

I. Thông tin chung

Học phần: Hoạch định chiến lược PR Số tín chỉ: 3

Mã học phần: 72PLPR40083

Mã nhóm lớp học phần: 231_72PLPR40083_01

Thời gian làm bài: 20 phút/ nhóm

Hình thức thi: Bài tập lớn (có thuyết trình)

SV được tham khảo tài liệu:

Có

Không

Giảng viên nộp đề thi, đáp án

Lần 1

Lần 2

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)
CLO 1	Evaluate thoroughly PR and Communications idea and activities for strategic planning PR campaigns.	Group Assignment	15		1.5	PI 2.2
CLO 2	Apply knowledge of PR and Communications to effectively design Corporate Communication plans and activities.	Group Assignment	20		2	PI 3.2
CLO 3	Apply critical thinking in identifying problem and analysing situation to plan, administer, and implement public relations campaigns.	Group Assignment	20		2	PI 5.2
CLO 4	Implement comprehensive research on target audience and stakeholders to coordinating, evaluating, and improving PR and business activities.	Group Assignment	35		3.5	PI 8.1
CLO 5	Demonstrate the sense of compliance with the law in strategic planning of PR activities	Group Assignment	10		1	PI 9.1

I. Thông tin chung

Học phần: Hoạch định chiến lược PR	Số tín chỉ: 3
Mã học phần: 72PLPR40083	Mã nhóm lớp học phần: 231_72PLPR40083_01
Thời gian làm bài: 20 phút/ nhóm	Hình thức thi: Bài tập lớn (có thuyết trình)
SV được tham khảo tài liệu:	Có <input checked="" type="checkbox"/> Không <input type="checkbox"/>
Giảng viên nộp đề thi, đáp án	Lần 1 <input checked="" type="checkbox"/> Lần 2 <input type="checkbox"/>

II. Nội dung đề bài

Đề bài: Mỗi nhóm sẽ áp dụng những kiến thức đã học, hoạch định một chiến lược PR cho một doanh nghiệp tầm trung hoặc lớn (corporate PR-brand) mà giảng viên chọn (case study thực tế).

- Sinh viên thuyết trình theo nhóm, sau đó nộp bài tiểu luận
- Kế hoạch ý tưởng hoàn toàn mới, không đạo văn, không sao chép

Hướng dẫn sinh viên trình bày:

1. Lời nói đầu
2. Giới thiệu tổng quan về tổ chức
3. Phân tích bối cảnh
Các nghiên cứu tiến hành: PEST, SWOT
Vấn đề/Cơ hội mà tổ chức đối mặt từ góc độ PR/truyền Thông
4. Xác định mục tiêu: Chương trình PR dự kiến đạt được gì?
5. Xác định công chúng mục tiêu
6. Xác định thông điệp
7. Lập khung chiến lược để đạt được mục đích/mục tiêu PR đề ra
8. Xây dựng chiến thuật: Các hoạt động PR chính yếu để triển khai chiến lược
9. Lịch trình (Timeline): Các hoạt động thời gian, nhân sự
9. Ngân sách
10. Đánh giá: Đo lường kết quả có đạt được mục tiêu hay không?

TP. Hồ Chí Minh, ngày 15 tháng 11 năm 2023.

NGƯỜI DUYỆT ĐỀ

GIẢNG VIÊN RA ĐỀ


TS. Lý Lê Tường Minh


ThS. Vũ Thanh Hà

Tiêu chí chấm điểm và thang điểm (Rubric):

Tiêu chí	Trọng số (%)	Tốt Từ 8 – 10 đ	Khá Từ 6 – dưới 8 đ	Trung bình Từ 4 – dưới 6 đ	Yếu dưới 4 đ
Cấu trúc bài	10	Cấu trúc bài rất hợp lý	Cấu trúc bài khá hợp lý	Cấu trúc bài tương đối hợp lý	Cấu trúc bài chưa hợp lý
Tính trực quan	10	Trình bày rõ ràng, sạch đẹp	Trình bày khá rõ ràng, sạch đẹp	Trình bày tương đối rõ ràng, sạch đẹp	Trình bày không rõ ràng, sạch đẹp
Nội dung	40	Chính xác, khoa học	Khá chính xác, khoa học, còn vài sai sót nhỏ	Tương đối chính xác, khoa học, còn một số sai sót	Thiếu chính xác, khoa học, nhiều sai sót quan trọng
Quan điểm cá nhân	30	Thể hiện rõ quan điểm cá nhân và sự sáng tạo	Thể hiện khá rõ quan điểm cá nhân và sự sáng tạo	Thể hiện tương đối rõ quan điểm cá nhân, không sáng tạo	Không thể hiện được quan điểm cá nhân, không sáng tạo
Thời gian nộp báo cáo	10	Đúng hạn	Trễ 1 ngày	Trễ 2 ngày	Trễ 3 ngày