

TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN LANG  
KHOA QUAN HỆ CÔNG CHÚNG - TRUYỀN THÔNG

**ĐỀ THI, ĐÁP ÁN/RUBRIC VÀ THANG ĐIỂM**  
**THI KẾT THÚC HỌC PHẦN**  
**Học kỳ 3, năm học 2023-2024**

**I. Thông tin chung**

Tên học phần:	Kỹ năng viết cho truyền thông		
Mã học phần:	71WRPR40553	Số tín chỉ:	3
Mã nhóm lớp học phần:	233_71WRPR40553_01 đến 233_71WRPR40553_12		
Hình thức thi: <b>Tự luận</b>	Thời gian làm bài:	<b>10</b>	ngày
<i>Thí sinh được tham khảo tài liệu:</i>	<input checked="" type="checkbox"/> Có	<input type="checkbox"/> Không	

## 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)
<b>CLO 1</b>	Đề xuất các giải pháp cho truyền thông (viết tin, bài, bài PR, quảng cáo, thông cáo báo chí,...) phù hợp và kế hoạch đăng bài truyền thông trên các PTTT hiệu quả.	Bài tập lớn	10%	Câu 1	1/10	
<b>CLO 2</b>	Sử dụng hiệu quả kỹ năng đa phương tiện, thành thạo các kỹ năng như thẩm định tin, viết và biên tập tin – bài, bài PR, quảng cáo, thông cáo báo chí,... trong truyền thông đa phương tiện.	Bài tập lớn	40%	Câu 1	4/10	
<b>CLO 3</b>	Sử dụng các phương pháp phân tích dữ liệu từ khảo sát nhu cầu của công chúng, nhằm phát hiện, đánh giá nhu cầu của công chúng nhằm xây dựng chiến lược viết bài truyền thông phù hợp.	Bài tập lớn	30%	Câu 1	3/10	
<b>CLO 4</b>	Sử dụng các phương pháp nghiên cứu thị trường và đối thủ cạnh tranh, thị hiếu người tiêu dùng nhằm đưa ra những hiểu biết về thị hiếu công chúng, nhu cầu thị trường, lợi thế của sản phẩm/dịch vụ, từ đó chọn cách tiếp cận để triển khai nội dung viết cho truyền thông hiệu quả nhất.	Bài tập lớn	10%	Câu 1	1/10	
<b>CLO 5</b>	Thể hiện ý thức giữ gìn đạo đức nghề nghiệp và trách nhiệm xã hội thông qua việc cung cấp thông tin đúng và trung và chịu trách nhiệm về thông tin mình truyền thông tới công chúng thông qua bài viết cho quan hệ công chúng.	Bài tập lớn	10%	Câu 1	1/10	

### III. Nội dung câu hỏi

#### 1. Đề bài: *Bài tập lớn*

##### Câu 1:

*Viết một bài PR cho doanh nghiệp hoặc cá nhân hoặc sản phẩm hoặc thương hiệu,... đăng trên báo điện tử (800 - 1.200 chữ). Sinh viên tự lựa chọn công thức (PAS, 3S, Strings) và dạng bài PR (Advertorial, Editorial, Testimonial, hay phỏng vấn chân dung nhân vật).*

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

- Hình thức trình bày: Khổ giấy A4, Size 14, Font: Times New Roman (khuyến khích sinh viên design bài viết dưới hình thức như một bài đăng trên báo điện tử)
- Kèm link vào bài viết nếu có sử dụng video (tại vị trí mong muốn).
- Hình thức làm bài: Làm nhóm (3 SV/nhóm - theo sự phân chia nhóm của GV từ trước)
- Thời gian up đề thi lên CTE: ngày 03/08/2024.
- Thời gian Sinh viên nộp bài: ngày 13/08/2024.

