

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:	Lý thuyết đại cương về quan hệ công chúng		
Mã học phần:	232_DPR0630	Số tín chỉ:	2
Mã nhóm lớp học phần:	232_DPR0630_01		
Hình thức thi: Tiểu luận cá nhân	Thời gian làm bài:		Phút
		10	Ngày
<input checked="" type="checkbox"/> Cá nhân		<input type="checkbox"/> Nhóm	
Quy cách đặt tên file		Mã SV_Ho và ten SV	

1. Format đề thi

- Font: Times New Roman
- Size: 13
- Quy ước đặt tên file đề thi/đề bài:
- + 232_DPR0630_LyThuyetDaiCuongVeQHCC_232_DPR0630_01_BAITAPLON

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	Áp dụng được những kiến thức liên quan đến nghiên cứu vấn đề, lý thuyết nền tảng về PR, truyền thông đại chúng, chọn lựa kênh truyền thông và các nhóm công chúng liên quan	Tiểu luận	20%	Nội dung đầy đủ, phù hợp, thông tin trình bày rõ ràng, có lập luận vững chắc, cơ sở lý luận, đánh giá chính xác vấn đề; Hình thức trình bày, cấu trúc hợp lý, thể hiện đầy đủ thông tin cần trình bày	2	
CLO2	Vận dụng các loại hình và hình thức PR vào một tổ chức cụ thể, từ đó tiếp cận đúng nhóm công chúng mục tiêu và chọn lựa các kênh truyền thông phù hợp	Tiểu luận	20%	Vận dụng tốt các kiến thức, mô hình và hình thức truyền thông nội bộ và trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp vào quá trình phân tích phương án, kế hoạch hoạt động của doanh nghiệp	2	

CLO3	Vận dụng các kiến thức, kỹ năng nghiên cứu, lập kế hoạch PR, đặc biệt là lập chiến lược PR, đánh giá kế hoạch... phù hợp với tổ chức, doanh nghiệp đề ra	Tiểu luận	30%	Vận dụng tốt kiến thức liên quan đến nghiên cứu, lập kế hoạch, lập chiến lược PR, đánh giá kế hoạch... phù hợp với của doanh nghiệp	3	
CLO4	Thực hiện các nghiệp vụ phân tích, đánh giá, định hướng lập kế hoạch PR của doanh nghiệp	Tiểu luận	20%	Áp dụng chính xác các phương pháp phân tích, đánh giá, định hướng lập kế hoạch PR của doanh nghiệp	2	
CLO5	Vận dụng và thể hiện được tính sáng tạo trong lập kế hoạch PR	Tiểu luận	10%	Kế hoạch được thực hiện phải mang tính sáng tạo độc đáo trong thông điệp truyền thông hoặc các hình thức thể hiện trên những kênh truyền thông đã chọn	1	

III. Nội dung đề bài

1. Đề bài

Hãy phân tích yêu cầu và lập kế hoạch PR (có thể chọn lập kế hoạch PR theo quy trình ROPE hoặc RACE) cho thương hiệu Topas Ecolodge dựa trên các thông tin cơ bản sau:

- *Topas Ecolodge là một khu nghỉ dưỡng nằm trong khu bảo tồn quốc gia Hoàng Liên, cách thị trấn Sapa 45 phút di chuyển. Đây được xem là một trong những nơi lưu trú tuyệt vời nhất cho những người yêu thiên nhiên và cuộc sống xanh, đặc biệt là những ai yêu thích du lịch Sapa.*
- *Các yêu cầu của Topas Ecolodge cho kế hoạch PR lần này là đảm bảo khách hàng biết đến nhiều hơn với thương hiệu của khu nghỉ dưỡng cũng như kì vọng đạt doanh thu kín toàn bộ 49 phòng bungalow vào dịp hè 2024.*

2. Hướng dẫn thể thức trình bày

Tiểu luận phải được trình bày ngắn gọn, rõ ràng, mạch lạc, sạch sẽ, không được tẩy xóa, có đánh số trang, đánh số bảng biểu, hình vẽ, đồ thị.

2.1. Soạn thảo văn bản

Tiểu luận sử dụng chữ **font chữ và kiểu chữ dễ nhìn**; mật độ chữ bình thường, không được nén hoặc kéo giãn khoảng cách giữa các chữ; dẫn dòng đặt ở chế độ 1,5 lines; lề trên 3,5 cm; lề dưới 3 cm; lề trái 3,5 cm; lề phải 2cm. Số trang đánh ở giữa phía trên đầu mỗi trang giấy. Nếu có bảng biểu, hình vẽ trình bày ngang khổ giấy thì đầu bảng là lề trái của trang, nhưng nên hạn chế trình bày cách này.

2.2. Tiểu mục

Các tiểu mục của tiểu luận được trình bày bày đánh số thành nhóm chữ số, nhiều nhất 4 chữ số với chữ số thứ nhất chỉ số chương (ví dụ 1.1.2.1 chỉ tiểu mục 1 nhóm tiểu mục 2 mục 1 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.

