rhythm Lab II	Photo	6/11/2023	1.800	85	17	5
22	Hình ảnh workshop sắp diễn ra	Photo	7/11/2023	2.700	90	15	4
23	Hình ảnh recap workshop	Photo	9/11/2023	3.700	54	1	8
24	Video recap workshop	Video	11/11/2023	864	63	10	6
25	Bạn là người thích đánh trống kiểu nào?	Reel	17/11/2023	156.900	4.100	88	125
26	Có thể bạn chưa biết	Photo	21/11/2023	1.800	142	79	2
27	Học trống trong bao lâu?	Reel	22/11/2023	42.800	925	33	14
28	Anh nhà ở đâu thế?	Reel	27/11/2023	27.100	519	6	12

29	Hoc trống có khó không?	Photo	28/11/2023	1.200	101	9	1
----	---	-------	------------	-------	-----	---	---



Định nghĩa về Drummer:

"Người tạo ra sự rung động âm thanh từ trống nhưng không thể làm rung động được trái tim em"



Email: 24beatmusicschool@gmail.com - Phone: 097 105 67 58

24 BEAT Music School
5 tháng 10 · 🌐

Các Drummers zô đỉnh chính có phải zì hongggg 🤔

#24BEATMusicSchool #Funfact #Drummer

24BEAT MUSIC SCHOOL®
Thông tin liên hệ:
📞 Liên hệ trực tiếp qua hộp thư Fanpage
👉 ... Xem thêm

👍👍👍 85 17 24

Wow Bình luận Chia sẻ

Phù hợp nhất

Châu Thị phải z ko drummer Tấn Lộc
8 tuần Thích Phản hồi
👉 Tấn Lộc đã trả lời · 1 phản hồi

Ngô Nguyễn Tường Duy Xin định nghĩa về Bassist 🤔
8 tuần Thích Phản hồi

Vũ Hoàng Thành Đạt Học trống đã lâu tôi quên cách cầm tay con gái 🤔🤔
8 tuần Thích Phản hồi

Nguyễn Tấn Phát Thủy Dương
8 tuần Thích Phản hồi
👉 Xem 1 phản hồi


Minh Trí Có lý quá đi
7 tuần Thích Phản hồi

Hồ Trung Quân Phương Anh Thôi cho đánh trống đi 🤔
8 tuần Thích Phản hồi
👉 Xem tất cả 2 phản hồi

Tân Hoàng Ngọc Phạm Tháng sau mình cưới vợ rồi 🤔, nhà vĩa
8 tuần Thích Phản hồi

Trúc Anh Dao Huy 🤔🤔

D.3 TikTok's Report



24bms2020
 24BEAT Music School


Sửa hồ sơ

0 Đang Follow **3894** Follower **20.8K** Thích

Mọi thông tin về 24BEAT cũng như trường nhạc phía bên dưới nhé!

linktr.ee/24beat

Video Yêu thích Đã thích




Đã ghi âm

Cắt đôi mỗi sáu

276.3K

Bạn thuộc kiểu nào dưới ...




Đã ghi âm

Học trống cần mất bao lâu?

154.5K

Trả lời @Deconeeeee Câu...




Đã ghi âm

Drum facts

218.3K


Có thể bạn chưa biết? ...



Mẹo và câu Fill

6476


Cách để khiến cho câu Fi...



Đánh trống bằng "chổi"


22.9K

Trả lời @Tân Lộc Dùng c...



8649


Bạn không đoán được b...



Học chơi Reggae trong 30s

20.5K


Homie Khanh sẽ hướng ...



ANH NHÀ Ở ĐẦU THỀ

27.4K

Trả lời @Yến Linh Cứ làm...




Vỗ tay Dậm chân

Rhythm Challenge 2

7477


Nghe nói thử thách này ...



KIỆP NẠN HAY QUÊN

5262


Học ở 24BEAT không sợ ...



Học trống Cùng CONAN

7036

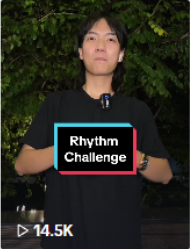
Đi bắt hung thủ mà còn ...



Percussion Rhythm

7076


Bắt nhịp mọi tình huống ...



Rhythm Challenge

14.5K


Cùng tham gia thử thách...



Trung Thu tại 24BEAT

3875


Đón Trung Thu thật vui t...



Có 2 cách để cô bé

3699


Cứ làm theo anh Khanh l...



Câu báo là gì?


4846

Có báo quá hông dạ ...



6104

Ai mà ngờ học trống lại d...



24Beat Music School có gì?

3055

Trường nhạc này cũng zu...

No	Post	On Air	Reach	View	Reaction	Comment	Share	Save
1	24BEAT Music School có gì	18/9/2023	2.600	3.000	62	11	7	9

2	Học trống đơn giản trong 30s	21/9/2023	5.137	3.500	128	11	8	14
3	Câu báo là gì?	24/9/2023	4.047	4.800	143	5	3	21
4	Có 2 cách để có bờ	27/9/2023	3.285	3.700	46	4	2	6
5	Trung thu tại 24BEAT	29/9/2023	3.485	3.900	41	3	0	7
6	Rhythm Challenge	2/10/2023	12.939	14.500	345	9	3	36
7	Percussion Rhythm	05/10/2023	6.240	7.100	194	9	5	10
8	Drummer Fact	8/10/2023	198.260	217.900	6600	98	55	234
9	Học trống cùng Conan	11/10/2023	6.369	7000	205	11	4	23
10	Kiếp nạn hay quên	14/10/2023	4.804	5.300	91	3	1	6
11	Rhythm Challenge 2	17/10/2023	6.637	7.500	159	7	4	16
12	Học trống mất bao lâu?	21/10/2023	149.331	154.400	1.600	106	19	102
13	Học trống “Anh nhà ở đâu thế”	24/10/2023	25.575	27.400	492	17	7	33
14	5 kiểu người đánh trống (Cắt đôi nổi sần)	27/10/2023	249.384	275.700	8900	121	77	516
15	Học chơi Reggae trong 30s	31/10/2023	18.810	20.500	531	10	6	70
16	Tiếp theo Khanh sẽ làm gì đây?	03/11/2023	7.680	8.600	197	15	2	8
17	Đánh trống bằng "chổi"	12/11/2023	20.374	22.600	583	11	1	30
18	Mẹo về câu Fills	29/11/2023	5.197	6.200	330	13	8	39

E. Promotion Clip

E.1 Character's wardrobe

Nhân vật chính

Trương Bảo Đại

DAT2 TEAM

Áo thun, cổ tròn
Ưu tiên áo trơn, không có logo



Quần tây đen dáng dài



Phụ kiện:
Đồng hồ dây đen
Mặt đen



DAT2 TEAM

Set 2

Áo sơ mi màu nâu nhạt
Tay dài



Quần tây đen dáng dài



Phụ kiện:
Đồng hồ dây đen
Mặt đen



DAT2 TEAM

Set 2

Balo đen



Dùi trống



Giày thể thao màu trắng



Vớ đen



DAT2 TEAM

Set 3

Áo thun cổ tròn
Màu đen tay ngắn
Ưu tiên áo không có logo



Quần tây đen dáng dài



Phụ kiện:
Đồng hồ dây đen
Mặt đen



DAT2 TEAM

Set 4

Áo thun trắng trơn



Áo sơ mi đen tay ngắn
khoác ngoài



Quần tây đen dáng dài



Phụ kiện:
Đồng hồ dây đen
Mặt đen



Nhân vật phụ

Thầy giáo dạy trống

DAT2 TEAM

Set 1

Áo polo của 24BEAT Music School



Quần tây đen dáng dài



DAT2 TEAM

Phụ kiện:
Đồng hồ dây đen
Mặt đen



Nhân vật phụ

Bạn bè và ban nhạc

DAT2 TEAM

Set 1

Áo thun đen hoặc áo sơ mi đen



Quần tây đen hoặc quần jean đen



E.2 Set Design




E.2.1 Scenario 1: Practice Room






E.2.2 Scenario 2: Music School








E.3 Checklist





No	ITEM	QUANTITY	UNIT	SOURCE	PERSON IN CHARGE	REFERENCE	NOTE
1	Sony A6500	1	Piece	Available	Thiên Vương		
2	Lens 18-105 f4	1	Piece	Available	Thiên Vương		
3	Lens 12f2	1	Piece	Available	Thiên Vương		






