

TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN LANG  
**ĐƠN VỊ: KHOA THƯƠNG MẠI**

**ĐỀ THI KẾT THÚC HỌC PHẦN**  
**Học kỳ 2, năm học 2023-2024**

**I. Thông tin chung**

Tên học phần:	Sáng tạo nội dung		
Mã học phần:	71MRKT40163	Số tin chỉ:	3
Mã nhóm lớp học phần:	232_71MRKT40163_01 - 06		
Hình thức thi: <b>Báo cáo/ Dự Án Nhóm (Có TT)</b>	Thời gian làm bài:	<b>2 tuần</b>	Phút/ ngày
<input type="checkbox"/> Cá nhân	<input checked="" type="checkbox"/> Nhóm		
Quy cách đặt tên file	<p>+ Mã học phần_Gxx_Kế Hoạch Sáng Tạo Nội Dung (trong file có đính kèm link để chế độ chia sẻ công khai sản phẩm sáng tạo nội dung của nhóm)</p> <p>+ Mã học phần_Gxx_Kế Hoạch Truyền Thông Cho Nội Dung</p> <p>Trong đó “xx” là <u>số thứ tự nhóm</u>. Ví dụ nhóm 1, lớp 232_71MRKT40163_01 sẽ đặt tên file là: “232_71MRKT40163_01_G01_”</p>		

**1. Format đề thi**

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

**Mã học phần\_Gxx\_Kế Hoạch Sáng Tạo Nội Dung** (trong file có đính kèm link để chế độ chia sẻ công khai sản phẩm sáng tạo nội dung của nhóm)

**Mã học phần\_Gxx\_Kế Hoạch Truyền Thông Cho Nội Dung**

Trong đó “xx” là số thứ tự nhóm. Ví dụ nhóm 1, lớp 232\_71MRKT40163\_01 sẽ đặt tên file là: “232\_71MRKT40163\_01\_G01\_”

**2. Giao nhận đề thi**

## 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>	Đánh giá tầm quan trọng của sáng tạo nội dung trong Marketing đương đại	Báo cáo/ Thuyết trình	5%	1	0,5	SUB-ELO4.1, H
<b>CLO 2</b>	Xây dựng và phát triển kế hoạch sáng tạo nội dung và kế hoạch truyền thông cho nội dung	Báo cáo/ Thuyết trình	30%	1	3	SUB-ELO4.1, H
<b>CLO 4</b>	Phân tích và đánh giá tính hiệu quả của nội dung	Báo cáo/ Thuyết trình	50%	1	5	SUB-ELO 5.3
<b>CLO 6</b>	Phân công và làm việc hiệu quả trong nhóm	Báo cáo/ Thuyết trình	5%	1	0.5	SUB-ELO 5.3
<b>CLO 7</b>	Thể hiện ý thức tinh thần trách nhiệm trong công việc	Báo cáo/ Thuyết trình	5%	1	0.5	SUB-ELO 10.1
<b>CLO 8</b>	Thể hiện tác phong chuyên nghiệp, hiện đại, năng động	Báo cáo/ Thuyết trình	5%	1	0.5	SUB-ELO 10.2 SUB-ELO 10.3

## III. Nội dung đề bài

### 1. Đề bài

Sinh viên lập nhóm dưới 11 thành viên sau đó thực hiện và nộp báo cáo “Kế Hoạch Truyền Thông Cho Nội Dung”.

**Nhiệm vụ:** Nhóm được yêu cầu thuyết trình 20-25 phút trong tuần 11&12 và nộp báo cáo nhóm (bản nháp) với độ dài 3500 từ (+-10%) báo cáo về nội dung được yêu cầu phía trên. Báo cáo này nên được viết theo phong cách súc tích.

**Lưu ý:**

- Nhóm phải sử dụng ít nhất 10 nguồn thông tin và tham khảo các nguồn có thể bao gồm trang web của công ty, tài khoản truyền thông xã hội, ấn phẩm của chính phủ, báo cáo ngành, dữ liệu điều tra dân số và các bài báo trên tạp chí/báo/tạp chí. Những nguồn này nên được đưa vào dưới dạng trích dẫn trong văn bản và danh sách tài liệu tham khảo ở cuối bài.

- Yêu cầu tất cả thành viên phải có mặt đầy đủ và thuyết trình tại lớp. Những thành viên nào không có mặt và thuyết trình tại lớp, điểm số nhận được cho bài tập nhóm là 0.

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

### **Bài làm**

Nhóm sinh viên trình bày bài làm của mình, sử dụng

- font Times New Romans,
- size 12,
- cách dòng 1.15,
- cách đoạn 6pt và
- canh đều 2 biên (tổ hợp phím Ctrl+J)
- trích nguồn theo kiểu Harvard/APA reference (tác giả, năm) khi sử dụng các nguồn thông tin từ sách, báo, internet,...

Vui lòng xóa nội dung này trong bài làm).

### **Reference List/ Mục lục tham khảo**

(sinh viên lập Reference list cho các nguồn thông tin đã trích dẫn (tác giả, năm) trong bài. Việc sử dụng nhiều nguồn thông tin tham khảo và trích dẫn đúng giúp bài làm có giá trị hơn, thể hiện kỹ năng nghiên cứu và lựa chọn thông tin. Sử dụng trang web [www.citethisforme.com](http://www.citethisforme.com) để tạo trang mục lục đúng chuẩn Harvard. (John Cousins, Kevin O’Gorman, Marc Stierand, 2010)

Vui lòng xóa thông tin này trong bài làm.

