

TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN LANG
KHOA CÔNG NGHỆ SÁNG TẠO

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:	NHẬP MÔN MỸ THUẬT II		
Mã học phần:	71ARTS20062	Số tin chỉ:	02
Mã nhóm lớp học phần:	232_71ARTS20062_01, 02		
Hình thức thi: Đồ án/Báo cáo thực tập cá nhân (không TT)	Thời gian làm bài:		Phút/ ngày
<input checked="" type="checkbox"/> Cá nhân	<input type="checkbox"/> Nhóm		
<i>Quy cách đặt tên file</i>	<i>Mã SV_Ho va ten SV_Mã học phần</i>		

1. Format đề thi

- Tiểu luận được trình bày trên khổ giấy A4, kiểu trang đứng (portrait).
- Font chữ: Times New Roman.
- Định dạng lề: bottom, top: 2cm; right, left: 2cm.
- Bảng mã: Unicode.
- Cách dòng: 1.35 lines.
- Cỡ chữ: 13.
- Độ dài của một bài tiểu luận: tùy theo yêu cầu của môn học, quy định chung tối thiểu 13 trang - tối đa 30 trang (không tính phụ lục).
- Đánh số trang ở giữa trang, phía dưới.

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)
CLO2	Áp dụng kiến thức nghệ thuật tạo hình, văn hóa thị giác trong phát triển truyền thông thị giác	Tiểu luận	20%	1	2	
CLO3	Hiểu và thể hiện được ngôn ngữ tạo hình trong xây dựng hoạt động truyền thông hay quảng cáo	Tiểu luận	40%	1	4	
CLO4	Đánh giá các kỹ năng trình bày về nhận biết về nghệ thuật thị giác và truyền thông thị giác	Tiểu luận	20%	1	2	
CLO5	Phân tích các yếu tố văn hóa truyền thống và hiện đại trong phát triển truyền thông thị giác	Tiểu luận	20%	1	2	

III. Nội dung đề bài

1. Đề bài

Câu 1: Anh/ chị hãy trình bày vai trò và ý nghĩa của nghệ thuật truyền thông trong phát triển nhận diện quốc gia.

2. Hướng dẫn thể thức trình bày đề bài

- (1) Trang bìa ghi rõ: Trường, mã lớp học, họ tên, mã số sinh viên, môn học, tên đề tài, giảng viên hướng dẫn (GVHD)
- (2) Lời cảm ơn (nếu có)
- (3) Trang nhận xét của GVHD
- (4) Trang mục lục bao gồm: Các đề mục và số trang
- (5) Trang nội dung: Mở đầu, nội dung, kết luận
 - Phần mở đầu: Trình bày lý do, tầm quan trọng của môn học, chủ đề
 - Phần nội dung: Trình bày nội dung nghiên cứu của đề tài
 - Phần kết luận: Bao gồm kết luận và khuyến nghị (nếu có)
- (6) Tài liệu tham khảo

(6.1) Đối với trang tài liệu tham khảo

- Cách viết tài liệu tham khảo là sách: Tên tác giả (năm xuất bản). Tên sách. Nhà xuất bản, Nơi xuất bản.

- Tài liệu tham khảo là một chương của sách: Tên tác giả (năm xuất bản). Tên của chương sách. Trong: Tên tác giả sách, tên sách. Nhà xuất bản, Nơi xuất bản, trang. số trang đầu - số trang cuối của chương.

- Cách viết tài liệu tham khảo là luận văn/ luận án/ khóa luận: Tên tác giả (năm xuất bản). Tên đề tài luận văn/ luận án/ khóa luận. Luận văn (học vị), Khoa chuyên ngành, tên Trường Đại học.

- Tài liệu tham khảo trích dẫn từ nguồn internet/website: Tên tác giả (năm). Tên tài liệu [online], ngày tháng năm truy cập nguồn thông tin, từ <đường dẫn để tiếp cận tài liệu đó>.

- Tài liệu tham khảo trích dẫn từ nguồn báo in hàng ngày: Tên tác giả (năm xuất bản). Tên bài báo, tên báo, chuyên mục, ngày ấn bản.

(6.2) Các cách trình bày trích dẫn trong bài viết:

- Tên tác giả/tổ chức và năm xuất bản tài liệu đặt trong ngoặc đơn. Ví dụ: Thương mại điện tử và những vấn đề đặt ra đối với Việt Nam (Nguyễn Văn A, 2019).

- Tên tác giả/tổ chức là thành phần của câu, năm xuất bản nằm trong ngoặc đơn. Ví dụ: Nguyễn Văn A (2019) cho rằng thương mại điện tử có ảnh hưởng mạnh mẽ đến hành vi người tiêu dùng giai đoạn 2020-2025.

