

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

ĐỀ THI KẾT THÚC HỌC PHẦN
Học kỳ 1 - Năm học: 2024 - 2025

I. Thông tin chung

Tên học phần:	Thể hiện ý tưởng		
Mã học phần:	71APPR40622	Số tín chỉ:	02
Mã nhóm lớp học phần:	241_71APPR40622_01		
Hình thức thi: Dự án /Bài tập lớn (7-10 SV/ nhóm)	Thời gian làm bài:	10	ngày
☐ Cá nhân	☒ Nhóm		
Quy cách đặt tên file	Mã lớp_Nhóm_ Họ tên nhóm trưởng		

Giảng viên nộp đề thi, đáp án về TBM, deadline ngày 31/10/2024.

1. Format đề thi

- Font: Times New Roman
- Size: 12
- 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 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 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)
CLO 1	Thiết kế các chiến lược , phương án và kế hoạch sáng tạo ý tưởng quảng cáo đáp ứng các mục tiêu đề ra	Bài thực hành nhóm	20%	Dự án/ Bài tập lớp	2/10	PI 3.2
CLO 2	Sử dụng thành thạo các kỹ năng viết tin bài; phỏng vấn, biên tập tin tức và chương trình; nhận diện và thẩm định tin tức , từ đó sáng tạo ý tưởng và viết sản phẩm copywriting	Bài thực hành nhóm	35%	Dự án/ Bài tập lớp	3.5/10	PI 4.2
CLO 3	Sử dụng các phương pháp nghiên cứu nhằm phát hiện, phân tích, đánh giá và đề xuất các phương án và giải pháp sáng tạo ý tưởng quảng cáo cho tổ chức	Bài thực hành nhóm	15%	Dự án/ Bài tập lớp	1.5/10	PI 9.2
CLO 4	Đề xuất giải pháp sáng tạo và khả thi trong hình thành ý tưởng, thiết kế sản phẩm, nội dung và hình thức thể hiện ý tưởng quảng cáo	Bài thực hành nhóm	20%	Dự án/ Bài tập lớp	2.0/10	PI 10.3
CLO 5	Nhận thức về tác động xã hội của nội dung quảng cáo và thực hiện trách nhiệm xã hội trong ngành nghề	Bài thực hành nhóm	10%	Dự án/ Bài tập lớp		PI 11.3

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

ĐỀ BÀI: Trình bày ý tưởng truyền thông trên 3 (BA) kênh quảng cáo mà copywriter sẽ thực hiện để quảng cáo cho MỘT dịch vụ/ sản phẩm thuộc thương hiệu có mặt trên thị trường Việt Nam mà nhóm đã chọn.

Trên cơ sở các ý tưởng này, chọn viết MỘT nội dung quảng cáo hoàn chỉnh cho kênh online cụ thể (Facebook/ Website).

Hướng dẫn sinh viên trình bày:

Sinh viên trình bày **BÀI TẬP DỰ ÁN (KÈM THUYẾT TRÌNH NHÓM TẠI LỚP VÀO BUỔI HỌC CUỐI)** dưới hình thức tiểu luận sạch đẹp, rõ ràng, có tính hệ thống; trong đó gồm các nội dung cơ bản:

1. **Thông tin tìm hiểu ngắn gọn, cụ thể** về thương hiệu – sản phẩm, công chúng mục tiêu, thị trường, cạnh tranh, lịch sử các quảng cáo, ... của sản phẩm nhóm đang thực hiện. Thông tin có tính xác thực và tính tham khảo.
 2. **Mục tiêu truyền thông của chiến dịch:**
 3. **Ba (03) ý tưởng sáng tạo chi tiết** để thực hiện quảng cáo sản phẩm (big idea(s), key message, concept, slogan, story-telling, execution, ...) trên **3 (BA)** kênh quảng cáo (SV tự chọn và giới hạn, trong đó cần có một kênh online)
 4. **Chọn MỘT trong 3 ý tưởng phía trên để thể hiện hoàn chỉnh nội dung quảng cáo trên kênh online** (Facebook/ Website, ...) **KÈM** thiết kế poster/ marketing picture/ thumbnail TVC/ ...
 5. Nguồn tài liệu tham khảo, cảm hứng cho ý tưởng sáng tạo (nếu có)
 6. Đánh số trang, mục lục và chương mục đầy đủ
 7. Trang bìa; trang chia sẻ; **trang cam đoan về tính minh bạch của ý tưởng sáng tạo;** mục lục; nội dung
 8. **Phụ lục khác:** biên bản họp nhóm, bản nháp khi thảo luận nhóm, tài liệu minh chứng cho bài làm khác, ...
 9. Phiếu đánh giá thành viên, có ghi chú về nhiệm vụ thực hiện hoạt động nhóm cụ thể
- (**Lưu ý:** - SV không cần phải sản xuất TVC hoàn chỉnh như học phần Sản xuất TVC, hay các học phần Chiến lược Quảng cáo, Quay - Dựng phim, ...), khuyến khích các nhóm thể hiện phong cách và thể mạnh của mình bằng ngôn ngữ truyền thông, quảng cáo, nghệ thuật khác.
- Học phần không có thi lần 2

Ghi chú: Đề thi được Giảng viên công bố cho sinh viên vào buổi học cuối, giải thích yêu cầu cụ thể cho sinh viên

