

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:	Tâm lý học truyền thông		
Mã học phần:	71PSYC30322	Số tin chỉ:	02
Mã nhóm lớp học phần:	233_71PSYC30322		
Hình thức thi: Tiểu luận	Thời gian làm bài:	10	ngày
<input type="checkbox"/> Cá nhân	<input checked="" type="checkbox"/> Nhóm		
<i>Quy cách đặt tên file nộp bài</i>	<i>STTLop_STTNhom_TenNhom_Chude</i>		

1. Format đề thi

- Font: Times New Roman
- Size: 13
- Quy ước đặt tên file đề thi/đề bài:
- + **Mã học phần**_Tên học phần_Mã nhóm học phần_TIEUL_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 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

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	Thu thập thông tin cần thiết về tâm lý công chúng nhằm phục vụ cho việc thiết kế các hoạt động quan hệ công chúng đáp ứng nhóm mục tiêu cụ thể.	Tiểu luận	20%	1; 2	2,0	PI3.1
CLO2	Vận dụng tư duy phản biện vào phân tích tâm lý công chúng nhằm giải quyết các vấn đề thực tiễn trong quan hệ công chúng	Tiểu luận	10%	3	1,0	PI5.2
CLO3	Vận dụng các hình thức truyền thông vào lập kế hoạch hoạt động quan hệ công chúng phù hợp với tâm lý công chúng	Tiểu luận	25%	4; 5	2,5	PI7.1
CLO4	Thực hiện các nghiệp vụ khảo sát, nghiên cứu nhận thức, hành vi nhằm phân tích tâm lý của công chúng truyền thông	Tiểu luận	20%	6	2,0	PI8.1
CLO5	Thể hiện ý thức giữ gìn đạo đức nghề nghiệp để truyền tải chính xác nội dung truyền thông trong hoạt động quan hệ công chúng	Tiểu luận	15%	7; 8	2,5	PI9.2

III. Nội dung đề bài

1. Đề bài

Dựa trên các lý thuyết tâm lý học truyền thông, nhóm hãy tiến hành nghiên cứu, đánh giá và phân tích 01 case study trong lĩnh vực truyền thông. Sau đó, trình bày sản phẩm bằng hình thức online video (10-15 phút).

2. Hướng dẫn thể thức trình bày đề bài

THÔNG TIN VỀ SẢN PHẨM CUỐI KỲ HỌC PHẦN TÂM LÝ HỌC TRUYỀN THÔNG

NHÓM: STT NHÓM _TÊN NHÓM

MÃ LỚP HỌC PHẦN: 233_71PSYC30322_XX

A/ Thông tin chung về sản phẩm

STT	Thông tin chính	Nội dung	Ghi chú	Gợi ý
1	Chủ đề (Topic)	Tên case study + Tên lý thuyết
2	Tiêu đề Video (Video Title)	Có thể đặt dưới dạng câu hỏi/ giạt tít/ liệt kê số/ chuẩn SEO...
3	Nền tảng đăng tải (Platform/Channel)	Youtube/ Facebook Reel/ Tiktok/ Instagram Reels... (có thể chia ra nhiều episodes) Vì sao lựa chọn platform này?
4	Mục tiêu của sản phẩm (Objective)	Có thể phát biểu theo công thức SMART
5	Thông điệp chính (Key Message)	Liệt kê các main keywords
6	Phong cách (Style)	Tone Voice Mood Vibe Color ...
7	Phương pháp nghiên cứu (Research Methods)	Các phương pháp thu thập và xử lý dữ liệu được Nhóm sử dụng (VD: Nghiên cứu tại bàn; Thí nghiệm; Social Listening; Survey; Interview...)
8	Chân dung công chúng mục tiêu (Target Audience Persona)	Thói quen sử dụng media; Thái độ Nhận thức; Văn hoá; Nhóm kinh tế - xã hội; Kiến thức; Nhân khẩu học; Nỗi đau/sợ... -> Insight

9	Effect (Hiệu quả)	<i>Hiệu quả của video sau khi Nhóm đăng tải như thế nào so với mục tiêu Nhóm đề ra (liên kết với mục số 4 – Objective)?</i> <i>Data Insight Data Report mà Nhóm thu thập được</i> <i>Phản ứng của công chúng?</i>
...

