

<b>Module/môn: Quảng cáo</b>	<b>Số hiệu Assignment: 1/1</b>	<b>% điểm: 60%</b>
<b>Người điều phối của FPT Polytechnic: TrangBT4</b>	<b>Ngày ban hành: 4/2017</b>	
<b>Bài Assignment này đòi hỏi sinh viên phải dùng khoảng 48 h làm để hoàn thành</b>		
<b>Chuẩn đầu ra môn học:</b> <b>Sau khi học xong môn Quảng cáo, sinh viên có thể:</b> 1. Hiểu khái niệm, bản chất, tầm quan trọng của các hoạt động quảng cáo đối với các doanh nghiệp, vai trò của quảng cáo trong Marketing 2. Nắm được tác động của quảng cáo đến nền kinh tế và sự liên kết với chiến lược Marketing, những hoạt động, và lợi ích lâu dài của doanh nghiệp 3. Nắm được các nhân tố chính trong hoạt động quảng cáo cũng như ảnh hưởng của quảng cáo đến sự sáng tạo và cách để vận dụng sáng tạo trong quảng cáo 4. Hiểu được những lợi thế và bất lợi của các phương thức quảng cáo khác nhau để nắm được những cơ hội và nhận biết những thách thức 5. Áp dụng được những khái niệm về quảng cáo vào những tình huống thường ngày 6. Vận dụng những kỹ năng phân tích, nghiên cứu, thuyết trình và mỹ thuật để tạo một video quảng cáo		

**Gian lận** là hình thức lấy bài làm của người khác và sử dụng như là mình làm ra. Hình thức đó bao gồm những hành động như: copy thông tin trực tiếp từ trang web hay sách mà không ghi rõ nguồn tham khảo trong tài liệu; gửi bài assignment làm chung như là thành quả cá nhân; copy bài assignment của các sinh viên khác cùng khóa hay khác khóa; ăn trộm hay mua bài assignment của ai đó và gửi lên như là sản phẩm mình làm ra. Những sinh viên bị nghi ngờ gian lận sẽ bị điều tra và nếu phát hiện là có gian lận thì sẽ phải chịu các mức phạt theo quy định của Nhà trường.

**Mọi tài nguyên copy hay điều chế từ bất cứ nguồn nào (VD: Internet, sách) phải được đặt trong cặp dấu nháy kép và in nghiêng, với thông tin tham khảo đầy đủ về nguồn tài liệu.**

**Bài làm của bạn sẽ được đưa vào phần mềm kiểm tra gian lận. Mọi hình thức cố tình đánh lừa hệ thống phát hiện gian lận sẽ bị coi là Vi phạm quy định trong thi cử.**

## Assignment

<b>Chuẩn đầu ra của dự án</b>	<b>Kỹ năng:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hiểu khái niệm, bản chất, tầm quan trọng của các hoạt động quảng cáo đối với các doanh nghiệp, vai trò của quảng cáo trong Marketing</li> <li>- Nắm được các nhân tố chính trong hoạt động quảng cáo cũng như ảnh hưởng của quảng cáo đến sự sáng tạo và cách để vận dụng sáng tạo trong quảng cáo</li> <li>- Hiểu được những lợi thế và bất lợi của các phương thức quảng cáo khác nhau để nắm được những cơ hội và nhận biết những thách thức</li> <li>- Vận dụng những kỹ năng phân tích, nghiên cứu, thuyết trình và mỹ thuật để tạo một quảng cáo trên phương tiện truyền thông</li> </ul>
<b>Các công cụ cần có</b>	Internet, máy tính
<b>Tài nguyên</b>	Giáo trình và tài nguyên môn học “Quảng cáo”
<b>Nguồn tham khảo</b>	Tìm kiếm trên internet/các website của doanh nghiệp
<b>Số trang yêu cầu</b>	Tối thiểu 6 trang giấy A4

### MÔ TẢ ASSIGNMENT:

Assignment yêu cầu sinh viên tiến hành lựa chọn một công ty quảng cáo, tìm hiểu về mô hình bộ phận quảng cáo của công ty đó và xây dựng một chiến dịch quảng cáo sáng tạo cho một sản phẩm thuộc dự án quảng cáo mà công ty đó đang làm.

