

TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN LANG  
ĐƠN VỊ: 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:	Văn hóa Doanh nghiệp		
Mã học phần:	71CULT30302	Số tin chỉ:	2
Mã nhóm lớp học phần:	231_71CULT30302		
Hình thức thi: <b>Tiểu luận không thuyết trình</b>	Thời gian làm bài:	7 ngày sau kết thúc HP	Phút/ ngày
<input type="checkbox"/> Cá nhân	<input checked="" type="checkbox"/> Nhóm		
<b>Quy cách đặt tên file</b>	<b>Mã lớp_Tên nhóm SV</b> (VD: 232_71CULT30302_12_Nhóm 1)		

**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](mailto: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 Nhất 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)
<b>CLO1</b>	Áp dụng các lý thuyết về văn hóa doanh nghiệp, vai trò lãnh đạo, triết lý kinh doanh vào phân tích văn hóa doanh nghiệp.	Tiểu luận	40%	Áp dụng lý thuyết văn hóa doanh nghiệp đã học vào xác tìm hiểu doanh nghiệp, triết lý kinh doanh, cơ cấu tổ chức và hoạt động. Áp dụng lý thuyết văn hóa doanh nghiệp vào phân tích mô hình VHDN và có cơ sở dữ liệu, câu chuyện minh họa	4/10	PI1.2
<b>CLO2</b>	Thiết kế mô hình văn hóa doanh nghiệp, đề xuất xây dựng và phát triển văn hóa doanh nghiệp trong lĩnh vực quan hệ công chúng	Tiểu luận	20%	Đánh giá và đề xuất mô hình VHDN	2/10	PI3.3
<b>CLO3</b>	Lập kế hoạch và thiết kế hoạt động truyền thông công chúng nội bộ nhằm xây dựng và phát triển văn hóa doanh nghiệp	Tiểu luận	25%	Thiết kế kế hoạch và các hoạt động truyền thông nội bộ phù	2.5/10	PI7.1

				hợp VHDN		
<b>CLO4</b>	Thành thạo kỹ năng giao tiếp và làm việc nhóm	Tiểu luận	5%	Giao tiếp tốt với nhóm khi thực hiện nhiệm vụ được giao. Phối hợp nhóm tốt khi thực hiện nhiệm vụ được giao	0.5/10	PI4.4
<b>CLO5</b>	Thể hiện ý thức tự học, thói quen trao đổi và học tập từ người khác và làm việc chủ động	Tiểu luận	10%	Hình thức trình bày báo cáo, tiểu luận Bó cục. Chủ động tìm kiếm và cung cấp đủ và đúng nội dung bài theo nhiệm vụ được giao	1/10	PI10.3

### 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.

### III. Nội dung đề bài

**1. Đề bài:** Văn hóa doanh nghiệp có thể đo lường nhờ việc tính toán các chỉ số trong nội bộ một công ty, bao gồm: ENPS (Employee Net Promoter Scores) – chỉ số đo lường độ gắn kết của nhân viên, ESI (Employee Satisfaction Index) – chỉ số đo lường sự lòng lòng của nhân viên và ETR (Employee Turnover Rate) – chỉ số đo lường tỷ lệ thôi việc của nhân viên. Bằng lý luận và thực tiễn từ môn học VHDN anh/chị hãy khảo sát thực tế các chỉ số nói trên của một công ty bất kỳ để có được các Insight về trải nghiệm nhân viên và giải pháp giảm thiểu tỷ lệ nhân viên nghỉ việc, giải quyết nỗi lo của doanh nghiệp tại Việt Nam, từ đó rút ra bài học cho người làm PR.

#### 2. Hướng dẫn thể thức trình bày đề bài

**2.1. Cách thức thực hiện:** sinh viên làm tiểu luận theo nhóm từ (7-10 người).

**2.2. Cách thức nộp bài:**

- Tên file: **Mã lớp\_Tên nhóm SV** (VD: 231\_71CULT30302\_12\_Nhóm 1)
- Upload file bài làm (pdf) lên trang CTE
- Mỗi nhóm cử 1 sinh viên đại diện nhóm upload tiểu luận (file pdf) trên link cte theo lịch thi do Phòng Khảo thí thông báo.

