

TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN LANG
ĐƠN VỊ: KHOA XÃ HỘI VÀ NHÂN VĂN

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:	Nghịệp vụ PR		
Mã học phần:	71PRBU40032	Số tin chỉ:	2
Mã nhóm lớp học phần:	232_71PRBU40032_01		
Hình thức thi: Tiểu luận không thuyết trình	Thời gian làm bài:	7	ngày
<input type="checkbox"/> Cá nhân	<input checked="" type="checkbox"/> Nhóm		
Quy cách đặt tên file	Mã SV_Ho va ten SV (VD: 232_71PRBU40032_01_Nhóm 1_ Bài thi cuối kỳ)		

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	Vận dụng kiến thức nghiệp vụ PR vào các tình huống liên quan trong công việc hoặc phục vụ nghiên cứu chuyên sâu.	Tiểu luận	20%	1	2/10	PI 2.1
CLO 2	Lý giải được các công cụ phân tích – hoạch định chiến lược/ kế hoạch PR, – xây dựng kế hoạch PR cho một doanh nghiệp	Tiểu luận	20%	2	2/10	PI 2.2
CLO 3	Sử dụng kỹ năng trình bày, phối hợp để gắn kết đội ngũ, nhóm; duy trì và phát triển các mối quan hệ hợp tác nhằm hoàn thành tốt mục tiêu công việc liên quan đến truyền thông	Tiểu luận	20%	3	2/10	PI 5.3
CLO 4	Vận dụng phân tích , tổng hợp, đo lường, đánh giá được hoạt động “xây dựng – thực thi kế hoạch PR” để có thể đề xuất/ điều chỉnh giải pháp phù hợp	Tiểu luận	20%	4	2/10	PI 5.4
CLO 5	Tôn trọng quy định của tổ chức, sẵn sàng làm việc với áp lực cao; có khả năng thích ứng linh hoạt với sự thay đổi trong môi trường làm	Tiểu luận	20%	5	2/10	PI 9.1

việc của doanh nghiệp và với cộng đồng.						
---	--	--	--	--	--	--

III. Nội dung đề bài

1. Đề bài

Mỗi nhóm chọn 01 ý tưởng và trình bày chiến lược Xử lý khủng hoảng truyền thông cho:

. Doanh nghiệp (thương hiệu tổng hoặc sản phẩm đang gặp khủng hoảng trong 2 năm gần đây)

. (hoặc) Nhân vật (KOL đang gặp khủng hoảng trong 2 năm gần đây, có công ty quản lý)

Yêu cầu chung: Gồm 03 phần chính

1. Giới thiệu và phân tích bối cảnh vụ KHTT
2. Chiến lược XLKHTT
 - 2.1. Mục tiêu
 - 2.2. Đối tượng mục tiêu (Bên liên quan trọng yếu)
 - 2.3. Thông điệp truyền thông chính
 - 2.4. Chiến thuật xử lý tức thời - lâu dài - và hậu khủng hoảng
3. Thông cáo báo chí về vụ KHTT

2. Hướng dẫn thể thức trình bày đề bài

2.1. Yêu cầu chung:

- 1) Sinh viên thực hiện bài thi theo nhóm (7-10 người);
- 2) Hình thức trình bày: tiểu luận (35-100 trang), có kết cấu ba phần (mở đầu, nội dung, kết luận) rõ ràng.
 - a. Phần thông tin bắt buộc: Tên chủ đề được chọn, tên Trường, Khoa, tên nhóm thực hiện (mã lớp_ tên nhóm_ tên môn học), tháng năm thực hiện.
 - b. Phần Nội dung: trình bày đúng trọng tâm, chính xác, có phân tích, biện luận, có dẫn chứng/liên hệ thực tế.
 - c. Phần kết luận: có tóm lược, đánh giá và gợi mở.
- 3) Bài làm có trích nguồn cho nội dung và hình ảnh rõ ràng, tỉ lệ sao chép dưới 15% (bài có tỉ lệ sao chép của các nguồn khác từ 15% trở lên sẽ không chấm = 0 điểm).