Lưu ý:

-Không đạo văn dưới mọi hình thức (0 điểm nếu tỷ lệ đạo văn  $\geq 20\%$ )

-Lưu tên file = tên nhóm - VD: Nhóm 10 = N10 (nộp file PDF)

-Có bảng đánh giá tỉ lệ % thực hiện công việc của các thành viên trong nhóm - để cuối bài thi)

### 3. Rubric và thang điểm

Tiêu chí	Trọng số (100%)	Xuất sắc 10đ	Giỏi 8đ	Khá 6đ	Trung bình 5đ	Kém 3đ
1.Hình thức, bố cục rõ ràng	10	Có tiêu đề ngắn gọn, có lead, nội dung thông tin được phân đoạn dễ đọc, hình ảnh đẹp, phù hợp chủ đề và chú thích ảnh, video, box thông tin,... (1đ)	Có tiêu đề ngắn, có lead, nội dung thông tin được phân đoạn hơi khó đọc, hình ảnh phù hợp chủ đề và chú thích ảnh, video, box thông tin,... (0,8đ)	Có tiêu đề, có lead, nhưng nội dung thông tin phân đoạn khó đọc, không có ảnh hoặc ảnh không phù hợp, chú thích hình ảnh chưa đúng (0,6đ)	Thiếu một số thành phần cơ bản của tin/ bài. Không có ảnh hoặc sai ảnh, sai chú thích ảnh. (0,5đ)	Trình bày không đúng quy định (0,3đ)
2.Tiêu đề ngắn gọn, sapo hấp dẫn	10	Tiêu đề dài không quá 10 chữ, làm nổi bật nội dung chính của bài. Sapo hay, hấp dẫn làm sáng tỏ tiêu đề, làm câu nổi cho bài. (1đ)	Tiêu đề dài khoảng 11- 14 chữ, giới thiệu được nội dung chính của bài. Sapo hay nhưng chưa sáng tạo (0,8đ)	Tiêu đề dài hơn 14 chữ, chưa giới thiệu tốt nội dung chính của bài. Sapo không hay, không sáng tạo (0,6đ)	Tiêu đề, sapo chưa phù hợp về dung lượng, chưa giới thiệu tốt nội dung chính của bài (0,5đ)	Tiêu đề bài không đúng quy định. Không có sapo hoặc không đúng. (0,3đ)
3.Nội dung đúng trọng tâm, sáng tạo.  Viết đúng công thức và dạng bài PR đã chọn.	60	- Nội dung đúng công thức và dạng bài PR. Lối kể chuyện sáng tạo, hấp dẫn. Bài viết có thể kiểm chứng và có mục đích phục vụ lợi cho người xem. (6đ)	- Nội dung đúng công thức và dạng bài PR. Lối kể chuyện hay nhưng chưa sáng tạo, hấp dẫn. Bài viết có thể kiểm chứng và có mục đích phục vụ lợi cho người xem. (4,8đ)	- Nội dung đúng công thức và dạng bài PR. Bài viết có thể kiểm chứng và có mục đích phục vụ lợi cho người xem. (3,6đ)	- Nội dung bài PR chưa đúng công thức và mô hình, viết mơ hồ. (3,0đ)	Viết sai nội dung, không đúng công thức và dạng bài PR đã chọn. (1,8đ)
4.Chính tả, ngữ pháp đúng	10	Không mắc lỗi chính tả, ngữ pháp (1đ)	Có một vài lỗi chính tả, ngữ pháp nhưng không đáng kể (0,8 đ)	Bài còn nhiều lỗi chính tả, ngữ pháp (0,6đ)	Bài còn nhiều lỗi chính tả, ngữ pháp ảnh hưởng đến việc tiếp nhận thông tin. (0,5đ)	Bài nhiều lỗi chính tả, câu không đúng ngữ pháp (0,3đ)
5.Đúng quan điểm, chủ trương, đạo đức người	10	Đúng quan điểm, chủ trương, đạo đức người làm truyền thông	Đúng quan điểm, chủ trương, đạo đức người làm truyền thông, đôi khi có sai	Đúng quan điểm, chủ trương, đạo đức người làm truyền thông, có sai lệch	Có nhưng quan điểm, chủ trương và đạo đức sai lệch nhưng	Không đúng quan điểm, chủ trương, đạo đức người làm truyền thông.

làm truyền thông		(1đ)	lệch nhưng không đáng kể (0,8đ)	nhưng không đáng kể (0,6đ)	không đáng kể (0,5đ)	(0,3đ)
------------------------	--	------	---------------------------------------	----------------------------------	----------------------------	--------

**Người duyệt đề**

*TP. Hồ Chí Minh, ngày 17 tháng 07 năm 2024*

**Giảng viên ra đề**



**Nguyễn Chí Nghĩa**