

Module/môn: <i>PRE103 – Kỹ Năng Sáng Tạo</i>	Số hiệu Assignment: 1/1	% điểm: 60%
Người điều phối của FPT Polytechnic: AnhLTN20	Ngày ban hành: 17/12/2016	

Bài Assignment này đòi hỏi sinh viên phải dùng khoảng 48 h làm để hoàn thành

Chuẩn đầu ra môn học:

- G1.1. Hưởng ứng sự sáng tạo và Tham gia tích cực trong quá trình sáng tạo
- G1.2. Trình bày lại được các nguyên nhân kiềm hãm sự sáng tạo trong quá trình tư duy
- G1.3. Thực hiện được việc phá vỡ lối mòn tư duy và vượt qua tính ỳ tâm lý
- G1.4. Đánh giá tính sáng tạo của các ý tưởng trong lĩnh vực nghề nghiệp

- G2.1. Thực thi đúng thủ thuật công não
- G2.2. Thực thi đúng thủ thuật ý tưởng môi
- G2.3. Thực thi đúng thủ thuật liên tưởng
- G2.4. Thực thi đúng thủ thuật kết hợp ngẫu nhiên
- G2.5. Thực thi đúng thủ thuật lật ngược vấn đề
- G2.6. Thực thi đúng thủ thuật tập trung quan sát
- G2.7. Thực thi đúng thủ thuật sáng tạo theo tiêu chí và thủ thuật đổ đầy
- G2.8. Thực thi đúng thủ thuật phá rào và thủ thuật nghĩ như trẻ con
- G2.9. Thực hiện các thủ thuật sáng tạo khác nhau vào lĩnh vực nghề nghiệp tương lai

- G3.1 Kiểm soát việc tự học để tìm kiếm các thủ thuật sáng tạo mới

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.

Giảng viên có thể triển khai cho sinh viên làm Assignment theo hình thức làm nhóm. Giảng viên có thể tham khảo cách thức sau:

- Nhóm 3-5 người.
- Mỗi sinh viên đều tham gia vào làm bài các giai đoạn.
- Phần Q&A, giảng viên nên hỏi chéo các phần sinh viên báo cáo có trong bài Assignment để đảm bảo các thành viên trong nhóm có thể hiểu toàn bộ Assignment của nhóm mình.