- Trường hợp trích dẫn nguyên một đoạn nội dung của tài liệu tham khảo thì có thể đưa số trang tài liệu trích dẫn vào trong ngoặc đơn. Ví dụ: Nguyễn Văn A (2019, tr.13) nêu rõ “thương mại điện tử có ảnh hưởng mạnh mẽ đến hành vi của người tiêu dùng giai đoạn 2020-2025”.

(7) Phụ lục (nếu có); hình ảnh, biểu đồ, sơ đồ...

3. Rubric và thang điểm

Tiêu chí	Trọng số (%)	Đóng góp cho CLO	Tốt Từ 8 – 10 đ	Khá Từ 6 – dưới 8 đ	Trung bình Từ 4 – dưới 6 đ	Yếu dưới 4 đ
Kịch bản	10%	CLO4	Xây dựng kịch bản chi tiết về thực hiện nội dung của sản phẩm truyền thông về văn hóa có tính thuyết phục	Xây dựng kịch bản chi tiết về thực hiện nội dung của sản phẩm truyền thông văn hóa chưa được thuyết phục	Xây dựng kịch bản chi tiết về thực hiện nội dung của sản phẩm truyền thông văn hóa thiếu tính thuyết phục.	Xây dựng kịch bản chi tiết về thực hiện nội dung của sản phẩm truyền thông văn hóa thuyết phục không cao
Nội dung	30%	CLO2	Nội dung thể hiện sản phẩm truyền thông có chủ đề và phân tích một cách cô đọng nhằm truyền	Nội dung thể hiện sản phẩm truyền thông có chủ đề và phân tích một cách cô	Nội dung thể hiện sản phẩm truyền thông có chủ đề và phân tích một cách cô đọng	Nội dung thể hiện sản phẩm truyền thông có chủ đề và phân tích

Tiêu chí	Trọng số (%)	Đóng góp cho CLO	Tốt Từ 8 – 10 đ	Khá Từ 6 – dưới 8 đ	Trung bình Từ 4 – dưới 6 đ	Yếu dưới 4 đ
			đạt đến người xem một cách hiệu quả cao	động nhằm truyền đạt đến người xem một cách hiệu quả như chưa cao	nhằm truyền đạt đến người xem chưa có hiệu quả	một cách cô động nhằm truyền đạt đến người xem một thiếu hiệu quả
Chất lượng hình ảnh về truyền thông	20%	CLO1, CLO5	Sản phẩm Truyền thông phải đạt chất lượng hình ảnh một cách rõ nét, hiệu quả	Sản phẩm Truyền thông phải đạt chất lượng hình ảnh một cách rõ nét, nhưng hiệu quả chưa cao	Sản phẩm Truyền thông phải đạt chất lượng hình ảnh chưa được rõ nét	Sản phẩm Truyền thông phải đạt chất lượng hình ảnh nhưng hiệu quả không cao
Chất lượng âm thanh về truyền thông	10%	CLO3	Chất lượng âm thanh về truyền thông đạt hiệu quả cao, truyền đạt cảm xúc đến người nghe	Chất lượng âm thanh về truyền thông đạt hiệu quả cao, nhưng chưa truyền đạt cảm xúc đến người nghe	Chất lượng âm thanh về truyền thông hiệu quả cao, truyền đạt cảm xúc đến người nghe chưa cao	Chất lượng âm thanh về truyền thông đạt hiệu quả nhưng không truyền đạt cảm xúc đến người xem
Sử dụng đồ họa	20%	CLO4	Sản phẩm truyền thông xử lý đồ họa có hiệu quả đến truyền thông và phục vụ giá trị nội dung cao	Sản phẩm truyền thông xử lý đồ họa có hiệu quả đến truyền đạt nội dung có hiệu quả nhưng chưa thuyết phục	Sản phẩm truyền thông xử lý đồ họa có hiệu quả đến truyền đạt nhưng không có hiệu quả	Sản phẩm truyền thông xử lý đồ họa chưa có hiệu quả đến truyền đạt nội dung
Định dạng	10%	CLO2	Định dạng sản phẩm có thể sử dụng cho màn hình máy tính và điện thoại di	Định dạng sản phẩm có thể sử dụng cho màn hình máy	Định dạng sản phẩm có thể sử dụng cho màn hình máy	Định dạng sản phẩm chưa có hiệu quả để sử dụng cho

Tiêu chí	Trọng số (%)	Đóng góp cho CLO	Tốt Từ 8 – 10 đ	Khá Từ 6 – dưới 8 đ	Trung bình Từ 4 – dưới 6 đ	Yếu dưới 4 đ
			động có chất lượng cao	tính và điện thoại di động nhưng chất lượng không cao	tính và điện thoại di động thiếu chất lượng	các phương tiện
	100%					

Người duyệt đề

TP. Hồ Chí Minh, ngày 10 tháng 03 năm 2024
Giảng viên ra đề



TS. Võ Văn Lạc



TS. Võ Văn Lạc