Việc xây dựng một chiến dịch quảng cáo sáng tạo cho một sản phẩm thuộc dự án quảng cáo mà công ty đó đang làm cần đáp ứng các yêu cầu cụ thể sau:

1. *Lựa chọn công ty quảng cáo để tìm hiểu về công ty và mô hình của bộ phận quảng cáo công ty đó*
2. *Tìm hiểu phân khúc thị trường, thị trường mục tiêu và chiến lược Marketing hỗn hợp mà công ty sản xuất ra sản phẩm đang áp dụng cho sản phẩm đó*
3. *Thiết kế một video quảng cáo có sự sáng tạo về mỹ thuật và nội dung cho sản phẩm đó*
4. *Lựa chọn phương tiện truyền thông tương tác bằng kỹ thuật số phù hợp để phát đoạn video quảng cáo*

### YÊU CẦU SẢN PHẨM CỦA ASSIGNMENT:

**Y1-** *Lựa chọn công ty quảng cáo để nghiên cứu và nghiên cứu mô hình bộ phận quảng cáo của công ty*

#### **1. Tóm tắt nội dung ngắn gọn về công ty**

- Tên doanh nghiệp, lịch sử hình thành và phát triển.
- Lĩnh vực hoạt động và sản phẩm/ dịch vụ chủ yếu.

#### **2. Mô hình tổ chức bộ phận quảng cáo của công ty**

- Vẽ mô hình bộ phận quảng cáo của công ty đó.

- Phân tích mô hình tổ chức theo hình thức tập trung hay phi tập trung?

**Y2-** *Tìm hiểu phân khúc thị trường, thị trường mục tiêu và chiến lược Marketing hỗn hợp mà công ty sản xuất ra sản phẩm đang áp dụng cho sản phẩm đó*

- Tìm hiểu phân khúc thị trường, thị trường mục tiêu của sản phẩm đó
- Phân tích chiến lược Marketing hỗn hợp mà công ty sản xuất ra sản phẩm đang áp dụng cho sản phẩm đó

**Y3-** *Thiết kế một đoạn video quảng cáo có sự sáng tạo về mỹ thuật và nội dung*

- Viết kịch bản và thực hiện một đoạn video quảng cáo sáng tạo về mỹ thuật cho các yếu tố:

- Hình ảnh: góc máy quay, hành động, cảnh, và chỉ đạo sân khấu
- Âm thanh: Cột âm thanh liệt kê nội dung thoại, hiệu ứng âm thanh, và âm nhạc.

- Kịch bản đầy đủ các nội dung chính: tên sản phẩm, logo, khẩu hiệu, đặc tính sản phẩm và có tính kêu gọi khách hàng mua sản phẩm

**Y4-** *Lựa chọn một phương tiện truyền thông tương tác bằng kỹ thuật số để phát đoạn video quảng cáo*

- Lựa chọn phương tiện truyền thông tương tác bằng kỹ thuật số phù hợp và giải thích lý do
- Phân tích ưu và nhược điểm của phương tiện đó

### **ĐÁNH GIÁ TIẾN ĐỘ THỰC HIỆN ASSIGNMENT**

1. **Giai đoạn 1:** Sinh viên nộp trên LMS phần *Lựa chọn công ty quảng cáo để nghiên cứu và nghiên cứu mô hình bộ phận quảng cáo của công ty (N1) và Tìm hiểu phân khúc thị trường, thị trường mục tiêu và chiến lược Marketing hỗn hợp mà công ty sản xuất ra sản phẩm đang áp dụng cho sản phẩm đó (N2).*
2. **Giai đoạn 2:** Sinh viên nộp trên LMS phần *Thiết kế một đoạn video quảng cáo có sự sáng tạo về mỹ thuật và nội dung (N3) và Lựa chọn một phương tiện truyền thông tương tác bằng kỹ thuật số để phát đoạn video quảng cáo (N4).*