Assignment

Chuẩn đầu ra của dự án	Kỹ năng: G1.4. Đánh giá tính sáng tạo của các ý tưởng trong lĩnh vực nghề nghiệp G1.3. Thực hiện được việc phá vỡ lối mòn tư duy và vượt qua tính ỳ tâm lý G2.1. Thực thi đúng thủ thuật công nã G2.2. Thực thi đúng thủ thuật ý tưởng môi G2.3. Thực thi đúng thủ thuật liên tưởng G2.4. Thực thi đúng thủ thuật kết hợp ngẫu nhiên G2.5. Thực thi đúng thủ thuật lật ngược vấn đề G2.6. Thực thi đúng thủ thuật tập trung quan sát G2.7. Thực thi đúng thủ thuật sáng tạo theo tiêu chí và thủ thuật đồ đầy G2.8. Thực thi đúng thủ thuật phá rào và thủ thuật nghĩ như trẻ con																																															
Các công cụ cần có	Internet, máy tính																																															
Tài nguyên	Tài liệu "Các con đường đi tìm ý tưởng sáng tạo" của TS Nguyễn Hoàng Khắc Hiếu																																															
Nguồn tham khảo	<div>- Các dự án marketing của các nhãn hàng</div> <div>- Các sách tham khảo:</div> <table><tr><th>Tên sách</th><th>Năm</th><th>Tác giả</th><th>NXB</th></tr><tr><td>Quản lý tính sáng tạo và đổi mới</td><td>2006</td><td>Havard</td><td>Tổng Hợp</td></tr><tr><td>Ch@t với các nhà phát minh sáng chế</td><td>2007</td><td>Lê Quốc Bảo Ngọc</td><td>Trẻ</td></tr><tr><td>Đề cương bài giảng: TLH sáng tạo</td><td>1996</td><td>Nguyễn Huy Tú</td><td>Hà Nội</td></tr><tr><td>Làm thế nào để sáng tạo – hay khoa học về sáng tạo tự giới thiệu</td><td>1992</td><td>Phan Dũng</td><td>UB KHKT</td></tr><tr><td>Khơi dậy tiềm năng sáng tạo</td><td>2005</td><td>Nguyễn Cảnh Toàn, Nguyễn Văn Lê, Châu An</td><td>Giáo dục</td></tr><tr><td>Tâm lý học sáng tạo</td><td>1999</td><td>Đức Uy</td><td>Giáo dục</td></tr><tr><td>40 thủ thuật sáng tạo</td><td>2007</td><td>Nhóm Eureka</td><td>Trẻ</td></tr><tr><td>Tầm nhìn sáng tạo trong cuộc sống hiện đại</td><td>2005</td><td>Phạm Thanh Lan</td><td>VHTT</td></tr><tr><td>Đột phá sức sáng tạo - bí mật của những thiên tài sáng tạo</td><td>2007</td><td>Michael Michalko</td><td>Tri Thức</td></tr><tr><td>Tư duy sáng tạo - cẩm nang quản lý hiệu quả</td><td>2006</td><td>George P.Boulden</td><td>Tổng hợp</td></tr></table>				Tên sách	Năm	Tác giả	NXB	Quản lý tính sáng tạo và đổi mới	2006	Havard	Tổng Hợp	Ch@t với các nhà phát minh sáng chế	2007	Lê Quốc Bảo Ngọc	Trẻ	Đề cương bài giảng: TLH sáng tạo	1996	Nguyễn Huy Tú	Hà Nội	Làm thế nào để sáng tạo – hay khoa học về sáng tạo tự giới thiệu	1992	Phan Dũng	UB KHKT	Khơi dậy tiềm năng sáng tạo	2005	Nguyễn Cảnh Toàn, Nguyễn Văn Lê, Châu An	Giáo dục	Tâm lý học sáng tạo	1999	Đức Uy	Giáo dục	40 thủ thuật sáng tạo	2007	Nhóm Eureka	Trẻ	Tầm nhìn sáng tạo trong cuộc sống hiện đại	2005	Phạm Thanh Lan	VHTT	Đột phá sức sáng tạo - bí mật của những thiên tài sáng tạo	2007	Michael Michalko	Tri Thức	Tư duy sáng tạo - cẩm nang quản lý hiệu quả	2006	George P.Boulden	Tổng hợp
Tên sách	Năm	Tác giả	NXB																																													
Quản lý tính sáng tạo và đổi mới	2006	Havard	Tổng Hợp																																													
Ch@t với các nhà phát minh sáng chế	2007	Lê Quốc Bảo Ngọc	Trẻ																																													
Đề cương bài giảng: TLH sáng tạo	1996	Nguyễn Huy Tú	Hà Nội																																													
Làm thế nào để sáng tạo – hay khoa học về sáng tạo tự giới thiệu	1992	Phan Dũng	UB KHKT																																													
Khơi dậy tiềm năng sáng tạo	2005	Nguyễn Cảnh Toàn, Nguyễn Văn Lê, Châu An	Giáo dục																																													
Tâm lý học sáng tạo	1999	Đức Uy	Giáo dục																																													
40 thủ thuật sáng tạo	2007	Nhóm Eureka	Trẻ																																													
Tầm nhìn sáng tạo trong cuộc sống hiện đại	2005	Phạm Thanh Lan	VHTT																																													
Đột phá sức sáng tạo - bí mật của những thiên tài sáng tạo	2007	Michael Michalko	Tri Thức																																													
Tư duy sáng tạo - cẩm nang quản lý hiệu quả	2006	George P.Boulden	Tổng hợp																																													
Số trang yêu cầu	Tối thiểu 10 trang giấy A4																																															

MÔ TẢ ASSIGNMENT:

Hiện nay, có rất nhiều chương trình quảng cáo, sự kiện chuỗi bài viết PR... ngày nay na ná giống nhau và đi vào lối mòn ý tưởng.

