

TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN LANG
KHOA THƯƠNG MẠI

ĐỀ THI/ĐỀ BÀI, RUBRIC VÀ THANG ĐIỂM
THI KẾT THÚC HỌC PHẦN
Học kỳ 1, năm học 2024-2025

I. Thông tin chung

Tên học phần:	Quảng cáo và khuyến mãi		
Mã học phần:	241_71MRKT40253	Số tín chỉ:	3
Mã nhóm lớp học phần:	01, 02		
Hình thức thi: Tiểu luận theo nhóm (có thuyết trình)	Thời gian làm bài:	7	ngày
☒ GV giao đề bài trong thời gian giảng dạy lớp học phần	☒ TT. Khảo thí thiết lập và giao đề bài trên hệ thống thi CTE theo lịch thi Phòng Đào tạo công bố		
☐ Cá nhân	☒ Nhóm	Số SV/nhóm:	8-10
Quy cách đặt tên file	Mã HP_NhomX_Vietravel (trong đó X là thứ tự nhóm)		

Giảng viên nộp đề thi, đáp án bao gồm cả **Lần 1 và Lần 2 trước ngày 17/11/2024.**

1. Format đề thi

- Bài nộp ở định dạng Power Point
- Nội dung trình bày trong khoảng từ 40 – 60 slide
- Quy ước đặt tên file đề thi/đề bài:
+ **Mã học phần_NhomX_Vietravel** (trong đó X là thứ tự nhóm)

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 Nhất 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	Trình bày rõ ràng các lý thuyết chính về Quảng Cáo – Khuyến Mãi	Bài tiểu luận	10%	1	1	PLO4/PI4.3
CLO2	Áp dụng vào việc lập kế hoạch, phân tích và đánh giá các hoạt động Quảng Cáo và Khuyến mãi trong kinh doanh của doanh nghiệp.	Bài tiểu luận & Thuyết trình	20%	1	2	PLO4/PI4.3
CLO3	Sinh viên có khả năng xây dựng kế hoạch Quảng cáo và Khuyến mãi cho các sản phẩm, dịch vụ của doanh nghiệp	Bài tiểu luận & Thuyết trình	30%	1	3	PLO8/PI8.1 & PI 8.2
CLO4	Sinh viên có thể xây dựng chiến lược định vị thương hiệu cho sản phẩm, dịch vụ của doanh nghiệp thông qua hoạt động Quảng cáo và khuyến mãi	Bài tiểu luận & Thuyết trình	20%	1	2	PLO8/PI8.2 & PI 8.3
CLO5	Vận dụng kiến thức lý thuyết về truyền thông để giao tiếp, giáo dục thái độ ứng xử trong giao tiếp của bản thân sinh viên. Giáo dục tính tích cực chủ động trong học tập.	Thuyết trình	20%	1	2	PL10/PI10.1

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) 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

Vietravel là công ty du lịch truyền thống, lâu đời; nổi tiếng với các gói tour & đối tượng lớn tuổi. Vietravel chưa có nhiều hoạt động để xây dựng tình cảm thương hiệu. Nhân dịp tết 2025, Vietravel muốn xây dựng kế hoạch quảng cáo tour du lịch tết.

MỤC ĐÍCH CHÍNH CỦA CHIẾN DỊCH

- Khơi gợi động lực; nhu cầu “Phải đi du lịch” của người Việt Nam nhân dịp Tết đến xuân về để tận hưởng **Tết Hiện Đại**.
- Duy trì và tăng vị trí TOM của người người dùng về Vietravel trên quy mô cả nước.

2. Hướng dẫn thể thức trình bày đề bài

Yêu cầu nội dung của bài làm:

1. Giới thiệu tên doanh nghiệp pitching
2. Tóm tắt lại yêu cầu của từng nhãn hiệu về chiến dịch quảng cáo
 - Vấn đề của doanh nghiệp
 - Mục tiêu của chiến dịch
3. Phân tích tổng quan
 - Phân tích thị trường của sản phẩm/ dịch vụ, bối cảnh của chiến dịch
 - Phân tích hoạt động doanh nghiệp, đối thủ cạnh tranh
 - Xác định khách hàng mục tiêu
 - Định hướng tiếp cận để giải quyết vấn đề của doanh nghiệp
4. Kế hoạch triển khai chiến dịch quảng cáo
 - Chọn 2-3 công cụ quảng cáo được học, mô tả cách thức thực hiện, mô phỏng nội dung cụ thể sẽ thực hiện (ti vi, radio, tạp chí, báo, mạng xã hội, quan hệ công chúng, tài trợ,...)
5. Kế hoạch thực hiện và kiểm soát
 - Kế hoạch thực hiện có xác định thời gian
 - KPIs dự kiến
 - Bảng báo giá

Yêu cầu trình bày báo cáo:

- Trang bìa
- Mục lục
- Đầy đủ các nội dung theo yêu cầu
- Danh sách thành viên & mức độ hoàn thành công việc

- Phụ lục & tài liệu tham khảo.

3. Rubric và thang điểm

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 đủ 90%-100% yêu cầu đề thi	Cấu trúc bài đủ 70%-89% yêu cầu đề thi	Cấu trúc bài đủ 50%-69% yêu cầu đề thi	Cấu trúc bài dưới 50% yêu cầu đề thi
Nội dung	50 %	Giải quyết được tốt yêu cầu của đề bài, khoa học, có dẫn chứng rõ ràng, ít nhất 3 ví dụ	Giải quyết được khá yêu cầu của đề bài, khoa học, có dẫn chứng rõ ràng, ít nhất 2 ví dụ, còn vài sai sót nhỏ	Giải quyết được khá chính xác yêu cầu của đề bài, khoa học, có dẫn chứng rõ ràng, ít nhất 2 ví dụ, còn một số sai sót	Thiếu chính xác, khoa học, không có dẫn chứng, nhiều sai sót quan trọng
Sự sáng tạo của nhóm	30 %	Thể hiện rõ quan điểm nhóm và sự sáng tạo	Thể hiện khá rõ quan điểm nhóm và sự sáng tạo	Thể hiện tương đối rõ quan điểm nhóm, không sáng tạo	Không thể hiện được quan điểm nhóm, không sáng tạo
Hình thức trình bày	10 %	Tuân thủ 90%-100% yêu cầu trình bày của đề thi	Tuân thủ 70%-89% yêu cầu trình bày của đề thi	Tuân thủ 50%-69% yêu cầu trình bày của đề thi	Tuân thủ dưới 50% yêu cầu trình bày của đề thi

Người duyệt đề



Nguyễn Văn Tâm

TP. Hồ Chí Minh, ngày 08 tháng 11 năm 2024

Giảng viên ra đề



Lê Vũ Lan Oanh