4	Fuji X-T3	1	Piece	Available	Tấn Lộc		
5	Lens XF 35mm f2.0 R WR	1	Piece	Available	Tấn Lộc		
6	Zhiyun Weebill S	2	Piece	Available	Thiên Vương, Vương Nhi		
7	Tripod	1	Piece	Available	Vương Nhi		
8	Đèn Amaran 200xs	1	Piece	Rent	Châu Thi		
9	Đèn Spotlight Amaran 200xs (Fresnel 2x)	1	Piece	Rent	Châu Thi		

10	Monitor Feelword	1	Piece	Rent	Châu Thi		
11	Thẻ nhớ 128GB	2	Piece	Available	Vương Nhi, Tấn Lộc		

No	ITEM	QUANTITY	UNIT	SOURCE	PERSON IN CHARGE	REFERENCE	NOTE
I. PROPS							
1	Drum Jazz				24BEAT		
2	Music stand				24BEAT		

3	Music book				24BEAT		
4	Drum pad				24BEAT		
5	Drum stick				24BEAT		
II. OTHERS							
1	Black carpet				Cẩm Tiên		

2	White cloth				Cẩm Tiên		
3	Wall hooks				Châu Thi		
III. WARDROBE							
1	Backpack		Piece	Available			
2	White shoes			Available			

3	White T-shirt			Available			
4	Black T-shirt			Available			
5	Light brown shirt			Available			
6	Short-sleeved black shirt			Available			
7	24BEAT Music School's Polo shirt			Available			

8	Black trousers			Available			
9	Watch			Available			
10	Black socks			Available			

E.4 Production team

CREW LIST					
No.	Name	Position	Job Description	SDT	Note
Core team					
1	Nguyễn Võ Vương Nhi	Director	Directing the scene, checking the source, ensuring the	0935000577	

			quality.		
2	Huỳnh Tấn Lộc	Producer	Ensuring the filming scene is complete with all props, actors, and equipment	0909096695	
3	Nguyễn Trường Thịnh	AP/ Script Supervisor	Take note of the scenes, assist the director and producer.	0349235481	
4	Võ Hà Thị Cẩm Tiên	Cater	Prepare food and drinks for the team.	0562529763	
5	Châu Thị Thi	Set Design	Prepare props and set design.	0906661630	
Production					
1	Đỗ Tuấn Thiên Vương	CAM OP/ Gaffer	Operate camera, set up lightning.		
2	Châu Thị Thi	BTS Videographer	Shoot BTS scenes.		
3	Lữ Quốc An	BTS Photography	Take BTS photos.		
Actor/Actress					
1	Trương Bảo Đại	Actor			
2	Nguyễn Nhật Khanh	Actor			
3	Huỳnh Tấn Lộc	Supporting Actor			
4	Hồ Trung Quân	Supporting Actor			
4	Ban nhạc	Supporting Actors/ Actress			

E.5. Callsheet


CALLSHEET PROMOTION VIDEO						
CALL TIME 7:30			SUNDAY October 15th, 2023			
			SHOOTING TIME: 8:30 - 21:00			
			LOCATION	24BEAT Music School - 12 Nguyễn Văn Kinh, Thanh Mỹ Lợi, Quận 2, Thành phố Thủ Đức		
NO.	CREW		ROLE	CALL	PHONE	NOTE
1	Nguyễn Võ Vương Nhi		Director	07:30	0935000577	
2	Huỳnh Tấn Lộc		Producer	07:30	0909096695	
3	Nguyễn Trường Thịnh		AP	07:30	0349235481	
4	Võ Hà Thị Cẩm Tiên		Cater	07:30	0562529763	
5	Châu Thị Thi		Set Design	07:30	0906661630	
6	Đỗ Tuấn Thiên Vương		CAM OP/DOP	07:30	0968844365	
			Gaffer/Lighting			
7	Lữ Quốc An		BTS Videographer	07:30	0911780638	
			BTS Photography			
8	Trương Bảo Đại		Actor	07:30	0822050502	
9	Nguyễn Nhật Khanh		Actor	09:30		
10	Ban Nhạc		Actor/Actress	18:30		
TIME	SHOT	DESCRIPTION		CHARAC TER	PROPS	
07:30	Tập trung tại 24BEAT					
7:30 - 8:30	Set up đèn, máy và makeup diễn viên					
8:30 - 9:30	3.1 ; 3.2 ; 3.3 ; 3.4	Đại vừa bước đến đứng trước 24BEAT Music School, cầm trên tay dùi trống với gương		Đại	Dùi trống, Balo	

		mặt thể hiện sự hào hứng với việc đến học tại ngôi trường này			
9:30 - 10:00	3.5 ; 3.6	Đại bước vào trường và mở cửa	Đại		
10:00 - 10:15	3.7	Đại gặp thầy giáo dạy trống, cả hai cười với nhau	Đại, Thầy giáo dạy trống		
10:15 - 11:30	4.1 ; 4.2 ; 4.3	Đại được thầy giáo dạy trống tập chơi trống	Đại, Thầy giáo dạy trống	Pad tập trống, Bộ trống Jazz	
11:30 - 13:00	NGHỈ TRƯA - BREAK				
13:00 - 14:00	5.1 ; 5.2 ; 5.3 ; 5.4 ; 5.5 ; 5.6 ; 5.7 ; 5.8	- Đại nhìn các bạn ra về trước sau đó tiếp tục cố gắng tập trống theo tiếng Metronome - Đại buông tay xuống, ngừng đánh, về mặt mệt mỏi	Đại, Các bạn học	Bộ trống Jazz	
14: 00 - 14:30	6.1 ; 6.2 ; 6.3 ; 6.4	Thầy giáo đặt tay lên vai Đại động viên, cả hai nhìn nhau	Đại, Thầy giáo dạy trống	Bộ trống Jazz	
14:30 - 15:30	6.5 ; 6.6 8.1 ; 8.2	- Xung quanh phòng sáng lên, các người bạn đi vào cùng chơi trống với Đại - Thầy giáo và mọi người cùng vỗ tay động viên Đại sau khi Đại chơi trống	Đại, Thầy giáo dạy trống, Các bạn học	Bộ trống Jazz	
15:30 - 16:45	7.1 4.4 ; 4.5 ; 4.6 ; 4.7 ; 4.8	- Đại chơi trống cùng các bạn với vẻ mặt hứng thú (vừa được sự động viên của thầy và các bạn) - Đại tập trống cùng với các bạn (lúc vừa vào học)	Đại, Các bạn học	Bộ trống Jazz	
16:45 - 18:00	2.1 ; 2.2 ; 2.3 ; 2.4 ; 2.5 ; 2.6 ; 2.7	Đại đánh trống một mình trong phòng	Đại	Bộ trống Jazz	
18:00 -	NGHỈ NGƠI - ĂN TỐI				

19:00					
19:15 - 21:00	9.1 ; 9.2 ; 9.3 ; 9.4 ; 9.5 ; 9.6 ; 9.7	Đại đánh trống cùng ban nhạc	Đại, Ban nhạc	Nhạc cụ của ban nhạc	

E.6 Result

- Promotional Video “Gỗ Nhịp Đam Mê”: [Promotional Video](#)



24 BEAT Music School
27 Tháng 10 · 🌐

“GỖ NHỊP ĐAM MÊ”

🎧 Cuộc sống là một hành trình dài và mang những mục tiêu to lớn với những khoảnh khắc đầy cảm xúc, bởi mỗi người đều có một nhịp điệu riêng. Có người sẽ chậm rãi, thông thả và tận hưởng từng khoảnh khắc. Có người sẽ vội vã và luôn bận rộn với công việc và cuộc sống. Nhưng dù là nhịp điệu nào, thì cũng đều cần có sự hiện diện của đam mê.

🎧 Liệu rằng, bạn đã tìm thấy đam mê trong cuộc sống của mình?... [Xem thêm](#)

ĐAM MÊ LÀ GÌ?

Theo bạn, đam mê là gì?

