

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 1, năm học 2023-2024

I. Thông tin chung

Tên học phần:	Copywriting		
Mã học phần:	232_DPR0241	Số tin chỉ:	3
Mã nhóm lớp học phần:	232_DPR0241_01		
Hình thức thi: Bài tập lớn (có thuyết trình)	Thời gian làm bài:	20	Phút
<input type="checkbox"/> Cá nhân	<input checked="" type="checkbox"/> Nhóm		
Quy cách đặt tên file	232DPR0241_Copywriting_Tên nhóm_Thicuoiky		

1. Format đề thi

- Font: Times New Roman
- Size: 13
- Quy ước đặt tên file đề thi/đề bài: 232_DPR0241_Copywriting_Tên nhóm_Thicuoiky

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 Nhất 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 giải pháp, lập chiến lược, kế hoạch để sáng tạo những ấn phẩm truyền thông, đặc biệt trong lĩnh vực viết quảng cáo (copywriting)	Bài tập lớn	10	1	1	PI 3.2
CLO2	Suy nghĩ khác biệt và sáng tạo trong hình thành ý tưởng, thiết kế sản phẩm, nội dung và hình	Bài tập lớn	30	2	3	PI 5.3

	thức hoạt động trong lĩnh vực copywriting.					
CLO3	Sử dụng thành thạo các kỹ năng viết tin tức; biên tập tin tức và chương trình; nhận diện và thẩm định tin tức, từ đó sáng tạo ý tưởng và viết sản phẩm copywriting	Bài tập lớn	30	3	3	PI 6.2
CLO4	Phối hợp các mô hình và hình thức truyền thông vào thiết kế phương án và lập kế hoạch hoạt động trong lĩnh vực copywriting.	Bài tập lớn	20	4	2	PI 7.1
CLO5	Đề ra mục tiêu ngắn hạn và dài hạn cho việc phát triển nghề nghiệp copywriting.	Bài tập lớn	10	5	1	PI 10.1

Chú thích các cột:

(1) Chỉ liệt kê các CLO được đánh giá bởi đề thi kết thúc học phần (tương ứng như đã mô tả trong đề cương chi tiết học phần). Lưu ý không đưa vào bảng này các CLO không dùng bài thi kết thúc học phần để đánh giá (có một số CLO được bố trí đánh giá bằng bài kiểm tra giữa kỳ, đánh giá qua dự án, đồ án trong quá trình học hay các hình thức đánh giá quá trình khác chứ không bố trí đánh giá bằng bài thi kết thúc học phần). Trường hợp một số CLO vừa được bố trí đánh giá quá trình hay giữa kỳ vừa được bố trí đánh giá kết thúc học phần thì vẫn đưa vào cột (1)

(2) Nêu nội dung của CLO tương ứng.

(3) Hình thức kiểm tra đánh giá có thể là: trắc nghiệm, tự luận, dự án, đồ án, vấn đáp, thực hành trên máy tính, thực hành phòng thí nghiệm, báo cáo, thuyết trình, ..., phù hợp với nội dung của CLO và mô tả trong đề cương chi tiết học phần.

(4) Trọng số mức độ quan trọng của từng CLO trong đề thi kết thúc học phần do giảng viên ra đề thi quy định (mang tính tương đối) trên cơ sở mức độ quan trọng của từng CLO. Đây là cơ sở để phân phối tỷ lệ % số điểm tối đa cho các câu hỏi thi dùng để đánh giá các CLO tương ứng, bảo đảm CLO quan trọng hơn thì được đánh giá với điểm số tối đa lớn hơn. Cột (4) dùng để hỗ trợ cho cột (6).

(5) Liệt kê các câu hỏi thi số (câu hỏi số ... hoặc từ câu hỏi số... đến câu hỏi số...) dùng để kiểm tra người học đạt các CLO tương ứng.

(6) Ghi điểm số tối đa cho mỗi câu hỏi hoặc phần thi.

(7) Trong trường hợp đây là học phần cốt lõi - sử dụng kết quả đánh giá CLO của hàng tương ứng trong bảng để đo lường đánh giá mức độ người học đạt được PLO/PI - cần liệt kê ký hiệu PLO/PI có liên quan vào hàng tương ứng. Trong đề cương chi tiết học phần cũng cần mô tả rõ CLO tương ứng của học phần này sẽ được sử dụng làm dữ liệu để đo lường đánh giá các PLO/PI. Trường hợp học phần không có CLO nào phục vụ việc đo lường đánh giá mức đạt PLO/PI thì để trống cột này.

III. Nội dung đề bài

1. Đề bài:

Trình bày ý tưởng truyền thông trên các kênh quảng cáo mà copywriter sẽ thực hiện để quảng cáo cho một sản phẩm thuộc thương hiệu tự chọn (tại thị trường Việt Nam). Trên cơ sở các ý tưởng này, triển khai content house, content calendar và viết từ một đến ba nội dung quảng cáo hoàn chỉnh cho kênh online cụ thể (Facebook/ Instagram/ TikTok/ Website).

