

TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN LANG
GHI TÊN ĐƠN VỊ CHỦ QUẢN MÔN HỌC

ĐỀ THI/ĐỀ BÀI, RUBRIC VÀ THANG ĐIỂM
THI KẾT THÚC HỌC PHẦN
Học kỳ 1, năm học 2024-2025

I. Thông tin chung

Tên học phần:	Marketing Truyền thông Mạng xã hội		
Mã học phần:	71MRKT40153	Số tín chỉ:	3
Mã nhóm lớp học phần:	241_71MRKT40153_01, 02, 03, 04, 05, 06, 07, 08		
Hình thức thi: Đồ án/Tiểu luận (Thuyết trình/Không thuyết trình)	Thời gian làm bài:	30 phút	ngày
☒ GV giao đề bài trong thời gian giảng dạy lớp học phần	☐ TT. Khảo thí thiết lập và giao đề bài trên hệ thống thi CTE theo lịch thi Phòng Đào tạo công bố		
☐ Cá nhân	☒ Nhóm	Số SV/nhóm:	10
Quy cách đặt tên file	Mã SV_Ho và ten SV_Tên học phần		

Giảng viên nộp đề thi, đáp án bao gồm cả **Lần 1 và Lần 2 trước ngày 17/11/2024.**

1. Format đề thi

- Font: Times New Roman
- Size: 13
- Quy ước đặt tên file đề thi/đề bài:
 + 71MRKT40153_Marketing Truyền thông Mạng xã hội_241_71MRKT40153_01, 02, 03, 04, 05, 06, 07, 08_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 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	Hiểu các khái niệm về Mạng xã hội, Marketing mạng xã hội và các thành tố của Marketing mạng xã hội	Group Project (with Presentation)	10%		1	PI 3.1
CLO2	Vận dụng kiến thức lập kế hoạch Marketing mạng xã hội căn bản với tính ứng dụng cao	Group Project (with Presentation)	30%		3	PI 3.1
CLO3	Sử dụng thành thạo các công cụ Social media marketing, Social listening, Social publishing	Group Project (with Presentation)	20%		2	PI 5.1
CLO4	Có khả năng làm việc độc lập, làm việc nhóm, biết cách tổ chức công việc; có khả năng giao tiếp tốt; kỹ năng thuyết trình	Group Project (with Presentation)	20%		2	PI 5.1
CLO5	Có khả năng giải quyết các vấn đề phát sinh trong môi trường Marketing	Group Project (with Presentation)	10%		1	PI 10.1
CLO6	Có tinh thần trách nhiệm; khả năng chịu được áp lực trong công việc; trung thực và có đạo đức nghề nghiệp; có tính kỷ luật trong môi trường học tập và	Group Project (with Presentation)	10%		1	PI 10.1

	làm việc, tự nghiêm khắc với chính bản thân mình, cầu thị và có ý chí vươn lên trong học tập và cuộc sống					
--	---	--	--	--	--	--

III. Nội dung đề bài

1. Đề bài

Làm việc nhóm

- Sinh viên tự thành lập các nhóm học tập từ 9-12 thành viên theo hướng dẫn của giảng viên (tối đa 10 nhóm)
- Giảng viên sẽ thường xuyên đưa ra các vấn đề và các bài tập tình huống, vì vậy các sinh viên nên ngồi theo nhóm để dễ dàng trao đổi và thảo luận nhóm.
- Yêu cầu tất cả sinh viên phải có nhóm, không chấp nhận bất kỳ trường hợp nào làm việc độc lập đối với những bài tập yêu cầu phải làm nhóm.

Bản kế hoạch Marketing truyền thông mạng xã hội: Bản kế hoạch và tổng kết chiến dịch Marketing Mạng xã hội của sinh viên sẽ được nộp vào ngày thuyết trình báo cáo của nhóm vào buổi thứ 14 – 15. Nội dung: đảm bảo các phần cơ bản sau:

- Tóm lược bản kế hoạch (Executive Summary) – 1 điểm
- Phân tích tổng quan thị trường, bối cảnh – 1 điểm
- Phân tích nguồn lực doanh nghiệp (SWOT) – 1 điểm
- Mục tiêu kế hoạch Marketing Mạng xã hội (Social Media Goals) – 1 điểm
- Chiến lược Marketing Mạng xã hội (Social Media Strategy) – 2 điểm
- Chương trình hành động và phân bổ ngân sách – 1 điểm
- Đánh giá kế hoạch – 1 điểm

Ngoài ra, sinh viên cần chú trọng 2 nội dung thuyết trình sau:

- Kỹ năng thuyết trình – 1 điểm
- Khả năng trả lời câu hỏi – 1 điểm

2. Hướng dẫn thể thức trình bày đề bài

Hình thức:

- Trang bìa: Logo, tên trường, tên đề tài, tên nhóm, tên lớp học, tên giảng viên hướng dẫn
- Danh sách nhóm
- Mục lục
- Nội dung

