

TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN LANG
 ĐƠN VỊ: Khoa QHCC-TT

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:	Phương pháp sáng tạo		
Mã học phần:	71CRTI40452	Số tín chỉ:	2
Mã nhóm lớp học phần:	232_71CRTI40452		
Hình thức thi: Bài tập lớn	Thời gian làm bài:	7	ngày
<input type="checkbox"/> Cá nhân	<input checked="" type="checkbox"/> Nhóm		
<i>Quy cách đặt tên file</i>	<i>Mã lớp HP_Mã nhóm_Bài thi cuối kỳ</i>		

II. Các yêu cầu của đề thi nhằm đáp ứng CLO

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 2	Thiết kế các sản phẩm truyền thông mang tính sáng tạo phục vụ cho dự án truyền thông đa phương tiện;	Đồ án	40%	1	40	PI3.3
CLO 3	Vận dụng tư duy thiết kế để giải quyết các vấn đề gặp phải trong quá trình phát triển dự án truyền thông đa phương tiện;	Đồ án	30%	1	30	PI5.2
CLO 4	Vận dụng tư duy sáng tạo cho các dự án truyền thông đa phương tiện;	Đồ án	20%	1	20	PI5.3
CLO 5	Xác định được lĩnh vực cụ thể trong ngành truyền thông đa phương tiện bản thân sẽ theo đuổi.	Đồ án	10%	1	10	PI10.1

III. Nội dung đề bài

1. Đề bài

Sinh viên tạo ra một sản phẩm truyền thông mang tính sáng tạo để giải quyết các vấn đề đã trình bày giữa kì (nếu có sự thay đổi, sinh viên cần phải thông báo cho giảng viên trong buổi học cuối cùng)

2. Hướng dẫn thể thức trình bày đề bài

Sản phẩm truyền thông do sinh viên tự sáng tạo hình thức, một số gợi ý bao gồm:

- Video clip (tối thiểu 30s),
- Hoặc một bộ poster (tối thiểu 3 poster),
- Câu chuyện sáng tạo (Story telling)
- Storyboard
- Hoặc hình thức sáng tạo khác (nếu có thể).

Sinh viên nộp kèm trình bày hình ảnh sản phẩm và quá trình bằng file powerpoint/ pdf/ word. Nội dung trình bày bao gồm:

- Giới thiệu,
- Ý tưởng/Concept,
- Quá trình,
- Thành phẩm;
- Phụ lục (không bắt buộc) bao gồm: Bảng hỏi phỏng vấn thấu cảm, mô tả đối tượng/ quá trình phỏng vấn thấu cảm, hình ảnh/ link video phỏng vấn thấu cảm (nếu có)

3. Rubric và thang điểm


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
Khả năng thiết kế sáng tạo (số lượng, cấp độ)	40%	Có nhiều hơn 5 ý tưởng khác lạ Sáng tạo ở cấp độ cao	Có từ 3–5 ý tưởng khác lạ Sáng tạo ở cấp độ trung bình	Có khoảng 2, 3 ý tưởng Sáng tạo ở cấp độ thấp	Có 1, 2 ý tưởng nhưng không có sự sáng tạo
Chất lượng thiết kế sản phẩm	20%	Chất lượng sản phẩm chuyên nghiệp	Chất lượng sản phẩm đáp ứng được thị trường	Chất lượng hình ảnh (hoặc âm thanh) không đạt chuẩn	Chất lượng sản phẩm sơ xài, kém
Chất lượng thiết kế thông điệp truyền thông	20%	Chất lượng thông điệp truyền thông chuyên nghiệp	Chất lượng thông điệp truyền thông đáp ứng được thị trường	Chất lượng thông điệp truyền thông không đạt chuẩn	Chất lượng thông điệp truyền thông sơ xài, kém

Tính khả thi và tính tối ưu	10%	Có thể triển khai thực tế và mang lại hiệu quả truyền thông cao Khả dụng trên nhiều nền tảng truyền thông khác nhau	Có thể triển khai thực tế với hiệu quả truyền thông tốt Khả dụng trên các nền tảng truyền thông cần thiết	Có thể triển khai thực tế được Khả dụng cho 1, 2 nền tảng truyền thông khác nhau	Không có tính khả thi Chỉ dùng được cho 1 nền tảng truyền thông duy nhất
Tiến trình phát triển	10%	Có sự phát triển từ bài thuyết trình giữa kì Có sự tiếp thu và cải thiện	Có sự phát triển từ bài thuyết trình giữa kì nhưng chưa rõ ràng	Chưa có sự phát triển từ bài thuyết trình giữa kì	Thụt lùi so với bài thuyết trình giữa kì
	100%				

TP. Hồ Chí Minh, ngày 10 tháng 05 năm 2024

Người duyệt đề (Trưởng bộ môn)

Giảng viên ra đề



TS. Trần Đức Tuấn



Th.S Trần Quang Thiện