

TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN LANG  
ĐƠN VỊ KHOA QUAN HỆ CÔNG CHÚNG – TRUYỀN THÔNG

**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:                                           | Kỹ năng viết cho truyền thông            |             |      |
| Mã học phần:                                            | 71WRPR40553                              | Số tín chỉ: | 03   |
| Mã nhóm lớp học phần:                                   | 242_71WRPR40553_01 ; 242_ DPR0101_01     |             |      |
| Hình thức thi: <b>Dự án/Đồ án/Bài tập lớn/Tiểu luận</b> | Thời gian làm bài:                       | <b>7</b>    | ngày |
| <input type="checkbox"/> Cá nhân                        | <input checked="" type="checkbox"/> Nhóm |             |      |
| <b>Quy cách đặt tên file</b>                            | <b>Mã nhóm lớp HP_Tên nhóm</b>           |             |      |

**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](mailto: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)                                 |
| <b>CLO1</b> | Đề xuất các giải pháp cho truyền thông (viết tin, bài, bài PR, quảng cáo, thông cáo báo chí,...) phù hợp và kế hoạch đăng bài truyền thông trên các PTTT hiệu quả.                         | Bài tập lớn        | 30%                                        | 1              | 3              | PI 2.3                              |
| <b>CLO2</b> | Sử dụng hiệu quả kỹ năng đa phương tiện, thành thạo các kỹ năng như thẩm định tin, viết và biên tập tin – bài, bài PR, quảng cáo, thông cáo báo chí,... trong truyền thông đa phương tiện. | Bài tập lớn        | 70%                                        | 1              | 7              | PI 6.3                              |

### 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) 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, bảo đảm 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

Lựa chọn một thương hiệu/sản phẩm/dịch vụ/sự kiện/dự án... sau đó, thực hiện các yêu cầu sau:

(1) Viết 2 bài PR về thương hiệu/sản phẩm/dịch vụ/sự kiện/dự án...đó theo 2 góc tiếp cận khác nhau. Trình bày hoàn chỉnh 2 bài viết cả về nội dung và hình thức (mỗi bài viết tối thiểu 800 chữ, 3 hình minh họa).

(2) Viết 3 posts quảng bá thương hiệu/ sản phẩm/ dịch vụ/ sự kiện/ dự án...trên Facebook. Các bài đăng có kèm hình ảnh.

#### 2. Hướng dẫn thể thức trình bày đề bài

Sinh viên thực hiện bài thi theo nhóm.

Khuyến khích thiết kế bài PR theo dạng bài đăng tạp chí hoặc bài trên báo điện tử, đảm bảo tính thẩm mỹ.

Lưu file: PDF; tên file: **Mã nhóm lớp HP\_Tên nhóm**

Có bảng ghi rõ nhiệm vụ của từng cá nhân trong nhóm và chấm trọng số % đóng góp của mỗi cá nhân (đính kèm cuối bài).

Cách thức nộp bài: upload file bài làm (pdf) lên trang CTE đúng ngày thi.

#### 3. Rubric và thang điểm

**Rubric 5: Đánh giá bài tập lớn (cuối kỳ): Viết bài PR về sản phẩm/dịch vụ/ tổ chức/ cá nhân**

| Tiêu chí                                                                                                                              | Trọng số (%) | Tốt<br>(9 - 10đ)                                                                             | Khá<br>(7 - < 9đ)                                                                    | Trung bình<br>(5 - < 7đ)                                                                                     | Kém<br>(0 - < 5đ)                                                                                                                                 |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Đưa ra các hình thức phù hợp cho hoạt động truyền thông đến công chúng theo nguyên tắc phù hợp, hiệu quả trong giao tiếp truyền thông | 10%          | Đưa ra các hình thức rất phù hợp cho hoạt động truyền thông đến công chúng đạt hiệu quả cao. | Đưa ra các hình thức cho hoạt động truyền thông đa và công chúng tương đối hiệu quả. | Đưa ra các hình thức cho hoạt động truyền thông đến công chúng nhưng chưa rõ ràng và thiếu tính thuyết phục. | Không hoặc chưa đưa ra các hình thức cho hoạt động truyền thông đến công chúng rõ ràng, tính hiệu quả trong giao tiếp truyền thông chưa đạt được. |
| Phân tích được lý do cho việc lựa chọn hình thức truyền thông đã chọn                                                                 | 10%          | Phân tích được lý do cho việc lựa chọn hình thức truyền thông đã chọn một cách thuyết phục.  | Phân tích được lý do cho việc lựa chọn hình thức truyền thông đã chọn.               | Có lý do cho hình thức truyền thông đã chọn.                                                                 | Không có lý do rõ ràng cho hình thức truyền thông đã chọn.                                                                                        |