2. Hướng dẫn thể thức trình bày đề bài

Sinh viên trình bày dưới hình thức proposal, có template và hình ảnh minh họa, có tính hệ thống; trong đó gồm các nội dung cơ bản:

- **Thông tin tìm hiểu ngắn gọn, cụ thể** về thương hiệu – sản phẩm, đối tượng khách hàng mục tiêu, khảo sát thị trường, đối thủ cạnh tranh... của sản phẩm và đề ra các thách thức sáng tạo cần đạt được. Thông tin có tính xác thực và tính tham khảo.
- **Ý tưởng sáng tạo chi tiết** để thực hiện quảng cáo sản phẩm thông qua việc xác định campaign proposition, big idea(s), key message, concept... và triển khai có liên kết đến các kênh quảng cáo tự chọn.
- **Xây dựng campaign roadmap** thể hiện đầy đủ mục tiêu, giai đoạn, thời gian và nội dung của chiến dịch.
- **Xây dựng content house, content calendar** cho toàn bộ chiến dịch quảng cáo trên kênh Facebook/ Instagram/ TikTok (chọn 1 trong 3 kênh).
- **Xây dựng nội dung một đến ba bài viết quảng cáo hoàn chỉnh trên kênh online** (Facebook/ Website) **KÈM** thiết kế poster/ marketing picture/ thumbnail TVC/ ...
- Phụ lục khác (nếu có)
- Phiếu đánh giá thành viên, có ghi chú về nhiệm vụ thực hiện hoạt động nhóm cụ thể

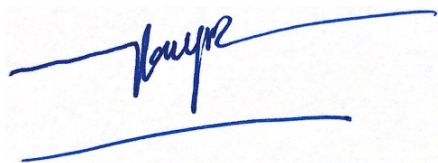
(Lưu ý: SV không cần phải sản xuất TVC hoàn chỉnh như học phần Sản xuất TVC, hay các học phần Chiến lược Quảng cáo, Quay - Dựng phim, ...)

Ghi chú: Đề thi được Giảng viên công bố cho sinh viên vào buổi học cuối, giải thích yêu cầu cụ thể cho sinh viên (nếu cần)

3. Rubric và thang điểm

Tiêu chí	Trọng số (%)	Tốt (8 – 10 điểm)	Khá (6 – 8 điểm)	Trung bình (4 – dưới 6 điểm)	Yếu (dưới 4 điểm)
Nội dung thuyết trình	40	Trình bày đầy đủ, mạch lạc và thuyết phục về chủ đề được giao. Ứng dụng được lý thuyết và tình huống thực tiễn cụ thể.	Trình bày tương đối đầy đủ nhưng còn sai sót nhỏ	Còn sai sót quan trọng	Lạc đề
Hình thức thuyết trình	20	Hình thức sinh động: slide powerpoint đẹp, kết hợp nhiều hình ảnh, video, dẫn chứng, số liệu	Powerpoint trình bày đẹp nhưng chưa kết hợp được hình ảnh, dẫn chứng minh họa sinh động.	Powerpoint còn đơn điệu	Không làm slide thuyết trình
Kỹ năng thuyết trình	10	Thuyết trình tự tin, mạch lạc, lôi cuốn được người nghe. Có sự phân chia các phần thuyết trình đồng đều, hợp lý giữa các thành viên.	Thuyết trình tự tin. Còn đôi chỗ vấp vấp.	Thuyết trình không lôi cuốn. Giọng nói đều đều, không kết hợp các yếu tố phi ngôn ngữ. Phần thuyết trình giữa các thành viên trong nhóm không đồng đều.	Thuyết trình rời rạc. Không nắm rõ nội dung trình bày
Tính linh hoạt trong xử lý tình huống và trả lời phản biện	10	Nhanh nhạy xử lý các tình huống phát sinh; trả lời thuyết phục và tự tin trong phản biện	Nhanh nhạy xử lý các tình huống phát sinh; trả lời chưa thật sự thuyết phục và tự tin trong phản biện	Xử lý các tình huống phát sinh còn chưa nhanh nhạy; trả lời các câu hỏi còn sai lệch và lúng túng	Bị động trong các tình huống phát sinh, không trả lời được các câu hỏi.
Trang phục	10	Trang phục đẹp, có sự đầu tư, đồng đều giữa các thành viên trong nhóm và phù hợp với nội dung thuyết trình	Trang phục đẹp nhưng chưa đồng đều giữa các thành viên	Trang phục không được chỉnh chu và chưa đồng đều trong nhóm	Trang phục không phù hợp với môi trường đại học
Sự phối hợp trong nhóm	10	Phân công công việc trong nhóm và phối hợp tốt.	Có phân công nhưng phối hợp chưa tốt.	Phân công nhưng chưa hợp lý. Sự phối hợp giữa các thành viên rời rạc.	Không có sự phân công trước khi thực hiện đề tài

Người duyệt đề



ThS. Lê Hải Yên

TP. Hồ Chí Minh, ngày 18 tháng 05 năm 2024.

Giảng viên ra đề



ThS. Đỗ Khôi Nguyên