

TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN LANG
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:	Cơ sở văn hóa Việt Nam		
Mã học phần:	71CULT20222	Số tín chỉ:	2
Mã nhóm lớp học phần:	242_71CULT20222		
Hình thức thi:	Tiểu luận không thuyết trình	Thời gian làm bài:	10 Ngày
☐ Cá nhân	☒ Nhóm		
Quy cách đặt tên file	Mã lớp_Tên nhóm SV (VD: 242_71CULT20222_15_Nhóm 1)		

III. Nội dung đề bài

1. Đề bài

Anh/chị hãy chọn một trong những giá trị văn hoá cụ thể (từ vật chất hoặc tinh thần) của Việt Nam để phân tích và đề xuất ý tưởng thiết kế thông điệp cho thương hiệu, doanh nghiệp, tổ chức trong một chiến dịch truyền thông giả định có ý nghĩa văn hóa và sức lan tỏa đến cộng đồng.

a. Phân tích ý nghĩa của việc sử dụng giá trị văn hóa đó trong sản phẩm truyền thông của thương hiệu, doanh nghiệp, tổ chức.

b. Đề xuất ý tưởng thiết kế thông điệp cho thương hiệu, doanh nghiệp, tổ chức trong một chiến dịch truyền thông giả định có ý nghĩa văn hóa và sức lan tỏa đến cộng đồng.

2. Hướng dẫn thể thức trình bày đề bài

2.1. Yêu cầu chung

- ❖ Thực hiện theo nhóm (7-10 người).
- ❖ Hình thức trình bày dưới dạng ấn phẩm catalogue: có kết cấu ba phần (giới thiệu, nội dung, kết luận) rõ ràng, độ dài từ 20-25 trang, đánh số trang.
- ❖ Nội dung:
 - 1). Xác định đúng các nội dung về vai trò ý nghĩa của văn hóa trong trong đời sống, dân tộc, trong sản phẩm truyền thông hoặc hoạt động quan hệ công chúng.
 - 2). Phân tích và chứng minh luận điểm rõ ràng, có dẫn chứng:
 - (1) Phân tích được biểu hiện của các giá trị văn hóa.

(2) Đánh giá góc nhìn của truyền thông trên các phương tiện truyền thông đại chúng và mạng xã hội về giá trị văn hóa đó.

3). Đề xuất giải pháp hoặc mở rộng luận điểm, liên hệ thực tế việc giữ gìn và phát huy giá trị, bản sắc của văn hóa.

4). Lựa chọn giá trị văn hoá phù hợp với đối tượng tổ chức, doanh nghiệp.

5). Ý tưởng được phác thảo cụ thể, có khả năng hiện thực hoá.

6). Hình thức trình bày tiểu luận đúng form mẫu: Thiết kế trang bìa, ghi rõ tên trường, khoa; tên môn; tên lớp; tên nhóm; tên chủ đề, tháng năm thực hiện. Ngôn ngữ trình bày: ngắn gọn, súc tích, dễ hiểu, không sử dụng từ ngữ mập mờ, tiếng lóng, ngôn ngữ giao tiếp sinh hoạt.

7). Bài làm có góc nhìn mới mẻ, sáng tạo về giá trị văn hóa và hình thức truyền thông.

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 từ các nguồn khác từ 15% trở lên sẽ không chấm = 0 điểm. Bài làm vi phạm bản quyền, có tranh chấp = 0 điểm).

❖ Nộp bài đúng deadline, (nộp trễ = 0 điểm).

2.2. Yêu cầu về Format Tiểu luận

Catalogue: sử dụng font các chữ không chân (Helvetica, Montserrat, Moon, UTM-Avo...). Size: 12-14. Dẫn hàng: Multiple 1.3-1.5.

- Tên file: **Mã lớp_Tên nhóm SV** (VD: 242_71CULT20222_15_Nhóm 1)
- Kèm bảng phân công nhiệm vụ: ghi rõ nhiệm vụ của từng cá nhân và chấm trọng số thành viên (*đính kèm cuối bài*).
- Cách thức nộp bài: upload file bài làm (pdf) lên trang CTE, không nhận file dưới dạng đường link.

