

TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN LANG  
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:                                                                  | VIẾT VÀ BIÊN TẬP TIN                                                                                                     |             |      |
| Mã học phần:                                                                   | 71WRPR403                                                                                                                | Số tín chỉ: | 2    |
| Mã nhóm lớp học phần:                                                          | 242_71WRPR40382_01                                                                                                       |             |      |
| Hình thức thi: TIỂU LUẬN NHÓM                                                  | Thời gian làm bài:                                                                                                       | 90p         | ngày |
| <input type="checkbox"/> GV giao đề bài trong thời gian giảng dạy lớp học phần | <input type="checkbox"/> TT. Khảo thí thiết lập và giao đề bài trên hệ thống thi CTE theo lịch thi Phòng Đào tạo công bố |             |      |
| <input type="checkbox"/> Cá nhân                                               | <input checked="" type="checkbox"/> Nhóm                                                                                 | Số SV/nhóm: | 3    |
| Quy cách đặt tên file                                                          | Mã SV_Ho và ten SV_Tên học phần                                                                                          |             |      |

III. Nội dung đề bài

**Đề bài: Từ những thông tin dưới đây, Anh/Chị hãy thực hiện 02 yêu cầu dưới đây:**

***Không truy cập báo mạng, không sử dụng Chat GPT/AI hay các phương tiện hỗ trợ khác.***

**1/ Câu 1 (25%):** Sử dụng thông tin cho sẵn, viết 1 tin ngắn PR cho sản phẩm tối đa 300 từ theo dạng tin hình tháp ngược, có hình ảnh chú thích rõ ràng.

**2/ Câu 2 (25%):** Biên tập bài báo PR vừa viết thành 1 tin văn báo chí có độ dài 80- 100 từ.

Ông Hồ Xuân Lộc - Tổng giám đốc công ty TNHH sản phẩm tiêu dùng Toshiba Việt Nam trong ngày Gia đình Việt Nam đã chia sẻ đây là dịp đặc biệt để các thành viên trong gia đình quan tâm đến nhau, xã hội quan tâm đến trẻ nhỏ và mọi cá nhân hiểu được giá trị mái ấm, cùng nhau vượt qua sóng gió để có một gia đình hạnh phúc. Nhân dịp này, Toshiba Việt Nam phối hợp cùng Ủy ban nhân dân TP HCM tổ chức ngày hội khám phá ngôi nhà "Thương gia", nhằm tạo nên sân chơi lành mạnh, lan tỏa thông điệp "Thương gia đình, chiều ý cả nhà" cũng như kích cầu tham quan mua sắm.

Toshiba tổ chức tại phố đi bộ Nguyễn Huệ dịp cuối tuần thu hút hàng nghìn người tham gia trải nghiệm và nhận quà. Chương trình diễn ra từ 28/6 đến 2/7 nhân dịp kỷ niệm Ngày Gia đình Việt Nam, với nhiều hoạt động như người dân tham quan, trải nghiệm không gian sống cùng sản phẩm gia dụng cao cấp đến từ Toshiba. Phòng sách thư giãn, cho me-time (khoảng thời gian dành riêng cho bản thân) với máy hút bụi đa năng biến công việc hàng ngày thành trải nghiệm nhẹ nhàng, đơn giản. Phòng bếp với bữa ăn ngon lành được chế biến nhanh, đơn

giảm khi có các sản phẩm gia dụng bếp thông minh, hỗ trợ quá trình nấu nướng, nâng tầm bữa cơm nhà chuẩn "thương gia", như nồi cơm điện, nồi chiên không dầu, ấm đun nước siêu tốc. Heo Mi Nhon - mẹ của bé Cam Cam tham gia chương trình chia sẻ bí quyết khỏe đẹp mỗi ngày là chăm sóc bản thân hiệu quả với các sản phẩm từ Toshiba. "Chiều ý bản thân là cách hiệu quả nhất để khỏe mạnh cả về thể chất lẫn tinh thần, từ đó sẵn sàng cho hành trình chăm sóc gia đình", Heo Mi Nhon cho biết.

