TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN LANG
KHOA QUAN HỆ CÔNG CHÚNG VÀ TT

ĐỀ THI, ĐÁP ÁN/RUBRIC VÀ THANG ĐIỂM
THI KẾT THÚC HỌC PHẦN
Học kỳ 2, năm học 2023-2024

I. Thông tin chung

Tên học phần:	**Kỹ năng viết cho Quan hệ công chúng**		
Mã học phần:	**71WRPR40392**	Số tin chỉ:	2
Mã nhóm lớp học phần:	232_71WRPR40392_02,03,05,07,08,09,10,11,12,13,14,15,16,17,18,19,20,21		
Hình thức thi: **Tự luận**		Thời gian làm bài: **10**	ngày
Thí sinh được tham khảo tài liệu:	☒ Có	☐ Không	

1. Thời gian up đề thi lên CTE: Tuần 36 – ngày 06/05/2024.

2. Thời gian Sinh viên nộp bài: Tuần 37 – 24h00, ngày 16/05/2024.

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	Tổng hợp thông tin cần thiết phục vụ cho việc lựa chọn giải pháp, lập chiến lược viết và đăng bài PR đạt hiểu quả - phù hợp với hoạt động quan hệ công chúng và truyền thông.	Bài tập lớn	10%	Câu 1	1/10	
CLO 2	Thể hiện góc nhìn cá nhân, suy nghĩ khác biệt và sáng tạo để triển khai sản phẩm TCBC và sản phẩm bài truyền thông.	Bài tập lớn	10%	Câu 1	1/10	
CLO 3	Sử dụng thành thạo kỹ năng, công thức viết bài PR, thẩm định tin tức, viết và biên tập vào việc viết bài PR và viết Thông cáo báo chí.	Bài tập lớn	60%	Câu 1	6/10	
CLO 4	Thực hiện các nghiệp vụ như nghiên cứu nhu cầu công chúng, nghiên cứu thị trường và đối thủ cạnh tranh nhằm đưa ra được hiểu biết về thị hiếu công chúng, nhu cầu thị trường, lợi thế của sản phẩm/ dịch vụ, từ đó chọn cách tiếp cận để triển khai nội dung cho bài PR theo những cách hiệu quả nhất.	Bài tập lớn	10%	Câu 1	1/10	
CLO 5	Thể hiện ý thức giữ gìn đạo đức nghề nghiệp và trách nhiệm xã hội thông qua việc cung cấp thông tin chính xác và chịu trách nhiệm về thông tin mình truyền thông tới công chúng thông qua bài viết PR hoặc soạn thảo văn bản TCBC.	Bài tập lớn	10%	Câu 1	1/10	

III. Nội dung câu hỏi

1. Đề bài: *Bài tập lớn*

Câu 1:

Viết một bài PR cho doanh nghiệp hoặc cá nhân hoặc sản phẩm hoặc thương hiệu,… đăng trên báo điện tử (800 - 1.200 chữ). Sinh viên tự lựa chọn công thức (PAS, 3S, Strings) và dạng bài PR (Advertorial, Editorial, Testimonial, hay phỏng vấn chân dung nhân vật).

2. Hướng dẫn thể thức trình bày đề bài

- Hình thức trình bày: Khổ giấy A4, Size 14, Font: Times New Roman (khuyến khích sinh viên design bài viết dưới hình thức như một bài đăng trên báo điện tử)
- Kèm link vào bài viết nếu có sử dụng video (tại vị trí mong muốn).
- Hình thức làm bài: Làm nhóm (3 SV/nhóm - Theo sự phân chia nhóm của GV từ trước)
- Thời gian làm bài: Trong tuần 36-37, từ ngày 06-16/05/2024
- Thời gian nộp bài: 24h00 ngày 16/05/2024

Lưu ý:
-Không đạo văn dưới mọi hình thức (0 điểm nếu tỷ lệ đạo văn >=20%)
-Lưu tên file = tên nhóm - VD: Nhóm 10 = N10 (nộp file PDF)
-Có bảng đánh giá tỉ lệ % thực hiện công việc cuả các thánh viên trong nhóm - để cuối bài thi)