**BẢNG 1: ĐÁNH GIÁ NỘI DUNG SẢN PHẨM THEO TỪNG GIAI ĐOẠN (Thang điểm 10)**

Sản phẩm	8<=Điểm <=10	5<=Điểm <8	Điểm <5
<b>N1 (20%)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cung cấp đầy đủ, rõ ràng và chính xác các thông tin về công ty, mô hình bộ phận quảng cáo của công ty</li> <li>- Vẽ và Phân tích chính xác mô hình bộ phận quảng cáo là tập trung hay phi tập trung và giải thích rõ ràng khái niệm thế nào là mô hình tập trung và phi tập trung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Thiếu từ 1- 2 mục thông tin về công ty và 1 -2 mục thông tin về mô hình bộ phận quảng cáo của công ty</li> <li>- Vẽ được mô hình nhưng không phân tích được mô hình của công ty thuộc dạng nào</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Thiếu ít nhất 3 mục thông tin về công ty và 3 phần thông tin về mô hình bộ phận quảng cáo của công ty</li> <li>- Không vẽ và phân tích được mô hình là tập trung hay phi tập trung</li> </ul>
<b>N2 (15%)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tìm hiểu chính xác phân khúc thị trường và thị trường mục tiêu của sản phẩm</li> <li>- Phân tích cụ thể chiến lược Marketing hỗn hợp mà công ty sử dụng cho sản phẩm</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Thiếu 1 yếu tố trong phân khúc thị trường nhưng không tìm được thị trường mục tiêu của sản phẩm</li> <li>- Phân tích thiếu 1-2 yếu tố trong chiến lược Marketing hỗn hợp</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Thiếu 2-3 yếu tố trong phân khúc thị trường và thị trường mục tiêu của sản phẩm</li> <li>- Phân tích được 1 yếu tố trong chiến lược Marketing hỗn hợp</li> </ul>
<b>N3 (30%)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Video quảng cáo có đầy đủ các yếu tố sáng tạo về mỹ thuật cho hình ảnh và âm thanh</li> <li>- Video có đầy đủ các nội dung: tên sản phẩm, logo, tên công ty, đặc tính sản phẩm và có tính kêu gọi khách hàng mua sản phẩm</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Video còn thiếu 1 trong 2 yếu tố sáng tạo về hình ảnh hoặc âm thanh</li> <li>- Video thiếu 1-2 yếu tố về nội dung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Video còn thiếu 1 trong 2 yếu tố sáng tạo về hình ảnh hoặc âm thanh</li> <li>- Video còn thiếu 3-4 yếu tố về nội dung</li> </ul>
<b>N4 (35%)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lựa chọn và phân tích cụ thể lý do chọn phương tiện truyền thông tương tác bằng kỹ thuật số đó</li> <li>- Phân tích đầy đủ ưu nhược điểm của phương tiện truyền thông đã chọn</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lựa chọn nhưng không phân tích được lý do chọn phương tiện truyền thông in ấn đó.</li> <li>- Phân tích thiếu 1-2 yếu tố về ưu nhược điểm của phương tiện truyền thông đã chọn</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lựa chọn nhưng không phân tích được lý do chọn phương tiện truyền thông in ấn đó.</li> <li>- Phân tích thiếu 3-4 yếu tố về ưu nhược điểm của phương tiện truyền thông đã chọn</li> </ul>

