

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:	Xử lý khủng hoảng truyền thông		
Mã học phần:	71CRIS40512	Số tín chỉ:	2
Mã nhóm lớp học phần:	242_71CRIS40512_01; 242_71CRIS40512_02		
Hình thức thi: Tiểu luận	Thời gian làm bài:		Phút/ ngày
☐ Cá nhân	☒ Nhóm		
Quy cách đặt tên file	Mã SV_Ho và ten SV_.....		

III. Nội dung đề bài

1. Đề bài

Mỗi nhóm chọn 01 ý tưởng và trình bày chiến lược Xử lý khủng hoảng truyền thông cho: Doanh nghiệp (thương hiệu tổng hoặc sản phẩm đang gặp khủng hoảng trong 2 năm gần đây) hoặc người nổi tiếng (KOL) đang gặp khủng hoảng trong 2 năm gần đây, có công ty quản lý.

Yêu cầu chung: mỗi tiểu luận cần có 03 phần nội dung chính

1. Giới thiệu và phân tích bối cảnh vụ KHTT
2. Chiến lược XLKHTT Mục tiêu Đối tượng mục tiêu (Bên liên quan trọng yếu) Thông điệp truyền thông chính Chiến thuật xử lý tức thời – lâu dài – và hậu khủng hoảng
3. Thông cáo báo chí về vụ KHTT

Về chi tiết của Tiểu luận:

1. Tóm tắt giới thiệu về nhóm
 2. Giới thiệu tổng quan về tổ chức/ nhân vật
 3. Phân tích bối cảnh vụ khủng hoảng: thực trạng, nguyên nhân, các hậu quả và cách đánh giá của nhóm về các bước xử lý ban đầu của tổ chức/ nhân vật
 4. Phân tích cho chiến lược XLHHTT mới
- Phân tích tổ chức/ nhân vật: PEST, SWOT
- Vấn đề/Cơ hội mà tổ chức/ nhân vật đối mặt từ góc độ PR/truyền Thông
5. Xác định mục tiêu: chiến dịch XLKHTT dự kiến đạt được gì?
 6. Xác định công chúng mục tiêu
 7. Xác định thông điệp
 8. Lập chiến lược để đạt được mục đích/mục tiêu PR đề ra (sử dụng mô hình SCCT để lựa chọn chiến lược ứng phó)
 9. Xác định Crisis Team: các thành viên/ phòng ban và nhiệm vụ của từng người (team leader? Người phát ngôn? Cố vấn? Các phòng ban liên quan?)

10. Xây dựng chiến thuật: Các chiến thuật PR và Digital chính yếu để triển khai chiến lược (đảm bảo xác định chiến thuật cho cả 3 giai đoạn xử lý tức thời – lâu dài – và hậu khủng hoảng)

11. Lịch trình (Timeline): Các hoạt động thời gian, nhân sự

11. Ngân sách

12. Đánh giá: Đo lường kết quả có đạt được mục tiêu hay không?

13. Thông cáo báo chí: thể hiện thông điệp chính của chiến lược XLKHTT mới

Dung lượng: nội dung chính 25-30 trang, phụ lục 5-10 trang.

2. Hướng dẫn thể thức trình bày đề bài

- 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

3. Rubric và thang điểm

RUBIC 3: ĐÁNH GIÁ THI CUỐI KỲ (TIỂU LUẬN CUỐI KỲ)

Tiêu chí	Trọng số (%)	Tốt 8-10đ	Khá 7đ	Trung bình 5-6đ	Kém 0-4đ
Đầy đủ các bước xây dựng chiến lược XLKHTT	10%	Trình bày đầy đủ, mạch lạc và thuyết phục về nội dung tiểu luận	Trình bày tương đối đầy đủ nhưng đôi chỗ còn chưa thuyết phục	Còn sai sót quan trọng	Gần như không phù hợp
Nội dung đề tài	60%	Nghiên cứu một cách kỹ càng và chi tiết cụ thể về các yêu cầu của đề bài Trình bày đầy đủ, mạch lạc và thuyết phục về chiến lược PR. Ứng dụng được lý thuyết và tình huống thực tiễn cụ thể.	Nghiên cứu chưa kỹ và chi tiết chưa cụ thể Trình bày tương đối đầy đủ nhưng còn sai sót nhỏ	Nghiên cứu chi tiết không cụ thể Còn sai sót quan trọng	Không thực hiện quá trình nghiên cứu
Hình thức trình bày	10%	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	Trình bày lộn xộn, thiếu logic
Trích dẫn tài liệu tham khảo	20%	Có trích nguồn cẩn thận theo đúng yêu cầu	Có trích nguồn nhưng sai yêu cầu	Có trích nguồn nhưng không đủ	Không trích nguồn

TP. Hồ Chí Minh, ngày 15 tháng 03 năm 2025

Người duyệt đề

Giảng viên ra đề



Nguyễn Văn Thấu

