

TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN LANG

ĐƠN VỊ: KHOA QUAN HỆ CÔNG CHÚNG – TRUYỀN THÔNG

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:	Nhập môn quảng cáo		
Mã học phần:	71INAD30293	Số tín chỉ:	3
Mã nhóm lớp học phần:	242_71INAD30293		
Hình thức thi: Tiểu luận không thuyết trình	Thời gian làm bài:	7	ngày
☐ Cá nhân	☒ Nhóm		
Quy cách đặt tên file	Mã SV_Ho và ten SV (VD: 242_71INAD30293_01_Nhóm 1_Bài thi cuối kỳ)		

III. Nội dung đề bài**1. Đề bài**

Hãy lập kế hoạch quảng cáo trong vòng trong 6 tháng cho một thương hiệu (hoặc sản phẩm/dịch vụ) tự chọn.

2. Hướng dẫn thể thức trình bày đề bài**2.1. Yêu cầu chung:**

- Sinh viên thực hiện bài thi theo nhóm (7-10 người);
- Hình thức trình bày: tiểu luận (35-100 trang), có kết cấu ba phần (mở đầu, nội dung, kết luận) rõ ràng.
 - Phần thông tin bắt buộc: Tên chủ đề được chọn, tên Trường, Khoa, tên nhóm thực hiện (mã lớp_tên nhóm_tên môn học), tháng năm thực hiện.
 - Phần Nội dung: trình bày đúng trọng tâm, chính xác, có phân tích, biện luận, có dẫn chứng/liên hệ thực tế.
 - Phần kết luận: có tóm lược, đánh giá và gợi mở.
- Bài làm có trích nguồn cho nội dung và hình ảnh rõ ràng, tỉ lệ sao chép dưới 15% (bài có tỉ lệ sao chép của các nguồn khác từ 15% trở lên sẽ không chấm = 0 điểm).

2.2. Yêu cầu về Format Tiểu luận:

- Font chữ Times New Roman, cỡ chữ 13; line spacing 1,5lines; lề trái 2.5cm; lề trên, lề dưới, lề phải 2.0 cm;
Đánh số thứ tự trang đặt ở cuối trang và canh giữa;
- Hình ảnh, bảng biểu được đánh số thứ tự, ghi tiêu đề, dẫn nguồn. Tiêu đề hình, bảng được canh giữa trang và in đậm; nguồn được canh lề phải và in nghiêng.
- Tên file: Mã lớp HP_Mã nhóm_Bài thi cuối kỳ
(VD: 242_71INAD30293_01_Nhóm 1_Bài thi cuối kỳ)

4) Có bảng ghi rõ nhiệm vụ của từng cá nhân trong nhóm và chấm trọng số (*đính kèm cuối bài*).

5) Cách thức nộp bài: upload file bài làm (pdf/mp4) lên trang CTE đúng ngày thi.

6) Ví dụ trình bày tài liệu tham khảo:

1. William Arens; Christian Arens; Michael Weigold; David - McGraw-Hill Education (UK) Limited (ISE). (2021). *Advertising*. Nhà xuất bản McGraw Hill Publishing.

2. William F. Arens, David H. Schaefer, Michael F. Weigold. (2019). *Quảng Cáo*. Nhà xuất bản Bách khoa Hà Nội.

3. Philip Kotler, Gary Armstrong. (2021). *Nguyên lý tiếp thị*. Nhà xuất bản Kinh Tế Quốc Dân.

2.3. Hướng dẫn sinh viên trình bày:

- Giới thiệu DN, phân tích các yếu tố môi trường vi mô, vĩ mô, SWOT, đối thủ, khách hàng mục tiêu.

- Xác định mục tiêu, ý tưởng, thông điệp quảng cáo.

- Trình bày key visual, các ấn phẩm quảng cáo (Print, TVC, Radio, OOH, Online).

Kế hoạch triển khai quảng cáo trong vòng 6 tháng:

+ Kế hoạch Quảng cáo cần thuộc kế hoạch Marketing tổng thể của thương hiệu (hoặc sản phẩm/dịch vụ) và phải có mục tiêu, tệp công chúng, chiến lược cụ thể.

+ Kế hoạch Quảng cáo cần phân tích ưu và nhược điểm của từng phương tiện truyền thông, từ đó nêu ra phương tiện truyền thông chủ lực (có thể thêm phương tiện truyền thông hỗ trợ) cùng ngân sách thực hiện để tiến hành chạy quảng cáo.

+Kế hoạch cần có 01 sản phẩm quảng cáo hoàn chỉnh (về nội dung và hình thức thể hiện) trên 01 phương tiện truyền thông bất kì mà nhóm chọn để minh họa cho ý tưởng của nhóm.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

3. Rubric và thang điểm

Đánh giá tiêu luận cuối kỳ

Tiêu chí	Trọng số (%)	Tốt 8,0-10đ	Khá 6.6-7,9đ	Trung bình 5,0-6,5đ	Kém 0-4đ
Nghiên cứu đề tài	20%	Nghiên cứu một cách kỹ càng và chi tiết cụ thể về kế hoạch quảng cáo	Nghiên cứu chưa kỹ và chi tiết chưa cụ thể	Nghiên cứu chi tiết không cụ thể	Không thực hiện quá trình nghiên cứu
Nội dung bài làm	30%	Trình bày đầy đủ, mạch lạc và thuyết phục về kế hoạch quảng cáo. Ứng dụng được lý thuyết và tình huống thực tiễn cụ thể.	Trình bày tương đối đầy đủ nhưng còn sai sót nhỏ	Còn sai sót quan trọng	Lạc đề
Tính sáng tạo	20%	Có tính sáng tạo, mới lạ, độc đáo trong kế hoạch quảng cáo	Có tính sáng tạo nhưng không có điểm	Tính sáng tạo chưa cao	Không có tính sáng tạo

			mới, không khác biệt		
Hình thức trình bày	15%	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	Không trình bày
Thời gian giao nộp tiểu luận	5%	Đúng hạn theo yêu cầu			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
Tổng	100%				

TP. Hồ Chí Minh, ngày 13 tháng 3 năm 2025

Người duyệt đề

Giảng viên ra đề



ThS. Trần Ngọc Anh Vũ



Phạm Kim Điền