

TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN LANG
ĐƠN VỊ: KHOA CÔNG NGHỆ SÁNG TẠO

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:	QUẢNG CÁO THÔNG MINH		
Mã học phần:	71ABVE30233	Số tín chỉ:	3
Mã nhóm lớp học phần:	241_71ABVE30233_01		
Hình thức thi: Dự án/Đồ án/Bài tập lớn/Tiểu luận	Thời gian làm bài:		Phút/ ngày
☐ Cá nhân	☒ Nhóm		
Quy cách đặt tên file	Mã SV_Ho va ten SV_.....		

1. Format đề thi

- Font: Times New Roman
- Size: 13
- Quy ước đặt tên file đề thi/đề bài:
+ **71ABVE30233**_QUẢNG CÁO THÔNG MINH_241_71ABVE30233_01_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)
CLO3	Sinh viên có khả năng thiết kế và triển khai các chiến dịch quảng cáo thông minh dựa trên phân tích dữ liệu và nhu cầu của thị trường	Bài tập thực hành	40%	1	4.0	PI.3.1 PI.3.2
CLO4	Sinh viên có khả năng tối ưu hóa các chiến dịch quảng cáo và đánh giá hiệu quả dựa trên các chỉ số và phân tích dữ liệu.	Bài tập thực hành	40%	1	4.0	PI.4.1 PI.4.2
CLO5	Sinh viên thể hiện khả năng làm việc độc lập và quản lý dự án quảng cáo, từ lập kế hoạch đến triển khai và đánh giá, đồng thời chịu trách nhiệm với các quyết định chiến lược trong quảng cáo.	Bài tập thực hành	20%	1	2.0	PI.6.1 PI.6.2 PI.7.2

III. Nội dung đề bài

1. Đề bài

Thực hiện video Viral Clip quảng cáo cho một sản phẩm theo dạng thức Quảng cáo thông minh. Thời lượng từ 2 đến 5 phút.

2. Hướng dẫn thể thức trình bày đề bài

Cấu trúc bài nộp:

- Video Viral Clip: Quảng bá sản phẩm hoàn chỉnh theo dạng thức Quảng cáo thông minh, thời lượng từ 2 đến 5 phút
- Thiết kế thumbnail - ảnh bìa cho video sản phẩm.
- Tài liệu mô tả đính kèm, bao gồm các yếu tố:
 - o Giới thiệu sản phẩm
 - o Thông điệp chính mà video truyền tải

- Yếu tố sáng tạo trong video thu hút người xem
- Chiến lược sản xuất thông minh: Trình bày phương pháp thực hiện thiết bị và chiến lược, phân tích dữ liệu hiện đại, tiện ích.
- Kịch bản đề cương, kịch bản phân cảnh
- Storyboard, Moodboard
- Chiến lược viral thông minh: Mô tả phương pháp dự định video lan truyền trên phương tiện xã hội và thu hút người xem
- Bố cục: Phân chia các phần rõ ràng, không quá rườm rà và tập trung vào các yếu tố chính
- Sử dụng hình ảnh hoặc các screenshot từ video để minh họa cho tài liệu mô tả

Định dạng file:

- Video: Định dạng .MP4, độ phân giải Full HD (1920x1080)
- Thumbnail: Định dạng .JPEG hoặc .PNG, hệ màu RGB, Full HD, 71dpi.
- Tài liệu mô tả: Định dạng .PDF

