

TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN LANG
ĐƠN VỊ: KHOA THƯƠNG MẠI

ĐỀ THI/ĐỀ BÀI, RUBRIC VÀ THANG ĐIỂM
THI KẾT THÚC HỌC PHẦN
Học kỳ 2, năm học 2024-2025

I. Thông tin chung

Tên học phần:	Marketing Kỹ thuật số		
Mã học phần:	71MRKT40093	Số tín chỉ:	3
Mã nhóm lớp học phần:	242_71MRKT40093_xx		
Hình thức thi: Dự án nhóm	Thời gian làm bài:	07	Ngày
☐ Cá nhân	☒ Nhóm		
Quy cách đặt tên file	Mã LHP _ Tên HP _ Group Number _ Final		

Giảng viên nộp đề thi, đáp án bao gồm cả **Lần 1 và Lần 2 trước ngày 15/03/2024.**

1. Format đề thi

- File PDF, nội dung được trình bày dưới hình thức slide PPT.
- Quy chuẩn báo cáo: Font: Time News Roman hoặc Arial, cỡ chữ 12, dẫn dòng 1.5, canh lề trên 2cm, dưới 2cm, trái 3cm và phải 2cm.
- Quy ước đặt tên file đề thi/đề bài:
+ **Mã học phần _ Tên học phần _ Mã nhóm học phần _ FINAL**

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	Hiểu cách sử dụng các công cụ trong digital marketing.	Thuyết trình/ dự án	20%	Nhiệm vụ 1,2,3	2	PLO3
CLO2	Vận dụng kiến thức để phân tích Hành trình khách hàng và Sơ đồ tổng hợp các công cụ Marketing Kỹ thuật số	Thuyết trình nhóm và Kiểm tra giữa kỳ	40%	Nhiệm vụ 1,2,3	4	PLO3
CLO3	Vận dụng hiệu quả kỹ năng phân tích hành trình khách hàng với các công cụ Marketing kỹ thuật số khác nhau	Tiểu luận + Thuyết trình cuối kỳ	20%	Nhiệm vụ 1,2,3	2	PLO5
CLO4	Có khả năng làm việc độc lập, làm việc nhóm, biết cách tổ chức công việc; có khả năng giao tiếp tốt; kỹ năng thuyết trình.	Thuyết trình nhóm và Kiểm tra giữa kỳ	10%	Nhiệm vụ 1,2,3	1	PLO8
CLO5	Có thái độ nghiêm túc trong học tập, có tư duy phản biện trong quá trình tiếp nhận tri thức, sẵn sàng chia sẻ và hợp tác với người khác để khám phá tri thức, trau dồi kinh nghiệm; tôn trọng và hòa nhã với mọi người.	Tiểu luận + Thuyết trình cuối kỳ	10%	Nhiệm vụ 1,2,3	1	PLO10

III. Nội dung đề bài

1. Đề bài: Báo cáo Tổng hợp Digital Marketing

Nhóm chịu trách nhiệm thiết kế một Infographic tổng hợp tất cả các công cụ Digital Marketing đã học, bao gồm công cụ Online (Internet, Mobile và Social Media) và công cụ offline. Infographic cần nêu rõ:

- Nhiệm vụ 1: Phương thức áp dụng cho từng loại công cụ (4 điểm)
 - Nhiệm vụ 2: Điểm mạnh – Hạn chế (3 điểm)
 - Nhiệm vụ 3: Chọn và Phân tích công cụ Marketing Kỹ thuật số bất kỳ, áp dụng tích hợp với Hành trình khách hàng (Customer Journey) nhóm đã triển khai (3 điểm)
- 2. Hướng dẫn thể thức trình bày đề bài**
- Nhiệm vụ 1 + 2: file .pdf Infographic, giới hạn dung lượng 10MB
 - Nhiệm vụ 3: file .pdf Hành trình khách hàng cho Doanh nghiệp tương ứng, tập trung vào 1 công cụ cụ thể nhóm đã chọn

3. Tài liệu tham khảo

(3.1) 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.

(2.2) 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”.

Lưu ý: Sinh viên sẽ bị điểm 0 nếu:

- Các nhóm có hình thức sao chép bài của nhau
- Trích dẫn quá 40% trong toàn bộ nội dung tài liệu tham khảo
- Lấy sản phẩm nội dung có sẵn trên internet để làm bài nộp

4. Rubric và thang điểm

Tiêu chí	Trọng số (%)	Tốt 8.1-10đ	Khá 6.1-8đ	Trung bình 5.1-6đ	Kém 0-5đ
Thuyết trình đầy đủ Infographic tổng hợp	20	Bài thuyết trình tốt, cung cấp đầy đủ dữ liệu về Infographic	Bài thuyết trình tốt, cung cấp tương đối đầy đủ dữ liệu về	Bài thuyết trình không cung cấp đầy đủ dữ liệu về Infographic tổng	Trình bày lạc đề, hình thức xấu

công cụ Digital Marketing cho một sản phẩm/nhãn hàng cụ thể		tổng hợp công cụ Digital Marketing, hình thức trình bày đẹp	Infographic tổng hợp công cụ Digital Marketing, hình thức trình bày chưa đẹp	hợp công cụ Digital Marketing, hình thức trình bày xấu	
Trình bày phương pháp áp dụng, điểm mạnh, điểm yếu	40	Đảm bảo đủ thông tin, nội dung đa dạng, sáng tạo, chất lượng cao, trích nguồn đầy đủ	Đảm bảo đủ thông tin, nội dung sản phẩm đa dạng, nhưng chưa có sự sáng tạo, chất lượng chưa cao, trích nguồn tạm	Số lượng thông tin thiếu, nội dung chưa đa dạng, trích nguồn kém	Đáp ứng dưới 50% số lượng thông tin, nội dung đơn giản, không có yếu tố sáng tạo, chất lượng tệ, không trích nguồn
Phân tích đầy đủ các yếu tố về công cụ Digital Marketing tương ứng trên Hành trình khách hàng	20	Có phân tích đầy đủ các yếu tố về công cụ Digital Marketing tương ứng	Có độ phân tích các yếu tố về công cụ Digital Marketing tương đối tốt	Phân tích về công cụ Digital Marketing tạm được và đủ ý	Phân tích về công cụ Digital Marketing kém và không đủ ý
Thời gian giao nộp sản phẩm	10	Đúng hạn theo yêu cầu	Trễ ít, không gây ảnh hưởng	Trễ có gây ảnh hưởng nhưng đã khắc phục	Không nộp, trễ gây ảnh hưởng, không thể khắc phục
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	Không có sự phân công trước khi thực hành

TP. Hồ Chí Minh, ngày 20 tháng 03 năm 2025

Người duyệt đề

Giảng viên ra đề

TS. Trần Nguyễn Hải Ngân

ThS. Nguyễn Hữu Lan Thuỷ