

TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN LANG
KHOA THƯƠNG MẠI

ĐỀ THI/ĐỀ BÀI, RUBRIC VÀ THANG ĐIỂM
THI KẾT THÚC HỌC PHẦN
Học kỳ 2, năm học 2024-2025

I. Thông tin chung

Tên học phần:	SÁNG TẠO NỘI DUNG		
Mã học phần:	242_71MRKT40163	Số tín chỉ:	3
Mã nhóm lớp học phần:	242_71MRKT40163_01, 02, 03, 04, 05, 06		
Hình thức thi: Đề án/ Tiểu luận (Thuyết trình)	Thời gian làm bài:	7	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:	Tối đa 15
Quy cách đặt tên file		Final_Mã học phần_ContentMarketing_Tên nhóm	

Giảng viên nộp đề thi, đáp án bao gồm cả **Lần 1 và Lần 2 trước ngày 06/04/2025.**

1. Format đề thi

- Font: Times New Roman
- Size: 13
- Quy ước đặt tên file đề thi/đề bài:
- + **Mã học phần**_Tên học phần_Mã nhóm học phần_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)
CLO2	Phát triển các bước xây dựng và phát triển kế hoạch sáng tạo, sản xuất nội dung	Báo cáo	45%	1	4,5	PI8.2, R
CLO5	Sử dụng các công cụ AI và công cụ thiết kế đương đại để hỗ trợ sáng tạo nội dung	Sản phẩm đồ án	10%	1	1	PI5.2, R
CLO6	Sử dụng các kỹ thuật/ công cụ quay dựng hình ảnh/ video cơ bản	Sản phẩm đồ án	35%	1	3,5	PI5.2, R
CLO7	Thể hiện ý thức tinh thần trách nhiệm trong công việc; tác phong chuyên nghiệp, u hiện đại, năng động	Thuyết trình báo cáo	10%	2	1	PI10.1, I

III. Nội dung đề bài

1. Đề bài

- Đề bài gồm 2 câu:

Câu 1: Nhóm sinh viên hoàn thành Dự án lớn với đề bài cho trước từ doanh nghiệp thực tế trong quá trình học. Nội dung video là Keyhook cho một chiến dịch/ truyền tải một thông điệp chính của chiến dịch mà doanh nghiệp đưa ra. Sản phẩm sinh viên cần thực hiện cho Dự án lớn này bao gồm:

1.1 Pre-production (Tiền kì)

- (1) Strategic Plan
- (2) Script/ Screenplay
- (3a) Shots List
- (3b) Storyboard

1.2 Post-production (Hậu kì)

(4) Post-production Script – Kịch bản hậu kì, và CCSL (Combined Continuity and Spotting List) (nếu có – khi được yêu cầu phụ đề)

1.3 Sản phẩm cuối cùng:

(5) Sản phẩm video được xuất ra dưới định dạng 4K và upload lên Youtube hoặc nền tảng Online khác. Nhóm sinh viên tự chịu trách nhiệm về bản quyền của các chi tiết ở trong video.

(6) Master Plan nội dung phái sinh từ “Sản phẩm cuối cùng”

Câu 2: Nhóm thuyết trình nhanh nội dung ý tưởng trong 7 phút tại lớp và 5 phút trình chiếu sản phẩm

2. Hướng dẫn thể thức trình bày đề bài

Câu 1: Nhóm Sinh viên sẽ phải nộp một file báo cáo duy nhất được lưu dưới dạng Pdf.

Cách đặt tên file: Final_Mã lớp học phần_Content Marketing_Tên nhóm

Báo cáo gồm 3 phần chính

1/ Phần kế hoạch Sáng tạo nội dung và sản xuất

- Phần này cần đảm bảo phải có đủ 5 phần con sau (không giới hạn số trang)

1.1 Pre-production (Tiền kì)

(1) Strategic Plan – Bao gồm **những phần phải có** Executive Summary, Concept Creative, Big Idea, Content Strategy, Moodboard

(2) Script/ Screenplay - Kịch bản chi tiết cho nội dung, sinh viên phải chỉ ra những chi tiết nổi bật có liên quan tới Brand và đạt được mục đích truyền thông của Brand (Key Moments / Moments of Truth)

(3a) Shots List – Bảng phân cảnh theo dạng danh sách, sinh viên phải chỉ ra những shot quay cần khác biệt trong tâm trí của người xem (Key Visuals, Key Moments)

(3b) Storyboard – Bản vẽ phác thảo bằng tay/ hoặc bằng điện tử minh họa các phân cảnh (Có thể trình bày đồng thời cùng Shots List)

1.2 Post-production (Hậu kì)

(4) Post-production Script – Kịch bản hậu kì, và CCSL (Combined Continuity and Spotting List) (nếu có – khi được yêu cầu phụ đề)

(5) Master Plan truyền thông nội dung phái sinh từ “Sản phẩm cuối cùng”

2/ Phần sản phẩm cuối cùng

Sản phẩm video được xuất ra dưới định dạng 4K và upload lên Youtube hoặc nền tảng Online khác. Nhóm sinh viên tự chịu trách nhiệm về bản quyền của các chi tiết ở trong video.

