

TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN LANG
KHOA XÃ HỘI VÀ NHÂN VĂN

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 Quan hệ Công chúng		
Mã học phần:	71APPR40602	Số tín chỉ:	2
Mã nhóm lớp học phần:	242_71APPR40602_01		
Hình thức thi: Tiểu luận (Không thuyết trình)	Thời gian làm bài:	14	ngày
☒ GV giao đề bài trong thời gian giảng dạy lớp học phần	☐ TT. Khảo thí thiết lập và giao đề bài trên hệ thống thi CTE theo lịch thi Phòng Đào tạo công bố		
☐ Cá nhân	☐ Nhóm	Số SV/nhóm:	4
Quy cách đặt tên file		Mã SV_Ho và ten SV_Tên học phần	

III. Nội dung đề bài

1. Đề bài

Từ các kiến thức về lập kế hoạch cho chiến dịch quan hệ công chúng, các nhóm chọn 1 trong 2 sản phẩm sau và lập kế hoạch quan hệ công chúng cho sản phẩm này.

- Chọn 1 trong 3 sản phẩm:
- Sản phẩm 1: Thạch rau câu Long Hải
 - Sản phẩm 2: Tẩy tế bào chết Cocoon
 - Sản phẩm 3: Sữa tươi tiệt trùng Đà Lạt Milk

Yêu cầu sáng tạo:

Loại chiến dịch: Sáng tạo hoạt động tương tác với người dùng trên Mạng xã hội

Vai trò của chiến dịch: Kết nối với người tiêu dùng, nằm trong kế hoạch giới thiệu bộ sản phẩm mới cho đối tượng sinh viên

Mục tiêu: tăng nhận diện thương hiệu ở nhóm khách hàng trẻ, tăng doanh số bán hàng

Công chúng mục tiêu: sinh viên (từ 18 tới 22 tuổi)

Địa điểm: Các thành phố lớn

Thời gian: 3 tháng

Kinh phí: 1 tỉ đồng

2. Hướng dẫn thể thức trình bày đề bài

a. Hình thức trình bày:

Các nhóm tự do lựa chọn các hình thức trình bày nhưng vẫn đảm bảo dàn ý của một bản kế hoạch

b. Thứ tự trình bày trong tiểu luận:

- Trang bìa phải có đầy đủ thông tin về tên đề tài, danh sách nhóm
- Trang mục lục
- Nội dung (đánh số trang từ trang nội dung)
- Tài liệu tham khảo

c. Yêu cầu về nội dung

Đảm bảo bài làm phải thể hiện được những nội dung chính sau đây:

- Trình bày ngắn gọn các thông tin về sản phẩm mà nhóm đã nghiên cứu được
- Phân tích được thực trạng sản phẩm (dùng công cụ SWOT)
- Xây dựng được nội dung chủ đề chính và thông điệp rõ ràng
- Triển khai chi tiết cho chiến dịch: Hoàn thiện nội dung, kênh truyền thông và chi phí.

3. Rubric và thang điểm

Tiêu chí	Trọng số (%)	Tốt 100%	Khá 75%	Trung bình 50%	Kém 0%
Nội dung	50	Nội dung thể hiện đầy đủ yêu cầu và thuyết phục về chủ đề được giao.	Nội dung thể hiện khá đầy đủ yêu cầu nhưng đôi chỗ còn chưa thuyết phục.	Nội dung thể hiện còn thiếu sót và chưa thật sự thuyết phục.	Lạc đề
Hình thức	20	Bố cục hợp lý, thông tin đầy đủ, dễ theo dõi, hình thức trình bày rõ ràng, mạch lạc, không mắc lỗi ngữ pháp, chính tả.	Bố cục chưa hợp lý, có thông tin đầy đủ, hình thức trình bày rõ ràng, còn lỗi chính tả.	Bố cục thiếu hợp lý, thông tin chưa đầy đủ, hình thức trình bày chưa rõ ràng, lỗi chính tả	Bố cục hoàn toàn không hợp lý, thông tin lộn xộn hình thức trình bày, lỗi chính tả

Ứng dụng được kiến thức đã học vào đề tài	20	Ứng dụng đầy đủ và có sự nghiên cứu, phát triển vấn đề, có ý tưởng sáng tạo	Ứng dụng đầy đủ nhưng nghiên cứu và phát triển thêm chưa nhiều	Ứng dụng còn thiếu sót và chưa phát huy được khả năng nghiên cứu, phát triển vấn đề	Ứng dụng còn sai sót kiến thức nghiêm trọng, không thể hiện khả năng tự nghiên cứu, phát triển vấn đề
Thời gian	10	Đúng deadline GV yêu cầu	Trễ không quá 12h so với yêu cầu của GV	Trễ không quá 24h so với yêu cầu của GV	Trễ hơn 24h so với yêu cầu của GV

TP. Hồ Chí Minh, ngày 03 tháng 3 năm 2025

Người duyệt đề



TS. Lê Thị Gấm

Giảng viên ra đề



ThS. Đặng Thị Kim Chi