Mỗi nhóm sẽ chọn một chương trình quảng cáo giới thiệu sản phẩm hoặc dịch vụ /sự kiện/chuỗi bài viết PR nào đó mà nhóm mình yêu thích và ấn tượng. Sau đó tiến hành các công việc sau:

- 1. Đánh giá tính sáng tạo của chương trình quảng cáo/ sự kiện/ chuỗi bài viết PR đó. Từ đó, tìm ra những hạn chế/nhược điểm mà vẫn có thể cải thiện được tốt hơn.*
- 2. Nếu nhóm là team phụ trách tổ chức chương trình quảng cáo/ sự kiện/ chuỗi bài viết PR, Nhóm sẽ áp dụng các thủ thuật sáng tạo nào để cải tiến chương trình đó?*

YÊU CẦU SẢN PHẨM CỦA ASSIGNMENT:

Y1: Lựa chọn chủ đề của dự án:

- Lập bảng danh mục các chủ đề, phân tích tính khả thi của từng chủ đề (3- 5 chủ đề)
- Lựa chọn 1 chủ đề phù hợp nhất để thực hiện trong phạm vi Assignment này. Giải thích lý do lựa chọn.
- Mô tả thông tin về chương trình quảng cáo/ sự kiện/ chuỗi bài viết PR.

Hướng dẫn thực hiện:

Danh sách chủ đề Mỗi nhóm lựa chọn chủ đề theo 1 trong 3 hướng như sau:

1. Đánh giá tính sáng tạo của chiến dịch quảng cáo sản phẩm/dịch vụ ABC

2. Đánh giá tính sáng tạo của sự kiện ra mắt sản phẩm/dịch vụ ABC

3. Đánh giá tính sáng tạo của chuỗi bài viết PR về sản phẩm/dịch vụ ABC

Ví dụ gợi ý:

Chủ đề 1: Đánh giá tính sáng tạo của chiến dịch quảng cáo "Nhà Là Nơi" của nhãn hàng sữa đậu nành FAMI năm 2016 và ý tưởng cải tiến.

Chủ đề 2: Đánh giá tính sáng tạo của event "Ngày hội FA" của nhãn hàng sing-gum DOUBLEMINT năm 2015 và ý tưởng cải tiến.

Chủ đề 3: Đánh giá tính sáng tạo của chuỗi bài viết PR khoá học của Nền tảng học trực tuyến Kyna.vn và ý tưởng cải tiến.

Chủ đề 4: Đánh giá tính sáng tạo của TVC quảng cáo "Điện Máy Xanh" đã trở thành trào lưu của cộng đồng mạng cuối năm 2016 và ý tưởng cải tiến.

Y2 Đánh giá tính sáng tạo

- Đánh giá tính sáng tạo của chương trình quảng cáo/ sự kiện/ chuỗi bài viết PR.

Gợi ý:

Vận dụng tiêu chí SMILE đánh giá tính sáng tạo (Link tham khảo: <http://rgb.vn/ideas/explore/danh-gia-sang-tao-voi-phuong-phap-smile>)

- **S (Simple hay Specific) - Đơn giản hay cụ thể**
- **M (Memorable) - Dễ nhớ và khác lạ**
- **I (Interesting) - Thú vị và ấn tượng**
- **L (Linked to) - Gắn kết** (với thương hiệu, chiến lược...)
- **E (Enterprising) - Thiết thực**

- Tìm ra những hạn chế trong các chương trình quảng cáo/ sự kiện/ chuỗi bài viết PR trên mà nhóm vẫn có thể cải thiện được nếu được giao thực hiện lại chương trình đó.

Y3. Đề xuất ý tưởng sáng tạo

- Đề xuất các ý tưởng sáng tạo nhằm cải tiến các chương trình quảng cáo/ sự kiện/ chuỗi bài viết PR trên.

Gợi ý: *Sinh viên linh hoạt chọn lựa và vận dụng các thủ thuật sáng tạo phù hợp từ bài học 1 - 11 trong môn học kỹ năng sáng tạo để đưa ra các ý tưởng sáng tạo.*

Y4. Triển khai ý tưởng sáng tạo

- Triển khai các ý tưởng sáng tạo cho chương trình quảng cáo/sự kiện /chuỗi bài viết PR (*Hình thức thể hiện: Video clip quảng cáo, poster quảng cáo; video clip & hình ảnh sự kiện; và bài viết PR, blog ...*)
- Phân tích và rút ra bài học kinh nghiệm sau khi nhóm thực hiện dự án này.

