

TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN LANG
KHOA CÔNG NGHỆ SÁNG TẠO

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:	NGHIÊN CỨU QUẢNG CÁO, QUAN HỆ CÔNG CHÚNG & TIẾP THỊ		
Mã học phần:	71ABVE30303	Số tín chỉ:	3
Mã nhóm lớp học phần:			
Hình thức thi: Đồ án Môn học (Thuyết trình)	Thời gian làm bài:		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:	
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 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 Nhật 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	Các lý thuyết và mô hình liên quan đến hành vi người tiêu dùng, truyền thông và quảng cáo.	Đồ Án Môn Học	10%			
CLO2	Nghiên cứu, phân tích các chiến dịch quảng cáo, quan hệ công chúng và đánh giá hiệu quả của các hoạt động truyền thông.	Đồ Án Môn Học	10%			
CLO3 CLO4	Sinh viên có khả năng sáng tạo nội dung và quản lý dự án quảng cáo và quan hệ công chúng hiệu quả.	Đồ Án Môn Học	20%			
CLO5	Phát triển tư duy sáng tạo và tư duy phản biện, rèn luyện kỹ năng làm việc nhóm, có tinh thần trách nhiệm và chủ động trong công việc.	Đồ Án Môn Học	10%			

Chú thích các cột:

(1) Chỉ liệt kê các CLO được đánh giá bởi đề thi kết thúc học phần (tương ứng như đã mô tả trong đề cương chi tiết học phần). Lưu ý không đưa vào bảng này các CLO không dùng bài thi kết thúc học phần để đánh giá (có một số CLO được bố trí đánh giá bằng bài kiểm tra giữa kỳ, đánh giá qua dự án, đồ án trong quá trình học hay các hình thức đánh giá quá trình khác chứ không bố trí đánh giá bằng bài thi kết thúc học phần). Trường hợp một số CLO vừa được bố trí đánh giá quá trình hay giữa kỳ vừa được bố trí đánh giá kết thúc học phần thì vẫn đưa vào cột (1)

(2) Nêu nội dung của CLO tương ứng.

(3) Hình thức kiểm tra đánh giá có thể là: trắc nghiệm, tự luận, dự án, đồ án, vấn đáp, thực hành trên máy tính, thực hành phòng thí nghiệm, báo cáo, thuyết trình, ..., phù hợp với nội dung của CLO và mô tả trong đề cương chi tiết học phần.

(4) Trọng số mức độ quan trọng của từng CLO trong đề thi kết thúc học phần do giảng viên ra đề thi quy định (mang tính tương đối) trên cơ sở mức độ quan trọng của từng CLO. Đây là cơ sở để phân phối tỷ lệ % số điểm tối đa cho các câu hỏi thi dùng để đánh giá các CLO tương ứng, đảm bảo CLO quan trọng hơn thì được đánh giá với điểm số tối đa lớn hơn. Cột (4) dùng để hỗ trợ cho cột (6).

(5) Liệt kê các câu hỏi thi số (câu hỏi số ... hoặc từ câu hỏi số... đến câu hỏi số...) dùng để kiểm tra người học đạt các CLO tương ứng.

(6) Ghi điểm số tối đa cho mỗi câu hỏi hoặc phần thi.

(7) Trong trường hợp đây là học phần cốt lõi - sử dụng kết quả đánh giá CLO của hàng tương ứng trong bảng để đo lường đánh giá mức độ người học đạt được PLO/PI - cần liệt kê ký hiệu PLO/PI có liên quan vào hàng tương ứng. Trong đề cương chi tiết học phần cũng cần mô tả rõ CLO tương ứng của học phần này sẽ được sử dụng làm dữ liệu để đo lường đánh giá các PLO/PI. Trường hợp học phần không có CLO nào phục vụ việc đo lường đánh giá mức đạt PLO/PI thì để trống cột này.

III. Nội dung đề bài

1. Đề bài

Chiến lược tích hợp Quảng cáo, Quan hệ công chúng và Tiếp thị trong xây dựng thương hiệu sản phẩm mà Anh/Chị đã lựa chọn (A/C tự chọn sản phẩm)

2. Hướng dẫn thể thức trình bày đề bài

Bài làm được bố trí thành 5 phần hoặc 5 chương với nội dung như sau:

Phần 1; Tổng Quan Về Quảng Cáo, PR và Marketing

1.1 Định nghĩa và vai trò của Quảng cáo, Quan hệ Công chúng và Tiếp thị trong truyền thông thương hiệu.