Với Lê Hà Trúc, cô nàng tiết lộ bí quyết chữa lành là dọn dẹp và tận hưởng một ngày bình thường. Với sự giúp sức từ sản phẩm máy hút bụi Toshiba, Hà Trúc cảm nhận tâm trí có thể được "chữa lành" chỉ bằng những hoạt động dọn dẹp nhỏ bé hàng ngày. Cũng tham gia sự kiện, Ông Anh Thích Nấu Ăn chia sẻ bí quyết cho bữa ăn gia đình thêm phong phú dù được chế biến nhanh gọn bằng những sản phẩm gia dụng đồ bếp Toshiba. Tại sự kiện, Ông Anh Thích Nấu Ăn cũng đã kêu gọi các gia đình vào hội thông qua thử thách "nấu món ngon đợi bố về nhà" dành cho mẹ và bé tham gia chương trình.

với gần 10.000 quà tặng từ nhãn hàng cùng cơ hội trúng thưởng sản phẩm quạt máy Comfee và các sản phẩm gia dụng cao cấp khác. Tủ lạnh, nồi cơm cao tần áp suất chân không, máy lọc nước RO thương hiệu Toshiba Japandi không chỉ tích hợp công nghệ hiện đại mà còn được đầu tư về thiết kế. Không gian sống phản ánh phong cách và gu thẩm mỹ của gia chủ với những sản phẩm như sau:

tủ lạnh không chỉ là thiết bị lưu trữ thực phẩm mà còn được xem như một sản phẩm nội thất, góp phần trang trí cho ngôi nhà. Với thiết kế Japandi, tủ lạnh âm tường của Toshiba nổi bật nhờ vẻ ngoài sang trọng, phù hợp ở mọi không gian từ nhà bếp đến phòng khách. Người dùng có thể thoải mái dự trữ thực phẩm, nhờ tính lưu trữ tối ưu cùng công nghệ Origin Fresh và Pure Air.

Nồi cơm cao tần áp suất chân không Sản phẩm được kỳ vọng tạo nên những bữa cơm ngon, ý nghĩa trong khoảnh khắc sum vầy ngày Tết nhờ công nghệ ấn tượng - ngâm chân không - nấu áp suất tiên tiến dựa trên bí kíp nấu cơm của người Nhật cổ. Thương hiệu cho biết, công nghệ này giúp từng hạt gạo nở đều, mang đến hạt cơm chất lượng dẻo thơm. Bên cạnh đó, người dùng còn có thể dùng nồi để nấu đa dạng món ăn như bánh, món hấp, súp...

Hoặc Máy lọc nước RO Lấy cảm hứng từ phong cách Japandi, máy lọc nước RO Toshiba sở hữu thiết kế thanh lịch và sang trọng, với đường nét liền mạch, hài hòa, qua đó góp phần tôn vinh phong cách người dùng.

Bên cạnh thiết kế, sản phẩm còn sở hữu quy trình lọc tiên tiến 11 bước lọc, với công nghệ RO cho nguồn nước đầu ra không chỉ sạch chuẩn, mà còn lưu giữ và bổ sung các khoáng chất có lợi cho sức khỏe.

Việc ứng dụng đèn diệt khuẩn UV trong bình chứa giúp lưu trữ nước giữ khoáng lâu dài, không bị nhiễm độc hay tái sinh vi khuẩn, từ đó, mang lại nguồn nước sạch, bảo đảm cho gia đình.

Với loạt sản phẩm Japandi thế hệ mới, Toshiba mong muốn tô điểm cho không gian sống của người dùng, mang đến sự sang trọng và tinh tế không chỉ dịp Tết mà còn góp phần tạo nên phong cách sống "quiet luxury".





### 3. RUBRIC cuối kỳ : Đánh giá bài thi cuối kỳ (50%)

**Hình thức:** Bài thi nhóm (3 SV/nhóm), bao gồm:

**1/ Câu 1 (25%):** Sử dụng thông tin cho sẵn, viết 1 tin ngắn PR cho sản phẩm tối đa 300 từ theo dạng tin hình tháp ngược, có hình ảnh chú thích rõ ràng.

