

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 2, năm học 2024-2025

I. Thông tin chung

Tên học phần:	Tâm lý học truyền thông		
Mã học phần:	71PSYC40392	Số tín chỉ:	02
Mã nhóm lớp học phần:	242_71PSYC40392		
Hình thức thi: Tiểu luận	Thời gian làm bài:	10	ngày
☐ Cá nhân	☒ Nhóm		
Quy cách đặt tên file	Malop_STTNhom_TenNhom_Chude		

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

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 các phương án và cách thức tổ chức hoạt động truyền thông đa phương tiện tác động mạnh mẽ đến nhóm công chúng mục tiêu dựa trên việc phân tích và vận dụng hiệu quả các lý thuyết, mô hình, cơ chế tâm lý học truyền thông Cultivation Theory, Halo Effect, vô thức tập thể, các loại thiên kiến nhận thức, vòng tròn Dunbar, Neuromarketing, Elaboration Likelihood Model, Cultivation Theory, Halo Effect...	Tiểu luận	30%	1; 2	3,0	PI3.1
CLO2	Vận dụng các lý thuyết và mô hình tâm lý học truyền thông như Agenda Setting, Media Richness, Spiral of Silence, Mood Management, Henri Tajfel and Social Identity Theory... vào việc thiết kế phương án và lập kế hoạch hoạt động truyền thông đa phương tiện, nhằm tối ưu hóa hiệu quả truyền thông và tác động tích cực đến nhận	Tiểu luận	20%	3	2,0	PI5.1

	thức, cảm xúc và hành vi của đối tượng mục tiêu.					
CLO3	Vận dụng hiệu quả kỹ năng giao tiếp bằng lời nói và văn bản, bao gồm khả năng truyền đạt thông tin một cách mạch lạc, súc tích, tối ưu hóa việc lắng nghe và tiếp thu ý kiến từ người khác, cũng như việc lựa chọn ngôn ngữ phù hợp với từng đối tượng và ngữ cảnh giao tiếp, dựa trên sự hiểu biết về chân dung (persona) của công chúng mục tiêu trong môi trường nghề nghiệp	Tiểu luận	20%	4; 5; 6	2,0	PI8.1
CLO4	Vận dụng tư duy phản biện vào phân tích, đánh giá và đưa ra giải pháp hiệu quả cho các vấn đề thực tiễn của ngành truyền thông đa phương tiện, đặc biệt là những vấn đề liên quan đến hoạt động tìm hiểu insight và persona của nhóm công chúng mục tiêu	Tiểu luận	15%	7	1,5	PI10.1
CLO5	Xác định đúng lĩnh vực cụ thể trong ngành truyền thông đa phương tiện mà bản thân có năng khiếu và đam mê, dựa trên sự hiểu biết về tâm lý học nhân văn, tâm lý học tích cực, tâm lý học nhận thức... và khả năng vận dụng kiến thức tâm lý học truyền thông, từ đó xây dựng kế	Tiểu luận	15%	8; 9	1,5	PI12.1

	hoạch phát triển sự nghiệp và không ngừng trau dồi kiến thức, kỹ năng chuyên môn để theo đuổi và gặt hái thành công trong lĩnh vực đó.					
--	--	--	--	--	--	--

III. Nội dung đề bài

1. Đề bài

Dựa trên các lý thuyết tâm lý học truyền thông, nhóm hãy tiến hành nghiên cứu, đánh giá và phân tích 01 case study trong lĩnh vực truyền thông. Sau đó, trình bày sản phẩm bằng hình thức online video (10-15 phút).