0:02 / 2:45

⚙️ ↗️ 📺 🔊

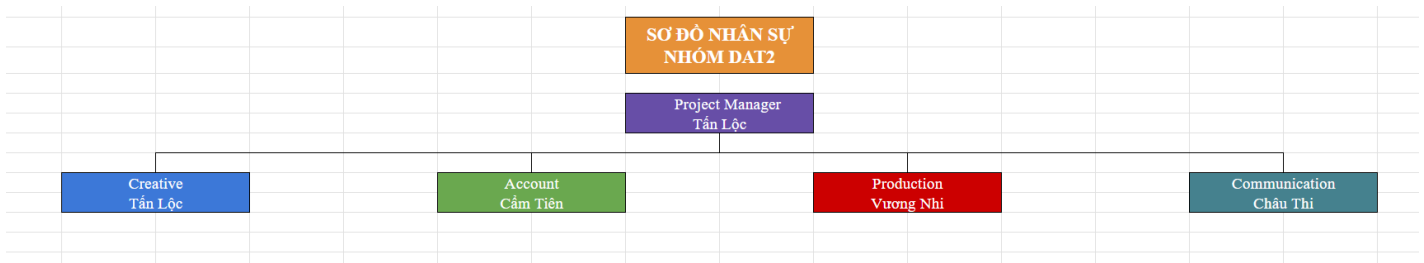
👍👍 Bạn, Tấn Lộc, Châu Thi và 216 người khác

44 bình luận 65 lượt chia sẻ

Yêu thích
 Bình luận
 Chia sẻ

F. Event

F.1 Employment Diagram



F.2 Event Production

- Voucher



- Lanyard and Keychain



- Hashtag



- Namecard



- Standee



F.3 Form

- Register Form



ĐƠN ĐĂNG KÝ THAM GIA WORKSHOP "RHYTHM LAB II"

Lời đầu tiên, 24BEAT Music School xin được gửi lời chào đến các bạn.

Workshop "Rhythm Lab II" nhằm tạo ra trải nghiệm vô cùng thú vị dành cho các bạn trẻ với âm nhạc. Chúng mình tự hào mang đến một cơ hội đặc biệt, nơi bạn có thể khám phá, học hỏi và chia sẻ đam mê âm nhạc cùng những người bạn mới.

Nội dung chính trong buổi workshop:

🎵 Chia sẻ kiến thức về nhịp điệu

🎵 Đặc biệt, các bạn còn có cơ hội được giao lưu, học hỏi từ diễn giả và các bạn trẻ khác cùng đam mê với phần "Drum Circle - Gõ xoay vòng"

THÔNG TIN CHI TIẾT VỀ CHƯƠNG TRÌNH:

Thời gian: 13h30 - 16h30, Thứ 3, ngày 07 tháng 11 năm 2023

Địa điểm: Hội trường A - Trường Đại học FPT (Lô E2a-7, đường D1, Long Thạnh Mỹ, Thành phố Thủ Đức)

Phí tham gia: Hoàn toàn **MIỄN PHÍ**

THÔNG TIN LIÊN HỆ:

✉ rhythmclub.ii@gmail.com

- **Feedback Form:**



ĐÁNH GIÁ CHẤT LƯỢNG SỰ KIỆN WORKSHOP "RHYTHM LAB II"

Gửi đến các bạn đã dành thời gian tham dự workshop "Rhythm Lab II",

BTC xin đặc biệt gửi lời cảm ơn đến các bạn, những người đã tham gia và cùng tạo nên sự thành công của buổi workshop này. Chúng mình mong rằng các bạn đã có những trải nghiệm tốt đẹp với sự kiện, cũng như nhận được nhiều bài học bổ ích từ vị diễn giả khách mời. BTC biết rằng chúng mình cần nỗ lực và tiến bộ thêm rất nhiều để có thể mang đến những sự kiện và nội dung thú vị hơn trong tương lai!

Chính vì vậy, chúng mình mong các bạn, những người đã tham gia workshop ngày hôm nay (07/11) có thể dành chút thời gian để chia sẻ về cảm nghĩ, cũng như đóng góp những ý kiến để chúng mình có thể nâng một cái thiện hơn.

Bạn đánh giá tổng thể trải nghiệm của mình tại sự kiện như thế nào? *

1 2 3 4 5

Không hài lòng ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Rất hài lòng

Bạn thích điều gì nhất về sự kiện này? *

☐ Nội dung từ diễn giả

☐ Trải nghiệm nhạc cụ

☐ Các tiết mục biểu diễn

☐ Mục khác: _____

Bạn đánh giá như thế nào về các vấn đề dưới đây: *

1: Không tốt

2: Chưa tốt

3: Bình thường

4: Tốt

5: Rất tốt

	1	2	3	4	5
Cách trình bày của diễn giả	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Trải nghiệm trực tiếp với nhạc cụ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nội dung của sự kiện	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Thiết bị âm thanh và kỹ thuật trong sự kiện	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Có điều gì bạn nghĩ cần được cải thiện để sự kiện trở nên tốt hơn? *

Câu trả lời của bạn

Figure 47: Feedback form of Workshop “RHYTHM LAB II”



F.4 Wardrobe

ĐỊNH TRANG NHÂN VẬT

MC DẪN CHƯƠNG TRÌNH



Áo sơ mi trắng



Quần tây đen



DIỄN GIẢ

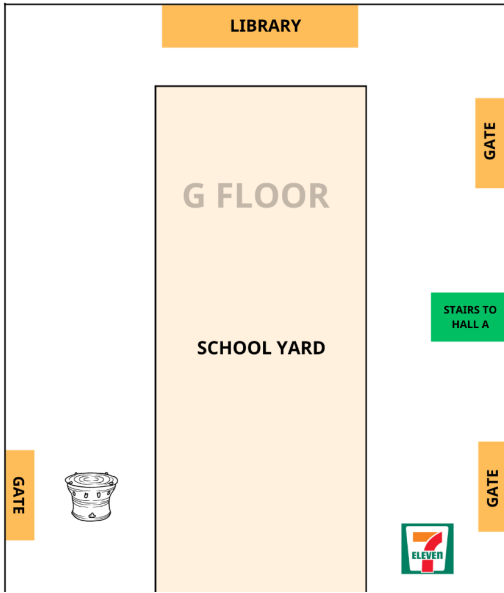
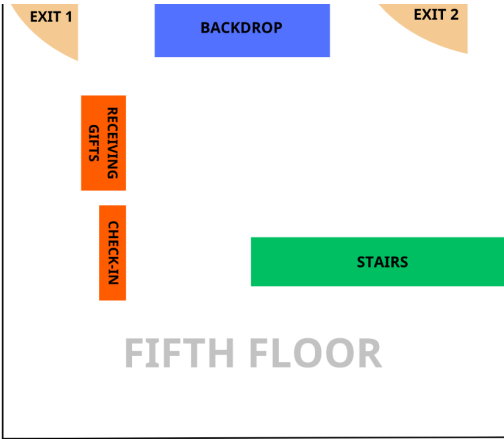
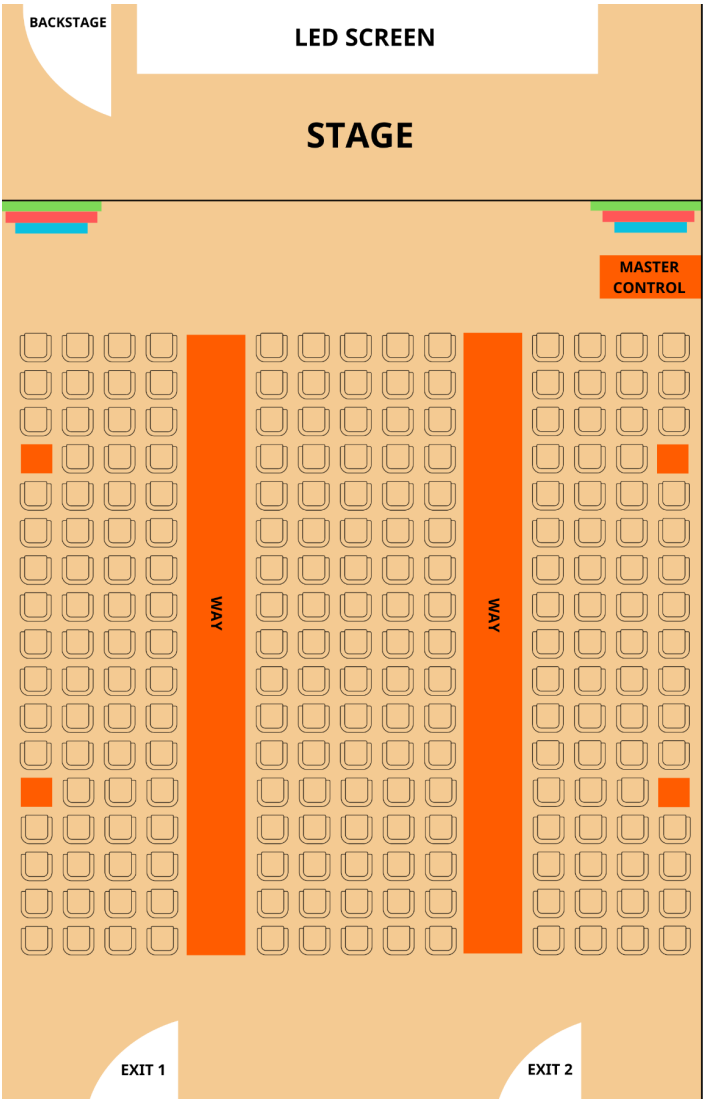


