

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 3, năm học 2023-2024**

**I. Thông tin chung**

Tên học phần:	THIẾT KẾ ĐỒ HỌA CƠ BẢN		
Mã học phần:	71DESI40372	Số tin chỉ:	02
Mã nhóm lớp học phần:	233_71DESI40372		
Hình thức thi: <b>Dự án</b>	Thời gian làm bài:	<b>07</b>	ngày
<input checked="" type="checkbox"/> Cá nhân	<input type="checkbox"/> Nhóm		
<i>Quy cách đặt tên file</i>	<i>Mã SV_Ho va ten SV_.....</i>		

**1. Format đề thi**

- Font: Times New Roman
- Size: 13
- Quy ước đặt tên file đề thi/đề bài:
- + 71DESI40372\_THIẾT KẾ ĐỒ HỌA CƠ BẢN\_233\_71DESI40372\_De 1

**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](mailto: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	Đánh giá đầy đủ, rõ ràng về mặt bố cục, màu sắc cho các giải pháp thiết kế sản phẩm truyền thông	Dự án Thiết kế sản phẩm Truyền thông	20%	01	2	PI 2.1
CLO3	Suy nghĩ khác biệt và sáng tạo trong hình thành ý tưởng và thiết kế sản phẩm truyền thông		20%	01	2	PI 5.3
CLO4	Sử dụng thành thạo phần mềm thiết kế đồ họa (Adobe Photoshop) vào thiết kế ấn phẩm truyền thông, thiết kế truyền thông trên nền tảng web và mobile		60%	01	6	PI 6.2

### 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) 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: Thết kế bộ sản phẩm truyền thông marketing cho một thương hiệu

*Gợi ý các chủ đề: về thực phẩm, mỹ phẩm chăm sóc sắc đẹp, cà phê, du lịch, ....*

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

- **Nội dung trình bày:** rõ chủ đề, thương hiệu, sản phẩm truyền thông (thể hiện đầy đủ thông tin thương hiệu, thông tin sản phẩm, thông tin chương trình, thông tin liên hệ của thương hiệu...)

