TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN LANG
ĐƠN VỊ: KHOA QHCC-TT

ĐỀ THI, ĐÁP ÁN/RUBRIC VÀ THANG ĐIỂM
THI KẾT THÚC HỌC PHẦN
Học kỳ 2, năm học 2023-2024

I. Thông tin chung

Tên học phần:	Kỹ năng viết cho Quan hệ Công chúng		
Mã học phần:	72WRPR40392	Số tin chỉ:	2
Mã nhóm lớp học phần:	232_72WRPR40392_01		
Hình thức thi: **Tiểu luận**		Thời gian làm bài: **7**	ngày
☒ Cá nhân	☐ Nhóm		
Quy cách đặt tên file	**Họ&Tên SV_MSSV_Bài thi cuối kỳ môn KNVCQHCC**		

II. Các yêu cầu của đề thi nhằm đáp ứng CLO

Ký hiệu CLO	Nội dung CLO	Hình thức đánh giá	Trọng số CLO trong thành phần đánh giá (%)	Câu hỏi thi số	Điểm số tối đa	Lấy dữ liệu đo lường mức đạt PLO/PI
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
CLO1	Tổng hợp thông tin cần thiết phục vụ cho việc công bố nội dung thông cáo báo chí, kế hoạch xuất bản đến với công chúng thông qua và nội dung sản phẩm tin/ bài PR.	Tiểu luận	10%	1,2	1	PI 3.1
CLO3	Sử dụng thành thạo kỹ năng như Thẩm định tin tức, Viết và biên tập vào việc viết bài PR và viết Thông cáo báo chí.	Tiểu luận	30%	1,2	3	PI 6.2
CLO4	Thực hiện các nghiệp vụ như nghiên cứu nhu cầu công chúng, nghiên cứu thị trường và đối thủ cạnh tranh nhằm đưa ra được hiểu biết về thị hiếu công chúng, nhu cầu thị trường, lợi thế của sản phẩm/ dịch vụ, từ đó chọn cách tiếp cận để triển khai nội dung cho bài PR theo những cách hiệu quả nhất.	Tiểu luận	50%	1,2	5	PI 8.1

CLO5	Thể hiện ý thức giữ gìn đạo đức nghề nghiệp và trách nhiệm xã hội thông qua việc cung cấp thông tin chính xác và chịu trách nhiệm về thông tin mình truyền thông tới công chúng thông qua bài viết PR hoặc soạn thảo văn bản TCBC.	Tiểu luận	10%	1,2	1	PI 9.2

III. Nội dung câu hỏi thi

1. Đề bài

CÂU 1 *(5 điểm)*

Viết MỘT THÔNG CÁO BÁO CHÍ theo các yêu cầu sau:

1. **Doanh nghiệp:** Công ty Cổ phần Văn hóa và Truyền thông Nhã Nam
2. **Đề tài:** Xử lý khủng hoảng truyền thông về vấn đề bị cáo buộc quấy rối tình dục của Tổng Giám đốc Nhã Nam Nguyễn Nhật Anh
3. **Cấu trúc:** 4 đoạn
4. **Bố cục và nội dung:** có đủ các thành phần và triển khai nội dung rõ ràng, hợp lý
   - **Thông tin người viết:** chức vụ: trưởng phòng PR

CÂU 2 *(5 điểm)*

Viết MỘT bài PR – ADVERTORIAL theo các yêu cầu sau:

1. **Chọn 1 trong các thương hiệu sau:**
   a. Phích Rạng Đông
   b. Bông Bạch Tuyết
   c. Cao Sao Vàng
   d. Khoá Việt Tiệp
   e. Mì Miliket
2. **Công thức:** áp dụng một trong các công thức viết bài PR đã học
3. **Cấu trúc và bố cục:** đủ các thành phần của một bài PR tiêu chuẩn – phải có tiêu đề phụ
4. **Hình ảnh:** có hình ảnh phù hợp