1.2 Phân biệt sự khác nhau và mối liên kết giữa ba khía cạnh này.

1.3 Các xu hướng mới trong lĩnh vực Quảng cáo, Quan hệ Công chúng, Tiếp thị
(Các xu hướng mới trong Truyền thông Marketing tích hợp)

Phần 2: Phân Tích Một Thương Hiệu Cụ Thể

2.1 Chọn một thương hiệu có sẵn (hoặc thương hiệu giả định của nhóm). Và giới thiệu về doanh nghiệp

2.2 Phân tích thực trạng cách thức mà thương hiệu đó đang triển khai trên thị trường về Quảng cáo, Quan hệ công chúng và Marketing.

2.2.1 Hoạt động Quảng cáo

2.2.2 Hoạt động Quang hệ công chúng

2.2.3 Hoạt động Marketing

2.3 Đánh giá của Nhóm về mức độ thành công của thương hiệu dựa trên số liệu, phản hồi khách hàng.

2.3.1 Các số liệu thu thập của nhóm về thương hiệu

2.3.2 Đánh giá của Nhóm về mức độ thành công của thương hiệu

Phần 3: Đề Xuất Chiến Lược Tích Hợp Quảng Cáo, Quan Hệ Công Chúng Và Marketing Cho Thương Hiệu/Sản Phẩm

3.1 Mục tiêu truyền thông.

3.2 Thông điệp cốt lõi và định vị thương hiệu.

3.3 Kênh truyền thông đề xuất (Social Media, TVC, PR Events, Email Marketing...).

Trình bày các kênh hiện có mà doanh nghiệp đang sử dụng và sau đó chọn 1 kênh truyền thông và trình bày tập trung vào kênh đó

3.4 Ngân sách và lộ trình triển khai.

3.5 Tiêu chí đo lường đánh giá hiệu quả (KPI).

Phần 4: Quảng Cáo Và Quan Hệ Công Chúng

4.1 Trình bày các nguyên tắc cơ bản cần lưu ý trong Quảng cáo; Quan hệ Công chúng.

4.2 Với sản phẩm đã chọn. Hãy xây dựng kế hoạch quan hệ công chúng để phát triển dòng sản phẩm đó.

Phần 5: Xu Hướng Mới Trong Truyền Thông Marketing

5.1 Trình bày 1 xu hướng mới trong truyền thông Marketing mà nhóm tâm đắc nhất.

5.2 Nhóm hãy ứng dụng xu hướng đó vào dòng sản phẩm mà nhóm đã chọn và đưa ra kết quả thực hiện.

Kết luận chung và Tài Liệu Tham Khảo

IV. Rubric và thang điểm

Tiêu chí	CLO	Trọng số (%)	Tốt Từ 8 – 10 đ	Khá Từ 6 – dưới 8 đ	Trung bình Từ 4 – dưới 6 đ	Yếu dưới 4 đ
Khối lượng	CLO1	10%	Bài nộp vượt hoặc đầy đủ yêu cầu về khối lượng	Khối lượng bài tập nộp tương đối đầy đủ theo yêu cầu.	Bài tập nộp vẫn còn thiếu sót so với yêu cầu	Bài tập thiếu sót rất nhiều so với yêu cầu hoặc sinh viên không làm bài.
Nắm rõ mục tiêu	CLO2 CLO3	20% 20%	Trả lời đầy đủ các vấn đề đặt ra, rõ ràng và chính xác	Trả lời đúng nội dung yêu cầu nhưng còn sai sót nhỏ	Trả lời đúng một số câu hỏi, còn sai sót quan trọng	Không trả lời được đa số câu hỏi
Nội dung và ý tưởng	CLO4	30%	Thể hiện tốt ý tưởng và đầy đủ nội dung đề bài yêu cầu. Xây dựng nội dung và ngôn ngữ thiết kế hài hòa, hợp lý, dễ nhận diện và tập trung vào đúng nội dung muốn truyền tải.	Thể hiện đạt nội dung đề bài yêu cầu. Xây dựng nội dung tương đối phù hợp với mục tiêu sản phẩm	Thể hiện đầy đủ nhưng chưa có sự hợp lý về mặt nội dung. Xây dựng nội dung chưa phù hợp với mục tiêu sản phẩm	Thực hiện không đúng yêu cầu, Nội dung hoàn toàn không phù hợp với mục tiêu sản phẩm
Sự phối hợp trong nhóm	CLO5	20%	Phân công công việc trong nhóm và phối hợp tốt	Có phân công nhưng phối hợp chưa tốt	Phân công nhưng chưa hợp lý	Không có sự phân công trước khi thực hành
		100%				

Người duyệt đề

TP. Hồ Chí Minh, ngày 19 tháng 03 năm 2025

Giảng viên ra đề

Nguyễn Văn Nhân