Áo sơ mi đen



Quần tây đen

F.5 Event Layout



F. 6 Event Script

KỊCH BẢN CHI TIẾT BUỔI WORKSHOP "RHYTHMLAB II"						
Người lập: Tấn Lộc Thời gian: 13:30 - 16:30 ngày 07/1/2023 Hội trường A - Đại học FPT						
STT	Thời gian	Thời lượng	Tiết mục	Nội dung	Âm thanh	Màn hình LED
1	13:30:00	00:00:30	MC voice off quy định tham gia lần 1	MC: Quý vị và các bạn khán giả thân mến, Chỉ còn ít phút nữa thôi, workshop "Rhythm Lab II" sẽ được bắt đầu, quý vị vui lòng chọn một chỗ ngồi thật thoải mái và chuyển các thiết bị di động về chế độ im lặng để buổi workshop có thể diễn ra một cách trọn vẹn nhất có thể nhé!	Volume nhỏ	Slide 1
2	13:30:30	00:10:00	Promotion Clip		Nhạc promotion clip	Slide 2 + 3
3	13:40:30	00:00:30	MC voice off quy định tham gia lần 2	MC: Quý vị và các bạn khán giả thân mến, Chỉ còn ít phút nữa thôi, workshop "Rhythm Lab II" sẽ được bắt đầu ngay tại sân khấu này. Quý vị vui lòng chọn một chỗ ngồi thoải mái nhất và chuyển các thiết bị di động về chế độ im lặng để buổi workshop diễn ra một cách trọn vẹn nhất có thể nhé!	Volume nhỏ	Slide 4
4	13:41:00	00:10:00	Promotion Clip		Nhạc promotion clip	Slide 5 + 6
5	13:51:00	00:00:30	MC voice off quy định tham gia lần 3	MC: Quý vị và các bạn khán giả thân mến, Chỉ còn ít phút nữa thôi, workshop "Rhythm Lab II" sẽ được bắt đầu ngay tại sân khấu này. Quý vị vui lòng chọn một chỗ ngồi thoải mái nhất và chuyển các thiết bị di động về chế độ im lặng để buổi workshop diễn ra một cách trọn vẹn nhất có thể nhé!	Volume nhỏ	Slide 7
6	13:51:30	00:10:00	Promotion Clip		Nhạc promotion clip	Slide 8 + 9
BẮT ĐẦU CHƯƠNG TRÌNH						
I. Phần chia sẻ kiến thức (trong khoảng 45p)						
7	14:01:30	00:00:30	Mở đầu chương trình	[MC] Quý vị khán giả thân mến, chào mừng các bạn đã đến với buổi Workshop Rhythm Lab II. Minh là [tên MC], rất hân hạnh khi được đồng hành cùng tất cả các bạn trong buổi workshop ngày hôm nay. Chúng mình rất vinh dự khi được đứng trên sân khấu của Đại học FPT lần thứ 2. Hy vọng rằng với sự trở lại lần này sẽ là một trải nghiệm thú vị và bổ ích cho tất cả mọi người!	Lái Volume theo MC	Slide 10
8	14:02:00	00:00:45	Giới thiệu khách mời	[MC] Trước khi bắt đầu chương trình, xin trân trọng chào đón những vị khách quý đã đến tham dự buổi workshop ngày hôm nay. Về phía trường Đại học FPT, xin trân trọng giới thiệu: L. Z. Về phía nhà tài trợ, xin trân trọng giới thiệu: 1. Lương Bình Khởi - Founder của 24Beat!	Lái Volume theo MC	Slide 10
9	14:02:45	00:00:15	MC dẫn nối	[MC] Để bắt đầu cho buổi workshop ngày hôm nay, xin mời mọi người cùng hướng mắt về phía sân khấu để thưởng thức tiết mục mở màn đến từ CLB Sunburst của trường ĐH UEF.	Soundman check tín hiệu xong mới off nhạc	Slide 11
10	14:03:00	00:05:00	Tiết mục của CLB Sunburst	Ca khúc: Just	Off	Slide 11
11	14:08:00	00:05:00	Tiết mục của CLB Sunburst	Ca khúc: Viva la vida	Off	Slide 11
12	14:13:00	00:00:30	MC giới thiệu diễn giả	Cảm ơn CLB Sunburst đã mang đến sân khấu ngày hôm nay 1 phần trình diễn mở màn vô cùng sôi động. Trong buổi Workshop lần này, chúng mình rất vinh dự khi có sự góp mặt của anh Nguyễn Nhật Khanh - giảng viên của 24Beat cũng sẽ là diễn giả của chúng ta ngày hôm nay. Và để không làm mất thời gian của mọi người, [tên MC] sẽ nhường lại sân khấu cho anh Khanh, mọi người hãy cùng hướng mắt về sân khấu, giữ gìn trật tự để buổi workshop được bắt đầu nhé!	Lái nhạc theo MC	Slide 12 + 13
13	14:13:30	00:01:30		- Diễn giả đặt câu hỏi về vấn đề "Trước khi bắt đầu buổi WS ngày nay, Khanh có 1 câu hỏi dành cho các bạn, liệu trong khán phòng ngày hôm nay có ai không biết vỗ tay không ạ?" - Chắc chắn là không rồi đúng ko ạ! Mọi người có thắc mắc vì sao Khanh lại hỏi như thế không? - Thật ra vỗ tay thì ai mà không biết chứ, đúng không mọi người. Có rất nhiều cách vỗ tay, nhưng khi nghe 1 bài hát hay và các bạn muốn vỗ tay theo đúng nhịp của bài hát thì không phải ai cũng biết đâu nhé! - Riêng Khanh, có 1 cách vỗ tay như này, các bạn có biết cách vỗ tay này ko?	Off	Slide 14
14	14:15:00	00:00:40		Body Percussion - Vỗ tay, ngoài các trường hợp chúng ta thường bắt gặp trong đời sống thì trong Âm nhạc, vỗ tay còn đóng vai trò là 1 loại nhạc cụ tự có hay còn gọi là "body percussion". Nào bây giờ Khanh xin mời các bạn cùng tìm hiểu thể loại này với Khanh nha.	Off	Slide 15
15	14:15:40	00:02:30		Xin mời các bạn cùng xem qua video sau đây. - Các bạn có biết bài hát này ko? Bài này là bài gì vậy mọi người? Có ai biết bài này là bài gì không nào? - Rất nổi tiếng phải không ạ. Đây là bài We will rock you của band Queen. - Như các bạn đã thấy, hàng nghìn khán giả đã sử dụng nhạc cụ tự có là Vỗ tay và đảm bảo để hoà nhịp cùng với band. - Vậy nếu là chúng ta ở đây, chúng ta sẽ sử dụng loại nhạc cụ này như thế nào để kết nối cảm xúc của mình đắm chìm vào âm nhạc?	Off	Slide 16
16	14:18:10	00:00:45		- Trước hết chúng ta hãy cùng tìm hiểu về lý thuyết nhạc lý cơ bản. - Trong nhạc lý có các note nhạc có bản như nốt tròn, nốt chẵn, nốt đen... - Như vậy ta thấy, có n nốt đen theo thứ tự đếm là 1,2,3,4. Và đây chính là nguồn gốc cho việc đếm nhịp trong các bài nhạc pop hiện nay.	Off	Slide 17
17	14:18:55	00:01:30		- Hầu hết các bài nhạc pop mà ta hay nghe đều mang loại nhịp phổ biến gọi là nhịp C. - Loại nhịp này quy định: bài nhạc chỉ được đếm 4 BEAT cho 1 chu kì, trong đó mỗi BEAT tương ứng 1 nốt đen, ko được đếm nhiều hơn hoặc ít hơn 4 BEAT.	Off	Slide 18 + 19
18	14:20:25	00:01:30		Trong 1 số bài nhạc, ta rất dễ nghe ra vị trí BEAT 1, 2, 3, 4 thông qua nhịp điệu của trống. Trong đó, Bass drum có âm vực trầm, thường được chơi vào BEAT 1 và 3. Trong khi snare drum có âm vực cao, nổi bật thường được chơi vào BEAT 2 và 4.	Off	Slide 20 + 21 + 22
19	14:21:55	00:01:30		Thực hành 3 cách vỗ tay mang loại nhịp C qua các bài hát: Bài tập 1: Vừa đếm vừa vỗ 4 phách theo nhạc.	Off	Slide 23 + 24