2. Hướng dẫn thể thức trình bày

- **YÊU CẦU CHUNG**

- **Trình bày:**
  - Khổ giấy A4 theo chiều dọc
  - File PDF
  - Size chữ 12
  - Font chữ Times New Roman
  - Header left: Tên SV_MSSV, Header right: Môn KNVCQHCC
  - Footer: đánh số trang chính giữa

- **CÁC LƯU Ý QUAN TRỌNG**

- KHÔNG chấp nhận bài viết sao chép từ Internet và sao chép lẫn nhau. Bài viết sao chép nguyên văn từ các nguồn khác sẽ nhận điểm 0; hai bài viết (trở lên) giống nhau trên 50% đều sẽ nhận điểm 0.
- KHÔNG gửi bài cá nhân vào email/zalo của giảng viên. Bài thi chỉ được tính điểm khi gửi đúng thời hạn quy định.
- Bài làm phải có tài liệu tham khảo theo đúng quy định đã hướng dẫn.

3. Rubric và thang điểm

Rubric: Bài TCBC

Tiêu chí	Trọng số (%)	Tốt (9 - 10đ)	Khá (7 - <9đ)	Trung bình (5 - <7đ)	Kém (0 -<5đ)
Đưa ra các hình thức phù hợp cho hoạt động truyền thông đến công chúng theo nguyên tắc ưu tiên tính hiệu quả trong giao tiếp truyền thông tới báo giới.	20%	Đưa ra các hình thức rất phù hợp cho hoạt động truyền thông đến công chúng đạt hiệu quả cao.	Đưa ra các hình thức cho hoạt động truyền thông đvà công chúng tương đối hiệu quả.	Đưa ra các hình thức cho hoạt động truyền thông đến công chúng nhưng chưa rõ ràng và thiếu thính thuyết phục.	Không hoặc chưa đưa ra các hình thức cho hoạt động truyền thông đến công chúng rõ ràng, tính hiệu quả trong giao tiếp truyền thông chưa đạt được.
Viết bài đúng format của văn bản hành chính - TCBC	20%	TCBC được trình bày đúng về mặt hình thức. Bố cục rõ ràng, đủ các phần của TCBC.	Đảm bảo đủ các phần của TCBC. Còn đôi chỗ sai sót trong hình thức trình bày.	Thiếu một số phần của TCBC cơ bản.	Chưa biết cách trình bày TCBC.
Sử dụng thành thạo kỹ năng thẩm định tin tức, viết và biên tập viết phần nội dung chính của TCBC	20%	Tiêu đề nêu bật được nội dung chính của TCBC, ngắn gọn, súc tích, hấp dẫn	Tiêu đề nêu được nội dung chính của TCBC	Tiêu đề nêu được nội dung chính của TCBC tuy nhiên còn dài dòng, chưa thu hút	Tiêu đề không liên quan đến nội dung TCBC
Sử dụng ngôn ngữ mạch lạc, tạo dấu ấn cá nhân để thiết lập nội dung cho TCBC.	20%	TCBC trình bày theo cấu trúc tháp ngược, phần đầu nêu bật được nội dung quan trọng nhất, trả lời được các câu hỏi liên quan 5W1H, có thông tin triển khai, chi tiết, có phần trích dẫn ý kiến của người có liên quan.	Phần đầu đảm bảo viết theo cầu trúc tháp ngược, nêu được nội dung quan trọng, có thông tin triển khai tương đối đầy đủ, rõ ràng và có câu trích dẫn của người có liên quan.	TCBC nêu được nội dung nhưng còn diễn đạt dài dòng, lan man, thiếu trọng tâm.	Diễn đạt lan man, không không biết cách thiết lập nội dung TCBC.
Thể hiện trách nhiệm với cộng đồng về việc cung cấp thông tin trong TCBC đảm bảo tính chính xác, rõ ràng và thu hút	**20%**	Thể hiện trách nhiệm cao với cộng đồng về việc soạn thảo thông tin và trình bày TCBC.	Thể hiện trách nhiệm với cộng đồng về việc soạn thảo thông tin và trình bày TCBC dưới dạng thông tin truyền thông.	Thể hiện trách nhiệm với cộng đồng về việc soạn thảo thông tin và trình bày TCBC dưới dạng thông tin truyền thông nhưng chưa rõ nét.	Chưa thể hiện được trách nhiệm với cộng đồng về việc soạn thảo thông tin và trình bày TCBC dưới dạng thông tin truyền thông đến đối tượng tiếp nhận.