2.2. Yêu cầu về Format Tiểu luận:

- 1) Font chữ Times New Roman, cỡ chữ 13; line spacing 1,5lines; lề trái 2.5cm; lề trên, lề dưới, lề phải 2.0 cm;
Đánh số thứ tự trang đặt ở đầu trang và canh giữa;
- 2) 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.
- 3) Tên file: Mã lớp HP_ Mã nhóm_ Bài thi cuối kỳ
(VD: 232_71PRBU40032_01_Nhóm 1_ Bài thi cuối kỳ)
- 4) Có bảng ghi rõ nhiệm vụ của từng cá nhân trong nhóm và chấm trọng số (đính kèm cuối bài).
- 5) Cách thức nộp bài: upload file bài làm (pdf/mp4) lên trang CTE đúng ngày thi.

6) 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*. 4th edition, Sage Publications

2.3. Hướng dẫn sinh viên trình bày:

1. Tóm tắt giới thiệu về nhóm
2. Giới thiệu tổng quan về tổ chức/ nhân vật
3. Phân tích bối cảnh vụ khủng hoảng: thực trạng, nguyên nhân, các hậu quả và cách đánh giá của nhóm về các bước xử lý ban đầu của tổ chức/ nhân vật
4. Phân tích cho chiến lược XLKHTT mới
Phân tích tổ chức/ nhân vật: PEST, SWOT
Vấn đề/Cơ hội mà tổ chức/ nhân vật đối mặt từ góc độ PR/truyền Thông
5. Xác định mục tiêu: chiến dịch XLKHTT dự kiến đạt được gì?
6. Xác định công chúng mục tiêu
7. Xác định thông điệp
8. Lập chiến lược để đạt được mục đích/mục tiêu PR đề ra (sử dụng mô hình SCCT để lựa chọn chiến lược ứng phó)
9. Xác định Crisis Team: các thành viên/ phòng ban và nhiệm vụ của từng người (team leader? Người phát ngôn? Cố vấn? Các phòng ban liên quan?)
10. Xây dựng chiến thuật: Các chiến thuật PR và Digital chính yếu để triển khai chiến lược (đảm bảo xác định chiến thuật cho cả 3 giai đoạn xử lý tức thời – lâu dài – và hậu khủng hoảng)
11. Lịch trình (Timeline): Các hoạt động thời gian, nhân sự
12. Ngân sách
13. Đánh giá: Đo lường kết quả có đạt được mục tiêu hay không?
14. Viết Holding statement
15. Viết Thông cáo báo chí: thể hiện thông điệp chính của chiến lược XLKHTT mới
15. Viết 2 bài PR khai thác theo 2 góc nhìn.

3. Rubric và thang điểm

Tiêu chí	Trọng số (%)	Tốt 8- 10 đ	Khá 6.5-7.9đ	Trung bình 5-6.4đ	Kém 0-4.9 đ
Đầy đủ các bước xây dựng chiến lược XLKHTT	10%	Trình bày đầy đủ mạch lạc và thuyết phục về nội dung tiểu luận	Trình bày tương đối đầy đủ nhưng đôi chỗ còn chưa thuyết phục	Còn sai sót quan trọng	Gần như không phù hợp
Nội dung đề tài	20%	Nghiên cứu một cách kỹ càng và chi tiết cụ thể về các yêu cầu của đề tài	Nghiên cứu chưa kỹ và chi tiết chưa cụ thể	Nghiên cứu chi tiết không cụ thể	Không thực hiện quá trình nghiên cứu

	20%	Trình bày đầy đủ mạch lạc và thuyết phục về chiến lược PR	Trình bày tương đối đầy đủ nhưng còn sai sót nhỏ	Còn sai sót quan trọng	
	20%	Ứng dụng được lý thuyết và tình huống thực tiễn cụ thể	ứng dụng được ít lý thuyết và chưa có tình huống thực tế	Chưa ứng dụng được lý thuyết	
Hình thức trình bày	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 thiếu logic
Trích dẫn tài liệu tham khảo	20%	Trích nguồn cẩn thận theo yêu cầu 15%	Trích nguồn cẩn thận theo yêu cầu 20%	Có trích nguồn nhưng không đủ	Không trích nguồn

Người duyệt đề

TP. Hồ Chí Minh, ngày 27 tháng 3 năm 2024

Giảng viên ra đề



Phạm Kim Điền

TS. Đinh Thị Lý Vân