20	14:23:25	00:01:30	Diễn giả thuyết trình	Bài tập 2: Vỗ tay vào phách 1 và 3 theo bài nhạc. Thông thường, một cách tự nhiên nhất, chúng ta có xu hướng vỗ tay theo nhạc như 2 bài tập này, bởi 2 cách này hầu như sẵn có trong tiềm thức. Đó gọi là cảm nhận âm nhạc một cách tự nhiên.	Off	Slide 25	Sử dụng nhạc: We will rock you.
21	14:24:55	00:01:00		Vỗ tay vào 1 2 3 4 hay 1 3, thực ra là điệu phổ biến trên toàn thế giới, ko riêng gì ở Việt nam. <Hình>	Off	Slide 26	
22	14:25:55	00:01:30		Bài tập 3: Vỗ tay vào 2 và 4 theo bài nhạc. Tuy cách vỗ tay ở bài tập 3 ko thuận với sự cảm nhận về nhịp một cách tự nhiên (vì ta luôn có xu hướng cảm nhận bài nhạc vào đầu Beat 1) nhưng khi thực hành ta sẽ nghe nó rất là hợp lí. Các bạn có biết vì sao ko?	Off	Slide 27	- Takecare khán giả mới "KHÔNG A" . Sử dụng nhạc: We will rock you.
23	14:27:25	00:02:30		Vị trí BEAT 1,3 thường dành cho âm trầm như Bass drum, mà Bass drum lại làm ta dễ liên tưởng tới hành động dậm chân hơn là vỗ tay. Vị trí BEAT 2,4 thường dành cho âm bổng như trống snare, mà trống snare thì khiến ta dễ liên tưởng đến hành động vỗ tay. <Hình> Để dễ hình dung, cùng thực hành lại bài tập 3 nào!	Off	Slide 28 + 29	Sử dụng nhạc: We will rock you.
24	14:29:55	00:00:10		Mà trong ngôn ngữ âm nhạc, vị trí BEAT 2,4 còn có tên gọi là BACKBEAT!	Off	Slide 30	
25	14:30:05	00:00:40		Giải thích về thuật ngữ BackBeat! Thuật ngữ backbeat xuất hiện lần đầu từ những năm 1900 có nguồn gốc từ NEW ORLEANS, được định nghĩa là BEAT thứ 2 và 4 trong loại nhịp phổ biến nghe thấy nhiều trong nhạc pop.	Off	Slide 30	
26	14:30:45	00:00:35		Âm thanh của "BackBeat" là 2 nhịp đập mạnh, rõ ràng và LUÔN ỔN ĐỊNH . Thường được diễn tả bởi các nhạc cụ gõ như: trống snare, tambourine, hoặc NHẠC CỤ TỰ CỎ: vỗ tay hay búng tay. Thị phạm Backbeat với nhạc cụ khác (Keyboard, guitar).	Off	Slide 30	
27	14:31:20	00:01:30		Cách làm quen dễ dàng nhất với "Back Beat" là tìm và nghe nhiều bài nhạc pop phổ biến có âm thanh rõ ràng của trống Snare, tiếng vỗ tay, hoặc tiếng búng tay, chẳng hạn như các bài nhạc quen thuộc sau đây. Nhạc slide 31	Off	Slide 31	
28	14:32:50	00:02:00		Xét theo góc độ chuyển môn thì âm thanh rõ ràng của BackBeat đóng vai trò như 1 tín hiệu dẫn dắt cho giai điệu và lời nhạc. <Video acapella hàn> VÀ ĐÓ LÀ LÝ DO khi biểu diễn, hầu hết nghệ sĩ đều muốn khán giả vỗ tay vào backbeat 2-4 để tác phẩm tăng thêm tính nhạc hơn.	Off	Slide 32	
29	14:34:50	00:00:35		Trong khi, Backbeat đóng vai trò quan trọng trong việc tạo nên sự an toàn về nhịp cho bài nhạc, thì ngược lại, âm thanh ở BEAT 1, 3 ko phải lúc nào cũng xuất hiện đều đặn, rõ ràng để tạo nên sự an toàn mang tính chu kì như Backbeat .	Off	Slide 33	Video kèm nhạc "Leave the door open".
30	14:35:25	00:03:00		Trong điệu trống này, âm thanh Bassdrum ở BEAT 3 bị dời sớm hơn 1 chút, tạo cảm giác chông chênh lờ lờ. - Có thể nói, khi phối khí, tác giả cố tình muốn tạo ra 1 khoảng không gian này cho bài nhạc. Nếu ta vỗ vào 1, 3 sẽ làm lấp đầy khoảng không gian của tác giả đã tạo ra. Mời mọi người thử. <Slide 35> VẬY, khi đó, ta nên vỗ tay vào Backbeat theo âm thanh trống snare (hoặc tiếng cạp) vì nó xuất hiện rất rõ và đều đặn tạo nên tính chu kì, dễ dàng nhận ra.	Off	Slide 34	- Takecare khán giả mới! khán giả thử tập theo diễn giả..
31	14:38:25	00:02:00		Nghe lại lần nữa (Video này chỉ có voice vocal & drum) <Slide 36>	Off	Slide 35	
32	14:40:25	00:02:00		Mô 1 vài video cũng như Meme	Off	Slide 38 + 39	
33	14:42:25	00:00:35		Sau hôm nay, thì Khanh hy vọng chúng ta sẽ có cái nhìn mới mẻ và có ý thức hơn trong âm nhạc. Khuyến khích mở list nhạc yêu thích, tập trung lắng nghe và VỖ TAY VÀO BEAT 2 - 4 . Đó sẽ là sự đổi thay đổi thu vị trong tư duy âm nhạc.	Off	Slide 40	
34	14:43:00	00:00:45		Tuy nhiên, ĐỂ VỖ TAY ĐƯỢC VÀO 2 - 4 BEAT , chúng ta cần phải ĐẾM ĐÚNG NHỊP. Và đáng tiếc là ko phải ai cũng có thể đếm được, VÌ KO CÓ CẢM NHẠC MỘT CÁCH TỰ NHIÊN , KHANH hay gọi vui là "No rhythm guy" có thu với âm nhạc.	Off	Slide 41	
35	14:43:45	00:01:30		Đặt câu hỏi cho khán giả: - Bạn có thấy mình đầu đờ trong video này ko? - Thử hình dung, sẽ hỗn loạn ra sao khi chúng ta vỗ tay trật nhịp với Nghệ sĩ đang biểu diễn? nó sẽ khiến âm nhạc trở nên lộn xộn đúng ko?	Off	Slide 41	- Takecare khán giả mới! "CỎ A" .
36	14:45:15	00:01:30		PR time: Vậy nếu bạn đang gặp tình trạng như anh bạn "no rhythm guy" kia, ko cảm nhận được nhịp đó một cách tự nhiên, ko biết đếm hay vỗ tay thế nào??? - MÁCH NHỎ 1 GIẢI PHÁP hãy nhanh tay đăng kí ngay 1 khóa học trống có bản - ngắn hạn - giải trí tại 24BMS. - Ngoài việc cải thiện khả năng cảm thụ âm nhạc, bạn còn có cơ hội chinh phục bộ môn trống với giáo trình được biên soạn phù hợp để đảm bảo dễ hiểu dễ học và dễ vui. - Cảm ơn các bạn đã lắng nghe 1p quảng cáo!	Off	Slide 42	- Takecare khán giả mới! khán giả vỗ tay.
37	14:46:45	00:05:30	Phần minigames	Phần thử thách "VỖ TAY BACKBEAT" : Sau đây sẽ là phần thử thách có quà, bên dưới có bạn nào muốn lên đây thực hiện thử thách và đem về phần thưởng từ workshop không nào? Hãy cho Khanh thấy cánh tay của các bạn nào.	Trao giải tài nhạc	Slide 43 có định kèm mấy bài nhạc luôn á.	- Takecare khán giả mới! mời các bạn lên chơi trò chơi - Takecare khán giả tặng và hướng dẫn các bạn về chỗ.
II. Phần Drum Circle: (Trong 45p)							
38	14:52:15	00:02:00	Diễn giả dẫn nói	Cảm ơn các bạn đã tham gia phần minigame vừa rồi, mọi người cảm thấy như thế nào ạ, có vui không ạ?? Tiếp theo chắc hẳn sẽ là phần các bạn mong chờ nhất của buổi workshop ngày hôm nay, các bạn có đoán được tiếp theo sẽ là phần gì không ạ? Vâng chính xác, tiếp theo sẽ là phần DRUM CIRCLE . Mời bạn sẽ được Ekip phát 1 loại nhạc cụ gõ gõ.	Off	Slide 44	- Takecare khán giả mới! khán giả trả lời "DRUM CIRCLE" . - Takecare khán giả nhận nhạc cụ từ hậu cần và phát cho các bạn.
39	14:54:15	00:02:00	Diễn giả thuyết trình	Nói sơ về khái niệm Drum Circle , giới thiệu từng loại nhạc cụ gõ gõ.	Off	Slide 45 + 46	- Diễn giả di chuyển ra giữa sân khấu
40	14:56:15	00:01:30		Và còn 1 loại nhạc cụ nữa đó chính là nhạc cụ cơ thể "Body Percussion".	Off	Slide 47	- Trong quá trình phát những nhạc cụ gõ gõ, diễn giả sẽ giải thích cũng như giới thiệu về những loại nhạc cụ này.
41	14:57:45	00:08:00		Giải thích từng khái niệm và hướng dẫn mọi người đánh theo 4 cách sau: - Rumble - Groove - Call & Rep - Tutti!	Off	Slide 48	- Diễn giả giải thích từng khái niệm và thị phạm cho các bạn khán giả xem.
42	15:05:45	00:05:00		1. Rumble: (Rền rền) Hướng dẫn tất cả mọi người đánh to dần - nhỏ dần, bên phải đánh, trái đánh...	Off	Slide 49 + 50	

