

TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN LANG
ĐƠN VỊ: KHOA THƯƠNG MẠI

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:	Đề án chuyên ngành marketing kỹ thuật số		
Mã học phần:	71MRKT40182	Số tin chỉ:	2
Mã nhóm lớp học phần:	232_71MRKT40182_01,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13,14,15		
Hình thức thi: Dự án	Thời gian làm bài:	30	Phút/ ngày
<input type="checkbox"/> Cá nhân		<input checked="" type="checkbox"/> Nhóm	
Quy cách đặt tên file	<i>StudentID_Name_232_71MRKT40182_01_Group Number_Final</i> <i>StudentID_Name_232_71MRKT40182_02_Group Number_Final</i> <i>StudentID_Name_232_71MRKT40182_03_Group Number_Final</i> <i>StudentID_Name_232_71MRKT40182_04_Group Number_Final</i> <i>StudentID_Name_232_71MRKT40182_05_Group Number_Final</i> <i>StudentID_Name_232_71MRKT40182_06_Group Number_Final</i> <i>StudentID_Name_232_71MRKT40182_07_Group Number_Final</i> <i>StudentID_Name_232_71MRKT40182_08_Group Number_Final</i> <i>StudentID_Name_232_71MRKT40182_09_Group Number_Final</i> <i>StudentID_Name_232_71MRKT40182_10_Group Number_Final</i> <i>StudentID_Name_232_71MRKT40182_11_Group Number_Final</i> <i>StudentID_Name_232_71MRKT40182_12_Group Number_Final</i>		

	<p><i>StudentID_Name_232_71MRKT40182_13_Group Number_Final</i></p> <p><i>StudentID_Name_232_71MRKT40182_14_Group Number_Final</i></p> <p><i>StudentID_Name_232_71MRKT40182_15_Group Number_Final</i></p>
--	--

Giảng viên nộp đề thi, đáp án bao gồm cả **Lần 1 và Lần 2 trước ngày 15/03/2024.**

1. Format đề thi

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

+ StudentID_Name_232_71MRKT40182_01_Group Number_Final
 StudentID_Name_232_71MRKT40182_02_Group Number_Final
 StudentID_Name_232_71MRKT40182_03_Group Number_Final
 StudentID_Name_232_71MRKT40182_04_Group Number_Final
 StudentID_Name_232_71MRKT40182_05_Group Number_Final
 StudentID_Name_232_71MRKT40182_06_Group Number_Final
 StudentID_Name_232_71MRKT40182_07_Group Number_Final
 StudentID_Name_232_71MRKT40182_08_Group Number_Final
 StudentID_Name_232_71MRKT40182_09_Group Number_Final
 StudentID_Name_232_71MRKT40182_10_Group Number_Final
 StudentID_Name_232_71MRKT40182_11_Group Number_Final
 StudentID_Name_232_71MRKT40182_12_Group Number_Final
 StudentID_Name_232_71MRKT40182_13_Group Number_Final
 StudentID_Name_232_71MRKT40182_14_Group Number_Final
 StudentID_Name_232_71MRKT40182_15_Group Number_Final

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	Phân tích các chiến lược marketing kỹ thuật số thông qua các kiến thức chuyên sâu về khách hàng, dữ liệu và các công cụ marketing kỹ thuật số nhằm đưa ra các giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động marketing cho doanh nghiệp.	Thuyết trình & báo cáo	40%	3 câu	4	PI 4.1
CLO2	Sử dụng thành thạo khả năng lập kế hoạch kế hoạch, triển khai, kiểm tra và đánh giá các hoạt động marketing thông qua việc áp dụng kiến thức đa ngành từ cốt lõi đến chuyên sâu.	Thuyết trình & báo cáo	40%	3 câu	4	PI 6.1
CLO4	Vận dụng hiệu quả kỹ năng giao tiếp đa phương tiện bằng lời nói, văn bản, hình ảnh với các bên liên quan trong môi trường đa dạng, đa văn hóa.	Thuyết trình & báo cáo	20%	2 câu	2	PI 8.1

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

Nhóm được yêu cầu chuẩn bị một bài báo cáo cuối cùng dài **3000 từ (bao gồm bảng, biểu đồ và trích dẫn)** cho dự án marketing kỹ thuật số cho công ty/ tổ chức mà nhóm đã lựa chọn từ tuần 2.

2. Hướng dẫn thể thức trình bày đề bài

Sinh viên có thể tích hợp những kiến thức về phân tích thị trường, khách hàng, marketing kỹ thuật số để tạo ra một chiến dịch tiếp thị kỹ thuật nhằm giải quyết một loạt các vấn đề kinh doanh hiện có tại doanh nghiệp/ tổ chức mà nhóm đã lựa chọn.