3. Rubric và thang điểm

Tiêu chí	Trọng số (100%)	Xuất sắc 10đ	Giỏi 8đ	Khá 6đ	Trung bình 5đ	Kém 3đ
1.Hình thức, bố cục rõ ràng	10	Có tiêu đề ngắn gọn, có lead, nội dung thông tin được phân đoạn dễ đọc, hình ảnh đẹp, phù hợp chủ đề và chú thích ảnh, video, box thông tin,… (1đ)	Có tiêu đề ngắn, có lead, nội dung thông tin được phân đoạn hơi khó đọc, hình ảnh phù hợp chủ đề và chú thích ảnh, video, box thông tin,… (0,8đ)	Có tiêu đề , có lead, nhưng nội dung thông tin phân đoạn khó đọc, không có ảnh hoặc ảnh không phù hợp, chú thích hình ảnh chưa đúng (0,6đ)	Thiếu một số thành phần cơ bản của tin/ bài. Không có ảnh hoặc sai ảnh, sai chú thích ảnh. (0,5đ)	Trình bày không đúng quy định (0,3đ)
2.Tiêu đề ngắn	10	Tiêu đề dài không quá 10	Tiêu đề dài khoảng 11- 14	Tiêu đề dài hơn 14 chữ,	Tiêu đề, sapo chưa	Tiêu đề bài không đúng

ngọn, sapo hấp dẫn		chữ, làm nổi bật nội dung chính của bài. Sapo hay, hấp dẫn làm sáng tỏ tiêu đề, làm cầu nối cho bài. (1đ)	chữ, giới thiệu được nội dung chính của bài. Sapo hay nhưng chưa sáng tạo (0,8đ)	chưa giới thiệu tốt nội dung chính của bài. Sapo không hay, không sáng tạo (0,6đ)	phù hợp về dung lượng, chưa giới thiệu tốt nội dung chính của bài (0,5đ)	quy định. Không có sapo hoặc không đúng. (0,3đ)
3.Nội dung đúng trọng tâm, sáng tạo. Viết đúng công thức và dạng bài PR đã chọn.	60	- Nội dung đúng công thức và dạng bài PR. Lối kể chuyện sáng tạo, hấp dẫn. Bài viết có thể kiểm chứng và có mục đích phục vụ lợi cho người xem. (6đ)	- Nội dung đúng công thức và dạng bài PR. Lối kể chuyện hay nhưng chưa sáng tạo, hấp dẫn. Bài viết có thể kiểm chứng và có mục đích phục vụ lợi cho người xem. (4,8đ)	- Nội dung đúng công thức và dạng bài PR. Bài viết có thể kiểm chứng và có mục đích phục vụ lợi cho người xem. (3,6đ)	- Nội dung bài PR chưa đúng công thức và mô hình, viết mơ hồ. (3,0đ)	Viết sai nội dung, không đúng công thức và dạng bài PR đã chọn. (1,8đ)
4.Chính tả, ngữ pháp đúng	10	Không mắc lỗi chính tả, ngữ pháp (1đ)	Có một vài lỗi chính tả, ngữ pháp nhưng không đáng kể (0,8 đ)	Bài còn nhiều lỗi chính tả, ngữ pháp (0,6đ)	Bài còn nhiều lỗi chính tả, ngữ pháp ảnh hưởng đến việc tiếp nhận thông tin. (0,5đ)	Bài nhiều lỗi chính tả, câu không đúng ngữ pháp (0,3đ)
5.Đúng quan điểm, chủ trương, đạo đức người làm truyền thông	10	Đúng quan điểm, chủ trương, đạo đức người làm truyền thông (1đ)	Đúng quan điểm, chủ trương, đạo đức người làm truyền thông, đôi khi có sai lệch nhưng không đáng kể (0,8đ)	Đúng quan điểm, chủ trương, đạo đức người làm truyền thông, có sai lệch nhưng không đáng kể (0,6đ)	Có nhưng quan điểm, chủ trương và đạo đức sai lệch nhưng không đáng kể (0,5đ)	Không đúng quan điểm, chủ trương, đạo đức người làm truyền thông. (0,3đ)

TP. Hồ Chí Minh, ngày 23 tháng 03 năm 2024

Người duyệt đề

Nguyễn Văn Thấu

Giảng viên ra đề

Nguyễn Chí Nghĩa