3. Rubric và thang điểm

CÁC TIÊU CHÍ ĐÁNH GIÁ CỦA RUBRIC	TRỌNG SỐ CỦA MỖI TIÊU CHÍ	PHÂN LOẠI			
		Tốt	Khá	Trung bình	Kém
		(8,0đ-10,0đ)	(7,0-7,9đ)	(5,0đ-6,9đ)	(dưới 5,0đ)
1. Xác định đúng các nội dung về vai trò ý nghĩa của văn hóa trong SPTT hoặc hoạt động QHCC. (CLO1)	20%	Áp dụng lý thuyết chính xác, có cơ sở.	Áp dụng lý thuyết tương đối chính xác, có cơ sở.	Áp dụng lý thuyết tương đối chính xác, thiếu có cơ sở.	Áp dụng lý thuyết không chính xác, không có cơ sở.
2. Phân tích và chứng minh luận điểm rõ ràng, có dẫn chứng. (CLO1)	20%	Phân tích và chứng minh rõ ràng	Phân tích và chứng minh khá rõ ràng	Phân tích và chứng minh tương đối rõ ràng	Phân tích và chứng minh không rõ ràng

3. Đánh giá giải pháp hoặc mở rộng luận điểm, liên hệ thực tế chính xác. (CLO2)	10%	Nội dung liên hệ thực tế, nâng cao hữu ích	Có liên hệ thực tế, mở rộng nội dung nghiên cứu nhưng chưa làm rõ vấn đề được đề cập.	Có liên hệ thực tế nhưng chưa sát thực	Nội dung liên hệ không khớp/ Không liên hệ thực tế
4. Lựa chọn giá trị văn hoá phù hợp với đối tượng tổ chức, doanh nghiệp. (CLO2)	20%	Lựa chọn giá trị phù hợp, đúng thực trạng xu hướng, thị hiếu của đối tượng	Lựa chọn giá trị phù hợp, nhưng chưa cập nhật xu hướng	Lựa chọn giá trị tương đối phù hợp, tính chưa cập nhật xu hướng chưa cao	Lựa chọn giá trị không phù hợp, không cập nhật xu hướng
5. Ý tưởng được phác thảo cụ thể, có khả năng hiện thực hoá. (CLO2)	10%	Ý tưởng đề xuất có khả năng hiện thực hoá cao.	Ý tưởng đề xuất có khả năng hiện thực hoá.	Ý tưởng đề xuất khó thực hiện.	Ý tưởng đề xuất không có khả năng thực hiện được.
6. Hình thức trình bày báo cáo, tiểu luận. (CLO5)	10%	Đúng format, trình bày đẹp, logic, khoa học, không sai lỗi chính tả	Đúng format, trình bày khoa học, không sai lỗi chính tả	Trình bày đẹp, nhưng chưa đúng format và sai một số lỗi chính tả	Chưa đúng format, trình bày thiếu logic, không khoa học, sai chính tả
7. Mức độ đóng góp về nội dung mới (CLO5)	10%	Bài làm có chú thích nguồn tham khảo rõ ràng, chính xác. Tỷ lệ đạo văn dưới 5%.	Bài làm có chú thích nguồn tham khảo rõ ràng. Tỷ lệ đạo văn dưới 10%.	Bài làm có chú thích nguồn tham khảo tương đối rõ ràng. Tỷ lệ đạo văn dưới 15%.	Bài làm không chú thích nguồn tham khảo. Tỷ lệ đạo văn trên 15%.
TỔNG	100%				

TP. Hồ Chí Minh, ngày 07 tháng 03 năm 2025

NGƯỜI DUYỆT ĐỀ

ThS. Lê Hải Yến**GIẢNG VIÊN RA ĐỀ**

ThS. Trần Thị Quỳnh Lưu