Nội dung báo cáo dự án marketing kỹ thuật số bao gồm những bước sau:

Phần 1: Tóm tắt dự án (0.5đ)

Phần 2: Thấu hiểu khách hàng, công ty và đối thủ cạnh tranh (1đ)

Phần 3: Phát triển mục tiêu tiếp thị kỹ thuật số (1đ)

Phần 4: Đề xuất và đánh giá hiệu quả kế hoạch tiếp thị truyền thông xã hội (2đ)

Phần 5: Đề xuất và đánh giá hiệu quả kế hoạch tiếp thị qua Internet (2đ)

Phần 6: Đề xuất và đánh giá hiệu quả kế hoạch tiếp thị di động (2đ)

Phần 7: Ngân sách (0.5đ)

Phần 8: Trích dẫn (1đ)

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.

3. Rubric và thang điểm

Rubric 1: Đánh giá Thuyết trình

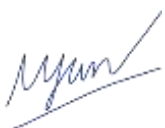
Tiêu chí	Trọng số (%)	Tốt Từ 8 - 10 điểm	Khá Từ 6 – dưới 8 điểm	Trung bình Từ 4 – dưới 6 điểm	Yếu Dưới 4 điểm
Nội dung	10 %	Phong phú hơn yêu cầu	Đầy đủ theo yêu cầu	Khá đầy đủ, còn thiếu một số nội dung quan trọng	Thiếu nhiều nội dung quan trọng
	20 %	Chính xác, khoa học	Khá chính xác, khoa học, còn vài sai sót nhỏ	Tương đối chính xác, khoa học, còn một số sai sót	Thiếu chính xác, khoa học, nhiều sai sót quan trọng
Cấu trúc bài	10 %	Cấu trúc bài và slide rất hợp lý	Cấu trúc bài và slide khá hợp lý	Cấu trúc bài và slide tương đối hợp lý	Cấu trúc bài và slide chưa hợp lý
Tính trực quan	10 %	Rất trực quan và thẩm mỹ	Khá trực quan và thẩm mỹ	Tương đối trực quan và thẩm mỹ	Ít/Không trực quan và thẩm mỹ
Kỹ năng trình bày	20 %	Dẫn dắt vấn đề và lập luận logic, thuyết phục. Tương tác tốt với người nghe	Trình bày rõ ràng nhưng chưa logic, lập luận khá thuyết phục. Tương tác với người nghe khá tốt	Khó theo dõi nhưng vẫn có thể hiểu được các nội dung quan trọng. Có tương tác với người nghe nhưng chưa tốt	Trình bày không rõ ràng, người nghe không thể hiểu được các nội dung quan trọng. Không tương tác với người nghe.
Quản lý thời gian	10 %	Làm chủ thời gian và hoàn toàn linh hoạt điều chỉnh theo tình huống	Hoàn thành đúng thời gian, thỉnh thoảng có linh hoạt điều chỉnh theo tình huống	Quá giờ, thỉnh thoảng có điều chỉnh theo tình huống nhưng không linh hoạt	Quá giờ, không điều chỉnh theo tình huống
Trả lời câu hỏi	10 %	Các câu hỏi đều được trả lời đầy đủ, rõ ràng và thỏa đáng	Trả lời đúng đa số câu hỏi, nêu được định hướng phù hợp với những	Trả lời đúng một số câu hỏi, chưa nêu được định hướng phù hợp với những	Không trả lời được đa số câu hỏi

			câu chưa trả lời được	câu chưa trả lời được	
Sự phối hợp trong nhóm	10 %	Nhóm phối hợp tốt, thực sự chia sẻ và hỗ trợ nhau trong khi thuyết trình và trả lời	Nhóm có phối hợp khi thuyết trình và trả lời nhưng chưa đồng bộ	Nhóm ít phối hợp khi thuyết trình và trả lời câu hỏi	Không thể hiện sự kết nối trong nhóm

Rubric 2: Đánh giá Báo Cáo (Dự Án) Nhóm

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
Cấu trúc bài	10 %	Cấu trúc bài rất hợp lý	Cấu trúc bài khá hợp lý	Cấu trúc bài tương đối hợp lý	Cấu trúc bài chưa hợp lý
Tính trực quan	10 %	Trình bày rõ ràng, sạch đẹp	Trình bày khá rõ ràng, sạch đẹp	Trình bày tương đối rõ ràng, sạch đẹp	Trình bày không rõ ràng, sạch đẹp
Nội dung	40 %	Chính xác, khoa học	Khá chính xác, khoa học, còn vài sai sót nhỏ	Tương đối chính xác, khoa học, còn một số sai sót	Thiếu chính xác, khoa học, nhiều sai sót quan trọng
Quan điểm	30 %	Thể hiện rõ quan điểm và sự sáng tạo	Thể hiện khá rõ quan điểm và sự sáng tạo	Thể hiện tương đối rõ quan điểm, không sáng tạo	Không thể hiện được quan điểm, không sáng tạo
Quản lý thời gian	10 %	Làm chủ thời gian và hoàn thành đúng thời hạn yêu cầu	Hoàn thành khá đúng thời gian, tôn trọng các yêu cầu về thời gian	Quá giờ, tương đối tôn trọng các yêu cầu về thời gian	Quá giờ, không tôn trọng các yêu cầu về thời gian

Người duyệt đề



THS. Trần Nguyễn Hải Ngân

TP. Hồ Chí Minh, ngày 19 tháng 3 năm 2024

Giảng viên ra đề



TS Mã Bích Tiên