

TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN LANG
ĐƠN VỊ: KHOA CÔNG NGHỆ SÁNG TẠO

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:	XÂY DỰNG CHIẾN LƯỢC SÁNG TẠO QUẢNG CÁO		
Mã học phần:	71ABVE30253	Số tín chỉ:	3 (1,2)
Mã nhóm lớp học phần:	241_71ABVE30253_01		
Hình thức thi: Tiểu luận cá nhân không thuyết trình	Thời gian làm bài:		Phút/ ngày
☒ Cá nhân	☐ Nhóm		
Quy cách đặt tên file	Mã SV_Ho và ten SV_.....		

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

(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	Hiểu các loại, hình thức, mục tiêu và chức năng của quá trình	Tự luận	20%	Đề tài tiểu luận	2	

	quảng cáo, các chỉ số và các yếu tố của sự sáng tạo.					
CLO3	Giải thích các yếu tố của chiến lược quảng cáo và tác dụng kinh tế của quảng cáo.		20%		2	
CLO4	Phân tích các ví dụ thực tế về các loại và hình thức quảng cáo và chiến dịch quảng cáo khác nhau.		60%		6	

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) Nêu 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

Anh chị hãy phân tích một chiến lược sáng tạo quảng cáo của một đơn vị bất kỳ và thiết kế một Bảng Creative Brief .

Yêu cầu phân tích tối thiểu:

1. Thu thập thông tin:

-Thông tin tổng quan về Doanh nghiệp (tên, giới thiệu chung, loại hình doanh nghiệp, sơ đồ tổ chức, bộ tuyên ngôn của Doanh nghiệp, chức năng và sản phẩm tiêu biểu).

-Thông tin về chiến dịch quảng cáo.

2. Phân tích và đánh giá

-Objectives của chiến dịch đó là gì? Ý nghĩa của Objectives đối với khách hàng là gì?

-Target của chiến dịch đó là gì? Vai trò của Target đối với các Agencies.

-Trình bày Insight của Chiến dịch đó là gì? Nêu một trường hợp mà các thương hiệu thường thất bại về Insight?

-Positioning statement trong chiến dịch đó là gì? Hãy phân tích Positioning statement theo: Target, Frame of Reference, Point of Difference và Reason to Believe?

3. Thiết kế Bảng Creative Brief: Dựa trên thông tin của Chiến dịch quảng cáo đó, xây dựng một Creative Brief mới.

2. Hướng dẫn thể thức trình bày đề bài

- Bài làm phải bao gồm các mục sau:

- Trang bìa (tiêu đề, họ tên sinh viên, MSSV, email) theo thể thức chung của Trường và Khoa.
 - Trang nhận xét của GV
 - Lời mở đầu và Lời cảm ơn
 - Mục lục
 - Danh mục bảng biểu, hình vẽ (nếu có)
 - Danh mục các từ viết tắt, thuật ngữ (nếu có)
 - Nội dung bài làm chính
 - Tài liệu tham khảo
 - Phụ lục (nếu có)
- Khổ giấy: A4 (201mmx297mm), kiểu trang: portrait (dáng đứng)
 - Căn lề: trên, dưới: 2.0->2,5 cm, phải: 2,0 cm, trái: 3.0->3,5 cm, Header & Footer: 1,5 cm
 - Font chữ: Times new Roman (sử dụng bảng mã Unicode)
 - Cỡ chữ chung: 13
 - Cách dòng: 1.2-1.3 lines.
 - Đánh số trang, mục lục tự động; những trang đầu (lời cảm ơn, mục lục, nhận xét Giảng viên, trang danh sách bảng, hình...) đánh số La Mã (i, ii, iii, iv), phần nội dung (kể cả mục lục) đánh số Ả Rập (1,2,3...), phụ lục không đánh số trang.
 - Ở header hoặc footer trong từng trang thể hiện Mã SV_Ho và ten SV
 - Đối với các hình và bảng biểu minh họa, cần có tên và “nguồn”

- Ngôn ngữ chính là Tiếng Việt (đúng chính tả), các thuật ngữ tiếng Anh phải được chú thích rõ ràng.
- Không quá 20 trang **nội dung** (không tính các trang bìa, mục lục, lời mở đầu,...)

3. Rubric và thang điểm

Tiêu chí	Trọng số (%)	Đóng góp cho CLO	Tốt Từ 8 – 10 đ	Khá Từ 6 – dưới 8 đ	Trung bình Từ 4 – dưới 6 đ	Yếu dưới 4 đ
Phát triển ý tưởng	10%	CLO4	Phát triển ý tưởng rõ ràng có tính sáng tạo trong đặt vấn đề nghiên cứu rất thuyết phục	Phát triển ý tưởng rõ ràng có tính sáng tạo trong đặt vấn đề nghiên cứu nhưng thiếu thuyết phục	Phát triển ý tưởng rõ ràng có tính sáng tạo trong đặt vấn đề nghiên cứu không rõ ràng	Phát triển ý tưởng rõ ràng có tính sáng tạo trong đặt vấn đề nghiên cứu một cách mơ hồ
Nội dung	30%	CLO3	Nội dung thể hiện thể hiện đầy đủ các phần: mở đầu, nội dung, TLTK, PL phản ánh quá trình nghiên cứu rõ ràng	Nội dung thể hiện đầy đủ các phần: mở đầu, nội dung, TLTK, PL phản ánh quá trình nghiên cứu nhưng chưa rõ ràng	Nội dung thể hiện thể hiện đầy đủ các phần: mở đầu, nội dung, TLTK, PL không phản ánh quá trình nghiên cứu rõ ràng	Nội dung thể hiện thể hiện đầy đủ các phần: mở đầu, nội dung, TLTK, PL thiếu tính nghiên cứu
Cách thức trình bày	20%	CLO1, CLO3	Các thức trình bày đúng yêu cầu của một tiểu luận: Khoa học, rõ ràng và đẹp	Các thức trình bày chưa đúng yêu cầu của một tiểu luận: Khoa học, rõ ràng và đẹp	Các thức trình bày chưa đúng yêu cầu của một tiểu luận: thiếu tính Khoa học, rõ ràng và đẹp	Các thức trình bày cẩu thả

TP. Hồ Chí Minh, ngày 5 tháng 11 năm 2024

Người duyệt đề

Giảng viên ra đề




TS. VÕ VĂN LẠC

ThS. Trần Thanh Tú

