

KTRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN LANG
 ĐƠN VỊ: KHOA QHCC-TT

ĐỀ THI/ĐỀ BÀI, RUBRIC VÀ THANG ĐIỂM
THI KẾT THÚC HỌC PHẦN
Học kỳ 1, năm học 2023-2024

I. Thông tin chung

Tên học phần:	Nhập môn truyền thông		
Mã học phần:	71INMC30273	Số tín chỉ:	03
Mã nhóm lớp học phần:	231_71INMC30273		
Hình thức thi: Tiểu luận	Thời gian làm bài:	10	ngày
<input type="checkbox"/> Cá nhân	<input checked="" type="checkbox"/> Nhóm		
<i>Quy cách đặt tên file</i>	<i>Mã SV_Ho và ten SV_.....</i>		

1. Format đề thi

- Font: Times New Roman
- Size: 13
- Quy ước đặt tên file đề thi/đề bài:
- + **Mã học phần**_Tên học phần_Mã nhóm học phần_TIEUL_De 1

2. Giao nhận đề thi

Sau khi kiểm duyệt đề thi, đáp án/rubric. **Trưởng Khoa/Bộ môn** gửi đề thi, đáp án/rubric về Trung tâm Khảo thí qua email: khaothivanlang@gmail.com bao gồm file word và file pdf (*nén lại và đặt mật khẩu file nén*) và nhắn tin + họ tên người gửi qua số điện thoại **0918.01.03.09** (Phan Nhật Linh).

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	Đánh giá các mô hình, cơ chế và phương thức tác động phổ biến của truyền thông đối với cá nhân, tổ chức và xã hội.	Tiểu luận	15	1	1,5	PI2.1
CLO2	Đánh giá mối quan hệ tác động giữa các thành tố tham gia vào quá trình truyền thông.	Tiểu luận	15	2	1,5	PI2.2
CLO3	Ra quyết định lựa chọn mô hình phù hợp với đặc điểm và bối cảnh của quá trình truyền thông.	Tiểu luận	20	3	2,0	PI3.2
CLO4	Phối hợp làm việc nhóm nhằm tạo ra các sản phẩm truyền thông phù hợp với doanh nghiệp và xã hội	Tiểu luận	20	6	2,0	PI4.5
CLO5	Thể hiện ý thức tôn trọng và giữ gìn các chuẩn mực đạo đức, nguyên tắc của người làm nghề truyền thông đối với cộng đồng, xã hội	Tiểu luận	30	4, 5	3,0	PI9.2

III. Nội dung đề bài

1. Đề bài

Bằng những kiến thức đã học và qua liên hệ thực tế, nhóm hãy lựa chọn và tiến hành nghiên cứu một trong 02 chủ đề được gợi ý dưới đây. Sau đó, thực hiện chủ đề được chọn theo thể thức trình bày dưới dạng tiểu luận/ tập san/ tạp chí.

1. Các lý thuyết truyền thông đại chúng

- *Agenda Setting*
- *Priming Effects*
- *Framing*
- *Cultivation*
- *Diffusion of Innovations*
- *Symbolic Interaction*
- *Spiral of Silence*
- *Media Richness*
- *Dependency*
- *Uses and Gratifications*

2. Lập kế hoạch truyền thông trong quý đầu năm 2024 cho một Khoa/Phòng/Ban/CLB tại trường Đại học Văn Lang

2. Hướng dẫn thể thức trình bày đề bài

2.1. NỘI DUNG (GỢI Ý)

- MỞ ĐẦU

Dàn ý

Giới thiệu về chủ đề

Lý do chọn chủ đề

- NỘI DUNG CHÍNH

Bối cảnh hình thành

Mô tả ngắn gọn nội dung

Các mô hình hoặc công cụ với các thành tố tham gia vào quá trình truyền thông mà Nhóm sử dụng.

Phương pháp đo lường

- KẾT LUẬN

Tóm tắt lại ý chính.

