

TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN LANG
ĐƠN VỊ:

ĐỀ THI/ĐỀ BÀI, RUBRIC VÀ THANG ĐIỂM
THI KẾT THÚC HỌC PHẦN
Học kỳ 2, năm học 2023-2024

I. Thông tin chung

Tên học phần:	Truyền thông số		
Mã học phần:	71APPR40642	Số tín chỉ:	2
Mã nhóm lớp học phần:	243_71APPR40642_01		
Hình thức thi: Bài Tập Lớn	Thời gian làm bài:	30	ngày
☐ Cá nhân	☒ Nhóm		
<i>Quy cách đặt tên file</i>	<i>Tên nhóm_Truyền thông số</i>		

III. Nội dung đề bài

1. Đề bài: DỰ ÁN TRUYỀN THÔNG SỐ CHO THƯƠNG HIỆU TOÀN CẦU CÓ MẶT TẠI VIỆT NAM (THEO MÔ HÌNH P.E.S.O)

Yêu cầu cụ thể:

- Phân tích thương hiệu và vấn đề truyền thông
 - Giới thiệu thương hiệu, ngành hàng và hoạt động tại Việt Nam
 - Nêu rõ bối cảnh truyền thông (cơ hội/thách thức)
 - Xác định mục tiêu truyền thông (dạng SMART)
 - Phân tích đối tượng mục tiêu và hành vi digital của họ
- Xây dựng kế hoạch truyền thông số (chọn 2 trong 4 yếu tố của P.E.S.O):
 - Lý do chọn 2 yếu tố đó
 - Kênh truyền thông, định dạng nội dung, thời điểm triển khai
 - Mối liên kết giữa 2 yếu tố để tăng hiệu quả chiến dịch
 - Dự kiến KPIs đo lường cho từng yếu tố
- Sản xuất ít nhất 2 sản phẩm truyền thông số (bắt buộc):
 - Mỗi sản phẩm đại diện cho 1 yếu tố trong 2 yếu tố P.E.S.O đã chọn
 - Có thể là:
 - Owned: bài blog, infographic, email newsletter
 - Shared: bài đăng social media, video TikTok, carousel post
 - Paid: banner ad, video ad, sponsored content
 - Earned: social media PR post, nội dung influencer review

Sản phẩm phải thể hiện đúng insight, thương hiệu, thông điệp và phù hợp với mục tiêu đã chọn.

Yêu cầu nộp bài:

- Báo cáo nhóm: PDF, tối đa 15 trang (không tính phụ lục)

- Sản phẩm truyền thông: Gửi kèm file hoặc linkDrive
- Slide trình bày: Không giới hạn số lượng slides hỗ trợ thuyết trình nhưng cần đảm bảo hoàn thành trong 15 phút.
- Thuyết trình tuần cuối:
 - + 15 phút trình bày + 5 phút phản biện
 - + Tối thiểu 2 thành viên/nhóm trình bày
 - + Nộp đánh giá chéo giữa các thành viên trong nhóm.

Người duyệt đề



Lê Thị Gấm

Giảng viên ra đề



Lê Anh Tuấn