

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 1, năm học 2024-2025

I. Thông tin chung

Tên học phần:	VĂN HOÁ TRUYỀN THÔNG		
Mã học phần:	71RELI30372	Số tín chỉ:	2
Mã nhóm lớp học phần:	241_71RELI30372		
Hình thức thi: Tiểu luận	Thời gian làm bài:	10	ngày
☐ Cá nhân	☒ Nhóm		
Quy cách đặt tên file bài nộp	Tennhom_CK_VHTT_MalopHP		

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	Đề xuất chính xác giải pháp cải tiến cho các phương án văn hoá truyền thông	Tiểu luận	20%	1	2	PI 2.3
CLO2	Ứng xử phù hợp với các bên liên quan trong môi trường đa dạng, tôn trọng sự khác biệt đa văn hoá.	Tiểu luận	20%	1	2	PI 4.3
CLO3	Thể hiện khả năng trình bày, trao đổi, phối hợp với làm việc nhóm trong bối cảnh văn hoá truyền thông đa dạng theo hướng dẫn	Tiểu luận	20%	1	2	PI 4.4
CLO4	Vận dụng thành thạo các kỹ thuật và phương pháp quản lý vào sản xuất, điều phối và triển khai các hoạt động văn hoá truyền thông	Tiểu luận	20%	1	2	PI 7.3

CLO5	Thể hiện ý thức tự học, tự nghiên cứu về văn hoá truyền thông, thói quen trao đổi và học tập từ người khác trong mọi tình huống và tinh thần học tập suốt đời.	Tiểu luận	20%	1	2	PI 10.3
-------------	--	-----------	-----	---	---	---------

III. Nội dung đề bài

1. Đề bài: Văn hóa truyền thông là gì? Bằng những kiến thức đã học và qua liên hệ thực tế, Nhóm hãy lựa chọn một sản phẩm truyền thông hoặc hiện tượng văn hóa - xã hội để phân tích từ góc nhìn văn hóa truyền thông (vai trò, chức năng, các biểu hiện mang tính 02 mặt của truyền thông). Từ đó, đề xuất những giải pháp để truyền thông đại chúng luôn mang tính tích cực và lan tỏa những giá trị tốt đẹp và hình thành văn hóa truyền thông trong cộng đồng.

2. Hướng dẫn thể thức trình bày đề bài: tiểu luận

Nội dung cần có:

1. Quy định chung: Tiểu luận làm theo Nhóm bao gồm:

- (1) Trang bìa ghi rõ: Trường, Khoa, môn học, bài thi tiểu luận cuối kỳ, đề tài, nhóm sinh viên thực hiện, mã lớp, giảng viên hướng dẫn (GVHD);
- Trang 2: Điểm và nhận xét của giảng viên;
- Trang 3: Danh sách nhóm thực hiện (STT, Họ và tên sinh viên, MSSV, Phân công, Tỷ lệ % hoàn thành nhiệm vụ, Chữ ký), cuối danh sách Nhóm trưởng ký và ghi rõ họ tên).
- Trang 4: Mục lục
- Trang nội dung: Mở đầu, Nội dung, Kết luận
- Trang cuối: Tài liệu tham khảo/trích dẫn.

2. Format nội dung:

- Tiểu luận được trình bày trên khổ giấy A4, kiểu trang đứng (portrait).
- Font chữ: Times New Roman; cỡ chữ 13 (tên đề tài trình bày cỡ chữ 18)
- Định dạng lề: + bottom, top, right: 2cm; right; + left: 3cm.
- Bảng mã: Unicode; Cách dòng: 1.5 lines.
- Đánh số trang nằm ở phía trên và chính giữa trang.
- Độ dài của tiểu luận: bắt buộc từ 30 - 40 trang (bao gồm nội dung và các phụ lục).

3. Gợi ý về nội dung:

1. Bài làm lựa chọn một sản phẩm truyền thông/hiện tượng văn hóa – xã hội.
2. Bài làm phải chỉ ra được vai trò, chức năng, các biểu hiện mang tính 02 mặt của truyền thông trong quá trình truyền tải thông điệp đến với công chúng.
3. Đề xuất các giải pháp truyền thông thích hợp nhằm nâng cao ý thức lan tỏa những giá trị tốt đẹp của văn hóa truyền thông đến với cộng đồng.

4. Tài liệu tham khảo

(4.1) Đối với trang tài liệu tham khảo

- Cách viết tài liệu tham khảo là sách: Tên tác giả (năm xuất bản). Tên sách. Nhà xuất bản, Nơi xuất bản.
- Tài liệu tham khảo là một chương của sách: Tên tác giả (năm xuất bản). Tên của chương sách. Trong: Tên tác giả sách, tên sách. Nhà xuất bản, Nơi xuất bản, trang. Số trang đầu - số trang cuối của chương.
- Cách viết tài liệu tham khảo là luận văn/ luận án/ khóa luận: Tên tác giả (năm xuất bản). Tên đề tài luận văn/ luận án/ khóa luận. Luận văn (học vị), Khoa chuyên ngành, tên Trường Đại học.
- Tài liệu tham khảo trích dẫn từ nguồn internet/website: Tên tác giả (năm). Tên tài liệu [online], ngày tháng năm truy cập nguồn thông tin, từ <đường dẫn để tiếp cận tài liệu đó
- Tài liệu tham khảo trích dẫn từ nguồn báo in hàng ngày: Tên tác giả (năm xuất bản). Tên bài báo, tên báo, chuyên mục, ngày ấn bản.

