

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 1, năm học 2024-2025

I. Thông tin chung

Tên học phần:	Truyền thông số		
Mã học phần:	71DGIM40532	Số tín chỉ:	2
Mã nhóm lớp học phần:	241_ 71DGIM40532		
Hình thức thi: Tiểu luận (không thuyết trình)	Thời gian làm bài:	7	ngày
☐ Cá nhân	☒ Nhóm		
<i>Quy cách đặt tên file</i>	<i>Tennhom_CK_TTS_MalopHP</i>		

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	Đánh giá chính xác các giải pháp thiết kế mô hình, sản phẩm Digital Media	Tiểu luận	20%	1	2	PI 2.1
CLO2	Thiết kế hiệu quả các hoạt động truyền thông thông qua các chiến lược digital media và sử dụng storytelling để tạo sản phẩm truyền thông hiệu quả.	Tiểu luận	20%	1	2	PI 3.3
CLO3	Phối hợp hiệu quả mô hình PESO vào xây dựng chiến lược digital media trên đa nền	Tiểu luận	30%	1	3	PI 7.1

	tăng cho thương hiệu.					
CLO4	Thực hiện phân tích chính xác các nghiên cứu điển hình về mối quan hệ giữa truyền thông kỹ thuật số (Digital Media) và truyền thông xã hội (Social Media) của thương hiệu để lên ý tưởng storytelling cho thương hiệu	Tiểu luận	20%	1	2	PI 8.1
CLO5	Thể hiện tinh thần đam mê nghề nghiệp thông qua phát triển các sản phẩm digital media cho thương hiệu.	Tiểu luận	10%	1	1	PI 10.2

III. Nội dung đề bài

1. Đề bài: Chọn 1 doanh nghiệp, thương hiệu bất kỳ. Xây dựng thương hiệu thông qua các hình thức truyền thông số.

2. Hướng dẫn thể thức trình bày đề bài: tiểu luận nhóm

Nội dung cần có:

Phần I: Giới Thiệu

Tổng quan về Thương hiệu:

Mô tả ngắn về thương hiệu và giới thiệu giá trị cốt lõi.

Xác định đặc điểm nổi bật.

Đối tượng mục tiêu:

Phân tích và xác định rõ đối tượng mục tiêu của thương hiệu.

Phần II: Nghiên Cứu và Phân Tích Thị Trường

Nghiên cứu thị trường Digital Media:

Xem xét xu hướng và cơ hội trong lĩnh vực truyền thông số.

Đánh giá công cụ và nền tảng phổ biến.

Phần III: Chiến Lược Xây Dựng Thương Hiệu Qua Digital Media

Xây Dựng Nền Tảng Truyền Thông:

Xây dựng trang web thương hiệu và cập nhật giao diện.

Lập kế hoạch sử dụng mạng xã hội theo đối tượng mục tiêu.

Nội Dung Chất Lượng:

Chiến lược nội dung đa dạng và phản ánh giá trị thương hiệu.

Tạo nội dung tương tác và chia sẻ trên mạng xã hội.

Phần IV: Công Cụ Truyền Thông Số Cụ Thể

Quảng Cáo Trực Tuyến - Social Media:

Sử dụng các nền tảng quảng cáo trực tuyến và mạng xã hội.

Thiết lập chiến lược quảng cáo đối tượng.

Phần V: Đánh Giá Hiệu Suất và Theo Dõi Kết Quả**Phần VI: Bảo Dưỡng và Phát Triển Thương Hiệu**

Bảo Dưỡng và Phát Triển Thương Hiệu:

Đề xuất chiến lược giữ chân và khuyến mãi.

Kế hoạch duy trì tính liên tục và đổi mới.

Phần VII: Đề Xuất Cải Tiến và Kế Hoạch Tiếp Theo

Đề Xuất Cải Tiến:

Đánh giá kết quả và đề xuất cải tiến.

Xây dựng kế hoạch tiếp theo dựa trên phản hồi và dữ liệu.

3. Rubric và thang điểm

Tiêu chí	Trọng số (%)	Tốt Từ 8 – 10 đ	Khá Từ 6 – dưới 8 đ	Trung bình Từ 4 – dưới 6 đ	Yếu dưới 4 đ
1.Nội dung chuỗi ý tưởng	20%	Có ý tưởng độc đáo, sáng tạo trong chuỗi sản phẩm nội dung số. Đầy đủ các sản phẩm truyền thông số theo yêu cầu.	Có ý tưởng mới trong chuỗi sản phẩm nội dung số. Có $\frac{3}{4}$ sản phẩm truyền thông số theo yêu cầu.	Tính sáng tạo không cao, không có ý tưởng mới trong nội dung. Có $\frac{1}{2}$ tổng số sản phẩm truyền thông theo yêu cầu.	Dưới $\frac{1}{2}$ tổng số sản phẩm truyền thông theo yêu cầu
2.Kế hoạch sản xuất sản phẩm digital media	30%	Có kế hoạch sản xuất nội dung rõ ràng và cụ thể, áp dụng kiến thức đã học vào việc lập kế hoạch nội dung	Có kế hoạch sản xuất nội dung rõ ràng, vận dụng trung bình kiến thức đã học vào việc lập kế hoạch nội dung	Không có kế hoạch để tạo ra nội dung hoàn chỉnh, việc vận dụng kiến thức đã học vào nội dung kế hoạch còn hạn chế	Kế hoạch nội dung sản xuất còn sơ sài, chưa vận dụng kiến thức đã học vào kế hoạch.
3. Chất lượng series sản phẩm	40%	Chất lượng sản phẩm tốt, đảm bảo các yêu cầu về mặt kỹ thuật.	Chất lượng sản phẩm khá tốt, đảm bảo 7/10 các yêu cầu về mặt kỹ thuật.	Chất lượng sản phẩm chưa tốt, các yêu cầu về mặt kỹ thuật bị hạn chế.	Chất lượng sản phẩm kém, không đảm bảo các

truyền thông số					yêu cầu về mặt kỹ thuật.
4. Tiến độ hoàn thành sản phẩm truyền thông số	10%	Đúng deadline	Trễ 1-2 ngày	Trễ 3-5 ngày	Trễ hơn 5 ngày

TP. Hồ Chí Minh, ngày 20 tháng 10 năm 2024

Người duyệt đề (Phó Trưởng Bộ Môn)Giảng viên ra đề



ThS. Trần Ngọc Anh Vũ



ThS. Vũ Mộng Lân