**2/ Câu 2 (25%):** Biên tập bài báo PR vừa viết thành 1 tin vẫn báo chí có độ dài 80- 100 từ.

| Tiêu chí        |                                                           | Trọng số (%) | Tốt<br>9 - 10 điểm                                                                                           | Khá<br>7 - < 9 điểm                                                | Trung bình<br>5 - < 7 điểm                                                                          | Không đạt<br>Dưới 5 điểm                                     |
|-----------------|-----------------------------------------------------------|--------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|
| Câu viết tin PR | Xác định chính xác thông điệp PR và chủ đề tin<br>(CLO 1) | 10%          | Xác định chính xác thông điệp PR và chọn chính xác chủ đề quan trọng nhất/góc độ hay nhất phục vụ thông điệp | Xác định đúng thông điệp PR và chọn đúng chủ đề phục vụ thông điệp | Không xác định rõ ràng thông điệp PR và chọn chủ đề phụ/ không đúng trọng tâm để phục vụ thông điệp | Không xác định được thông điệp PR và lan man không rõ chủ đề |

|  |                                                                                                                       |     |                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                             |
|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <b>Chọn đầy đủ thông tin có giá trị phục vụ thông điệp PR và chủ đề, có nguồn tin và câu trích dẫn phù hợp (CLO2)</b> | 10% | Chọn đầy đủ thông tin (5W1H) có giá trị phục vụ chủ đề, có nêu nguồn tin và câu trích dẫn mang thông điệp PR mạnh mẽ                                                                                                | Chọn được thông tin có giá trị phục vụ chủ đề, nhưng chưa đầy đủ (thiếu 1 yếu tố trong 5W1H), hoặc thừa thông tin không cần thiết; có nêu nguồn tin và câu trích dẫn mang thông điệp PR              | Chọn được thông tin phục vụ chủ đề nhưng không đầy đủ (thiếu 2 yếu tố trong 5W1H); có nêu nguồn tin nhưng không có trích dẫn; không thể hiện rõ thông điệp PR<br>-----<br>Hoặc: Chọn thông tin lan man không tập trung chủ đề; có nêu nguồn tin nhưng không có trích dẫn, không thể hiện rõ thông điệp PR | Chọn không đủ thông tin cần thiết phục vụ chủ đề-thiếu 3 yếu tố trong 5W1H; không nêu nguồn tin, không có trích dẫn, không thể hiện thông điệp PR<br>-----<br>Hoặc: Chọn thông tin không liên quan chủ đề; không có trích dẫn, không thể hiện thông điệp PR |
|  | <b>Đề xuất chính xác hình ảnh hoặc đồ họa có ý nghĩa phục vụ thông điệp PR và chủ đề tin (CLO 3)</b>                  | 10% | Đề xuất đúng hình ảnh hoặc đồ họa có ý nghĩa nhất phục vụ thông điệp PR và chủ đề tin                                                                                                                               | Đề xuất đúng hình ảnh hoặc đồ họa có ý nghĩa phục vụ thông điệp PR và chủ đề tin                                                                                                                     | Đề xuất đúng hình ảnh hoặc đồ họa có liên quan đến chủ đề tin                                                                                                                                                                                                                                             | Đề xuất hình ảnh hoặc đồ họa không có ý nghĩa phục vụ thông điệp PR và chủ đề tin                                                                                                                                                                           |
|  | <b>Viết đúng cấu trúc hình tháp ngược; tiêu đề thể hiện chính xác thông tin chính và thông điệp PR (CLO 4)</b>        | 10% | Viết tin đúng cấu trúc hình tháp ngược- sắp xếp các thông tin 5W1H hợp lý, dẫn nguồn tin và trích dẫn ở vị trí phù hợp; tiêu đề thể hiện chính xác thông tin chính và thông điệp PR, có sức lôi cuốn và thuyết phục | Viết tin đúng cấu trúc hình tháp ngược- sắp xếp các thông tin 5W1H tương đối hợp lý, dẫn nguồn tin và câu trích dẫn ở vị trí chưa phù hợp; tiêu đề thể hiện đúng thông tin chính và có thông điệp PR | Viết tin chưa chuẩn cấu trúc hình tháp ngược do sắp xếp các yếu tố 5W1H và dẫn nguồn tin ở vị trí chưa hợp lý (không đi thẳng vào thông tin quan trọng nhất); tiêu đề thể hiện được thông tin chính nhưng dài dòng, thừa từ không cần thiết, hoặc chưa thể hiện rõ thông điệp PR                          | Viết tin không đúng cấu trúc hình tháp ngược, thông tin sắp xếp lộn xộn, không có trọng tâm; tiêu đề không đúng thông tin chính, không thể hiện thông điệp PR                                                                                               |