43	15:10:45	00:05:00		<p>2. Groove: (Nhịp đều) Tạo âm thanh 1 cách liên tục bằng bộ gõ của mình - đánh với nhau trên nền 1 2 3 4. Quy định từng loại nhạc cụ đánh trên Beat 1 2 3 4. Tắt cả nhớ tiết tấu của mình rồi đánh hoà vào nhau.</p>	Off	Slide 51 + 52	<ul style="list-style-type: none"> - Diễn giả hướng dẫn mọi người đánh theo. - Takecare khán giả quan sát và mỗi các bạn làm theo diễn giả.
44	15:15:45	00:05:00		<p>3. Call & Rep: (Đồng thanh) Cùng đánh theo tiết tấu của diễn giả đưa ra</p>	Off	Slide 53 + 54	
45	15:20:45	00:05:00		<p>4. Tutti: (Tất cả cùng hành động) Cho mọi người cùng đánh theo tiết tấu của host, tắt cả cùng dừng - để mở tả cho mn hiểu về khái niệm Tutti. Đánh lại call & rep đẩy tempo lên nhanh theo - Ra hiệu để mọi cùng nhớ câu tutti trước.</p>	Off	Slide 55 + 56	
46	15:25:45	00:15:00	Tiết mục ngẫu hứng giữa diễn giả và khán giả	<p>Tiếp theo sẽ là một tiết mục vô cùng đặc sắc, như các bạn đã thấy những phần mà này giờ mình chia sẻ và làm mẫu, vậy cho Khanh hỏi d đây có bạn muốn nào lên sân khấu thử thách bản thân biến mình thành 1 nhạc trưởng để dẫn dắt các bạn ở dưới cùng hòa tấu không nào? Hãy cho Khanh thấy những cánh tay của các bạn bên dưới đi nào.</p>	Off	Slide 57	<ul style="list-style-type: none"> - Diễn giả sẽ đánh tiết tấu, áp dụng 4 cái hành động trên để tạo ra 1 thành tiết mục hoà thanh của tất cả mọi người. - Diễn giả sẽ mời chân gỗ lên để làm nhạc trưởng, thay diễn giả chỉ huy tất cả mọi người. - Kết thúc tiết mục takecare khán giả mời chân gỗ về chỗ ngồi.
47	15:40:45	00:00:15	Diễn giả dẫn nối	<p>Khanh mong rằng sau buổi workshop này mọi người sẽ có 1 góc nhìn và tư duy mới hơn về âm nhạc. Hy vọng chúng ta sẽ gặp lại nhau trong 1 dịp gần nhất ở 1 buổi chia sẻ kiến thức về âm nhạc khác.</p>		Slide 58	<ul style="list-style-type: none"> - Diễn giả dẫn xong thì đưa mic lại cho MC và lui về cánh phải và đi xuống sân khấu. - FPK Standby - Mời bạn takecare khán giả thu lại nhạc cụ.
<p>III. Phần giao lưu: (Trong 60p) Bao gồm 6 tiết mục của 2 CLB của các trường khác nhau.</p>							
48	15:41:00	00:00:25	MC dẫn nối	<p>Cảm ơn anh Khanh vì buổi chia sẻ kiến thức về âm nhạc vô cùng bổ ích và thú vị này. Và sau đây, để tiếp nối chương trình, [tên MC] xin mời cầu lạc bộ âm nhạc FBK - trường ĐH FPT lên sân khấu để chuẩn bị cho phần biểu diễn của mình.</p>		Slide 59	- MC từ cánh trái bước ra
49	15:41:25	00:07:00	Tiết mục CLB FBK	Ca khúc: Có một mùa hè		Slide 60	
50	15:48:25	00:07:00	Tiết mục CLB FBK	ĐCa khúc: Phải lòng		Slide 60	
51	15:55:25	00:07:00	Tiết mục CLB FBK	ĐCa khúc: Ở giờ		Slide 60	
52	16:02:25	00:01:30	MC dẫn nối	<p>Xin cảm ơn màn trình diễn vô cùng tuyệt vời đến từ CLB FBK. Trong thời gian chờ đợi các bạn CLB F# chuẩn bị, mọi người hãy dành một ít thời gian điền form feedback giúp BTC nhé! Mọi đóng góp của các bạn sẽ góp phần làm cho những lần gặp gỡ tiếp theo của chúng ta thêm phần đặc sắc và chín chu hơn. Mọi người hãy giữ lại ảnh xác nhận điền form thành công để nhận được món quà nhỏ nhất từ BTC tại bàn check-out sau khi kết thúc chương trình nhé! Và bây giờ sẽ không để các bạn chờ lâu hơn nữa, chúng ta hãy đến với phần trình diễn của CLB F# - trường ĐH FPT.</p>		Slide 61	
53	16:03:55	00:07:00	Tiết mục F#	Ca khúc: Lối tại mưa		Slide 62	
54	16:10:55	00:07:00	Tiết mục F#	Ca khúc: Chiếc khăn piêu		Slide 62	
55	16:17:55	00:07:00	Tiết mục F#	Ca khúc: Cho cháu cho con		Slide 62	
56	16:24:55	00:01:30	MC chào kết	<p>Tiết mục vừa rồi cũng đã khép lại workshop Rhythm Lab II, Đến đây cũng phải nói lời tạm biệt với tất cả mọi người. Một lần nữa cho BTC workshop Rhythm Lab II xin trân trọng gửi lời cảm ơn đến đơn vị tài trợ 24BEAT và diễn giả Nguyễn Nhật Khanh, xin mời anh Khanh và đại diện phía NTT - anh Lương Bình Khôi cùng tiến về sân khấu để nhận những bó hoa tươi thắm thay cho lời cảm ơn từ phía BTC! Về phía trường Đại học FPT, chúng tôi xin chân thành cảm ơn các thầy cô đã tham gia buổi Workshop hôm nay. Và BTC cũng muốn gửi lời cảm ơn chân thành đến quý vị khán giả đã dành thời gian quý báu để tham dự chương trình. Bây giờ, xin mời các bạn khán giả thân mến, chúng ta hãy cùng di chuyển về phía sân khấu, giữ trật tự không chen lấn và xô đẩy. Hãy cùng nhau ghi lại những khoảnh khắc đẹp trong ngày hôm nay nhé! Và đừng quên đem ảnh xác nhận điền form thành công tại quầy check-out để nhận quà nhé! Xin chân thành cảm ơn và hy vọng sẽ gặp lại các bạn!</p>		Slide 63	<ul style="list-style-type: none"> - MC từ cánh trái bước ra dẫn. - Takecare khách mời nhắc khách mời sau khi nhận hoa xong, nán lại sân khấu để chụp hình. - Sau khi mời Host và khách mời lên sân khấu, MC bước qua bên trái 1 bước.

