

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 2, năm học 2024-2025

I. Thông tin chung

Tên học phần:	Copywriting		
Mã học phần:	DPR0241	Số tin chỉ:	02
Mã nhóm lớp học phần:	242_ DPR0241_XX		
Hình thức thi: Bài tập lớn (Hình thức nộp bài: Tiểu luận)	Thời gian làm bài:	10	Phút/ ngày
☐ Cá nhân	☒ Nhóm		
Quy cách đặt tên file	Mã SV_Ho va ten SV_.....		

III. Nội dung đề bài

1. Đề bài

Thể hiện ý tưởng quảng cáo cho sản phẩm/ dịch vụ của một thương hiệu cụ thể (trên thị trường Việt Nam). Trên cơ sở các ý tưởng này, viết 01 nội dung quảng cáo hoàn chỉnh trên một kênh online tự chọn (Website/ Facebook).

2. Hướng dẫn thể thức trình bày đề bài

2.1. Yêu cầu chung:

- 1) Sinh viên thực hiện bài thi theo nhóm;
- 2) Phần thông tin bắt buộc: Tên chủ đề được chọn, tên Trường, Khoa, tên nhóm thực hiện (mã lớp_tên nhóm_tên môn học), tháng năm thực hiện, danh sách nhóm. Có bảng ghi rõ nhiệm vụ của từng cá nhân trong nhóm và chấm trọng số (*đính kèm cuối bài*).
- 3) Yêu cầu về nội dung:
 - Thông tin về thương hiệu, đối tượng công chúng mục tiêu, sản phẩm: ngắn gọn, cụ thể, có cơ sở khoa học
 - Ý tưởng sáng tạo: nêu cụ thể ý tưởng quảng cáo (big idea, concept, key message, slogan, story-telling, executions) trên các kênh truyền thông (SV tự chọn)
 - Nội dung 01 bài viết quảng cáo hoàn chỉnh trên kênh online (Website/ Facebook), khuyến khích có thiết kế Poster/ Marketing Picture/ Thumbnail TVC... minh họa.
 - Danh mục tài liệu tham khảo

Lưu ý:

- Bài làm có trích nguồn cho nội dung và hình ảnh rõ ràng, tỉ lệ sao chép dưới 15% (bài có tỉ lệ sao chép của các nguồn khác từ 15% trở lên sẽ không chấm = 0 điểm).
- Nộp bài đúng deadline, (nộp trễ 3 ngày = 0 điểm).

2.2. Yêu cầu về format:

- Font: Times New Roman; Size: 13; Giãn dòng: 1.5
- Có bảng ghi rõ nhiệm vụ của từng cá nhân trong nhóm và chấm trọng số (*đính kèm cuối bài*).
- Cách thức nộp bài: upload file bài làm (pdf) lên trang CTE đúng ngày thi.

Ghi chú: Đề thi được Giảng viên công bố cho sinh viên vào buổi học cuối, giải thích yêu cầu cụ thể cho sinh viên (nếu cần)

3. Rubric và thang điểm

Tiêu chí đánh giá	Trọng số	Mô tả mức chất lượng				Điểm	Đóng góp cho CLO
		Tốt	Khá	Trung Bình	Yếu		
		10-8.5	8.4-7	6.9-5	4.9-0		
Hình thức/Bố cục	10%	Trình bày đầy đủ, rõ ràng, logic, không có lỗi chính tả, có hình ảnh, bảng biểu, sơ đồ rõ ràng	Chỉ đáp ứng 70-80% yêu cầu	Chỉ đáp ứng 50-70% yêu cầu	Trình bày lủng củng, nhiều lỗi chính tả, không logic...	1	CLO 1
Tài liệu tham khảo	10%	Có đề mục rõ ràng, trích dẫn nguồn đầy đủ, trích dẫn theo format APA trong bài và danh mục tài liệu tham khảo			Không thực hiện danh mục, tư liệu không có căn cứ xác định		
Nghiên cứu thương hiệu và sản phẩm	20%	Có tìm hiểu thông tin sản phẩm đầy đủ: lịch sử thương hiệu, tagline, thông tin sản phẩm (USP, thông điệp...)	Có tìm hiểu thông tin, nhưng kết quả chỉ đáp ứng 70-80% yêu cầu	Thông tin sơ sài, không đáp ứng các tiêu chí đề ra	Không tìm hiểu thông tin thương hiệu và sản phẩm	2	CLO 2
Đề xuất ý tưởng	20%	Đề xuất ý tưởng (Big Idea, Thông điệp) ấn tượng, độc đáo, ý nghĩa; cùng với các	Đề xuất ý tưởng tương đối tốt; phương	Có đề xuất ý tưởng và phương án thực thi nhưng chất	Chưa đề xuất được ý tưởng và phương án thực thi phù hợp	2	CLO 4

		phương án thực thi (executions) cụ thể, đa dạng, thú vị	án thực thi cụ thể, khả thi nhưng chưa quá đa dạng và độc đáo	lượng còn sơ sài, chưa thật sự sáng tạo, hấp dẫn			
Sản phẩm copywriting	40%	Thông điệp chất lượng, rõ ràng, ý tưởng sáng tạo, độc đáo, ấn tượng, thuyết phục	Đáp ứng 70-80% yêu cầu	Đáp ứng 50-70% yêu cầu	Đáp ứng dưới 50% yêu cầu	4	CLO 3

Người duyệt đề

ThS. Lê Hải Yến

TP. Hồ Chí Minh, ngày 15 tháng 03 năm 2025

Giảng viên ra đề

ThS. Quách Thuyền Nhã Uyên