

I. Thông tin chung

Học phần: **Nhập môn Quan hệ Công chúng** Số tín chỉ: 2

Mã học phần: 71APPR40602

Mã nhóm lớp học phần: 232_71APPR40602_01

Thời gian làm bài: **60 phút**

Hình thức thi: Tự luận

SV được tham khảo tài liệu:

Có

Không

Giảng viên nộp đề thi, đáp án

Lần 1

Lần 2

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	Vận dụng được kiến thức về PR trong xây dựng và phát triển thương hiệu của doanh nghiệp; vận dụng nguyên tắc hoạt động vào giải quyết công việc.	Tự luận	50%	Câu 1	5.0	
CLO3	Vận dụng kỹ năng viết, kỹ năng lên kế hoạch, kỹ năng quản lý dự án vào các hoạt động quan hệ công chúng	Tự luận	30%	Câu 2	3.0	6.1
CLO4	Thuần thực công nghệ; Phát triển các kỹ năng tư duy, phân tích, đánh giá trong việc giải quyết các tình huống quan hệ công chúng cụ thể.	Tự luận	20%	Câu 2	2.0	

Yêu cầu cách thức nội bài thi: SV gõ câu trả lời trực tiếp vào hệ thống thi hoặc nộp file dạng PDF.

II. Nội dung câu hỏi thi

Câu 1: (4 điểm)

Có quan điểm cho rằng: Xử lý khủng hoảng truyền thông là công việc đặc trưng của nghề quan hệ công chúng. Anh/chị nhận định như thế nào về quan điểm này?

Câu 2: (6 điểm)

Xác định nội dung mô hình RACE. Ứng dụng mô hình này để phác thảo kế hoạch quan hệ công chúng cho một sản phẩm/thương hiệu nội địa (local brand) mà anh/chị lựa chọn.

ĐÁP ÁN PHẦN TỰ LUẬN VÀ THANG ĐIỂM

Phần câu hỏi	Nội dung đáp án	Thang điểm	Ghi chú
Câu 1		4.0	
Nội dung a: Xác định được bản chất khủng hoảng truyền thông.	Khủng hoảng là một sự thay đổi đột ngột hoặc là nguyên nhân của một quá trình, dẫn đến một vấn đề cấp bách cần phải giải quyết ngay lập tức.	0.5	
Nội dung b: Xác định khủng hoảng truyền thông ảnh hưởng đến công ty	Đối với một công ty, khủng hoảng có thể gây ra thiệt hại đột ngột và nghiêm trọng cho nhân viên, danh tiếng và doanh thu của họ.	0.5	
Nội dung c: Nhận định khủng hoảng lên quan đến đối tượng công chúng	Khủng hoảng đương nhiên liên quan đến truyền thông và đồng đảo công chúng.	0.5	
Nội dung d: Nhận định đặc trưng khủng hoảng truyền thông. Lý giải.	Nhận định Xử lý khủng hoảng truyền thông là công việc đặc trưng của nghề Quan hệ Công chúng.	1.0	
	Lý giải phù hợp, có ví dụ	1.5	
Câu 2		6.0	
Nội dung a: Xác định đúng mô hình RACE	R – Research: Nghiên cứu thông tin sản phẩm, thương hiệu, thị trường (0.5đ)	0.5	
	A – Action: Các hành động cụ thể của sản phẩm, thương hiệu (0.5đ)	0.5	
	C – Communication: Truyền thông đến công chúng mục tiêu (0.5đ)	0.5	
	E – Evaluation: Đánh giá hiệu quả hoạt động truyền thông (0.5đ)	0.5	
Nội dung b: Ứng dụng	Sinh viên chọn đúng thương hiệu nội địa	0.5	
	Thực hiện đủ các bước theo mô hình RACE	2.0	
	Ý tưởng có tính khả thi, sáng tạo độc đáo	1.5	
Điểm tổng		10.0	

TP. Hồ Chí Minh, ngày 29 tháng 03 năm 2024

NGƯỜI DUYỆT ĐỀ

GIẢNG VIÊN RA ĐỀ



ThS. Lê Gấm



Th.S Đặng Thị Kim Chi