Rubric: Bài PR

Tiêu chí	Trọng số (%)	Tốt (9 - 10đ)	Khá (7 - < 9đ)	Trung bình (5 - < 7đ)	Kém (0 - < 5đ)
Đưa ra các hình thức phù hợp cho hoạt động truyền thông đến công chúng theo nguyên tắc phù hợp, hiệu quả trong giao tiếp truyền thông	10%	Đưa ra các hình thức rất phù hợp cho hoạt động truyền thông đến công chúng đạt hiệu quả cao.	Đưa ra các hình thức cho hoạt động truyền thông đvà công chúng tương đối hiệu quả.	Đưa ra các hình thức cho hoạt động truyền thông đến công chúng nhưng chưa rõ ràng và thiếu thính thuyết phục.	Không hoặc chưa đưa ra các hình thức cho hoạt động truyền thông đến công chúng rõ ràng, tính hiệu quả trong giao tiếp truyền thông chưa đạt được.
Phân tích được lý do cho việc lựa chọn hình thức truyền thông đã chọn	10%	Phân tích được lý do cho việc lựa chọn hình thức truyền thông đã chọn một cách thuyết phục.	Phân tích được lý do cho việc lựa chọn hình thức truyền thông đã chọn.	Có lý do cho hình thức truyền thông đã chọn.	Không có lý do rõ ràng cho hình thức truyền thông đã chọn.
Sử dụng ngôn ngữ phong phú, tạo dấu ấn cá nhân để sáng tạo và triển khai sản phẩm tin bài truyền thông.	15%	Sử dụng ngôn ngữ phong phú, tạo dấu ấn cá nhân, chuẩn mực, hành văn mạch lạc, trong sáng, không mắc lỗi chính tả, ngữ pháp.	Sử dụng ngôn ngữ tương đối phong phú, sáng tạo, hành văn đúng phong cách, tuy nhiên còn một vài lỗi chính tả, ngữ pháp nhưng không đáng kể.	Sử dụng ngôn ngữ theo nguyên tắc, chưa thấy rõ sự sáng tạo, hành văn đúng phong cách, tuy nhiên còn mắc lỗi chính tả, ngữ pháp.	Chưa có sự sáng tạo trong triển khai nội dung thông qua kỹ năng viết, sai chính tả nhiều, lỗi xây dựng cấu trúc câu, lỗi mơ hồ nghĩa, diễn đạt tối nghĩa.
Viết bài đúng kế hoạch, thời gian nhanh	10%	Làm đúng kế hoạch, thời gian nhanh.	Làm đúng kế hoạch, nhưng còn phải nhắc nhở.	Trễ hơn kế hoạch 1 buổi nhưng không làm ảnh hưởng đến tiến độ chung của lớp.	Trễ hơn kế hoạch 1 ngày và làm ảnh hưởng đến tiến độ chung của lớp.
Sử dụng thành thạo kỹ năng thẩm định tin tức, viết và biên tập tin để viết bài PR.	15%	Sử dụng thành thạo kỹ năng thẩm định tin tức, viết và biên tập tin để viết bài PR nhằm cung cấp nội dung truyền thông đến các bên liên quan được chính xác.	Sử dụng tốt kỹ năng thẩm định tin tức, viết và biên tập tin để viết bài PR nhằm cung cấp nội dung truyền thông đến các bên liên quan được chính xác.	Sử dụng đạt yêu cầu các kỹ năng thẩm định tin tức, viết và biên tập tin để viết bài PR nhằm cung cấp nội dung truyền thông đến các bên liên quan.	Chưa áp dụng được các kỹ năng thẩm định tin tức, viết và biên tập tin để viết bài PR dẫn đến bài viết còn nhiều lỗi về sự minh bạch, chính xác.

