

mức đạt PLO/PI

(Phần dành cho giảng viên khi thiết kế đề thi và các cán bộ quản lý đào tạo)

TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN LANG
KHOA THƯƠNG MẠI

ĐỀ THI KẾT THÚC HỌC PHẦN
Học kỳ 231, Năm học 2023 - 2024

I. Thông tin chung

Học phần: Truyền Thông Marketing Số tín chỉ: 3
Tích Hợp

Mã học phần: 71MRKT40123

Mã nhóm lớp học phần: 231_71MRKT40123_01-15

Thời gian làm bài: **7 ngày**

Hình thức thi: Dự Án 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)
CLO1	Trình bày được và phân tích một số chiến dịch Truyền Thông Marketing Tích Hợp	Báo cáo, thuyết trình	20%	1	2,5	R - PI3.3
CLO2	Liệt kê các giai đoạn truyền thông, các công cụ Marketing được sử dụng trong Truyền Thông Marketing Tích Hợp	Báo cáo, thuyết trình	20%	1	2,5	R - PI3.3
CLO3	Đề xuất ý tưởng lớn và thiết lập một kế hoạch Truyền Thông Marketing Tích Hợp	Báo cáo, thuyết trình	20%	1	2,5	R - PI3.3
CLO6	Lập kế hoạch làm việc và tuân thủ thời hạn của các công việc	Báo cáo, thuyết trình	20%	1	2,5	I - PI10.1
CLO7	Thể hiện tinh thần tự giác, tự chủ, tôn trọng, và tham gia đóng góp trong việc học	Báo cáo, thuyết trình	20%	1	2,5	I - PI10.1

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) Nêu 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.

(Phần công bố cho sinh viên)

I. Thông tin chung

Học phần: Truyền Thông Marketing Tích Hợp	Số tín chỉ: 3
Mã học phần: 71MRKT40123	Mã nhóm lớp học phần: 231_71MRKT40123_01-15
Thời gian làm bài: 7 ngày	Hình thức thi: Dự Án 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 câu hỏi thi

Nhóm sinh viên chọn một doanh nghiệp và đề xuất chiến lược Truyền Thông Marketing Tích Hợp cho doanh nghiệp đó.

Hướng dẫn sinh viên trình bày:

- Bài báo cáo có độ dài không quá 30 trang A4 (dọc/ ngang) không bao gồm bìa và phụ lục. Trang bìa phải có tên nhóm, mã học phần, tên GVHD, và họ tên thành viên được sắp xếp theo thứ tự chữ cái ABC, mã sinh viên, tên chiến dịch
- Cách đặt tên file: IMC_Mã Học Phần_Tên Nhóm (Ví dụ: IMC-231_71MRKT40123_01-Nhóm ABC)**
- Bài làm của nhóm sinh viên cần có những phần sau đây:
 - + Trang bìa
 - + Mục lục
 - + Phần giới thiệu tổng quan về doanh nghiệp và sản phẩm chiến lược
 - + Phần phân tích môi trường/ tình huống hiện tại của doanh nghiệp
 - + Phần mô tả khách hàng/ khán giả mục tiêu của chiến dịch
 - + Phần minh chứng nghiên cứu insights của khách hàng/ khán giả mục tiêu
 - + Phần kết luận insights của khách hàng/ khán giả mục tiêu
 - + Phần khẳng định ý tưởng lớn và thông điệp truyền thông chính
 - + Phần xác định mục đích, mục tiêu chiến dịch
 - + Phần nội dung tổng quan về chiến dịch: các giai đoạn, tổng ngân sách, thời gian, không gian thực hiện
 - + Phần nội dung về các giai đoạn của chiến dịch
 - + Phần kết luận và đề xuất phương pháp đánh giá chiến dịch

Tiêu chí chấm điểm và thang điểm (Rubric):

Tiêu chí	Trọng số (%)	Tốt 100%	Khá 75%	Trung bình 50%	Kém 0%
----------	--------------	----------	---------	----------------	--------