F.7 Callsheet

CALLSHEET WORKSHOP "RHYTHM LAB II"						
CALL TIME 09:00	THỨ BA NGÀY 07 THÁNG 11 NĂM 2023					
	EVENT TIME: 13:30 - 16:30					
Lô E2a-7, Đường D1, Đ. D1, Long Thạnh Mỹ, Thành Phố Thủ Đức	LOCATION	FPT University				
NO.	NAME	POSITION	CALL REHEARSAL	CALL EVENT	SĐT	NOTE
DIỄN GIẢ						
1	Nguyễn Nhật Khanh	Diễn giả	12:00	13:00		
CÂU LẠC BỘ						
2	F#	Biểu diễn	10:00	13:00		
3	FBK	Biểu diễn	10:30	13:00		
4	Sunburst (UEF)	Biểu diễn	11:00	13:00		
MC						
5	Đinh Bảo Hoàng	MC chương trình	11:30	12:30		
NHÂN SỰ CỘNG TÁC VIÊN HỖ TRỢ						
6	Phạm Khải Hoàng	Take care khán giả 2	07:30	13:00	0919689315	Bụng bê thiết bị
7	Nguyễn Đức Hiếu	Camera man 2	07:30	13:00	0901297803	
8	Vương Trần Cao Phước	Take care câu lạc bộ	07:30	13:00	0337041060	
9	Nguyễn Anh Khoa	Điều phối check-in	07:30	13:00	0914261706	
10	Đào Đức Lương	Tổ đạo cụ 1	07:30	13:00	0965025253	
11	Trần Chí Bảo	Hướng dẫn khán giả 1	07:30	13:00	0962619051	
12	Trần Khánh Quốc	Hướng dẫn khán giả 2	07:30	13:00	0799190501	
13	Nam Nguyễn	Hậu cần	07:30	13:00		
14	Trần Yến Linh	Trợ lý đạo diễn	09:00	13:00	0888128450	
15	Kim Phương Linh	Take care khách mời & diễn giả	09:00	13:00	0777000048	

16	Nguyễn Xuân Khang	Take care khán giả 1	09:00	13:00	0399090270	
17	Mai Thị Hồng Nhung	Take care khán giả 3	09:00	13:00	0367778189	
18	Trương Bửu Ân	Photo 1	09:00	13:00	0933586910	
19	Phan Đăng Khoa	Photo 2	09:00	13:00	0906834983	
20	Võ Hoàng Nhân	Backstage	09:00	13:00	0934316161	
21	Đinh Phương Thi	Tổ đạo cụ 2 (PG)	09:00	13:00	0708664056	
22	Lâm Quốc Cường	Quản lý khu vực check-in	09:00	13:00	0915709091	
23	Nguyễn Đỗ Thu Thủy	Check-in	09:00	13:00	0973120702	
24	Đỗ Hồng Bảo Trân		09:00	13:00	0917418980	
25	Phan Ngọc Bảo Trâm	Phát quà & Voucher	09:00	13:00	0794435383	
26	Trịnh Anh Thư		09:00	13:00	0949091201	
27	Nguyễn Nguyễn Hoài Thương	Hướng dẫn khán giả chụp ảnh check-in	09:00	13:00	0981726300	
28	Nguyễn Thành Danh	Hướng dẫn khán giả 3	09:00	13:00	0942939273	
29	Nguyễn Xuân Hợp	Hướng dẫn khán giả 4	09:00	13:00	0907831487	
24BEAT MUSIC SCHOOL						
30	Hồ Trung Quân	Kỹ thuật	07:30	13:00		Set up thiết bị
31	Quang Vinh	Kỹ thuật	07:30	13:00		
32	Duy Khang	Kỹ thuật	07:30	13:00		
33	Thuy Du	Hỗ trợ diễn giả	12:00	13:00		
34	Thanh Hưng	Hỗ trợ diễn giả	12:00	13:00		
NHÂN SỰ CORE TEAM						
35	Huỳnh Tấn Lộc	Đạo diễn sự kiện	07:30	13:00	0942323996	
36	Võ Hà Thị Cẩm Tiên	Điều phối take care	07:30	13:00	0915709091	
37	Nguyễn Võ Vương Nhi	Camera man 1	07:30	13:00	0942939273	
38	Châu Thị Thi	Take care MC	07:30	13:00	0973011429	

F.8. HR Management

Giờ rehearsal: 10:00 - 11:30 07/11/2023 (Thứ 3)						
Giờ onsite: 13:30 - 16:30 07/11/2023 (Thứ 3)						
NO.	POSITION	NAME	SĐT	JOB DESCRIPTION	NOTE	WALK IE TALKI E
KHU VỰC HỘI TRƯỞNG						
1	Đạo diễn sự kiện	Huỳnh Tấn Lộc	0909096695	- Đảm bảo mọi công việc trong sự kiện diễn ra đúng tính toán. - Giải quyết những vấn đề xảy ra trong sự kiện. - Làm việc với tất cả các bộ phận để đảm bảo sự thống nhất trong quy trình làm việc.		x
2	Trợ lý đạo diễn	Trần Yến Linh	0888128450	- Hỗ trợ đạo diễn đảm bảo sự kiện diễn ra đúng kịch bản.		x
3	Điều phối take care	Võ Hà Thị Cẩm Tiên	0562529763	- Quản lý team take care khán giả, khách mời, diễn giả, câu lạc bộ.		x
4	Take care khách mời & diễn giả	Kim Phương Linh	0777000048	- Take care Founder 24BEAT, thầy Diệp. - Take care anh Nguyễn Nhật Khanh. - Hướng dẫn khách mời lên nhận hoa và cup.	- Link sơ đồ	x
5	Take care khán giả 1	Nguyễn Xuân Khang	0399090270	- Điều phối khán giả vào chỗ ngồi. - Đảm bảo lấp đầy ghế ngồi. - Giải quyết các vấn đề	- Link sơ đồ	x
6	Take care khán giả 2	Phạm Khải Hoàng	0919689315			x
7	Take care	Mai Thị Hồng	0367778189			

	khán giả 3	Nhung		đề của khán giả tại sự kiện.		
8	Camera man 1	Nguyễn Võ Vương Nhi	0935000577	- Quay lại các tiết mục tại sự kiện		x
9	Camera man 2	Nguyễn Đức Hiếu	0901297803			x
10	Backstage	Võ Hoàng Nhân	0934316161	- Quản lý đồ của BTC, sắp xếp phòng ngăn nắp, gọn gàng.		

KHU VỰC SÂN KHẤU



















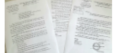
11	Take care câu lạc bộ	Vương Trần Cao Phước	0337041060	- Take care các câu lạc bộ F#, FBK, Sunburst (UEF) - Nhận điều phối từ đạo diễn cho các câu lạc bộ standby sẵn ở backstage.	- Link sơ đồ	x
12	Tổ đạo cụ 1	Đào Đức Lương	0965025253	- Dọn dẹp, sắp xếp đạo cụ diễn trên sân khấu.		
13	Tổ đạo cụ 2 (PG)	Đinh Phương Thi	0708664056	- Take care các câu lạc bộ F#, FBK, Sunburst (UEF) - Ăn mặc phù hợp (váy đen dài qua gối), bưng hoa sau đó quay về phụ team take care câu lạc bộ.	- Link sơ đồ	x
14	Take care MC	Châu Thị Thi	0906661630	- Take care MC Đinh Bảo Hoàng		x
15	Photo 1	Trương Bửu Ân	0933586910	- Chụp ảnh sự kiện onsite trong hội trường		