ĐÁNH GIÁ TIẾN ĐỘ THỰC HIỆN ASSIGNMENT

Giai đoạn 1: N1&N2

N1 - Tên chủ đề

- Mô tả chương trình quảng cáo/sự kiện/ chuỗi bài viết PR

N2 - Đánh giá tính sáng tạo chương trình quảng cáo/sự kiện/chuỗi bài viết PR đã chọn và Các hạn chế vẫn còn cải thiện được trong tạo chương trình quảng cáo/sự kiện/chuỗi bài viết PR

Giai đoạn 2: N3&N4

N3 - Các ý tưởng cải tiến cho chương trình quảng cáo/sự kiện /chuỗi bài viết PR.

N4 - Sản phẩm minh họa cho việc triển khai chương trình quảng cáo/sự kiện /chuỗi bài viết PR.

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
N1 (10%)	<ul style="list-style-type: none"> - Chủ đề phù hợp với thời gian dự án và khả năng của nhóm. - Chủ đề có nhiều yếu tố sáng tạo và ấn tượng. - Mô tả chi tiết và đầy đủ chương trình. - Phân tích tính khả thi của chủ đề, từ đó đưa ra lý do thuyết phục tại sao lựa chọn chủ đề. 	<ul style="list-style-type: none"> - Chủ đề vừa phải, tương đối thú vị nhưng chủ đề không có nhiều yếu tố sáng tạo. - Mô tả tóm tắt chương trình, có tổng hợp một số thông tin có liên quan nhưng không hoàn toàn đầy đủ. - Có đưa ra lý do tại sao lựa chọn chủ đề. 	<ul style="list-style-type: none"> - Chủ đề nhỏ lẻ, ít người biết, ít có khả năng ứng dụng và chưa thấy yếu tố sáng tạo trong chủ đề đó. - Mô tả sơ sài chương trình, không có tổng hợp thông tin minh họa cho chủ đề lựa chọn. - Không đưa ra tại sao lựa chọn chủ đề.
N2 (30%)	<ul style="list-style-type: none"> - Đánh giá đúng & đầy đủ những điểm chưa sáng tạo trong chương trình được lựa chọn. - Phát hiện đúng và đủ các hạn chế mà có thể cải tiến được trong chương trình nếu nhóm thực hiện lại chương trình. 	<ul style="list-style-type: none"> - Đánh giá đúng & tương đối đầy đủ những điểm chưa sáng tạo trong chương trình được lựa chọn. - Phát hiện các hạn chế mà có thể cải tiến được trong chương trình nếu nhóm thực hiện lại chương trình. 	<ul style="list-style-type: none"> - Còn thiếu sót trong việc đánh giá tính sáng tạo, nhiều, cụ thể bỏ sót nhiều điểm chưa sáng tạo trong chương trình được lựa chọn.
N3 (30%)	<ul style="list-style-type: none"> - Ý tưởng cải tiến độc đáo, chưa từng có và mang tính đột phá trên thực tế. - Ý tưởng rất phù hợp 	<ul style="list-style-type: none"> - Ý tưởng cải tiến tương đối độc đáo nhưng không hoàn toàn mới mẻ (Có thể đã có các ý tưởng gần tương tự trước đó trên thực tế). 	<ul style="list-style-type: none"> - Ý tưởng cải tiến vẫn mang tính lỗi mòn, đã từng thực hiện quá nhiều lần trên thực tế. - Ý tưởng không phù hợp

Sản phẩm	8<=Điểm <=10	5<=Điểm <8	Điểm <5
	với nhãn hàng, rất khả thi.	- Ý tưởng tương đối phù hợp với nhãn hàng, nhưng sẽ gặp nhiều khó khăn khi triển khai thực tế.	với nhãn hàng, tính khả thi thấp.
N4 (30%)	<ul style="list-style-type: none"> - Có sản phẩm minh họa cụ thể và trọn vẹn ý tưởng cần thể hiện (Chương trình quảng cáo cụ thể / kịch bản sự kiện cụ thể/ bài viết PR cụ thể). - Phản tỉnh về những gì đã làm được thực hiện trong dự án một cách bài bản. Từ đó, rút ra bài học kinh nghiệm có giá trị. 	<ul style="list-style-type: none"> - Có sản phẩm minh họa chỉ thể hiện được một phần nào đó ý tưởng (Chương trình quảng cáo cụ thể / kịch bản sự kiện cụ thể/ bài viết PR cụ thể). - Phản tỉnh về những gì đã làm được thực hiện trong dự án, Tuy nhiên, chưa đúc kết các bài học kinh nghiệm có giá trị. 	<ul style="list-style-type: none"> - Sản phẩm minh họa sơ sài, không thể hiện được ý tưởng chủ đạo của chương trình. - Không hề đánh giá và phản tỉnh về những gì thực hiện trong dự án.