Lựa chọn phương pháp nghiên cứu phù hợp để nghiên cứu thị trường mục tiêu, khách hàng mục tiêu, sản phẩm chủ đạo, đối thủ để đưa ra kế hoạch lên nội dung bài truyền thông phù hợp nhất	20%	Lựa chọn phương pháp nghiên cứu phù hợp để nghiên cứu thị trường mục tiêu, khách hàng mục tiêu, sản phẩm chủ đạo, đối thủ để đưa ra kế hoạch lên nội dung bài truyền thông phù hợp nhất.	Biết cách nghiên cứu thị trường mục tiêu, khách hàng mục tiêu, sản phẩm chủ đạo, đối thủ để đưa ra kế hoạch lên nội dung bài truyền thông phù hợp nhất.	Biết cách nghiên cứu thị trường mục tiêu, khách hàng mục tiêu, sản phẩm chủ đạo, đối thủ để đưa ra kế hoạch lên nội dung bài truyền thông nhưng kết quả chưa thật sự tốt.	Không biết cách nghiên cứu thị trường, nghiên cứu hành vi khách hàng hoặc nghiên cứu chưa đúng phương pháp dẫn đến dữ liệu cho bài viết thiếu tính thuyết phục, chưa đạt hiệu quả.
Đảm bảo thông tin cung cấp tới báo giới và công chúng là thông tin mang tính chính xác, rõ ràng.	10%	Đảm bảo thông tin cung cấp tới báo giới và công chúng là thông tin mang tính chính xác, rõ ràng, được kiểm chứng, dẫn nguồn.	Thông tin cung cấp tới báo giới và công chúng là thông tin mang tính chính xác, rõ ràng, không gây hiểu nhầm.	Thông tin cung cấp tới báo giới và công chúng là thông tin có độ tin cậy.	Thông tin cung cấp tới báo giới và công chúng là thông tin ít có độ tin cậy.
Thể hiện trách nhiệm với cộng đồng về việc cung cấp thông tin hay sản xuất tin bài PR dưới dạng thông tin truyền thông.	10%	Thể hiện trách nhiệm cao với cộng đồng về việc cung cấp thông tin hay sản xuất tin bài PR dưới dạng thông tin truyền thông.	Thể hiện trách nhiệm với cộng đồng về việc cung cấp thông tin hay sản xuất tin bài PR dưới dạng thông tin truyền thông.	Thể hiện trách nhiệm với cộng đồng về việc cung cấp thông tin hay sản xuất tin bài PR dưới dạng thông tin truyền thông nhưng chưa rõ nét	Chưa thể hiện được trách nhiệm với cộng đồng về việc cung cấp thông tin hay sản xuất tin bài PR dưới dạng thông tin truyền thông đến đối tượng tiếp nhận.

THANG ĐIỂM CỤ THỂ

Phần câu hỏi	Nội dung đáp án	Thang điểm	Ghi chú
Câu 1		**5.0**	
Tiêu đề	Đúng Hình thức + Nội dung	0.5	
Đoạn 1	Đủ 4W (5W+H)	1.0	
Đoạn 2	Chi tiết	0.5	
Đoạn 3	Có trích dẫn hợp lý	0.75	
Đoạn 4	Kết hợp lý	0.5	
Thông tin liên hệ	Đúng đối tượng + các thành phần liên quan	1.0	
Chính tả + Ngữ pháp	Đúng chính tả + ngữ pháp	0.25	
Hình thức + Tài liệu tham khảo	Hình thức + Tài liệu tham khảo	0.5	
Câu 2		**5.0**	
Tiêu đề	Đúng Hình thức + Nội dung	1.0	
Sapo	Đúng Hình thức + Nội dung	1.0	
Công thức	Áp dụng đúng CT	1.0	
Hình ảnh	Đủ hình ảnh + Caption	1.0	
Chính tả + Ngữ pháp	Đúng chính tả + ngữ pháp	1.0	

Hình thức + Tài liệu tham khảo	Hình thức + Tài liệu tham khảo	0.5	
	Điểm tổng	**10.0**	

TP. Hồ Chí Minh, ngày 30 tháng 03, năm 2024

Giảng viên ra đề

ThS. Đinh Trần Thúy Vi