Nội dung	10	Thể hiện đầy đủ hoặc tốt hơn theo yêu cầu và hướng dẫn của giảng viên	Thể hiện tương đối đầy đủ theo yêu cầu và hướng dẫn của giảng viên	Chưa tuân theo yêu cầu và hướng dẫn của giảng viên. Có nhiều thiếu sót	Bài có quá nhiều sai phạm hoặc không thực hiện bài
	10	Nêu ra được mục đích và một số mục tiêu của chiến dịch dựa vào phân tích tình huống doanh nghiệp ở bài tập trước. Giải thích được khoảng thời gian và không gian hợp lý cho chiến dịch	Nêu ra được mục đích và một số mục tiêu của chiến dịch dựa vào phân tích tình huống doanh nghiệp ở bài tập trước tuy có vài sai sót nhỏ. Giải thích được khoảng thời gian và không gian hợp lý cho chiến dịch	Nêu một số mục đích và mục tiêu của chiến dịch với nhiều điểm bất hợp lý. Không giải thích được khoảng thời gian và không gian hợp lý cho chiến dịch	Thiếu phần xác định mục đích và mục tiêu của chiến dịch. Không giải thích được khoảng thời gian và không gian hợp lý cho chiến dịch
	30	Trình bày được các giai đoạn của chiến dịch với dòng thời gian ở từng giai đoạn và kèm theo trình bày. Ý tưởng hoạt động, công cụ sử dụng ở các giai đoạn đúng với bản chất của giai đoạn và có sự liên kết chặt chẽ với nhau	Trình bày được các giai đoạn của chiến dịch với dòng thời gian ở từng giai đoạn và kèm theo trình bày về ý tưởng hoạt động, công cụ sử dụng ở các giai đoạn. Tuy nhiên có một số hoạt động, công cụ còn thiếu liên kết hoặc không phù hợp ở giai đoạn	Trình bày được các giai đoạn của chiến dịch kèm theo trình bày về ý tưởng hoạt động ở các giai đoạn. Tuy nhiên các hoạt động, công cụ còn thiếu liên kết hoặc không phù hợp ở các giai đoạn. Dòng thời gian chưa hợp lý hoặc thiếu sót	Không thể trình bày được các giai đoạn, hoạt động, công cụ ở các giai đoạn qua loa, đối phó, không thể hiện được sự đầu tư suy nghĩ phân tích của nhóm. Dòng thời gian chưa hợp lý hoặc thiếu sót
Ngân sách và đánh giá	10	Trình bày được ngân sách cho tổng chiến dịch và phân bổ cho từng giai đoạn một cách thuyết phục, logic. Đề xuất được KPI hợp lý	Lập ngân sách cho tổng chiến dịch và phân bổ cho từng giai đoạn tương đối tốt nhưng có vài chỗ còn sai sót. Đề xuất được KPI hợp lý	Lập ngân sách cho tổng chiến dịch và phân bổ cho từng giai đoạn một cách sơ sài và thiếu tính toán. KPI đặt ra thiếu hợp lý	Thiếu phần tính toán ngân sách cho toàn dự án và từng giai đoạn

Cấu trúc bài	10	Cấu trúc bài và slide rất hợp lý. Hầu như không có các lỗi sai trong slide	Cấu trúc bài và slide khá hợp lý. Có đôi chỗ còn chưa phù hợp	Cấu trúc bài và slide tương đối hợp lý. Có nhiều chỗ trình bày minh họa chưa phù hợp	Cấu trúc bài lộn xộn, khó hiểu, sơ sài, thiếu kiểm tra lại với rất nhiều lỗi sai
Tính trực quan	10	Rất trực quan và thẩm mỹ. Sử dụng hình ảnh minh họa phù hợp	Khá trực quan và thẩm mỹ. Một số ít hình ảnh minh họa chưa phù hợp	Tương đối trực quan và thẩm mỹ. Nhiều hình ảnh minh họa chưa phù hợp	Ít/Không trực quan và thẩm mỹ. Hình ảnh và nội dung sử dụng tùy tiện, khó hiểu
Kỹ năng trình bày	20	Dẫn dắt vấn đề và lập luận lôi cuốn, thuyết phục. Tương tác tốt với người nghe	Trình bày rõ ràng nhưng chưa lôi cuốn, lập luận và dẫn chứng khá thuyết phục. Tương tác với người nghe khá tốt. Đôi khi còn đọc slide/ đọc note	Khó theo dõi nhưng vẫn có thể hiểu được các nội dung quan trọng. Có tương tác với người nghe nhưng chưa tốt. Khá phụ thuộc vào đọc slide/ đọc note	Trình bày không rõ ràng, người nghe không thể hiểu được các nội dung quan trọng. Hoàn toàn đọc từ slide/ note. Thể hiện sự thiếu chuẩn bị

TP. Hồ Chí Minh, ngày 19 tháng 11 năm 2023

NGƯỜI DUYỆT ĐỀ

GIẢNG VIÊN RA ĐỀ

Th.S Nguyễn Văn Tâm


Th.S Nguyễn Hoàng Khôi