

CHATGPT VÀ MARKETING: PHÂN TÍCH PHẢN ỨNG CỦA CÔNG CHÚNG THÔNG QUA MẠNG XÃ HỘI TWITTER

Ngô Minh Vũ^{1*}

¹ Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh

* Tác giả liên hệ: Email: vunm@ueh.edu.vn

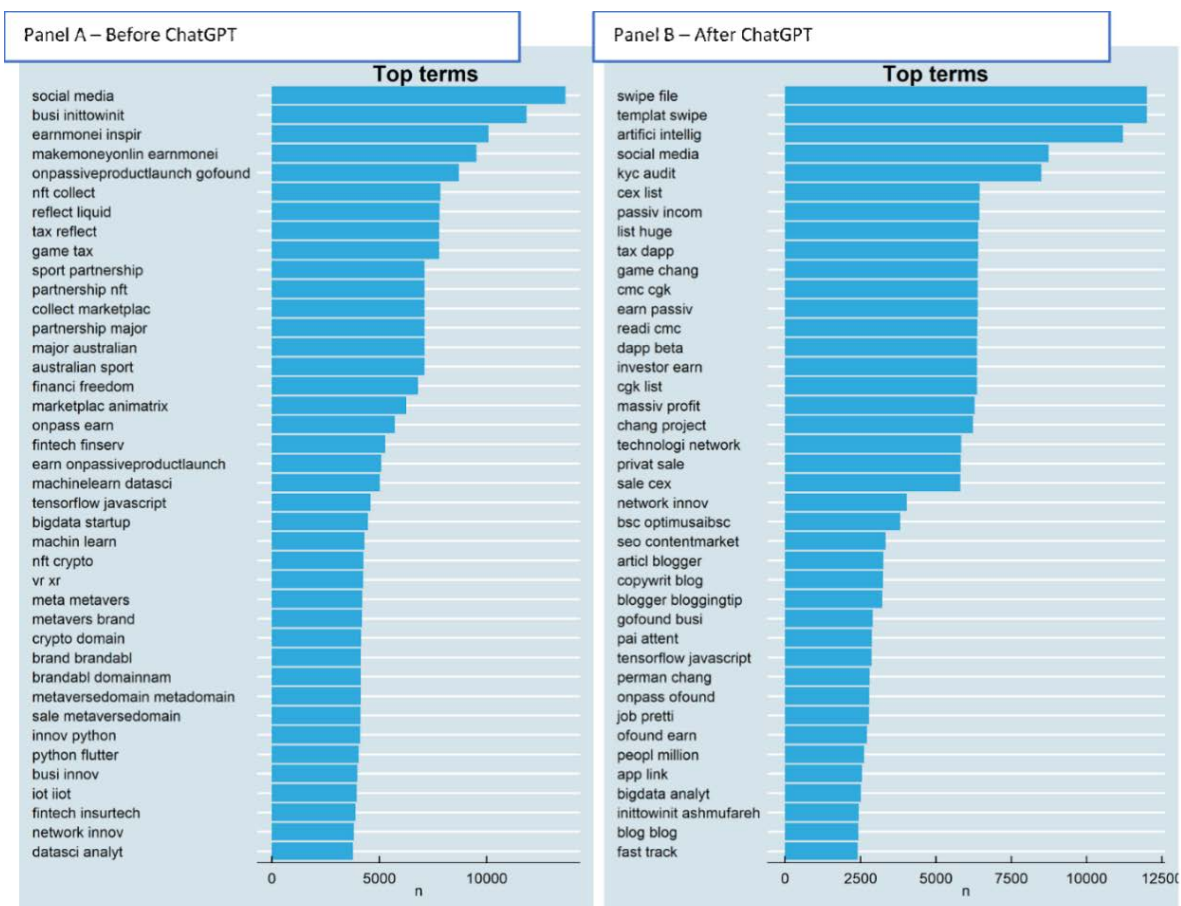
Ngày nhận bài: 01/10/2024

Ngày chấp nhận: 10/11/2024

Ngày đăng: 25/04/2025

DOI: 10.52932/jfmr.v16i2.624

Phục lục 1. Các cặp từ thường gặp nhất trong kho nội dung tweet



Phụ lục 2. Các chủ đề được thảo luận nhiều nhất về Marketing hỗ trợ AI sau khi ra mắt ChatGPT.