(4.2) Các cách trình bày trích dẫn trong bài viết:

- Tên tác giả/tổ chức và năm xuất bản tài liệu đặt trong ngoặc đơn. Ví dụ: Thương mại điện tử và những vấn đề đặt ra đối với Việt Nam (Nguyễn Văn A, 2019).
- Tên tác giả/tổ chức là thành phần của câu, năm xuất bản nằm trong ngoặc đơn. Ví dụ: Nguyễn Văn A (2019) cho rằng thương mại điện tử có ảnh hưởng mạnh mẽ đến hành vi người tiêu dùng giai đoạn 2020-2025.
- Trường hợp trích dẫn nguyên một đoạn nội dung của tài liệu tham khảo thì có thể đưa số trang tài liệu trích dẫn vào trong ngoặc đơn. Ví dụ: Nguyễn Văn A (2019, tr.13) nêu rõ “thương mại điện tử có ảnh hưởng mạnh mẽ đến hành vi của người tiêu dùng giai đoạn 2020-2025”.

5. Sinh viên sẽ bị Điểm 0 nếu Nhóm đánh giá không hoàn thành nhiệm vụ;
Điểm của từng thành viên trong Nhóm phụ thuộc vào tỉ lệ hoàn thành nhiệm vụ được phân công

3. Rubric và thang điểm

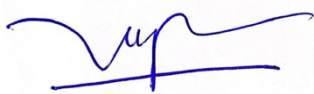
Tiêu chí	Trọng số (%)	TỐT Từ 9 – 10 đ	KHÁ Từ 7 – 8 đ	TRUNG BÌNH Từ 5 – 6 đ	YẾU dưới 5 đ
Hình thức trình bày sinh động	10%	Hình thức sinh động: bài trình bày kết hợp nhiều hình ảnh, video, dẫn chứng, số liệu.	Trình bày đẹp nhưng chưa kết hợp được hình ảnh, dẫn chứng minh họa sinh động.	Trình bày còn đơn điệu	Trình bày lộn xộn, thiếu logic
Đánh giá điểm mạnh, điểm yếu của các giải pháp cải tiến cho các phương án văn hóa truyền thông	20%	Đánh giá đầy đủ, phù hợp, thông tin trình bày rõ ràng.		Đánh giá chưa đầy đủ, thông tin thiếu rõ ràng	Đánh giá hoàn toàn không phù hợp

Kỹ thuật và phương pháp vận dụng vào sản xuất, điều phối các hoạt động văn	10%	Xác định chính xác và thực hiện đúng yêu cầu, kỹ thuật và phương pháp vận dụng vào sản xuất,	Xác định chính xác và thực hiện đúng yêu cầu, vẫn còn một số nội	Xác định chính xác và thực hiện đúng yêu cầu, nhưng	Thực hiện không đúng yêu cầu
hóa truyền thông		điều phối các hoạt động văn hoá truyền thông.	dung chưa thuần thực.	chưa thuần thực	
Kế hoạch triển khai các hoạt động văn hóa truyền thông	20%	Xây dựng kế hoạch sản xuất, điều phối và triển khai các hoạt động văn hóa truyền thông đầy đủ, chính xác.		Kế hoạch còn sai sót quan trọng.	Không có kế hoạch
Tính thực tiễn của hoạt động được triển khai	20%	Hoạt động văn hoá truyền thông triển khai mang tính thực tiễn cao.		Hoạt động văn hoá truyền thông triển khai còn mơ hồ.	Hoạt động văn hoá truyền thông triển khai không thể áp dụng vào thực tiễn.
Say mê nghiên cứu về văn hóa truyền thông	10%	Dành thời gian, công sức để nỗ lực tìm tòi, nghiên cứu văn hóa truyền thông.		Nỗ lực nghiên cứu còn chưa cụ thể.	Không có nỗ lực tìm tòi, nghiên cứu.
Thái độ đóng góp với văn hóa truyền thông của xã hội	10%	Có ý thức bảo tồn, gìn giữ và lan tỏa những giá trị tốt đẹp của văn hóa dân tộc đến với cộng đồng.		Ý thức đóng góp chưa rõ.	Không có ý thức
	100%				

TP. Hồ Chí Minh, ngày 23 tháng 10 năm 2024

Người duyệt đề (Phó Trưởng Bộ Môn)

Giảng viên ra đề



ThS. Trần Ngọc Anh Vũ.



ThS. Nguyễn Thị Lệ Hằng