B/ Thông tin về nhóm thực hiện sản phẩm

Link online file “Đánh giá KPI % đóng góp của mỗi cá nhân trong nhóm (chia sẻ quyền truy cập)”

C/ Địa chỉ của sản phẩm:

Nhập link của video (thiết lập chế độ public khi chia sẻ)

3. Rubric và thang điểm

STT	Tiêu chí	Trọng số (%)	Tốt 8 – 10 đ	Khá 6 - <8 đ	Trung bình 5 - < 6 đ	Yếu < 5 đ
1	Thu thập thông tin hợp lý, chính xác, đầy đủ các yếu tố về tâm lý công chúng truyền thông	10%	Thu thập thông tin hợp lý, chính xác, đầy đủ các yếu tố về tâm lý công chúng truyền thông	Thu thập thông tin hợp lý, chính xác đáp ứng 75% các yếu tố về tâm lý công chúng truyền thông	Thu thập thông tin hợp lý, chính xác đáp ứng 50% các yếu tố về tâm lý công chúng truyền thông	Thu thập thông tin hợp lý, chính xác đáp ứng dưới 50% các yếu tố về tâm lý công chúng truyền thông
2	Thiết kế các hoạt động quan hệ công chúng chính xác, phù hợp với tâm lý công chúng	10%	Thiết kế các hoạt động quan hệ công chúng chính xác, lý giải có cơ sở, dẫn chứng và phù hợp với thông tin thu thập được	Thiết kế các hoạt động quan hệ công chúng chính xác, lý giải có cơ sở, dẫn chứng khá phù hợp với thông tin thu thập được	Thiết kế các hoạt động quan hệ công chúng chính xác, lý giải chưa phù hợp, còn sai sót nhỏ	Thiết kế các hoạt động quan hệ công chúng chính xác, lý giải không phù hợp
3	Vận dụng tư duy phân biện hợp lý, thuyết phục vào phân tích tâm lý công chúng	10%	Vận dụng tư duy phân biện hợp lý, thuyết phục và phân tích có cơ sở, dẫn chứng minh họa.	Vận dụng tư duy phân biện khá hợp lý, thuyết phục và phân tích có cơ sở, dẫn chứng minh họa.	Vận dụng tư duy phân biện khá hợp lý, thuyết phục nhưng phân tích chưa có cơ sở, dẫn chứng minh họa.	Vận dụng tư duy phân biện chưa hợp lý, chưa thuyết phục và phân tích không có cơ sở, dẫn chứng minh họa.
4	Đánh giá hợp lý bối cảnh và điều kiện cụ thể của quá trình truyền thông.	10%	Đánh giá hợp lý, lý giải thuyết phục dựa trên kết quả phân tích	Đánh giá hợp lý, lý giải khá thuyết phục	Đánh giá khá hợp lý, lý giải chưa được thuyết phục, còn sai sót nhỏ	Đánh giá không hợp lý, lý giải không thuyết phục

5	Vận dụng các hình thức truyền thông phù hợp với kế hoạch quan hệ công chúng dựa trên phân tích tâm lý công chúng và đánh giá bối cảnh	15%	Vận dụng các hình thức truyền thông phù hợp, thống nhất với kế hoạch quan hệ công chúng dựa trên kết quả phân tích tâm lý công chúng và đánh giá bối cảnh	Vận dụng các hình thức truyền thông khá phù hợp, thống nhất với kế hoạch quan hệ công chúng dựa trên kết quả phân tích tâm lý công chúng và đánh giá bối cảnh	Vận dụng các hình thức truyền thông chưa phù hợp, thống nhất với kế hoạch quan hệ công chúng và chỉ dựa trên 50% kết quả phân tích tâm lý công chúng và đánh giá bối cảnh	Vận dụng các hình thức truyền thông chưa phù hợp, chưa thống nhất với kế hoạch quan hệ công chúng và chưa dựa trên kết quả phân tích tâm lý công chúng và đánh giá bối cảnh
6	Thực hiện khảo sát, nghiên cứu tâm lý công chúng hợp lý, đầy đủ, có mô tả và đánh giá cụ thể các bước khảo sát	20%	Thực hiện khảo sát tâm lý công chúng hợp lý, đầy đủ, có mô tả và đánh giá cụ thể các bước khảo sát	Thực hiện khảo sát tâm lý công chúng khá hợp lý, còn thiếu một vài bước nhỏ, có mô tả và đánh giá cụ thể các bước khảo sát	Thực hiện khảo sát tâm lý công chúng chưa hợp lý, còn thiếu nhiều bước, có mô tả và đánh giá khá cụ thể các bước khảo sát	Thực hiện khảo sát tâm lý công chúng chưa hợp lý, còn thiếu nhiều bước, chưa mô tả và đánh giá các bước khảo sát
7	Thể hiện đúng quan điểm chính trị và luật pháp	15%	Trình bày thông tin đúng quan điểm chính trị và luật pháp	Trình bày đúng 75% quan điểm chính trị và luật pháp	Trình bày đúng 50% quan điểm chính trị và luật pháp	Trình bày dưới 50% đúng quan điểm chính trị và luật pháp
8	Thể hiện ý thức chủ động, tích cực trong làm việc nhóm	10%	Dựa vào rubric đánh giá cá nhân trong làm việc nhóm			

Người duyệt đề

TP. Hồ Chí Minh, ngày 8 tháng 7 năm 2024

Giảng viên ra đề

ThS. Lê Thị Thảo Trang