2. Hướng dẫn thể thức trình bày đề bài

THÔNG TIN VỀ SẢN PHẨM CUỐI KỲ HỌC PHẦN TÂM LÝ HỌC TRUYỀN THÔNG

NHÓM: STT NHÓM _ TÊN NHÓM

MÃ LỚP HỌC PHẦN: 242_71PSYC40392_XX

A/ Thông tin chung về sản phẩm

STT	Thông tin chính	Nội dung	Ghi chú	Gợi ý
1	Chủ đề (Topic)	...	...	Tên case study + Tên lý thuyết
2	Tiêu đề Video (Video Title)	...	...	Có thể đặt dưới dạng câu hỏi/ giật tít/ liệt kê số/ chuẩn SEO...
3	Nền tảng đăng tải (Platform/Channel)	...	...	Youtube/ Facebook Reel/ Tiktok/ Instagram Reels... (có thể chia ra nhiều episodes) Vì sao lựa chọn platform này?
4	Mục tiêu của sản phẩm (Objective)	...	...	Có thể phát biểu theo công thức SMART
5	Thông điệp chính (Key Message)	...	...	Liệt kê các main keywords
6	Phong cách (Style)	...	...	Tone Voice Mood Vibe Color ...

7	Phương pháp nghiên cứu (Research Methods)	...	...	<i>Các phương pháp thu thập và xử lý dữ liệu được Nhóm sử dụng (VD: Nghiên cứu tại bàn; Thí nghiệm; Social Listening; Survey; Interview...)</i>
8	Chân dung công chúng mục tiêu (Target Audience Persona)	...	...	<i>Thói quen sử dụng media; Thái độ Nhận thức; Văn hoá; Nhóm kinh tế - xã hội; Kiến thức; Nhân khẩu học; Nỗi đau/sợ...</i>
9	Effect (Hiệu quả)	...	...	<i>Hiệu quả của video sau khi Nhóm đăng tải như thế nào so với mục tiêu Nhóm đề ra (liên kết với mục số 4 – Objective)? Data Insight Data Report mà Nhóm thu thập được Phản ứng của công chúng?</i>
...		...	...	...

B/ Thông tin về nhóm thực hiện sản phẩm

Link online file “Đánh giá KPI % đóng góp của mỗi cá nhân trong nhóm (chia sẻ quyền truy cập)”

C/ Địa chỉ của sản phẩm:

Nhập link của video (thiết lập chế độ public khi chia sẻ)

2. Rubric và thang điểm

STT	Tiêu chí	Trọng số (%)	Tốt 8 – 10 đ	Khá 6 - <8 đ	Trung bình 5 - < 6 đ	Yếu < 5 đ	CLO
1	Phân tích thông tin hợp lý, chính xác, đầy đủ về các mô hình, lý thuyết, cơ chế tâm lý công chúng truyền thông	15%	Phân tích thông tin hợp lý, chính xác, đầy đủ về các mô hình, lý thuyết, cơ chế tâm lý công chúng truyền thông	Phân tích thông tin hợp lý, chính xác đáp ứng 75% các mô hình, lý thuyết, cơ chế tâm lý công chúng truyền thông	Phân tích thông tin hợp lý, chính xác đáp ứng 50% các mô hình, lý thuyết, cơ chế tâm lý công chúng truyền thông	Phân tích thông tin hợp lý, chính xác đáp ứng dưới 50% các mô hình, lý thuyết, cơ chế tâm lý công chúng truyền thông	CLO1
2	Đánh giá hợp lý bối cảnh và điều kiện cụ thể của quá trình truyền thông.	15%	Đánh giá hợp lý, lý giải thuyết phục dựa trên kết quả phân tích	Đánh giá hợp lý, lý giải khá thuyết phục	Đánh giá khá hợp lý, lý giải chưa được thuyết phục, còn sai sót nhỏ	Đánh giá không hợp lý, lý giải không thuyết phục	CLO1
3	Thiết kế phương án và lập kế hoạch hoạt động truyền thông đa phương tiện, nhằm tối ưu hóa hiệu quả truyền thông và tác động tích cực đến nhận thức, cảm xúc và hành vi của đối tượng mục tiêu.	20%	Thiết kế phương án và cách thức tổ chức hoạt động sáng tạo, độc đáo, phù hợp với đặc điểm và tâm lý	Thiết kế phương án và cách thức tổ chức hoạt động khá tốt, phù hợp với đặc điểm và tâm lý của	Thiết kế phương án và cách thức tổ chức hoạt động cơ bản, phù hợp với đặc điểm và tâm lý của nhóm công chúng mục tiêu.	Thiết kế phương án và cách thức tổ chức hoạt động không rõ ràng, không phù hợp với đặc điểm và	CLO2