|                           |                                                                                                                              |     |                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                |
|---------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                           | <b>Diễn đạt đúng phong cách PR, dễ hiểu và có tính thuyết phục, đúng ngữ pháp và chính tả, đảm bảo số từ qui định (CLO5)</b> | 10% | Diễn đạt đúng phong cách PR dễ hiểu, có tính thuyết phục; đúng ngữ pháp và chính tả, đảm bảo số từ qui định                                                                  | Diễn đạt theo phong cách PR, dễ hiểu, đúng ngữ pháp và chính tả, nhưng vượt quá số từ qui định;<br>-----<br>Hoặc: đảm bảo số từ qui định nhưng có lỗi chính tả hoặc ngữ pháp                      | Diễn đạt chưa rõ phong cách PR, mắc 2 trong số 4 lỗi sau:<br>Diễn đạt dài dòng khó hiểu;<br>sai ngữ pháp;<br>sai chính tả; vượt quá số từ qui định                                                                                                                                                                                  | Diễn đạt không đúng phong cách PR, mắc 3 - 4 lỗi sau:<br>Diễn đạt dài dòng khó hiểu;<br>sai ngữ pháp;<br>sai chính tả;<br>vượt quá số từ qui định                                                                              |
| <b>Câu biên tập (50%)</b> | <b>Đánh giá đúng chủ đề quan trọng/góc độ đưa tin hay (CLO 1)</b>                                                            | 10% | Đánh giá đúng chủ đề quan trọng, đáng quan tâm nhất/góc độ đưa tin hay nhất trong bài báo                                                                                    | Đánh giá đúng chủ đề quan trọng trong bài báo                                                                                                                                                     | Đánh giá không đúng chủ đề quan trọng của bài báo, chọn chủ đề phụ/không đúng trọng tâm                                                                                                                                                                                                                                             | Lan man không rõ chủ đề                                                                                                                                                                                                        |
|                           | <b>Chọn lọc đầy đủ thông tin có giá trị tin tức phục vụ chủ đề, chọn nguồn tin và câu trích dẫn hiệu quả (CLO 2)</b>         | 10% | Chọn lọc đầy đủ thông tin có giá trị tin tức- 5W1H (ai/cái gì, khi nào, ở đâu, tại sao, như thế nào) phục vụ chủ đề, chọn nguồn tin và câu trích dẫn phục vụ chủ đề hiệu quả | Chọn lọc được thông tin có giá trị tin tức phục vụ chủ đề, nhưng không đầy đủ (thiếu 1 yếu tố H-như thế nào), hoặc thừa thông tin không cần thiết; chọn nguồn tin và câu trích dẫn phù hợp chủ đề | Chọn lọc đúng thông tin phục vụ chủ đề nhưng không đầy đủ (thiếu 2 yếu tố trong 5W1H); có nguồn tin nhưng không có câu trích dẫn; hoặc chọn câu trích dẫn không phù hợp chủ đề<br>-----<br>Hoặc: Chọn thông tin lan man không tập trung chủ đề; có nguồn tin nhưng không có trích dẫn/ hoặc chọn câu trích dẫn không phù hợp chủ đề | Chọn thông tin thiếu 3 yếu tố trong 5W1H; không nêu nguồn tin, không có trích dẫn<br>-----<br>Hoặc: Chọn thông tin không liên quan chủ đề; không có nguồn tin, không có trích dẫn, hoặc câu trích dẫn không phục vụ cho chủ đề |
|                           | <b>Chọn ảnh, đồ họa hoặc các yếu tố đa phương tiện khác phục vụ tốt nhất cho chủ đề, biên tập chú thích hiệu quả</b>         | 10% | Chọn ảnh, đồ họa hoặc các yếu tố đa phương tiện khác phục vụ tốt nhất cho chủ đề và biên tập chú thích hiệu quả                                                              | Chọn được ảnh, đồ họa hoặc các yếu tố đa phương tiện khác phục vụ cho chủ đề và biên tập chú thích phù hợp                                                                                        | Chọn được ảnh, đồ họa hoặc các yếu tố đa phương tiện khác phục vụ cho chủ đề nhưng biên tập chú thích không hiệu quả                                                                                                                                                                                                                | Chọn chưa đúng ảnh, đồ họa hoặc các yếu tố đa phương tiện khác phục vụ cho chủ đề, không biên tập chú thích                                                                                                                    |