#### 2.3. Yêu cầu về nội dung của tiểu luận

Mỗi nhóm chọn 01 doanh nghiệp bất kỳ trong lĩnh vực truyền thông hoặc có bộ phận truyền thông. Sinh viên vận dụng kiến thức về văn hóa doanh nghiệp đã học vào phân tích, đánh giá văn hóa doanh nghiệp đã chọn; thiết kế mô hình văn hóa cho doanh nghiệp; lập kế hoạch và thiết kế hoạt động QHCC, truyền thông nhằm xây dựng và **phát triển văn hóa doanh nghiệp**.

#### 2.4. Kết cấu của tiểu luận

Cấu trúc của tiểu luận cần phải đảm bảo các mục sau:

- **Trang bìa** (theo mẫu, lưu ý ghi rõ tên doanh nghiệp và sử dụng từ ngữ phù hợp với nội dung).
- **Danh sách nhóm:** ghi rõ thông tin thành viên nhóm, số nhóm, tên nhóm và đánh giá mức độ đóng góp của các thành viên.
- **Mục lục**
- **Danh mục từ viết tắt** (nếu có)
- **Danh mục hình ảnh**
- **Danh mục bảng** (nếu có)

*Lưu ý: Danh mục hình ảnh và bảng biểu cần có số trang tương ứng với hình ảnh và bảng biểu.*

#### Mở đầu

Nội dung phần này bao gồm:

- ✓ Giới thiệu tổng quan về văn hóa doanh nghiệp;
- ✓ Trình bày các chỉ số đo lường văn hóa doanh nghiệp
- ✓ Insight về trải nghiệm nhân viên là gì
- ✓ Lý do chọn doanh nghiệp nghiên cứu.
- ✓ Bài học rút ra

## Chương 1: Cơ sở lý luận

- 1.1. Khái niệm văn hóa doanh nghiệp
- 1.2. Các yếu tố cấu thành văn hóa doanh nghiệp
- 1.3. Các cấp độ văn hóa doanh nghiệp
- 1.4. Các mô hình văn hóa doanh nghiệp
- 1.5. Các thước đo giá trị văn hóa

## Chương 2: Đánh giá văn hóa doanh nghiệp và các hoạt động QHCC, truyền thông của DN... (ghi tên DN)

### 2.1. Giới thiệu doanh nghiệp ....

*Lưu ý: nội dung trình bày cần cụ thể, chi tiết về thông tin, kèm hình ảnh nhận diện thương hiệu như logo, slogan, màu sắc, biểu tượng,....*

### 2.2. Phân tích vai trò lãnh đạo của doanh nghiệp ...

*Lưu ý: nội dung trình bày cần cụ thể, chi tiết về thông tin của lãnh đạo, kèm câu chuyện, giai thoại về lãnh đạo để minh họa (nếu có)*

### 2.3. Phân tích triết lý kinh doanh của doanh nghiệp ...

*Lưu ý: nội dung trình bày cần cụ thể, chi tiết về tầm nhìn, sứ mạng, triết lý, mục tiêu, giá trị cốt lõi, ... (kèm hình ảnh minh họa)*

### 2.4. Phân tích các hoạt động của doanh nghiệp ...

*Lưu ý: nội dung trình bày cần cụ thể, chi tiết về cấu trúc tổ chức, các chính sách, hệ thống quy trình quy định, phong cách và thái độ làm việc, ...; từ đó rút ra nhận xét về ưu nhược điểm của các hoạt động đã thực hiện (kèm hình ảnh minh họa).*

### 2.5. Phân tích các hoạt động truyền thông của doanh nghiệp ...

*Lưu ý: nội dung trình bày cần cụ thể, chi tiết về bộ phận truyền thông (nếu có), cách thức truyền thông, kênh truyền thông, công cụ truyền thông, ...; từ đó rút ra nhận xét về ưu nhược điểm của hoạt động truyền thông (kèm hình ảnh minh họa).*