Rubric 2: Đánh giá bài tập lớn cuối kỳ

Rubric 2.1 Đánh giá bài tập lớn

Tiêu chí	Trọng số (%)	Tốt (8 – 10 điểm)	Khá (6 – dưới 8 điểm)	Trung bình (4 – dưới 6 điểm)	Yếu (dưới 4 điểm)
----------	--------------	-------------------	-----------------------	------------------------------	-------------------

Cấu trúc bài	10	Cấu trúc bài rất hợp lý	Cấu trúc bài khá hợp lý	Cấu trúc bài tương đối hợp lý	Cấu trúc bài chưa hợp lý
Tính trực quan	10	Trình bày rõ ràng, sạch đẹp	Trình bày khá rõ ràng, sạch đẹp	Trình bày tương đối rõ ràng, sạch đẹp	Trình bày không rõ ràng, sạch đẹp
Nội dung	40	Sáng tạo, mới mẻ, thu hút và khoa học Có trình bày sâu sắc nội dung ý tưởng thể hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp trong quảng cáo	Khá sáng tạo, thu hút, thuyết phục và khoa học nhưng còn vài sai sót nhỏ Có trình bày khá sâu sắc nội dung ý tưởng thể hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp trong quảng cáo	Tương đối sáng tạo, thu hút, khoa học nhưng còn một số sai sót Có trình bày sơ lược nội dung ý tưởng thể hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp trong quảng cáo	Thiếu sự sáng tạo, mới mẻ, chưa thu hút, có nhiều sai sót quan trọng Không trình bày nội dung ý tưởng thể hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp trong quảng cáo
Quan điểm cá nhân	40	Thể hiện rõ quan điểm cá nhân và có tính thuyết phục	Thể hiện khá rõ quan điểm cá nhân và có tính thuyết phục	Thể hiện tương đối rõ quan điểm cá nhân, có tính thuyết phục	Không thể hiện được quan điểm cá nhân, lý lẽ không thuyết phục

Rubric 2.2. Đánh giá thuyết trình nhóm

Tiêu chí	Trọng số (%)	Tốt (8 – 10 điểm)	Khá (6 – 8 điểm)	Trung bình (4 – dưới 6 điểm)	Yếu (dưới 4 điểm)
Nội dung thuyết trình	40	Trình bày đầy đủ, mạch lạc và thuyết phục về chủ đề được giao. Ứng dụng được lý thuyết và tình huống thực tiễn cụ thể. Có trình bày sâu sắc nội dung ý tưởng thể hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp trong quảng cáo	Trình bày tương đối đầy đủ nhưng còn sai sót nhỏ Có trình bày nội dung ý tưởng thể hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp trong quảng cáo	Còn sai sót quan trọng Có trình bày sơ lược nội dung ý tưởng thể hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp trong quảng cáo	Lạc đề Không trình bày nội dung ý tưởng thể hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp trong quảng cáo
Hình thức thuyết trình	20	Hình thức sinh động: slide powerpoint đẹp, kết hợp nhiều	Powerpoint trình bày đẹp nhưng chưa kết hợp được hình	Powerpoint còn đơn điệu	Không làm slide thuyết trình

		hình ảnh, video, dẫn chứng, số liệu	ảnh, dẫn chứng minh họa sinh động.		
Kỹ năng thuyết trình	10	Thuyết trình tự tin, mạch lạc, lôi cuốn được người nghe. Có sự phân chia các phần thuyết trình đồng đều, hợp lý giữa các thành viên.	Thuyết trình tự tin. Còn đôi chỗ vấp vấp.	Thuyết trình không lôi cuốn. Giọng nói đều đều, không kết hợp các yếu tố phi ngôn ngữ. Phần thuyết trình giữa các thành viên trong nhóm không đồng đều.	Thuyết trình rời rạc. Không nắm rõ nội dung trình bày
Tính linh hoạt trong xử lý tình huống và trả lời phản biện	10	Nhanh nhạy xử lý các tình huống phát sinh; trả lời thuyết phục và tự tin trong phản biện	Nhanh nhạy xử lý các tình huống phát sinh; trả lời chưa thật sự thuyết phục và tự tin trong phản biện	Xử lý các tình huống phát sinh còn chưa nhanh nhạy; trả lời các câu hỏi còn sai lệch và lúng túng	Bị động trong các tình huống phát sinh, không trả lời được các câu hỏi.
Trang phục	10	Trang phục đẹp, có sự đầu tư, đồng đều giữa các thành viên trong nhóm và phù hợp với nội dung thuyết trình	Trang phục đẹp nhưng chưa đồng đều giữa các thành viên	Trang phục không được chỉnh chu và chưa đồng đều trong nhóm	Trang phục không phù hợp với môi trường đại học
Sự phối hợp trong nhóm	10	Phân công công việc trong nhóm và phối hợp tốt.	Có phân công nhưng phối hợp chưa tốt.	Phân công nhưng chưa hợp lý. Sự phối hợp giữa các thành viên rời rạc.	Không có sự phân công trước khi thực hiện đề tài

TP. Hồ Chí Minh, ngày 19 tháng 11 năm 2024

NGƯỜI DUYỆT ĐỀ



ThS. Lê Hải Yến

GIẢNG VIÊN RA ĐỀ



ThS. Lê Thị Thu