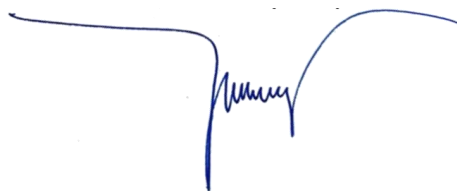
			của nhóm công chúng mục tiêu. Sử dụng đa dạng các phương tiện truyền thông và kỹ thuật truyền thông.	nhóm công chúng mục tiêu. Sử dụng đa dạng các phương tiện truyền thông và kỹ thuật truyền thông.	Sử dụng một số phương tiện truyền thông và kỹ thuật truyền thông.	tâm lý của nhóm công chúng mục tiêu. Sử dụng hạn chế các phương tiện truyền thông và kỹ thuật truyền thông.	
4	Hình thức trình bày rõ ràng, đẹp mắt, dễ theo dõi	5%	Âm thanh, kỹ thuật hình ảnh trình bày rõ ràng, đẹp mắt, dễ theo dõi	Có 3 đặc điểm phù hợp	Có 2 đặc điểm phù hợp	Có dưới 2 đặc điểm	CLO3
5	Phong cách tone mood video hấp dẫn, phù hợp với đối tượng mục tiêu	10%	Phong cách tone/mood video hấp dẫn, sáng tạo, phù hợp với đối tượng mục tiêu	Phong cách tone/mood video khá hấp dẫn, phù hợp với đối tượng mục tiêu	Phong cách tone/mood video cơ bản, phù hợp với đối tượng mục tiêu	Phong cách tone/mood video không hấp dẫn, không phù hợp với đối tượng mục tiêu	CLO3
6	Kỹ thuật quay phim, dựng phim chuyên nghiệp	5%	Kỹ thuật quay phim, dựng phim chuyên nghiệp, hiệu quả, sử dụng ánh sáng, góc quay phù hợp	Kỹ thuật quay phim, dựng phim khá chuyên nghiệp, hiệu quả	Kỹ thuật quay phim, dựng phim cơ bản, hiệu quả	Kỹ thuật quay phim, dựng phim không chuyên nghiệp, hiệu quả thấp	CLO3
7	Vận dụng tư duy phản biện hợp lý, thuyết phục vào phân tích, lý giải sự tác động của các mô hình, lý thuyết, cơ chế tâm lý công chúng trong các hoạt động truyền thông	15%	Vận dụng tư duy phản biện hợp lý, thuyết phục và phân tích có cơ sở, dẫn chứng minh họa.	Vận dụng tư duy phản biện khá hợp lý, thuyết phục và phân tích có cơ sở, dẫn chứng minh họa.	Vận dụng tư duy phản biện khá hợp lý, thuyết phục nhưng phân tích chưa có cơ sở, dẫn chứng minh họa.	Vận dụng tư duy phản biện chưa hợp lý, chưa thuyết phục và phân tích không có cơ sở, dẫn chứng minh họa.	CLO4
8	Thể hiện sự chủ động nghiên cứu, phân tích điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức của bản thân, thị trường lao động và lĩnh vực truyền thông đa phương tiện	5%	Thể hiện sự chủ động cao trong việc nghiên cứu, phân tích điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức của bản thân, thị trường lao động và lĩnh vực truyền thông đa phương tiện	Thể hiện sự chủ động trong việc nghiên cứu, phân tích điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức của bản thân, thị trường lao động và lĩnh vực truyền thông đa phương tiện	Thể hiện sự chủ động hạn chế trong việc nghiên cứu, phân tích điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức của bản thân, thị trường lao động và lĩnh vực truyền thông đa phương tiện	Chưa thể hiện sự chủ động trong việc nghiên cứu, phân tích điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức của bản thân, thị trường lao động và lĩnh vực truyền thông đa phương tiện	CLO5
9	Chủ động thực hiện nhiệm vụ được giao	10%	Dựa vào rubric đánh giá cá nhân trong làm việc nhóm				CLO5

Người duyệt đề



Nguyễn Văn Thấu

TP. Hồ Chí Minh, ngày 5 tháng 3 năm 2025
Giảng viên ra đề



ThS. Lê Thị Thảo Trang