### 2.6. Đo lường văn hóa doanh nghiệp

a. Thực hiện khảo sát thực tế và phân tích các chỉ số đo lường văn hóa doanh nghiệp trong nội bộ công ty để có được các Insight về trải nghiệm nhân viên về văn hóa doanh nghiệp

- ENPS (Employee Net Promoter Scores) - chỉ số đo lường độ gắn kết của nhân viên,
- ESI (Employee Satisfaction Index) – chỉ số đo lường sự lòng lòng của nhân viên,
- ETR (Employee Turnover Rate) – chỉ số đo lường tỷ lệ thôi việc của nhân viên.

b. Báo cáo kết quả đã được khảo sát và nhận xét, đánh giá các chỉ số đo lường

*Lưu ý: Từ nội dung chương 2, nhận định các thước đo giá trị văn hóa mà doanh nghiệp đang theo đuổi và đánh giá các thước đo này có phù hợp với các triết lý kinh doanh hay không.*

*Nội dung trình bày cần cụ thể, chi tiết về các ý kiến của nhân viên về văn hóa doanh nghiệp hiện tại và mong muốn của họ về văn hóa doanh nghiệp trong tương lai cần thay đổi như thế nào. Nội dung phân tích cần kèm hình ảnh, biểu đồ, số liệu khảo sát.*

### **Chương 3: Trải nghiệm nhân viên và giải pháp giảm thiểu tỷ lệ nhân viên nghỉ việc nhằm xây dựng / phát triển văn hóa doanh nghiệp ...(ghi tên DN)**

#### 3.1. Employee Experience là gì

Lưu ý: Thuật ngữ **Employee Experience** (Trải nghiệm Nhân viên) đề cập đến mọi thứ mà một nhân viên có thể trải qua trong quá trình làm việc tại một doanh nghiệp, bao gồm: quy định về trang phục, trợ cấp cho những kỳ nghỉ, môi trường làm việc cho đến những công cụ mà bạn cung cấp để họ thực hiện công việc – tất cả đều là một phần của Employee Experience.

#### 3.2. Làm gì với Insight thu được từ chiến dịch Trải nghiệm nhân viên?

Lưu ý: Các insight thu được từ các hoạt động trải nghiệm nhân viên là các thông tin nhân sự, kiến thức và hiểu biết quan trọng được rút ra từ việc nghiên cứu, ghi nhận và phân tích trải nghiệm của nhân viên trong tổ chức. Những hoạt động này có thể bao gồm khảo sát, phỏng vấn, quan sát và phân tích dữ liệu liên quan đến trải nghiệm làm việc của nhân viên.

#### 3.3. Yếu tố cấu thành Employee Experience

- Văn hóa doanh nghiệp
- Công nghệ và Trang thiết bị
- Cơ sở vật chất

#### 3.4. Thiết kế các hoạt động QHCC/ truyền thông nhằm xây dựng / phát triển văn hóa doanh nghiệp

*Lưu ý: trình bày cụ thể các hoạt động quản trị, gồm kênh truyền thông, phương tiện truyền thông, nội dung truyền thông, đối tượng truyền thông,...*

#### 3.5. Thuận lợi và khó khăn các hoạt động trải nghiệm nhân viên.

999

### **Kết luận:**

Nội dung chương này bao gồm:

#### 1. Kết luận

*Lưu ý: Trình bày các kết quả của tiểu luận một cách ngắn gọn, không có lời bàn và bình luận thêm.*

#### 2. Khuyến nghị đối với Ban Lãnh đạo doanh nghiệp.

*Lưu ý: Các khuyến nghị này chỉ dành cho lãnh đạo doanh nghiệp, đề cập đến những điều họ cần chú ý thực hiện và thay đổi thì doanh nghiệp mới có thể thực hiện được các giải pháp đã nêu trong chương 3.*

### 3. Bài học cho người làm truyền thông

Lưu ý: Từ những kiến thức lý luận mà anh/chị đã được học trong môn Văn hoá doanh nghiệp cùng với những khảo sát thực tế nêu trên, là những sinh viên PR và là những người làm PR trong tương lai, anh/chị rút ra được bài học gì?