|  |                                                                                                                                      |     |                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                          |
|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | (CLO 3)                                                                                                                              |     |                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                          |
|  | <b>Biên tập tin đúng cấu trúc hình tháp ngược; tiêu đề thể hiện chính xác thông tin chính và cuốn hút (CLO 4)</b>                    | 10% | Biên tập tin đúng cấu trúc hình tháp ngược- sắp xếp các thông tin 5W1H hợp lý, dẫn nguồn tin và trích dẫn ở vị trí phù hợp; tiêu đề thể hiện chính xác thông tin chính, sáng tạo và cuốn hút | Biên tập tin đúng cấu trúc hình tháp ngược- sắp xếp các thông tin 5W1H tương đối hợp lý, dẫn nguồn tin ở vị trí chưa phù hợp (trước thông tin chính)<br>Tiêu đề thể hiện chính xác thông tin chính         | Biên tập tin chưa chuẩn cấu trúc hình tháp ngược do sắp xếp các yếu tố 5W1H và dẫn nguồn tin ở vị trí chưa hợp lý (không đi thẳng vào thông tin quan trọng nhất) tiêu đề thể hiện đúng thông tin chính nhưng dài dòng, thừa từ không cần thiết | Biên tập tin không đúng cấu trúc hình tháp ngược, thông tin sắp xếp lộn xộn, không có trọng tâm; tiêu đề không đúng thông tin chính                      |
|  | <b>Biên tập tin đúng chuẩn ngôn ngữ báo chí, diễn đạt mạch lạc dễ hiểu, đúng ngữ pháp và chính tả, đảm bảo số từ qui định (CLO5)</b> | 10% | Biên tập tin đúng chuẩn ngôn ngữ báo chí, diễn đạt rõ ràng dễ hiểu, đúng ngữ pháp và chính tả, đảm bảo số từ qui định                                                                        | Biên tập tin đúng chuẩn ngôn ngữ báo chí, diễn đạt rõ ràng dễ hiểu, đúng ngữ pháp và chính tả, nhưng vượt quá số từ qui định;<br>-----<br>Hoặc: đảm bảo số từ qui định nhưng có lỗi chính tả hoặc ngữ pháp | Biên tập tin chưa đúng chuẩn ngôn ngữ báo chí, còn mắc 2 trong số 4 lỗi sau:<br>Diễn đạt dài dòng khó hiểu;<br>sai ngữ pháp;<br>sai chính tả; vượt quá số từ qui định                                                                          | Biên tập tin chưa đúng ngôn ngữ báo chí, còn mắc 3 - 4 lỗi sau:<br>Diễn đạt dài dòng khó hiểu;<br>sai ngữ pháp;<br>sai chính tả; vượt quá số từ qui định |

Người duyệt đề



ThS. Lê Hải Yến

TP. Hồ Chí Minh, ngày 12 tháng 3 năm 2025

Giảng viên ra đề



Ths. Nguyễn Thị Bích Phụng