Gợi mở, gợi ý cho người nghe về những gì họ có thể liên kết.

Cảm nhận, cảm xúc riêng của Nhóm khi thực hiện chủ đề này?

Nguồn tham khảo

2.2. THỂ THỨC (GỢI Ý)

Thiết kế màu sắc hài hoà, font chữ rõ ràng, độ tương phản phù hợp.

Lựa chọn themes/template đồng bộ, thống nhất, phù hợp với chủ đề của Nhóm.

Đề cao việc sử dụng các minh họa dữ liệu mang tính trực quan và khoa học (Table, Chart, Timeline, Infographic...)

Tối ưu hóa trải nghiệm của người đọc (reader experience) bằng cách nhấn mạnh những từ khoá chính yếu trong đoạn văn theo dòng chảy tự nhiên của người đọc (reading flow)

Tối đa là 30 trang (các chương chính, không tính Mục lục, Bìa...).

Có số thứ tự trang.

Đọc và kiểm tra chính tả cẩn thận trước khi nộp bài.

Cách thức dẫn nguồn, ghi nhận tài liệu tham khảo: Style APA.

2. Rubric và thang điểm

STT	Tiêu chí	Trọng số (%)	Tốt 100%	Khá 75%	Trung bình 50%	Kém <50%
1	Phân loại đúng các mô hình, cơ chế truyền thông tiêu biểu.	15%	Phân loại chính xác, đầy đủ các mô hình, lý thuyết, cơ chế truyền thông tiêu biểu.	Phân loại chính xác 75% các mô hình, lý thuyết, cơ chế truyền thông tiêu biểu.	Phân loại chính xác 50% các mô hình, lý thuyết, cơ chế truyền thông tiêu biểu.	Phân loại chính xác dưới 50% các mô hình, lý thuyết, cơ chế truyền thông tiêu biểu.
2	Phân tích hợp lý mối quan hệ giữa các thành tố tham gia vào quá trình truyền thông	15%	Phân tích hợp lý, chính xác, đầy đủ và có cơ sở, dẫn chứng minh họa.	Phân tích hợp lý, chính xác 75% và có cơ sở, dẫn chứng minh họa.	Phân tích hợp lý, chính xác 50% và có cơ sở, dẫn chứng minh họa.	Phân tích hợp lý, chính xác dưới 50% và có cơ sở, dẫn chứng minh họa.
3	Ra quyết định lựa chọn mô hình phù hợp cho kế hoạch truyền thông cụ thể	20%	Ra quyết định lựa chọn chính xác, lý giải phù hợp với đánh giá	Ra quyết định lựa chọn chính xác, lý giải khá phù hợp với đánh giá	Ra quyết định lựa chọn chính xác lý giải chưa phù hợp, còn sai sót nhỏ	Ra quyết định không chính xác, lý giải không phù hợp
4	Thể hiện ý thức tôn trọng sự thật	15%	Thu thập thông tin	Thu thập còn chính xác 75%	Thu thập chính xác 50% các	Thu thập thông tin

			chính xác, đầy đủ	các thông tin, còn một số sai sót nhỏ	thông tin, vẫn còn nhiều sai sót	chính xác dưới 50%
5	Thu thập đúng và đủ thông tin về quá trình truyền thông của tổ chức	15%	Thu thập thông tin chính xác, đầy đủ	Thu thập còn chính xác 75% các thông tin, còn một số sai sót nhỏ	Thu thập chính xác 50% các thông tin, vẫn còn nhiều sai sót	Thu thập thông tin chính xác dưới 50%
6	Giao tiếp tốt với nhóm khi thực hiện nhiệm vụ được giao	20%	Dựa vào rubric đánh giá cá nhân trong làm việc nhóm			

Người duyệt đề

Nguyễn Văn Thấu

TP. Hồ Chí Minh, ngày 07 tháng 11 năm 2023

Giảng viên ra đề

ThS. Lê Thị Thảo Trang