**- Phụ lục Bản hỏi phỏng vấn, danh sách nhân viên được phỏng vấn, hình ảnh phỏng vấn, link video phỏng vấn (nếu có)**

#### **2.5. Hình thức trình bày**

##### **Soạn thảo văn bản**

- Tiêu luận tối đa là 30 trang (3 chương chính, không tính Mục lục, Danh mục, Phụ lục).
- Khổ giấy A4 (210 x 297 mm);
- Size: 13;
- Font: Time New Roman;
- Dẫn hàng: Multiple 1.5
- Số thứ tự trang đặt ở cuối trang;
- Hình ảnh, bảng biểu được đánh số thứ tự, ghi tiêu đề, dẫn nguồn. Tiêu đề hình, bảng được canh giữa trang và in đậm; nguồn được canh lề phải và in nghiêng.

##### **Tiểu mục**

Các tiểu mục của tiểu luận được trình bày bày đánh số thành nhóm chữ số, nhiều nhất 3 chữ số với chữ số thứ nhất chỉ số chương (ví dụ 1.1.2. chỉ tiểu mục 2 thuộc mục 1 trong chương 1). Tại mỗi nhóm tiểu mục phải có ít nhất hai tiểu mục, nghĩa là không thể có tiểu mục 2.1.1 mà không có tiểu mục 2.1.2 tiếp theo.

##### **Viết tắt**

Không lạm dụng việc viết tắt trong tiểu luận. Chỉ viết tắt những từ, cụm từ hoặc thuật ngữ được sử dụng nhiều lần trong tiểu luận. Không viết tắt những cụm từ dài, những mệnh đề; Không viết tắt những cụm từ xuất hiện ít trong tiểu luận. Nếu cần viết tắt những từ, thuật ngữ, tên các cơ quan, tổ chức... thì được viết tắt sau lần viết thứ nhất có kèm theo chữ viết tắt trong ngoặc đơn. Nếu tiểu luận có nhiều chữ viết tắt thì phải có bảng danh mục các chữ viết tắt (xếp thứ tự ABC) ở phần đầu tiểu luận.

#### **2.6. Danh mục tài liệu tham khảo**

Chỉ trình bày các tài liệu được trích dẫn, sử dụng và đề cập trong tiểu luận. Tài liệu tham khảo cần ghi đầy đủ thông tin bao gồm Tên tác giả, Năm công bố/xuất bản tài liệu, Tên tài liệu, Nơi xuất bản tài liệu. Tài liệu được sắp xếp thứ tự theo từ đầu tiên trong tên tác giả và được đánh số thứ tự. Tên sách được in nghiêng.

##### **Ví dụ trình bày tài liệu tham khảo:**

1. Edgar H. Schein, Peter Schein (2020). *Lãnh đạo và văn hóa doanh nghiệp*. Nhà xuất bản Thế giới (Bản dịch của Lê Đào Anh Khương)
2. Joep Cornelissen (2013). *Corporate communication: A guide to theory and practice*. 4<sup>th</sup> edition, Sage Publications.
3. Kim S. Cameron, Robert E. Quinn (2006). *Diagnosing and changing organizational culture: Based on the competing values framework*, Revised edition. John Wiley & Sons: USA.
4. Mats Alvesson, Stefan Sveningsson (2016). *Changing Organizational Culture - Cultural change work in progress*, 2nd edition. Routledge: London and New York.