Nhóm sinh viên sẽ đề liên kết ở chế độ chỉ chia sẻ với những ai có liên kết (Listed) và dán link sản phẩm vào trong bài báo cáo

3/ Danh sách nhóm và đánh giá

Nhóm sinh viên đính kèm danh sách thành viên nhóm theo mẫu

STT	MSV	Họ và tên <i>(Sắp xếp theo thứ tự ABC)</i>	% Đóng góp	Thành viên ký xác nhận
1				
2				
...				

Câu 2: Nhóm Sinh viên chuẩn bị một bài thuyết trình tại lớp trong thời gian tối đa 12 phút – không giới hạn slide.

Nội dung bài thuyết trình bao gồm trình bày nhanh kế hoạch sáng tạo nội dung, ý tưởng sáng tạo, kế hoạch truyền thông cho nội dung.

Trình bày sản phẩm video trước lớp.

- **Lưu ý:**
 - + Nhóm tự cân đối thời gian trình chiếu video trong 12 phút
 - + KHÔNG đọc slide/ đọc điện thoại hay giấy notes
 - + Tối thiểu 2 người thuyết trình
 - + Khi thuyết trình mặc trang phục lịch sự (business casual)

3. Rubric và thang điểm

Tiêu chí	Điểm	Rất tốt 8-10 điểm	Tốt Từ 6.5 – dưới 8 điểm	Trung bình Từ 5 đến dưới 6,5 điểm	Yếu Dưới 5 điểm
Tính sáng tạo	2	Ý tưởng mới lạ, độc đáo; cách thể hiện sáng tạo, thu hút và tạo ấn tượng mạnh.	Ý tưởng tương đối mới mẻ; cách thể hiện có sáng tạo nhưng chưa thực sự nổi bật.	Ý tưởng thiếu sáng tạo, bình thường; cách thể hiện thông thường, không có điểm nhấn.	Ý tưởng sao chép, không có sự đổi mới; cách thể hiện rập khuôn, không tạo được bất kỳ ấn tượng nào.
Sự liên kết với thương hiệu	2	Video phản ánh rõ tính cách thương hiệu, truyền tải hiệu	Video có liên kết với thương hiệu nhưng chưa nổi bật; các yếu	Video thiếu liên kết với thương hiệu; thông điệp không rõ ràng	Video không liên quan đến thương hiệu; thông điệp sai

		quả thông điệp chính; các Key Visuals và Key Moments phù hợp và logic.	tổ như Key Visuals và Key Moments chưa được khai thác triệt để.	hoặc không phù hợp.	lệch hoặc không truyền tải được mục tiêu.
Câu chuyện và thông điệp	2	Câu chuyện rõ ràng, logic; thông điệp chính được truyền tải hiệu quả thông qua Key Moments, gây tác động cảm xúc mạnh.	Câu chuyện tương đối rõ ràng; thông điệp chính được truyền tải nhưng chưa thực sự thuyết phục.	Câu chuyện thiếu rõ ràng; thông điệp chính không nổi bật hoặc không đạt mục tiêu truyền thông.	Không có câu chuyện rõ ràng; thông điệp lạc đề hoặc không thể hiện trong video.
Ý tưởng mạng lưới nội dung phái sinh	1.5	Đề xuất chi tiết và sáng tạo các nội dung phái sinh phù hợp với chiến lược truyền thông tổng thể.	Đề xuất tương đối hợp lý nhưng chưa đầy đủ hoặc thiếu tính sáng tạo.	Thiếu hoặc không có ý tưởng phái sinh, không liên kết với chiến lược truyền thông.	Không có bất kỳ đề xuất phái sinh nào hoặc các ý tưởng không khả thi.
Sự chín chu trong Pre-production và post-production	1.5	Tài liệu tiền kỳ hoàn chỉnh, trình bày logic; hậu kỳ chuyên nghiệp, âm thanh và hình ảnh rõ nét, phù hợp.	Tài liệu tiền kỳ tương đối đầy đủ nhưng thiếu một số phần quan trọng; hậu kỳ có lỗi nhỏ nhưng không ảnh hưởng nhiều đến sản phẩm cuối.	Tài liệu tiền kỳ và hậu kỳ sơ sài hoặc không hoàn chỉnh, ảnh hưởng đến chất lượng sản phẩm.	Không có tài liệu tiền kỳ/hậu kỳ hoặc tài liệu rất sơ sài, ảnh hưởng nghiêm trọng đến chất lượng sản phẩm.
Chất lượng sản phẩm cuối cùng	1	Video đạt chuẩn định dạng (4K); không có lỗi kỹ thuật; đảm bảo tính bản quyền.	Video tương đối đạt chuẩn nhưng có lỗi nhỏ về kỹ thuật hoặc chất lượng chưa tối ưu.	Video không đạt yêu cầu định dạng hoặc có nhiều lỗi kỹ thuật, không vi phạm bản quyền.	Video lỗi kỹ thuật nghiêm trọng, không đáp ứng yêu cầu định dạng; vi phạm bản quyền (nhẹ)
	10				

Người duyệt đề

TP. Hồ Chí Minh, ngày 03 tháng 03 năm 2025
Giảng viên ra đề

TS. Trần Nguyễn Hải Ngân

ThS. Nguyễn Hoàng Khôi