

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 3, năm học 2023-2024

I. Thông tin chung

Tên học phần:	Nhập môn Quan hệ công chúng và Quảng cáo		
Mã học phần:	71PRAD30272	Số tín chỉ:	2
Mã nhóm lớp học phần:	233_71PRAD30272		
Hình thức thi: Tiểu luận (có thuyết trình)	Thời gian làm bài:	10	ngày
<input type="checkbox"/> Cá nhân	<input checked="" type="checkbox"/> Nhóm		
Quy cách đặt tên file	Tennhom_CK_NMPROC_MalopHP		

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	Vận dụng những hiểu biết về luật pháp, quốc phòng, môi trường, vào nhận diện, giải thích, phân tích các vấn đề có liên quan đến lĩnh vực quan hệ công chúng và quảng cáo	Tiểu luận Thuyết trình	20%	1	2	PI 1.3
CLO4	Sử dụng phần mềm thiết kế đồ họa, powerpoint vào trình bày thông tin và thiết kế ấn phẩm truyền thông in ấn	Tiểu luận Thuyết trình	60%	1	6	PI 6.2

	và các nền tảng truyền thông số trong lĩnh vực quan hệ công chúng và quảng cáo					
CLO5	Xác định được lĩnh vực cụ thể trong ngành truyền thông đa phương tiện bản thân sẽ theo đuổi dựa trên nền tảng về quan hệ công chúng và quảng cáo	Tiểu luận Thuyết trình	20%	1	2	PI 10.1

III. Nội dung đề bài

1. Đề bài:

Thực hiện một hoạt động Quan hệ công chúng và quảng cáo cho một sản phẩm/dịch vụ/nhãn hàng/thương hiệu

2. Yêu cầu nội dung cần có

- Giới thiệu sản phẩm/dịch vụ/nhãn hàng/thương hiệu, phân tích các yếu tố môi trường vi mô, vĩ mô, SWOT
- Xác định mục tiêu, công chúng mục tiêu, ý tưởng, thông điệp của hoạt động.
- Trình bày Key visual và ít nhất 3 ấn phẩm quảng cáo cho chiến dịch PR (Print, Storyboard, TVC, Radio, OOH, Online)
- Xây dựng hoạt động qua các bước phù hợp với nguồn lực, đo lường, kiểm tra, đánh giá, rủi ro tổng thể, phương tiện, hình thức thực hiện...

3. Rubric và thang điểm

Tiêu chí	Trọng số %	Tốt 8-10đ	Khá 7đ	Trung bình 5-6đ	Kém 0-4đ
Lựa chọn hoạt động truyền thông	10%	Lựa chọn một (các) hoạt động truyền thông cụ thể và trình bày lý do phù hợp	Lựa chọn một (các) hoạt động truyền thông cụ thể, có lý do	Lựa chọn một (các) hoạt động truyền thông cụ thể, không có lý do	Không lựa chọn được
Nội dung hoạt động truyền thông	40%	Trình bày cụ thể, đầy đủ, mạch lạc và thuyết phục về	Trình bày tương đối đầy đủ nhưng còn sai sót	Còn sai sót quan trọng	Lạc đề

		hoạt động truyền thông: cấu trúc, quá trình hoạt động truyền thông			
Tính sáng tạo trong thông điệp và cách thức truyền tải	20%	Có tính sáng tạo, mới lạ, độc đáo, nhân văn trong thông điệp truyền thông và cách thức truyền tải	Có tính sáng tạo nhưng không có điểm mới, không khác biệt	Tính sáng tạo chưa cao, chưa có tính nhân văn	Không có tính sáng tạo và nhân văn
Hình thức trình bày thuyết trình	20%	Thuyết trình tự tin, mạch lạc, lời cuốn được người nghe. Sử dụng hiệu quả hình ảnh, video, dẫn chứng, số liệu. Phân chia công việc hợp lý giữa các thành viên.	Thuyết trình tự tin. Còn đôi chỗ vấp vấp. Có sử dụng hình ảnh, video, dẫn chứng, số liệu. Phân chia công việc giữa các thành viên khá hợp lý.	Thuyết trình không lời cuốn, chưa kết hợp các yếu tố trong kỹ năng thuyết trình. Hầu như không sử dụng hình ảnh, video, dẫn chứng, số liệu. Phân chia công việc giữa các thành viên còn thiếu hợp lý.	Thuyết trình rời rạc, sai trọng tâm, chưa biết sử dụng hình ảnh, video, dẫn chứng, số liệu. Chưa biết phân chia công việc giữa các thành viên.
Hình thức trình bày tiểu luận	10%	Hình thức trình bày đạt yêu cầu của một bài tiểu luận, rõ ràng, có trích dẫn cụ thể, khoa học, hầu như không có lỗi diễn đạt, chính tả.	Hình thức trình bày còn nhiều lỗi	Hình thức trình bày chưa đạt	Chưa biết trình bày tiểu luận

TP. Hồ Chí Minh, ngày 09 tháng 07 năm 2024

Người duyệt đề (Trưởng Bộ Môn)

Giảng viên ra đề



TS. Trần Đức Tuấn



ThS. Huỳnh Quang Lạc Diễm