3. Rubric và thang điểm

Tiêu chí	CL O	Trọng số (%)	Tốt Từ 8 – 10 đ	Khá Từ 6 – dưới 8 đ	Trung bình Từ 4 – dưới 6 đ	Yếu dưới 4 đ
Sinh viên thiết kế và triển khai chiến dịch quảng cáo thông minh dựa trên phân tích dữ liệu và nhu cầu thị trường.	CL O3	40%	Sinh viên thiết kế và triển khai chiến dịch quảng cáo thông minh xuất sắc, hoàn toàn dựa trên phân tích dữ liệu và nhu cầu thị trường. Video thể hiện sự sáng tạo cao và chiến lược quảng cáo hiệu quả, với việc sử dụng các yếu tố thị trường và dữ liệu một cách tối ưu.	Sinh viên thiết kế và triển khai chiến dịch quảng cáo tốt, dựa trên phân tích dữ liệu và nhu cầu thị trường, mặc dù video có thể thiếu một số yếu tố sáng tạo hoặc không hoàn toàn tối ưu.	Sinh viên thiết kế và triển khai chiến dịch quảng cáo ở mức cơ bản, dựa trên phân tích dữ liệu và nhu cầu thị trường, với video thiếu sự tinh chỉnh và sáng tạo.	Sinh viên gặp khó khăn trong việc thiết kế và triển khai chiến dịch quảng cáo thông minh, không hoàn toàn dựa vào phân tích dữ liệu và nhu cầu thị trường. Video thể hiện chiến dịch quảng cáo không hiệu quả.
Sinh viên tối ưu hóa và đánh giá hiệu quả các chiến dịch quảng cáo dựa trên chỉ số	CL O4	40%	Sinh viên tối ưu hóa và đánh giá hiệu quả các chiến dịch quảng cáo một cách chính xác và chi tiết, sử dụng chỉ số và phân tích dữ	Sinh viên tối ưu hóa và đánh giá hiệu quả các chiến dịch quảng cáo tốt, sử dụng chỉ số và phân tích dữ liệu một cách hiệu quả, nhưng có thể	Sinh viên tối ưu hóa và đánh giá hiệu quả các chiến dịch quảng cáo ở mức cơ bản, sử dụng chỉ số và phân tích dữ liệu	Sinh viên gặp khó khăn trong việc tối ưu hóa và đánh giá hiệu quả các chiến dịch quảng cáo, sử dụng chỉ số và phân tích dữ

và phân tích dữ liệu.			liệu để đưa ra các điều chỉnh hiệu quả. Video trình bày rõ ràng các kết quả và cải tiến thực hiện.	chưa hoàn toàn chi tiết hoặc chính xác.	đạt yêu cầu nhưng chưa hoàn toàn hiệu quả trong việc cải tiến chiến dịch.	liệu không hiệu quả, dẫn đến điều chỉnh không hợp lý.
Sinh viên làm việc độc lập và quản lý dự án quảng cáo, từ lập kế hoạch đến triển khai và đánh giá, chịu trách nhiệm với quyết định chiến lược.	CL O5	20%	Sinh viên làm việc độc lập và quản lý dự án quảng cáo xuất sắc, từ lập kế hoạch đến triển khai và đánh giá. Video thể hiện sự tổ chức, quản lý tốt và chịu trách nhiệm cao với các quyết định chiến lược.	Sinh viên làm việc độc lập và quản lý dự án quảng cáo hiệu quả, từ lập kế hoạch đến triển khai và đánh giá, nhưng video có thể thiếu một số yếu tố tổ chức hoặc trách nhiệm trong quyết định chiến lược.	Sinh viên làm việc độc lập và quản lý dự án quảng cáo ở mức cơ bản, từ lập kế hoạch đến triển khai và đánh giá, với video thiếu tổ chức và trách nhiệm trong quyết định chiến lược.	Sinh viên gặp khó khăn trong việc làm việc độc lập và quản lý dự án quảng cáo, thiếu tổ chức và trách nhiệm trong lập kế hoạch, triển khai và đánh giá, với video không đạt yêu cầu về chất lượng và chiến lược.
		100 %				

TP. Hồ Chí Minh, ngày 14 tháng 09 năm 2024

Người duyệt đề

Giảng viên ra đề




TS. Võ Văn Lạc

ThS. Nguyễn Thị Bảo Khanh