KHU VỰC TẦNG 5




















16	Quản lý khu vực check-in	Lâm Quốc Cường	0915709091	- Đảm bảo việc check-in diễn ra đúng tiến độ. - Giải quyết các vấn đề ở khu vực		x
----	--------------------------	----------------	------------	--	--	---

				check-in.		
17	Check-in	Nguyễn Đỗ Thu Thủy	0973120702	- Thực hiện việc check-in cho khán giả tham dự.	- Laptop Vương Nhi, Châu Thi	x
18		Đỗ Hồng Bảo Trân	0917418980			
19	Phát quà & Voucher	Phan Ngọc Bảo Trâm	0794435383	- Thực hiện việc phát quà & voucher cho khán giả tham dự.		
20		Trịnh Anh Thư	0949091201			
21	Điều phối check-in	Nguyễn Anh Khoa	0914261706	- Đảm bảo trật tự khu vực check-in. - Điều phối khán giả check-in theo hàng.		x
22	Hướng dẫn khán giả chụp ảnh check-in	Nguyễn Nguyễn Hoài Thương	0981726300	- Quản lý khu vực backdrop. - Đưa hashtag cho khán giả chụp hình.		
23	Photo 2	Phan Đăng Khoa	0906834983	- Chụp ảnh khán giả tại backdrop sự kiện check-in & check-out.		
KHU VỰC TẦNG G						
24	Hướng dẫn khán giả 1	Trần Chí Bảo	0962619051	- Đứng tại sảnh trống đồng hướng dẫn khán giả lên hội trường A.	- Từ 13:30 - 14:15. - 14:15 quay lại hội trường take care khán giả. - Link sơ đồ	x
25	Hướng dẫn khán giả 2	Trần Khánh Quốc	0799190501	- Đứng tại cửa 711 hướng dẫn khán giả lên hội trường A.		x
26	Hướng dẫn khán giả 3	Nguyễn Thành Danh	0942939273	- Đứng tại cửa 2 (gần thư viện) hướng dẫn khán giả lên hội trường A.		x
27	Hướng dẫn khán giả 4	Nguyễn Xuân Hợp	0907831487	- Đứng tại cầu thang hướng dẫn khán giả lên hội trường A.		x

F.9 Checklist

NO.	ITEM	UNIT	QUANTITY	REFERENCE	PERSON IN CHARGE	NOTE
1	Bàn check in	Cái	2		Cầm Tiên	
2	Ghế check in	Cái	4		Cầm Tiên	
3	Standee	Cái	3		Cầm Tiên	
4	Backdrop	Cái	1		Cầm Tiên	2m7 x 4m5
5	Thẻ staff	Cái	25		Cầm Tiên	
6	Dây đeo	Dây	120		Cầm Tiên	
7	Dây móc khóa	Dây	100		Cầm Tiên	
8	Hashtag	Cái	2		Cầm Tiên	
9	Nước suối	Thùng	5		Vương Nhi	
10	Thuốc Panadol đỏ	Vi	2		Cầm Tiên	
11	Thuốc đau bụng, tiêu chảy, đau bao tử, giảm đau	Vi	1		Cầm Tiên	
12	C sủi	Cây	1		Cầm Tiên	
13	Dầu gió	Chai	1		Cầm Tiên	
14	Khăn giấy ướt	Bịch	2		Cầm Tiên	
15	Khăn giấy khô	Bịch	5		Vương Nhi	
16	Bút bi	Cây	8		Cầm Tiên	
17	Bút lông	Cây	2		Châu Thi	
18	Bộ y tế sơ cứu	Bộ	1		Cầm Tiên	Băng keo cá nhân, Salonpas, bông băng, thuốc đỏ, oxy già, cồn
19	In giấy tờ	Bộ	100		Châu Thi	

20	In decal dán bìa MC	Tấm	2		Châu Thi	
21	Băng keo 2 mặt	Cuộn	2		Cầm Tiên	
22	Băng keo trong	Cuộn	2		Cầm Tiên	
23	Băng keo đen	Cuộn	5		Cầm Tiên	
24	Băng keo đỏ	Cuộn	5		Cầm Tiên	
25	Bìa trình ký (MC)	Cái	1		Cầm Tiên	
26	Bao rác	Cuộn	2		Vương Nhi	
27	Chổi	Cái	1		ĐH FPT	
28	Đồ hút rác	Cái	1		ĐH FPT	
29	Dao rọc giấy	Cái	2		Cầm Tiên	
30	Dây nilon	Cuộn	1		Cầm Tiên	
31	Keo dán sắt	Chai	1		Cầm Tiên	
32	Kim - chỉ	Bộ	1		Cầm Tiên	
33	Khăn trải bàn	Tấm	2		Cầm Tiên	
34	Dây thun	Kí	1		Cầm Tiên	
35	Súng bắn keo	Cây	1		Cầm Tiên	
36	Thanh keo	Thanh	5		Cầm Tiên	
37	Kéo	Cái	3		Cầm Tiên	
38	Cây lau nhà	Bộ	1		ĐH FPT	
39	Dây rút	Bịch	1		Cầm Tiên	
40	Mâm bưng	Cái	1		24BEAT	
41	Khăn đỏ	Tấm	1		24BEAT	
42	Thảm đỏ	Tấm	1		Cầm Tiên	
43	Dù che nắng	Cây	3		Cầm Tiên	

44	Ô điện	Cái	5		Cầm Tiên Vương Nhi	
45	Bó hoa	Bó	3		Cầm Tiên	Tặng NTT, diễn giả, Thầy Cô
46	Trái cây	Phân	1		Cầm Tiên	
47	Nhang	Bó	1		Cầm Tiên	
48	Đèn cây	Cặp	1		Cầm Tiên	
49	Bật lửa	Cái	2		Cầm Tiên	
50	Ly nhỏ	Cái	5		Cầm Tiên	
51	Ly gạo + Muối	Cái	1		Cầm Tiên	
52	Bình hoa	Bình	1		Cầm Tiên	
53	Hoa	Bó	1		Cầm Tiên	
54	Túi giấy	Túi	20		Cầm Tiên	
55	Bộ đàm, tai nghe	Cái	25		Cầm Tiên	
56	Micrô	Cái	3		ĐH FPT	
57	Dàn âm Thanh, ánh sáng	Cái	1		ĐH FPT	
58	Màn hình LED	Cái	1		ĐH FPT	
59	Pin	Chiếc	10		Vương Nhi	
60	Máy quay	Cái	2		Vương Nhi	
61	Máy chụp	Cái	2		Vương Nhi	
62	Thẻ nhớ	Cái	3		Vương Nhi	

F.10 Event's Feedback

Bạn thích điều gì nhất về sự kiện này?

 Sao chép

93 câu trả lời

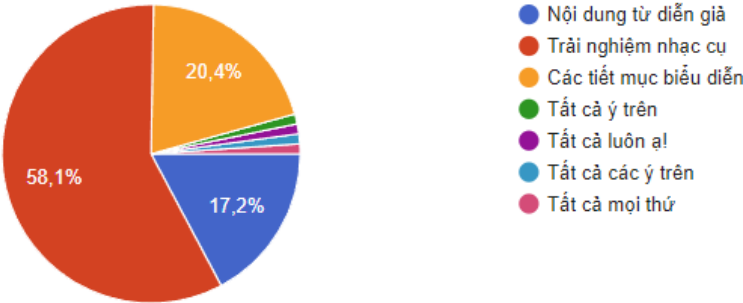
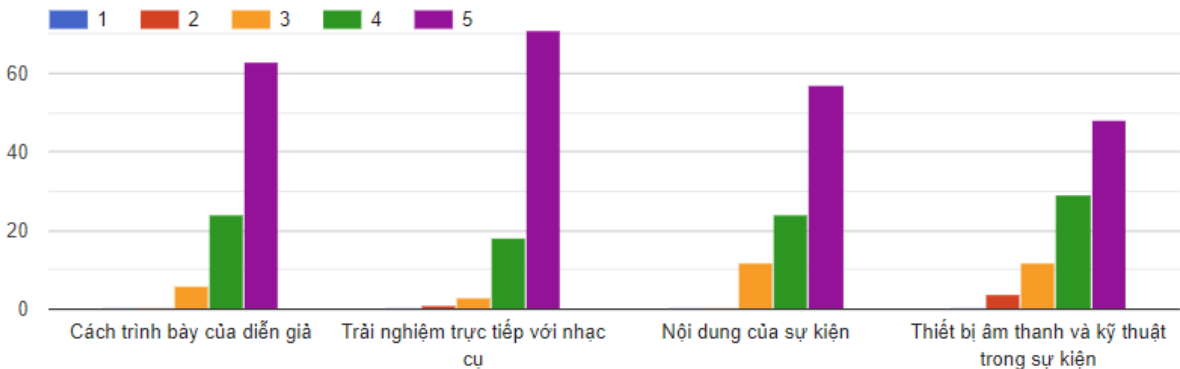


Figure 40: Event Feedback

Bạn đánh giá như thế nào về các vấn đề dưới đây:

 Sao chép

- 1: Không tốt
- 2: Chưa tốt
- 3: Bình thường
- 4: Tốt
- 5: Rất tốt



Bạn đánh giá tổng thể trải nghiệm của mình tại sự kiện như thế nào?

 Sao chép

93 câu trả lời