Lưu ý: Trọng số sản phẩm linh hoạt tùy thuộc vào 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
<i>1. Độ rõ ràng về mục tiêu dự án (15%)</i>	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.
<i>2. Tính hoàn thiện của sản phẩm (N1-N4) (30%)</i>	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.
<i>3. Tính logic của sản phẩm (N1-N4)(15%)</i>	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.
<i>4. Cấu trúc báo cáo (8%)</i>	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).
<i>5. Năng lực phân tích (8%)</i>	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.
<i>6. Sử dụng ngôn ngữ: cách dùng từ, và cấu trúc</i>	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.
7. <i>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.
8. <i>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"> - Hình ảnh trong slide trình bày rõ ràng và có tính thẩm mỹ cao. - Hình ảnh trực tiếp minh họa và hỗ trợ nội dung trình bày. - Slide trình bày hợp lý, nêu được ý chính, không quá nhiều/ít chữ trên 1 slide. 	<ul style="list-style-type: none"> - Nội dung hình ảnh phù hợp nhưng cần cải thiện thêm (quá ít hoặc quá nhiều thông tin được thể hiện). - Mối liên hệ giữa hình ảnh và nội dung nói chung là có nhưng không rõ ràng. - 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. 	<ul style="list-style-type: none"> - Hình ảnh rất tệ về truyền tải thông điệp, nội dung, không rõ hoặc không cần thiết. - Mối liên hệ giữa hình ảnh và nội dung không rõ ràng. - 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.
5. Thời gian trình bày (10%)	<ul style="list-style-type: none"> - Khoảng từ 4-5 phút/SV. - Trình bày đầy đủ nội dung, nhịp nhàng theo thời gian. 	<ul style="list-style-type: none"> - Khoảng 3-4 phút/SV. 	<ul style="list-style-type: none"> - Dưới 3 phút hoặc trên 5 phút/SV.
6. Phong cách trình bày (15%)	<ul style="list-style-type: none"> - Giao tiếp bằng mắt với số đông khán giả trong thời gian trình bày. - 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. - Không đứng che màn chiếu để khán giả có thể thấy toàn bộ nội dung trên màn chiếu trong toàn bộ thời gian. 	<ul style="list-style-type: none"> - Chỉ nhìn lướt qua mắt một khán giả hoặc nhìn chăm chăm vào một ai đó, đôi khi chỉ nhìn vào màn hình. - Nhìn chung nói đủ chậm, đủ to và đủ rõ nhưng thỉnh thoảng nói vấp và không trôi chảy. - Thỉnh thoảng sinh viên che màn chiếu nhưng nhìn chung khán giả có thể thấy được. 	<ul style="list-style-type: none"> - Nhìn vào nơi nào đó (trần nhà, sàn nhà, góc phòng) hay nhìn chăm chăm vào màn hình. - Nói không trôi chảy và giọng điệu không phù hợp. - Đứng che màn chiếu hơn một nửa thời gian trình bày.

Ngoài ra giảng viên có thể linh động lựa chọn Assignment theo chủ đề mở để phù hợp với lớp học và cho SV được thỏa sức sáng tạo theo thể mạnh của mình

Ví dụ: Sinh viên có thể làm 1 sản phẩm sáng tạo, dự án sáng tạo như: sản phẩm bảo vệ môi trường, 1 bài hát, clip hài, phim ngắn hay là 1 sản phẩm tái chế sáng tạo ... Qua mỗi giai đoạn giảng viên góp ý và đưa ra phản biện để sinh viên rút ra bài học và khắc phục sản phẩm của nhóm