**Lưu ý: Trọng số sản phẩm linh hoạt tùy thuộc vào tầm quan trọng và độ khó của sản phẩm**

**BẢNG 2: TIÊU CHÍ ĐÁNH GIÁ BÁO CÁO ASSIGNMENT (Thang điểm 10)**

Tiêu chí	8<=Điểm <=10	5=<Điểm <8	Điểm <5
1. Độ rõ ràng về mục tiêu dự án (15%)	Các mục tiêu của dự án được trình bày một cách rõ ràng. Động lực theo đuổi dự án và sự phù hợp của dự án được thiết lập một cách rõ ràng và thuyết phục bằng cách liên hệ dự án đến các vấn đề thực tiễn.	Các mục tiêu của dự án được trình bày chưa rõ ràng. Động lực theo đuổi dự án và sự phù hợp của dự án được đề cập. Việc thảo luận là khá rõ ràng nhưng tính thuyết phục chưa cao do chưa liên hệ nhiều đến các vấn đề thực tiễn.	Các mục tiêu của dự án bị thiếu sót hoặc không chính xác. Có ít hoặc hầu như không có sự thảo luận nào về động lực và sự thích hợp của dự án. Người đọc bị mơ hồ về bản chất của dự án và tại sao nó cần được tiến hành.
2. Tính hoàn thiện của sản phẩm (N1-N4) (30%)	Các sản phẩm (N1-N4) đã được chỉnh sửa, hoàn thiện theo góp ý của giảng viên hướng dẫn trong 2 giai đoạn đánh giá, và đáp ứng đúng yêu cầu đặt ra của sản phẩm N1, N2, N3 và N4 theo bảng 1.	Các sản phẩm (N1-N4) đã được chỉnh sửa và hoàn thiện theo góp ý của giảng viên hướng dẫn trong 2 giai đoạn đánh giá. Tuy nhiên, chỉ mới 2/4 sản phẩm đáp ứng đúng yêu cầu của dự án theo bảng 1.	Các sản phẩm (N1-N4) đã được chỉnh sửa và hoàn thiện nhưng không theo góp ý của giảng viên hướng dẫn trong 2 giai đoạn đánh giá. Ngoài ra không có sản phẩm nào đáp ứng được các yêu cầu của dự án theo bảng 1.
3. Tính logic của sản phẩm (N1-N4)(15%)	Các sản phẩm N1-N4 trong báo cáo đều thể hiện tính liên kết chặt chẽ về mặt nội dung.	Chỉ có 2/4 sản phẩm thể hiện tính liên kết chặt chẽ về mặt nội dung.	Sản phẩm N1- N4 đều rời rạc và thiếu tính liên kết về mặt nội dung.
4. Cấu trúc báo cáo (8%)	Báo cáo được xây dựng theo hình thức báo cáo dự án tiêu chuẩn (ví dụ: tóm tắt dự án, phần tổng quan giới thiệu, các phương pháp tiến hành, kết quả, phân tích và kết luận). Phần tóm tắt được trình bày đầu tiên làm cho người đọc dễ dàng theo dõi phần còn lại của báo cáo.	Các yếu tố quan trọng của một báo cáo dự án tiêu chuẩn đều hiện diện, tuy nhiên chúng vẫn còn được xây dựng dưới dạng hình thức phi tiêu chuẩn. Ngoài ra, trình tự các ý tưởng được trình bày đôi chỗ còn gây khó hiểu cho người đọc.	Các yếu tố quan trọng của một báo cáo dự án tiêu chuẩn không được trình bày hoặc trình bày không đạt yêu cầu (về hình thức và trình tự).
5. Năng lực phân tích (8%)	Các kết quả được phân tích một cách cẩn thận, khoa học và khách quan. Các phần giải thích được tạo ra thông qua việc sử dụng các công thức, mô hình hay các lý thuyết phù hợp.	Phân tích chi tiết đủ để hỗ trợ người học hiểu nhưng chúng không được làm nổi bật thông qua việc sử dụng các công thức, mô hình hay các lý thuyết phù hợp.	Phân tích quá sơ sài và không đầy đủ dẫn đến người đọc không thể đánh giá được giá trị của các phần giải thích các kết quả.
6. Sử dụng ngôn ngữ: cách dùng từ, và cấu trúc	Các câu hoàn chỉnh và đúng ngữ pháp và chúng kết hợp lại với nhau một cách nhịp nhàng. Các từ được chọn lọc	Đối với các phần chính, các câu hoàn chỉnh và đúng ngữ pháp và chúng kết hợp lại với nhau một cách nhịp nhàng. Các lỗi bất kỳ	Các lỗi trong cấu trúc câu và ngữ pháp xuất hiện thường xuyên đến nỗi làm xao nhãng người

Tiêu chí	8<=Điểm <=10	5<=Điểm <8	Điểm <5
<i>câu (8%)</i>	chính xác theo ý nghĩa riêng của nó.	trong báo cáo đều nhỏ và không làm người đọc xao nhãng. Việc lặp lại các từ và cụm từ giống nhau đều được hạn chế tối đa.	đọc và còn gây nhiều ý nghĩa của báo cáo. Trong báo cáo này, người viết thể hiện sai sót khi lặp lại các từ và cụm từ giống nhau không cần thiết quá nhiều lần.
<i>7. Sử dụng hình vẽ: Đồ thị, biểu đồ và bản vẽ (8%)</i>	Tất cả hình vẽ, đồ thị, biểu đồ và bản vẽ là chính xác, nhất quán và có chất lượng tốt. Chúng thúc đẩy sự hiểu biết về nội dung văn bản. Tất cả hình vẽ được đánh dấu một cách chính xác tương ứng với các tiêu chuẩn và được tham chiếu đến trong văn bản.	Phần lớn các hình vẽ, đồ thị, biểu đồ và bản vẽ là chính xác, nhất quán và có chất lượng tốt. Chúng được đánh dấu một cách chính xác tương ứng với các tiêu chuẩn và được tham chiếu đến trong văn bản.	Các hình vẽ, đồ thị, biểu đồ và bản vẽ có chất lượng kém, thiếu chính xác, đánh dấu nhầm hoặc bị thiếu sót. Không có văn bản giải thích tương ứng hoặc lại có sự dư thừa văn bản giải thích hình vẽ.
<i>8. Định dạng về mặt trực quan: Sử dụng khoảng trống và màu sắc trong văn bản (8%)</i>	Văn bản lôi cuốn về mặt thị giác. Không gian trắng và màu sắc được áp dụng một cách phù hợp để tách rời các khối văn bản và thêm sự nhấn mạnh. Người đọc có thể định hướng tài liệu một cách dễ dàng.	Sử dụng các không gian trắng và màu sắc giúp người đọc định hướng tài liệu mặc dù bố cục văn bản vẫn có thể được hoàn thiện hiệu quả và lôi cuốn hơn.	Tài liệu không có sự lôi cuốn về mặt thị giác và có ít “gợi ý” giúp người đọc định hướng tài liệu.