2.3. Bảng biểu, hình vẽ

Việc đánh số bảng biểu, hình vẽ, phương trình phải liên tục. Mọi đồ thị, bảng biểu lấy từ các nguồn khác phải được trích dẫn đầy đủ, ví dụ “ nguồn: Bộ tài chính 1996”. Nguồn trích dẫn phải được liệt kê chính xác trong danh mục Tài liệu tham khảo. Đầu đề của bảng biểu ghi trên bảng, đầu đề của hình vẽ ghi phía dưới hình. Thông thường, những bảng ngắn và đồ thị nhỏ phải đi liền với phần nội dung đề cập tới các bảng và đồ thị này ở lần thứ nhất. Các bảng

dài có thể để ở trang riêng nhưng cũng phải tiếp theo ngay phần nội dung đề cập đến bảng này lần đầu tiên.

2.4. 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*).

2.5. Tài liệu tham khảo và cách trích dẫn

Mọi ý kiến, khái niệm có ý nghĩa, mang tính chất gợi ý không phải của riêng tác giả và mọi tham khảo khác phải được trích dẫn và chỉ rõ nguồn trong danh mục Tài liệu tham khảo của tiểu luận. Nếu sử dụng tài liệu của người khác (Bảng biểu, hình vẽ, công thức, đồ thị, phương trình, ý tưởng...) mà không chú dẫn tác giả và nguồn tài liệu thì tiểu luận không được chấp nhận.

Khi cần trích dẫn một đoạn ít hơn hai câu hoặc bốn dòng đánh máy thì có thể sử dụng dấu ngoặc kép để mở đầu và kết thúc phần trích dẫn. Nếu cần trích dẫn dài hơn thì phải tách phần này thành một đoạn riêng khỏi phần nội dung đang trình bày, với lề trái lùi vào thêm 2 cm. Khi này mở đầu và kết thúc đoạn trích này không phải sử dụng dấu ngoặc kép.

3. Rubric và thang điểm

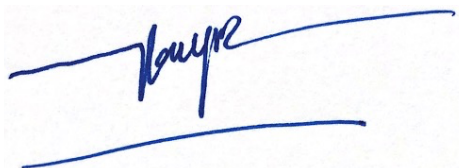
Rubric đánh giá tiểu luận

Tiêu chí	Trọng số %	Giỏi 85%-100%	Khá 70%-<85%	Trung bình 50%-<70%	Không đạt <50%
Nội dung phân tích đánh giá chính xác vấn đề dựa trên cơ sở lý luận vững chắc về PR (CLO1)	20%	Nội dung đầy đủ, phù hợp, thông tin trình bày rõ ràng, có lập luận vững chắc, cơ sở lý luận, đánh giá chính xác vấn đề	Nội dung khá đầy đủ, phù hợp, thông tin trình bày khá rõ, tuy nhiên lập luận chưa chặt chẽ	Nội dung chưa đầy đủ, thông tin thiếu rõ ràng, lập luận chưa chắc chắn, cơ sở lý luận chưa đủ	Nội dung hoàn toàn không phù hợp, không có cơ sở lý luận
Hình thức, cấu trúc nội	10%	Hình thức trình bày, cấu trúc	Hình thức trình bày,	Hình thức trình bày,	Hình thức câu trả, cấu trúc

dung trình bày (CLO1)		hợp lý, thể hiện đầy đủ thông tin cần trình bày	cấu trúc chưa hợp lý, thể hiện gần đầy đủ thông tin cần trình bày	cấu trúc không hợp lý, thể hiện gần một phần thông tin cần trình bày	hoàn toàn sai
Vận dụng tốt các kiến thức về nghiên cứu thị trường, lập kế hoạch PR, quy trình ROPE hoặc RACE của doanh nghiệp (CLO3 và CLO4)	30%	Vận dụng tốt các kiến thức về nghiên cứu thị trường, lập kế hoạch PR, quy trình ROPE hoặc RACE của doanh nghiệp	Vận dụng được ở mức khá các kiến thức về nghiên cứu thị trường, lập kế hoạch PR, quy trình ROPE hoặc RACE của doanh nghiệp	Vận dụng được một phần các kiến thức về nghiên cứu thị trường, lập kế hoạch PR, quy trình ROPE hoặc RACE của doanh nghiệp	Không vận dụng được các kiến thức về nghiên cứu thị trường, lập kế hoạch PR, quy trình ROPE hoặc RACE của doanh nghiệp
Áp dụng chính xác các bước trong quy trình ROPE hoặc RACE (CLO4)	30%	Áp dụng chính xác các bước trong quy trình ROPE hoặc RACE trong việc lập kế hoạch PR	Áp dụng tương đối chính xác các bước trong quy trình ROPE hoặc RACE trong việc lập kế hoạch PR	Áp dụng một phần các bước trong quy trình ROPE hoặc RACE trong việc lập kế hoạch PR	Áp dụng sai các bước trong quy trình ROPE hoặc RACE trong việc lập kế hoạch PR
Chủ đề được chọn phân tích thể hiện rõ tính sáng tạo trong lập kế hoạch PR (CLO5)	10%	Chủ đề được chọn phân tích thể hiện tính sáng tạo trong thông điệp và chọn lựa kênh truyền thông	Chủ đề được chọn phân tích thể hiện khá rõ tính sáng tạo trong thông điệp và chọn lựa kênh truyền thông	Chủ đề được chọn phân tích chưa thật sự thể hiện được tính sáng tạo trong thông điệp và chọn lựa kênh truyền thông	Chủ đề được chọn phân tích không thể hiện được tính sáng tạo trong thông điệp và chọn lựa kênh truyền thông

TP. Hồ Chí Minh, ngày tháng 5 năm 2024

Người duyệt đề



ThS. Lê Hải Yến

Giảng viên ra đề



ThS. Trần Hà Phương Thảo