Cách thức dẫn nguồn, ghi nhận tài liệu tham khảo: thực hiện theo tài liệu hướng dẫn GV đã tải trên e-learning

### 3. Rubric và thang điểm

Tiêu chí	Trọng số (%)	Tốt (8,0đ-10đ)	Khá (6,0đ-7,9đ)	Trung bình (4,0đ-5,9đ)	Kém (dưới 4,0đ)
Hình thức trình bày báo cáo, tiểu luận Bố cục	5%	Phù hợp văn phong báo cáo Không có lỗi chính tả và lỗi dấu chấm câu.	Phù hợp văn phong báo cáo Có vài lỗi chính tả và lỗi dấu chấm câu.	Có sử dụng văn nói Có nhiều lỗi chính tả và nhiều lỗi dấu chấm câu.	Sử dụng nhiều văn nói Có nhiều lỗi chính tả và nhiều lỗi dấu chấm câu.
	5%	Đầy đủ các phần trong yêu cầu đề bài Có mục lục, phụ lục Có trình bày tài liệu tham khảo	Đầy đủ các mục chính, thiếu 1-2 mục nhỏ trong yêu cầu Có mục lục, phụ lục Có trình bày tài liệu tham khảo	Cấu trúc chương, mục và tiểu mục không rõ ràng Có mục lục, phụ lục Có trình bày tài liệu tham khảo	Cấu trúc chương, mục và tiểu mục không rõ ràng và không đầy đủ, không có phụ lục hoặc thiếu tài liệu tham khảo
Áp dụng lý thuyết văn hóa doanh nghiệp đã học vào xác tìm hiểu doanh nghiệp, triết lý kinh doanh, cơ cấu tổ chức và hoạt động	20%	Đáp ứng 4 nội dung: _ Giới thiệu doanh nghiệp _ Phân tích vai trò của người lãnh đạo của DN đó _ Phân tích triết lý kinh doanh của DN	Đáp ứng 3 nội dung	Đáp ứng 2 nội dung	Đáp ứng 1 nội dung



		_ Phân tích các hoạt động của DN			
Áp dụng lý thuyết văn hóa doanh nghiệp vào phân tích mô hình VHDN và có cơ sở dữ liệu, câu chuyện minh họa	20%	Đáp ứng 3 yêu cầu: _ Phòng vấn đánh giá 7 biến thể VHDN _ Chẩn đoán mô hình VHDN hiện tại và mong muốn của nhân viên _ Phòng vấn cảm nhận của nhân viên đối với VHDN	Đáp ứng 3 nội dung có ít câu chuyện minh họa, dẫn chứng, dữ liệu	Đáp ứng 2 nội dung và có ít câu chuyện minh họa, dẫn chứng, dữ liệu	Đáp ứng 1 nội dung và có ít câu chuyện minh họa, dẫn chứng, dữ liệu
Đánh giá và đề xuất mô hình VHDN	20%	Đánh giá chính xác, hợp lý, thuyết phục & Thiết kế mô hình xây dựng và phát triển VHDN phù hợp với đặc điểm DN	Đánh giá tương đối hợp lý, nhưng còn sai sót nhỏ. Có đưa ra mô hình mới nhưng không thuyết phục.	Đánh giá chưa hợp lý, thuyết phục	Không đánh giá, không đề xuất mô hình mới
Thiết kế kế hoạch và các hoạt động truyền thông nội bộ phù hợp VHDN	25%	Lập kế hoạch đủ các bước. Hoạt động phù hợp với VHDN	Kế hoạch và các hoạt động khá phù hợp với đặc điểm DN và mô hình VHDN, có mô tả cụ thể các hoạt động	Kế hoạch và các hoạt động chưa phù hợp với đặc điểm DN hoặc mô hình VHDN, có mô tả cụ thể các hoạt động	Các hoạt động không phù hợp với đặc điểm DN và mô hình VHDN hoặc không mô tả cụ thể các hoạt động
Giao tiếp tốt với nhóm khi thực hiện nhiệm vụ được giao	5%	Nhóm đánh giá			
Phối hợp nhóm tốt khi thực hiện nhiệm vụ được giao					
Tích cực thảo luận nhóm khi thực hiện					

nhiệm vụ được giao		
Chủ động tìm kiếm và cung cấp đủ và đúng nội dung bài theo nhiệm vụ được giao		

*TP. Hồ Chí Minh, ngày 29 tháng 03 năm 2023*

**Người duyệt đề**



**Nguyễn Văn Thấu**

**Giảng viên ra đề**



**ThS. Trần Như Hải**