

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:	Chiến Lược Quảng Cáo			
Mã học phần:	71ADVE40463	Số tín chỉ:	3	
Mã nhóm lớp học phần:	241_71ADVE40463			
Hình thức thi: Tiểu luận (có thuyết trình)	Thời gian làm bài:	14	ngày	
☐ Cá nhân		☒ Nhóm		
Quy cách đặt tên file bài nộp		Tennhom_CK_CLQC_Brand_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	Thiết kế chiến lược, chiến dịch, hoạt động quảng cáo phù hợp thực tiễn của doanh nghiệp để đáp ứng mục tiêu kinh doanh của doanh nghiệp	Tiểu luận Thuyết trình	20%	1	2	PI 3.3
CLO3	Phối hợp hiệu quả các mô hình và hình thức quảng cáo (quảng cáo truyền hình, in ấn, trực tuyến, phát thanh, ngoài trời) vào thiết kế phương án và lập chiến lược, kế	Tiểu luận Thuyết trình	20%	1	2	PI 7.1

	hoạch quảng cáo cho doanh nghiệp					
CLO4	Tích hợp các kỹ thuật và phương pháp sử dụng hiệu quả các phương tiện quảng cáo vào sản xuất, điều phối và triển khai các hoạt động quảng cáo dựa trên chiến lược, kế hoạch quảng cáo của doanh nghiệp một cách thành thạo	Tiểu luận Thuyết trình	40%	1	4	PI 7.2
CLO5	Đề ra chính xác mục tiêu ngắn hạn và dài hạn cho việc phát triển sự nghiệp trong lĩnh vực quảng cáo	Tiểu luận Thuyết trình	20%	1	2	PI 10.1

III. Nội dung đề bài

1. Đề bài: Chọn 1 doanh nghiệp, thương hiệu bất kỳ. Hoạch định chiến lược quảng cáo trong vòng 3 năm.

2. Hướng dẫn thể thức trình bày đề bài: tiểu luận (có thuyết trình tại lớp vào buổi cuối)

Nội dung cần có:

- Giới thiệu DN, phân tích các yếu tố môi trường vĩ mô, vi mô, SWOT, đối thủ, KH mục tiêu, insight.
- Xác định mục tiêu, ý tưởng, thông điệp quảng cáo chủ đạo xuyên suốt và theo từng năm
- Xây dựng chiến lược quảng cáo, lựa chọn chiến thuật phương tiện quảng cáo theo từng năm
- Kế hoạch triển khai: thực hiện, nguồn lực, đo lường, kiểm tra, đánh giá, rủi ro tổng thể

3. Rubric và thang điểm

Tiêu chí	Trọng số %	Giỏi 100%	Khá 75%	Trung bình 50%	Không đạt <50%
Cấu trúc nội dung trình	5%	Cấu trúc hợp lý, thể hiện đầy đủ	Cấu trúc chưa hợp lý, thể	Cấu trúc không hợp lý,	Cấu trúc hoàn toàn sai

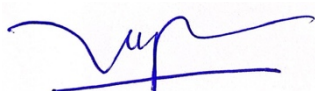
bày		thông tin cần trình bày	hiện gần đầy đủ thông tin cần trình bày	thể hiện gần một phần thông tin cần trình bày	
Nguồn thông tin xác thực	5%	Thông tin được trích dẫn nguồn đầy đủ, rõ ràng	Thông tin được trích dẫn nguồn một phần đầy đủ, chưa rõ ràng	Trích dẫn thông tin còn thiếu nhiều	Hoàn toàn không trích dẫn
Nội dung đánh giá thực trạng	5%	Nội dung đầy đủ, phù hợp, thông tin trình bày rõ ràng		Nội dung chưa đầy đủ, thông tin thiếu rõ ràng	Nội dung hoàn toàn không phù hợp
Ý tưởng sáng tạo, đột phá	10%	Ý tưởng sáng tạo, đột phá, phù hợp mục tiêu của doanh nghiệp	Ý tưởng có sáng tạo một phần, có tính đột phá, phù hợp một phần mục tiêu của doanh nghiệp	Ý tưởng không sáng tạo, thiếu tính đột phá, chưa phù hợp mục tiêu của doanh nghiệp	Ý tưởng sai
Cơ sở đề xuất ý tưởng	5%	Cơ sở đề xuất hợp lý, rõ ràng		Cơ sở thiếu hợp lý	Không có cơ sở đề xuất
Nội dung kiến thức định hướng chiến lược, kế hoạch	10%	Áp dụng đúng về kiến thức định hướng chiến lược, kế hoạch quảng cáo		Áp dụng còn thiếu sót kiến thức	Không áp dụng đúng kiến thức
Kiến thức xây dựng phương án triển khai chiến lược, kế hoạch quảng cáo	10%	Áp dụng đúng về kiến thức triển khai chiến lược, kế hoạch quảng cáo		Áp dụng còn thiếu sót kiến thức	Không áp dụng đúng kiến thức
Kế hoạch phân chia công việc nhóm	5%	Kế hoạch rõ ràng, cụ thể công việc của từng thành viên trong nhóm	Kế hoạch rõ ràng một phần, công việc của từng thành viên trong nhóm chưa chi tiết	Kế hoạch không rõ ràng, chưa thấy chi tiết công việc của từng thành viên	Không có kế hoạch phân chia công việc
Kết quả đánh giá làm việc nhóm	5%	Đánh giá hợp lý, có cơ sở	Đánh giá chưa hợp lý, thiếu cơ sở	Không có kết quả đánh giá	

Lý giải lý do lựa chọn mô hình và hình thức quảng cáo	5%	Lý giải đúng, có cơ sở khoa học để lựa chọn mô hình và hình thức quảng cáo	Lý giải còn thiếu sót và có một phần cơ sở khoa học để lựa chọn mô hình và hình thức quảng cáo	Lý giải còn hạn chế, thiếu cơ sở khoa học để lựa chọn mô hình và hình thức quảng cáo	Lý giải sai hoàn toàn
Phương án triển khai chiến lược, kế hoạch	15%	Phương án phù hợp, rõ ràng, có cơ sở phân tích	Phương án không rõ ràng, mơ hồ	Phương án sai hoàn toàn	
Tính khả thi của chiến lược, kế hoạch	5%	Tính khả thi cao, phù hợp thực tiễn	Thiếu tính khả thi, chưa phù hợp thực tiễn	Hoàn toàn không khả thi	
Định hướng nội dung triển khai	5%	Định hướng phù hợp, rõ ràng, có cơ sở phân tích	Định hướng không rõ ràng, mơ hồ	Định hướng sai hoàn toàn	
Kế hoạch sản xuất, điều phối, triển khai chi tiết	10%	Kế hoạch rõ ràng, chi tiết, đầy đủ các hạng mục thực hiện	Kế hoạch thiếu rõ ràng, chưa chi tiết các hạng mục thực hiện	Không có kế hoạch triển khai	

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. Huỳnh Quang Lạc Diễm