**BẢNG 3: TIÊU CHÍ ĐÁNH GIÁ THUYẾT TRÌNH ASSIGNMENT (Thang điểm 10)**

Tiêu chí	8=<Điểm <=10	5=<Điểm <8	Điểm <5
1. Nội dung trình bày (25%)	Bao gồm đầy đủ nội dung chính của báo cáo và đáp ứng được các yêu cầu của sản phẩm từ N1- N 4 trên bảng 1.	Đáp ứng được từ 50% - 70% nội dung chính của báo cáo và đáp ứng được các yêu cầu khoảng 50-70% chất lượng sản phẩm từ N1 -N4 4 trên bảng 1.	Đáp ứng dưới 50% nội dung chính của báo cáo và đáp ứng được các yêu cầu < 50% chất lượng sản phẩm từ N1- N4 trên bảng 1.
2. Tính logic về sự thuyết trình giữa các thành viên trong nhóm trình bày (10%)	Các phần thuyết trình giữa các thành viên trong nhóm đáp ứng khoảng 80 – 100% về tính logic, sự liên kết và tính mạch lạc.	Các phần thuyết trình giữa các thành viên trong nhóm đáp ứng khoảng 50 – 70% về tính logic, sự liên kết và tính mạch lạc.	Các phần thuyết trình giữa các thành viên trong nhóm đáp ứng dưới 50% về tính logic, sự liên kết và tính mạch lạc.
3. Trả lời câu hỏi phản biện (25%)	Sinh viên trả lời đúng từ 80-100% các câu hỏi mà hội đồng đánh giá Assignment đưa ra.	Sinh viên trả lời đúng từ 50% - 70% các câu hỏi mà hội đồng đánh giá Assignment đưa ra.	Sinh viên chỉ trả lời đúng < 50% câu hỏi do hội đồng đánh giá Assignment đưa ra.
4. Slide (15%)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Hình ảnh trong slide trình bày rõ ràng và có tính thẩm mỹ cao.</li> <li>- Hình ảnh trực tiếp minh họa và hỗ trợ nội dung trình bày.</li> <li>- Slide trình bày hợp lý, nêu được ý chính, không quá nhiều/ít chữ trên 1 slide.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nội dung hình ảnh phù hợp nhưng cần cải thiện thêm (quá ít hoặc quá nhiều thông tin được thể hiện).</li> <li>- Mối liên hệ giữa hình ảnh và nội dung nói chung là có nhưng không rõ ràng.</li> <li>- Trình bày đầy đủ nội dung nhưng có vài slide quá nhiều chữ làm khán giả phân tâm hoặc quá ít chữ để khán giả hiểu được nội dung của slide.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Hình ảnh rất tệ về truyền tải thông điệp, nội dung, không rõ hoặc không cần thiết.</li> <li>- Mối liên hệ giữa hình ảnh và nội dung không rõ ràng.</li> <li>- Hầu như không thể hiện được nội dung chính, hoặc quá nhiều chữ làm khán giả phân tâm hoặc quá ít chữ để khán giả hiểu được nội dung của slide.</li> </ul>
5. Thời gian trình bày (10%)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Khoảng từ 4-5 phút/SV.</li> <li>- Trình bày đầy đủ nội dung, nhịp nhàng theo thời gian.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Khoảng 3-4 phút/SV.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dưới 3 phút hoặc trên 5 phút/SV.</li> </ul>
6. Phong cách trình bày (15%)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Giao tiếp bằng mắt với số đông khán giả trong thời gian trình bày.</li> <li>- Nói chậm rãi dễ dàng cho khán giả lắng nghe và theo kịp nội dung trình bày, phát âm rõ ràng, dừng đúng nơi đúng lúc.</li> <li>- Không đứng che màn chiếu để khán giả có thể thấy toàn bộ nội dung trên màn chiếu trong toàn bộ thời gian.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Chỉ nhìn lướt qua mắt một khán giả hoặc nhìn chăm chăm vào một ai đó, đôi khi chỉ nhìn vào màn hình.</li> <li>- Nhìn chung nói đủ chậm, đủ to và đủ rõ nhưng thỉnh thoảng nói vấp và không trôi chảy.</li> <li>- Thỉnh thoảng sinh viên che màn chiếu nhưng nhìn chung khán giả có thể thấy được.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nhìn vào nơi nào đó (trần nhà, sàn nhà, góc phòng) hay nhìn chăm chăm vào màn hình.</li> <li>- Nói không trôi chảy và giọng điệu không phù hợp.</li> <li>- Đứng che màn chiếu hơn một nửa thời gian trình bày.</li> </ul>