### 3. Rubric và thang điểm

Tiêu chí	Trọng số (%)	Tốt Từ 8 - 10 điểm	Khá Từ 6 – dưới 8 điểm	Trung bình Từ 4 – dưới 6 điểm	Yếu Dưới 4 điểm
Giai đoạn truyền thông	40%	<input type="checkbox"/> Trình bày được <u>hợp lí</u> các giai đoạn truyền thông theo phễu đã đề xuất với đồng thời gian ở từng giai đoạn  <input type="checkbox"/> Ý tưởng hoạt động, công cụ sử dụng ở các giai đoạn <u>đúng với bản chất của giai đoạn và có sự liên kết chặt chẽ với nhau</u>	<input type="checkbox"/> Trình bày được <u>tương đối hợp lí</u> các giai đoạn truyền thông theo phễu đã đề xuất với đồng thời gian ở từng giai đoạn  <input type="checkbox"/> Ý tưởng hoạt động, công cụ sử dụng ở các giai đoạn <u>tương đối hợp lí và có sự liên kết chặt chẽ với nhau</u>	<input type="checkbox"/> Trình bày được <u>nhiều chỗ chưa hợp lí</u> các giai đoạn truyền thông theo phễu đã đề xuất với đồng thời gian ở từng giai đoạn  <input type="checkbox"/> Ý tưởng hoạt động, công cụ sử dụng ở các giai đoạn <u>chưa hợp lí và chưa có sự liên kết chặt chẽ với nhau</u>	<input type="checkbox"/> Không thực hiện hoặc thực hiện qua loa, lạc đề
Các nội dung phát sinh	30%	<input type="checkbox"/> Các nội dung phát sinh có <u>liên quan</u> đến big idea và nội dung chính  <input type="checkbox"/> Các nội dung phát sinh <u>có mối liên kết</u> với thông điệp chính  <input type="checkbox"/> Các nội dung phát sinh vẫn <u>thể hiện tốt</u> nhận diện thương hiệu	<input type="checkbox"/> Các nội dung phát sinh <u>tương đối liên quan</u> đến big idea và nội dung chính  <input type="checkbox"/> Các nội dung phát sinh có <u>mối liên kết chưa chặt chẽ</u> với thông điệp chính  <input type="checkbox"/> Các nội dung phát sinh <u>thể hiện tương đối tốt</u> nhận diện thương hiệu	<input type="checkbox"/> Các nội dung phát sinh <u>không liên quan</u> đến big idea và nội dung chính  <input type="checkbox"/> Các nội dung phát sinh có <u>mối liên kết mờ nhạt</u> với thông điệp chính  <input type="checkbox"/> Các nội dung phát sinh <u>chưa thể hiện</u> nhận diện thương hiệu	<input type="checkbox"/> Không thực hiện hoặc lạc đề

Đo lường và đánh giá	20%	<input type="checkbox"/> Đề xuất ngân sách (nếu có) cho các nội dung phát sinh <input type="checkbox"/> Đề xuất chỉ số KPI <u>hợp lí</u> để đánh giá nội dung. Sau đó <u>báo cáo, so sánh phân tích rất tế</u> kết quả thu được thực tế	<input type="checkbox"/> Đề xuất ngân sách (nếu có) cho các nội dung phát sinh <input type="checkbox"/> Đề xuất chỉ số KPI <u>tương đối hợp lí</u> để đánh giá nội dung. Sau đó <u>báo cáo, so sánh phân tích tương đối tốt</u> kết quả thu được thực tế	<input type="checkbox"/> Đề xuất ngân sách (nếu có) cho các nội dung phát sinh <input type="checkbox"/> Đề xuất chỉ số KPI <u>chưa hợp lí</u> để đánh giá nội dung. Sau đó <u>báo cáo, so sánh phân tích tương đối chấp nhận</u> được kết quả thu được thực tế	<input type="checkbox"/> Không thực hiện hoặc lạc đề
Trình bày và minh họa	10%	<input type="checkbox"/> Sử dụng số liệu, bảng biểu, hình ảnh minh họa hợp lí cho toàn bài báo cáo và thuyết trình <input type="checkbox"/> Bài báo cáo và thuyết trình <u>đẹp, dễ xem, rất ít lỗi trình bày và chính tả</u>	<input type="checkbox"/> <u>Có nỗ lực</u> sử dụng số liệu, bảng biểu, hình ảnh minh họa cho toàn bài báo cáo và thuyết trình tuy có <u>vài chỗ chưa hợp lí hoặc thiếu sót</u> <input type="checkbox"/> Bài báo cáo và thuyết trình <u>đẹp, dễ xem, có vài lỗi trình bày và chính tả</u>	<input type="checkbox"/> <u>Ít</u> sử dụng hoặc sử dụng số liệu, bảng biểu, hình ảnh minh họa <u>chưa hợp lí</u> cho toàn bài báo cáo và thuyết trình <input type="checkbox"/> Bài báo cáo và thuyết trình <u>tương đối, dễ xem, có nhiều lỗi trình bày và chính tả</u>	<input type="checkbox"/> <u>Có rất ít hoặc không có</u> sử dụng số liệu, bảng biểu, hình ảnh minh họa cho toàn bài báo cáo và thuyết trình <input type="checkbox"/> Bài báo cáo và thuyết trình <u>sơ sài, qua loa, có rất nhiều lỗi trình bày và chính tả</u>
	100%				

**Người duyệt đề**



**ThS. Trần Nguyễn Hải Ngân**

*TP. Hồ Chí Minh, ngày 20 tháng 3 năm 2024*  
**Giảng viên ra đề**



**ThS. Nguyễn Hoàng Khôi**