#### ❖ Số lượng sản phẩm cần thiết kế:

##### - Một banner quảng cáo trên Website

- Kích thước 960x400 Px
- Resolution: 150px/inch
- Color mode: RGB

##### - Một poster quảng cáo trên Website

- Kích thước 240Px x 400PX
- Resolution: 150px/inch
- Color mode: CMYK

##### - Một Standee in Quảng cáo

- Kích thước 20cm x 45cm
- Resolution: 120px/cm
- Color mode: CMYK

##### - Một Flyer in Quảng cáo (2 mặt)

- Kích thước 21cm x 29.7cm
- Resolution: 120px/cm
- Color mode: CMYK

#### ❖ Cú pháp tên file: Mã LHP\_TÊN HỌC PHẦN\_MSSV\_Họ tên SV \_Tên sản phẩm

*Ví dụ: 71DESI40372\_233\_03\_TKĐHCB\_MSSV\_Nguyễn Văn A \_Banner...*

*(chữ màu đỏ SV điền thông tin, chữ màu đen giữ nguyên)*

#### - Hình thức nộp bài:

**Kênh 1:** Nộp bài thi trên trang **Elearning** của GV hướng dẫn theo đúng thời gian quy định. Đúng mã lớp học phần

\* Định dạng file: **PSD**

**Thời gian nộp bài: Bảy (07) ngày kể từ ngày kết thúc giờ trên lớp**

**Kênh 2:** UPLOAD BÀI LÀM TRÊN TRANG online (**CTE**) CỦA TRƯỜNG theo đúng thời gian quy định.

\* Định dạng file: **PDF**

**Thời gian nộp bài:** theo thông báo của phòng khảo thí báo trên trang online của SV

*\* “Nếu nộp bài thiếu một trong hai kênh đều không công nhận kết quả thi.”*

### 3. Rubric và thang điểm

Tiêu chí	Trọng số (%)	Tốt Từ 9– 10đ	Khá Từ 7 – dưới 9đ	Trung bình Từ 5 – dưới 7đ	Yếu dưới 5đ
Bố cục chính chu, tỷ lệ giữa các thành phần cân đối, chừa lề và cân chỉnh các thành phần hợp lý	20	Bố cục chính chu, tỷ lệ giữa các thành phần cân đối, chừa lề và cân chỉnh các thành phần hài hòa	Bố cục chính chu, tỷ lệ giữa các thành phần cân đối, chừa lề và cân chỉnh các thành phần tương đối hài hòa	Bố cục tương đối chỉnh chu, tỷ lệ giữa các thành phần cân đối, chừa lề và cân chỉnh các thành phần không hài hòa	Bố cục tương đối chỉnh chu, tỷ lệ giữa các thành phần không cân đối, chừa lề và cân chỉnh các thành phần không hài hòa
Nội dung thông điệp sáng tạo, phù hợp với chủ đề, đầy đủ thông tin cần thiết theo yêu cầu về mục đích truyền thông	10	Nội dung phù hợp với chủ đề, rõ thông tin cần thiết, trình bày mạch lạc, đúng mục đích truyền thông	Nội dung tương đối phù hợp với chủ đề, rõ thông tin cần thiết, trình bày mạch lạc, đúng mục đích truyền thông	Nội dung tương đối phù hợp với chủ đề, rõ thông tin cần thiết, trình bày mạch lạc, chưa đúng mục đích truyền thông	Nội dung không phù hợp với chủ đề, sai thông tin cần thiết, trình bày chưa mạch lạc, không đúng mục đích truyền thông
Màu sắc hài hoà, tương quang sáng tối tốt, tính đồng bộ cao, phù hợp với chủ đề thiết kế	10	Màu sắc hài hoà, tương quang sáng tối tốt, tính đồng bộ cao, phù hợp với chủ đề thiết kế	Màu sắc hài hoà, tương quang sáng tối tốt, tính đồng bộ cao, chưa hợp với chủ đề thiết kế	Màu sắc hài hoà, tương quang sáng tối tốt, không mang tính đồng bộ, không hợp với chủ đề thiết kế	Màu sắc hài hoà, tương quang sáng tối không tốt, không mang tính đồng bộ, không hợp với chủ đề thiết kế
Sử dụng hình ảnh phù hợp chủ đề, độ sắc nét cao, đúng tỉ lệ khi thu- phóng kích thước ảnh	10	Phù hợp chủ đề, độ sắc nét cao, đúng tỉ lệ khi thu - phóng kích thước ảnh	Phù hợp chủ đề, độ sắc nét cao, sai tỉ lệ khi thu - phóng kích thước ảnh	Phù hợp chủ đề, độ sắc nét tương đối, sai tỉ lệ khi thu - phóng kích thước ảnh	Hình ảnh phù hợp chủ đề, không có độ sắc nét, sai tỉ lệ khi thu - phóng kích thước ảnh

Phông chữ sử dụng tối đa 03 kiểu chữ trong bộ sản phẩm thiết kế, ấn tượng, phù hợp với chủ đề, dễ đọc	10	Sử dụng 03 kiểu chữ, ấn tượng, phù hợp với chủ đề, dễ đọc	Sử dụng 03 kiểu chữ, ấn tượng, không phù hợp với chủ đề, khó đọc	Sử dụng 03 kiểu chữ, không ấn tượng, không phù hợp với chủ đề, khó đọc	Sử dụng trên 03 kiểu chữ, không ấn tượng, không phù hợp với chủ đề, khó đọc
Ý tưởng thiết kế có tính sáng tạo độc đáo, mới lạ, phù hợp với văn hóa vùng miền, phù hợp với ngành nghề	20	Sáng tạo độc đáo, mới lạ, phù hợp với văn hóa vùng miền, phù hợp với ngành nghề	Sáng tạo chưa độc đáo, không mới lạ, phù hợp với văn hóa vùng miền, chưa phù hợp với ngành nghề	Sáng tạo chưa cao, không mới lạ, phù hợp với văn hóa vùng miền, chưa phù hợp với ngành nghề Sao chép dưới 30% mẫu sẵn có	Không có sáng tạo, không phù hợp với văn hóa vùng miền, không phù hợp với ngành nghề Sao chép dưới 30% mẫu sẵn có
Quy chuẩn trình bày: - Kích thước - Hệ màu - Độ phân giải	10	Đúng kích thước, Đúng hệ màu, Đúng độ phân giải	Đúng kích thước, Đúng hệ màu, sai độ phân giải	Đúng kích thước, sai hệ màu, sai độ phân giải	Sai kích thước, sai hệ màu, sai độ phân giải
Mockup đa dạng, nhiều góc nhìn, phù hợp với chủ đề	10	Mockup đa dạng, nhiều góc nhìn, phù hợp với chủ đề	Mockup đa dạng, phù hợp với chủ đề	Mockup phù hợp với chủ đề	Không có mockup

**Người duyệt đề**



**TS. Trần Đức Tuấn**

TP. Hồ Chí Minh, ngày 25 tháng 06 năm 2024

**Giảng viên ra đề**



**Nguyễn Đức Thông**