

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

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

I. Thông tin chung

Tên học phần:	Xử lý khủng hoảng truyền thông		
Mã học phần:	71CRIS40512	Số tin chỉ:	2
Mã nhóm lớp học phần:			
Hình thức thi: Tiểu luận	Thời gian làm bài:		Phút/ ngày
<input type="checkbox"/> Cá nhân	<input checked="" type="checkbox"/> Nhóm		
Quy cách đặt tên file	Mã SV_Ho va ten SV_.....		

1. Format đề thi

- Font: Times New Roman
- Size: 13
- Quy ước đặt tên file đề thi/đề bài:
- + **Mã học phần**_Tên học phần_Mã nhóm học phần_TIEUL_De 1

2. Giao nhận đề thi

Sau khi kiểm duyệt đề thi, đáp án/rubric. **Trưởng Khoa/Bộ môn** gửi đề thi, đáp án/rubric về Trung tâm Khảo thí qua email: khaothivanlang@gmail.com bao gồm file word và file pdf (*nén lại và đặt mật khẩu file nén*) và nhắn tin + họ tên người gửi qua số điện thoại **0918.01.03.09** (Phan Nhật Linh).

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

(Phần này phải phối hợp với thông tin từ đề cương chi tiết của học phần)

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	Ra quyết định lựa chọn chính xác giải pháp, lập chiến lược, kế hoạch xử lý khủng hoảng truyền thông trong lĩnh vực quan hệ công chúng và truyền thông.	Tiểu luận	20%	Trình bày đầy đủ, mạch lạc và thuyết phục về nội dung tiểu luận Nghiên cứu một cách kỹ càng và chi tiết cụ thể về các yêu cầu của đề bài	2	PI3.2
CLO2	Thiết kế hiệu quả các hoạt động quan hệ công chúng và truyền thông đáp ứng kế hoạch xử lý khủng hoảng truyền thông.	Tiểu luận	20%	Hình thức sinh động: bài trình bày kết hợp nhiều hình ảnh, video, dẫn chứng, số liệu	2	PI3.3
CLO3	Sử dụng thành thạo các kỹ năng viết thông cáo báo chí, phỏng vấn, lên chương trình tổ chức họp báo để xử lý khủng hoảng truyền thông	Tiểu luận	20%	Trình bày đầy đủ, mạch lạc và thuyết phục về chiến lược PR. Có trích nguồn cẩn thận theo đúng yêu cầu	2	PI6.2
CLO4	Tích hợp hiệu quả các kỹ thuật và phương pháp quản lý vào sản xuất, điều phối và triển khai các hoạt động quan hệ công chúng và	Tiểu luận	30%	Ứng dụng được lý thuyết và tình huống thực tiễn cụ thể. Tích hợp hiệu quả các kỹ thuật và	3	PI7.2

	truyền thông để xử lý khủng hoảng truyền thông.			phương pháp quản lý vào sản xuất, điều phối và triển khai các hoạt động quan hệ công chúng và truyền thông để xử lý khủng hoảng truyền thông.		
CLO5	Thể hiện đầy đủ lòng yêu nước và ý thức tuân thủ luật pháp trong quá trình xử lý khủng hoảng truyền thông.	Tiểu luận	10%	Thể hiện đầy đủ lòng yêu nước và ý thức tuân thủ luật pháp trong quá trình xử lý khủng hoảng truyền thông.	1	PI9.1

III. Nội dung đề bài

1. Đề bài

Mỗi nhóm chọn 01 ý tưởng và trình bày chiến lược Xử lý khủng hoảng truyền thông cho: Doanh nghiệp (thương hiệu tổng hoặc sản phẩm đang gặp khủng hoảng trong 2 năm gần đây) hoặc người nổi tiếng (KOL) đang gặp khủng hoảng trong 2 năm gần đây, có công ty quản lý.