- Trang cuối: Danh mục tài liệu tham khảo
- Font chữ: Time New Roman – Size 13
- Không giới hạn số trang

Thuyết trình báo cáo

- Các nhóm trình bày báo cáo kế hoạch marketing bằng Power Point hoặc công cụ trình chiếu khác vào cuối học phần theo thông báo của giảng viên.
- Nội dung: đảm bảo các phần cơ bản sau:
 - Giới thiệu và phân tích về tình hình doanh nghiệp/dự án thực hiện
 - Mục tiêu kế hoạch Marketing Mạng xã hội
 - Chiến lược Marketing Mạng xã hội
 - Ngân sách
 - Đánh giá kế hoạch

3. Rubric và thang điểm

Rubric: Đánh giá Bài thuyết trình cuối kỳ và Thuyết trình Nhóm

Mục	CLO liên quan	Trọng số	Tốt (70-100%)	Khá (50-79%)	Cần cải thiện (<50%)
1. Tóm lược bản kế hoạch (Executive Summary)	CLO1	10%	Tóm lược đầy đủ, rõ ràng và súc tích, thể hiện tốt các ý chính của kế hoạch.	Đủ thông tin cơ bản nhưng còn thiếu sự súc tích.	Tóm lược không đầy đủ hoặc không rõ ràng.
2. Phân tích tổng quan thị trường, bối cảnh	CLO2	10%	Phân tích chi tiết, có chiều sâu và đầy đủ, minh họa rõ ràng tình hình thị trường.	Đủ thông tin cơ bản nhưng chưa sâu sắc hoặc thiếu ví dụ minh họa.	Phân tích còn sơ sài, thiếu chiều sâu hoặc không phù hợp.
3. Phân tích nguồn lực doanh nghiệp (SWOT)	CLO2	10%	Phân tích SWOT rõ ràng, đầy đủ và có chiều sâu, chỉ ra được các yếu tố mạnh, yếu, cơ hội và thách thức của doanh nghiệp.	Đủ thông tin nhưng chưa thực sự sâu sắc hoặc rõ ràng.	Phân tích SWOT không đầy đủ hoặc thiếu sự rõ ràng.
4. Mục tiêu kế hoạch Marketing Mạng xã hội	CLO1, CLO2	10%	Mục tiêu rõ ràng, đầy đủ, thực tế và phù hợp với chiến lược tổng thể.	Mục tiêu rõ ràng nhưng chưa đầy đủ hoặc thiếu tính khả thi.	Mục tiêu không rõ ràng, không khả thi hoặc không phù hợp.

5. Chiến lược Marketing Mạng xã hội	CLO2, CLO3	20%	Chiến lược phù hợp, sáng tạo và có khả năng thực thi cao.	Chiến lược phù hợp nhưng chưa thực sự nổi bật hoặc sáng tạo.	Chiến lược không phù hợp hoặc thiếu sáng tạo.
6. Chương trình hành động và phân bổ ngân sách	CLO2, CLO3	10%	Chương trình hành động chi tiết, rõ ràng và ngân sách được phân bổ hợp lý, khả thi.	Kế hoạch hành động và ngân sách cơ bản, đủ chi tiết nhưng chưa tối ưu.	Kế hoạch hành động hoặc ngân sách không rõ ràng, thiếu chi tiết.
7. Đánh giá kế hoạch	CLO4, CLO5, CLO6	10%	Đánh giá toàn diện, phối hợp nhóm tốt và kỹ năng thuyết trình chuyên nghiệp.	Đánh giá đủ cơ bản, có sự phối hợp nhưng chưa thực sự nổi bật.	Đánh giá chưa đầy đủ hoặc thiếu kỹ năng phối hợp.
Kỹ năng thuyết trình	CLO4, CLO5, CLO6	10%	Dẫn dắt vấn đề và lập luận lô cuốn, thuyết phục. Tương tác tốt với người nghe	Trình bày rõ ràng nhưng chưa lô cuốn, lập luận khá thuyết phục. Tương tác với người nghe khá tốt	Khó theo dõi nhưng vẫn có thể hiểu được các nội dung quan trọng. Có tương tác với người nghe nhưng chưa tốt
Trả lời câu hỏi	CLO4, CLO5, CLO6	10%	Các câu hỏi đều được trả lời đầy đủ, rõ ràng và thỏa đáng	Trả lời đúng đa số câu hỏi, nêu được định hướng phù hợp với những câu chưa trả lời được	Trả lời đúng một số câu hỏi, chưa nêu được định hướng phù hợp với những câu chưa trả lời được

Người duyệt đề



PhD. Trần Nguyễn Hải Ngân

TP. Hồ Chí Minh, ngày 14 tháng 11 năm 2024

Giảng viên ra đề



PhD. Trần Nguyễn Hải Ngân