|                                                                                                                                                                                         |     |                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Sử dụng ngôn ngữ phong phú, tạo dấu ấn cá nhân để sáng tạo và triển khai sản phẩm tin bài truyền thông.                                                                                 | 15% | Sử dụng ngôn ngữ phong phú, tạo dấu ấn cá nhân, chuẩn mực, hành văn mạch lạc, trong sáng, không mắc lỗi chính tả, ngữ pháp.                                                              | Sử dụng ngôn ngữ tương đối phong phú, sáng tạo, hành văn đúng phong cách, tuy nhiên còn một vài lỗi chính tả, ngữ pháp nhưng không đáng kể.             | Sử dụng ngôn ngữ theo nguyên tắc, chưa thấy rõ sự sáng tạo, hành văn đúng phong cách, tuy nhiên còn mắc lỗi chính tả, ngữ pháp.                                           | Chưa có sự sáng tạo trong triển khai nội dung thông qua kỹ năng viết, sai chính tả nhiều, lỗi xây dựng cấu trúc câu, lỗi mơ hồ nghĩa, diễn đạt tối nghĩa.                          |
| Viết bài đúng kế hoạch, thời gian nhanh                                                                                                                                                 | 10% | Làm đúng kế hoạch, thời gian nhanh.                                                                                                                                                      | Làm đúng kế hoạch, nhưng còn phải nhắc nhở.                                                                                                             | Trễ hơn kế hoạch 1 buổi nhưng không làm ảnh hưởng đến tiến độ chung của lớp.                                                                                              | Trễ hơn kế hoạch 1 ngày và làm ảnh hưởng đến tiến độ chung của lớp.                                                                                                                |
| Sử dụng thành thạo kỹ năng thẩm định tin tức, viết và biên tập tin để viết bài PR.                                                                                                      | 15% | Sử dụng thành thạo kỹ năng thẩm định tin tức, viết và biên tập tin để viết bài PR nhằm cung cấp nội dung truyền thông đến các bên liên quan được chính xác.                              | Sử dụng tốt kỹ năng thẩm định tin tức, viết và biên tập tin để viết bài PR nhằm cung cấp nội dung truyền thông đến các bên liên quan được chính xác.    | Sử dụng đạt yêu cầu các kỹ năng thẩm định tin tức, viết và biên tập tin để viết bài PR nhằm cung cấp nội dung truyền thông đến các bên liên quan.                         | Chưa áp dụng được các kỹ năng thẩm định tin tức, viết và biên tập tin để viết bài PR dẫn đến bài viết còn nhiều lỗi về sự minh bạch, chính xác.                                    |
| Lựa chọn phương pháp nghiên cứu phù hợp để nghiên cứu thị trường mục tiêu, khách hàng mục tiêu, sản phẩm chủ đạo, đối thủ để đưa ra kế hoạch lên nội dung bài truyền thông phù hợp nhất | 20% | Lựa chọn phương pháp nghiên cứu phù hợp để nghiên cứu thị trường mục tiêu, khách hàng mục tiêu, sản phẩm chủ đạo, đối thủ để đưa ra kế hoạch lên nội dung bài truyền thông phù hợp nhất. | Biết cách nghiên cứu thị trường mục tiêu, khách hàng mục tiêu, sản phẩm chủ đạo, đối thủ để đưa ra kế hoạch lên nội dung bài truyền thông phù hợp nhất. | Biết cách nghiên cứu thị trường mục tiêu, khách hàng mục tiêu, sản phẩm chủ đạo, đối thủ để đưa ra kế hoạch lên nội dung bài truyền thông nhưng kết quả chưa thật sự tốt. | Không biết cách nghiên cứu thị trường, nghiên cứu hành vi khách hàng hoặc nghiên cứu chưa đúng phương pháp dẫn đến dữ liệu cho bài viết thiếu tính thuyết phục, chưa đạt hiệu quả. |

|                                                                                                                         |     |                                                                                                                              |                                                                                                                         |                                                                                                                                          |                                                                                                                                                           |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Đảm bảo thông tin cung cấp tới báo giới và công chúng là thông tin mang tính chính xác, rõ ràng.                        | 10% | Đảm bảo thông tin cung cấp tới báo giới và công chúng là thông tin mang tính chính xác, rõ ràng, được kiểm chứng, dẫn nguồn. | Thông tin cung cấp tới báo giới và công chúng là thông tin mang tính chính xác, rõ ràng, không gây hiểu nhầm.           | Thông tin cung cấp tới báo giới và công chúng là thông tin có độ tin cậy.                                                                | Thông tin cung cấp tới báo giới và công chúng là thông tin ít có độ tin cậy.                                                                              |
| Thể hiện trách nhiệm với cộng đồng về việc cung cấp thông tin hay sản xuất tin bài PR dưới dạng thông tin truyền thông. | 10% | Thể hiện trách nhiệm cao với cộng đồng về việc cung cấp thông tin hay sản xuất tin bài PR dưới dạng thông tin truyền thông.  | Thể hiện trách nhiệm với cộng đồng về việc cung cấp thông tin hay sản xuất tin bài PR dưới dạng thông tin truyền thông. | Thể hiện trách nhiệm với cộng đồng về việc cung cấp thông tin hay sản xuất tin bài PR dưới dạng thông tin truyền thông nhưng chưa rõ nét | Chưa thể hiện được trách nhiệm với cộng đồng về việc cung cấp thông tin hay sản xuất tin bài PR dưới dạng thông tin truyền thông đến đối tượng tiếp nhận. |

TP. Hồ Chí Minh, ngày 13. tháng 3 năm 2025

Người duyệt đề

Giảng viên ra đề



ThS. Lê Hải Yến

ThS. Phạm Thị Huệ