Yêu cầu chung: mỗi tiểu luận cần có 03 phần nội dung chính

1. Giới thiệu và phân tích bối cảnh vụ KHTT
2. Chiến lược XLKHTT Mục tiêu Đối tượng mục tiêu (Bên liên quan trọng yếu) Thông điệp truyền thông chính Chiến thuật xử lý tức thời – lâu dài – và hậu khủng hoảng
3. Thông cáo báo chí về vụ KHTT

Về chi tiết của Tiểu luận:

1. Tóm tắt giới thiệu về nhóm
2. Giới thiệu tổng quan về tổ chức/ nhân vật
3. Phân tích bối cảnh vụ khủng hoảng: thực trạng, nguyên nhân, các hậu quả và cách đánh giá của nhóm về các bước xử lý ban đầu của tổ chức/ nhân vật

4. Phân tích cho chiến lược XLHHTT mới

Phân tích tổ chức/ nhân vật: PEST, SWOT

Vấn đề/Cơ hội mà tổ chức/ nhân vật đối mặt từ góc độ PR/truyền Thông

5. Xác định mục tiêu: chiến dịch XLKHTT dự kiến đạt được gì?
6. Xác định công chúng mục tiêu
7. Xác định thông điệp
8. Lập chiến lược để đạt được mục đích/mục tiêu PR đề ra (sử dụng mô hình SCCT để lựa chọn chiến lược ứng phó)

9. Xác định Crisis Team: các thành viên/ phòng ban và nhiệm vụ của từng người (team leader? Người phát ngôn? Cố vấn? Các phòng ban liên quan?)
10. Xây dựng chiến thuật: Các chiến thuật PR và Digital chính yếu để triển khai chiến lược (đảm bảo xác định chiến thuật cho cả 3 giai đoạn xử lý tức thời – lâu dài – và hậu khủng hoảng)
11. Lịch trình (Timeline): Các hoạt động thời gian, nhân sự
11. Ngân sách
12. Đánh giá: Đo lường kết quả có đạt được mục tiêu hay không?
13. Thông cáo báo chí: thể hiện thông điệp chính của chiến lược XLKHTT **mới**
- Dung lượng:** nội dung chính 25-30 trang, phụ lục 5-10 trang.

2. Hướng dẫn thể thức trình bày đề bài

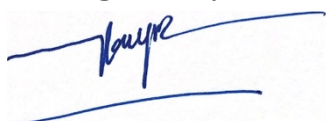
- Font: Times New Roman
- Size: 13
- Quy ước đặt tên file đề thi/đề bài:
- + Mã học phần_Tên học phần_Mã nhóm học phần_TIEUL_De 1

3. Rubric và thang điểm

RUBRIC 3: ĐÁNH GIÁ THI CUỐI KỲ (TIỂU LUẬN CUỐI KỲ)

Tiêu chí	Trọng số (%)	Tốt 8-10đ	Khá 7đ	Trung bình 5-6đ	Kém 0-4đ
Đầy đủ các bước xây dựng chiến lược XLKHTT	10%	Trình bày đầy đủ, mạch lạc và thuyết phục về nội dung tiểu luận	Trình bày tương đối đầy đủ nhưng đôi chỗ còn chưa thuyết phục	Còn sai sót quan trọng	Gần như không phù hợp
Nội dung đề tài	60%	Nghiên cứu một cách kỹ càng và chi tiết cụ thể về các yêu cầu của đề bài Trình bày đầy đủ, mạch lạc và thuyết phục về chiến lược PR. Ứng dụng được lý thuyết và tình huống thực tiễn cụ thể.	Nghiên cứu chưa kỹ và chi tiết chưa cụ thể Trình bày tương đối đầy đủ nhưng còn sai sót nhỏ	Nghiên cứu chi tiết không cụ thể Còn sai sót quan trọng	Không thực hiện quá trình nghiên cứu
Hình thức trình bày	10%	Hình thức sinh động: bài trình bày kết hợp nhiều hình ảnh, video, dẫn chứng, số liệu	Trình bày đẹp nhưng chưa kết hợp được hình ảnh, dẫn chứng minh họa sinh động.	Trình bày còn đơn điệu	Trình bày lộn xộn, thiếu logic
Trích dẫn tài liệu tham khảo	20%	Có trích nguồn cẩn thận theo đúng yêu cầu	Có trích nguồn nhưng sai yêu cầu	Có trích nguồn nhưng không đủ	Không trích nguồn

Người duyệt đề


ThS. Lê Hải Yên

TP. Hồ Chí Minh, ngày 23 tháng 03 năm 2024

Giảng viên ra đề


ThS. Lê Anh Tú