

HỒ SƠ HỌC PHẦN

NHẬP MÔN QUẢNG CÁO

- ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN
- HỆ THỐNG BÀI TẬP THỰC HÀNH, KIỂM TRA ĐÁNH GIÁ

A. ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

NHẬP MÔN QUẢNG CÁO

1. THÔNG TIN CHUNG VỀ HỌC PHẦN

- Ngành đào tạo : Báo chí
- Tên học phần : Nhập môn Quảng cáo
- Mã học phần : BCH047
- Số tín chỉ : 2 (1TC lý thuyết + 1TC thực hành)
- Số tiết tương đương : 45 tiết
- Trình độ sinh viên năm thứ : 3, 4 ; học kỳ: ...
- Khối kiến thức : Kiến thức chung của chuyên ngành
- Tính chất học phần: Bắt buộc

2. THÔNG TIN VỀ GIẢNG VIÊN

2.1 GV 1: ThS. Hồ Ngọc Đoan Khương

- Điện thoại : 0912709494
- E-mail : doankhuongho@yahoo.com

2.2 GV 2: ThS. Hoàng Xuân Phương

- Điện thoại : 0918315554
- E-mail : xuanphuong_bctt@yahoo.com

3. ĐIỀU KIỆN TIÊN QUYẾT

- SV đã hoàn thành các môn cơ sở ngành. Đặc biệt là một số môn cần thiết hỗ trợ cho hoạt động Quảng cáo như chương trình truyền hình, nhiếp ảnh, quay phim, dựng phim, chương trình phát thanh, truyền thông marketing...

4. MỤC TIÊU CỦA HỌC PHẦN

4.1 Mục tiêu cơ bản

Sau khi hoàn thành học phần này, người học sẽ/có thể:

4.1.1 Về kiến thức:

- SV có được những kiến thức cơ bản về chuyên ngành Quảng cáo
- Tìm hiểu những công việc mà nhà quảng cáo sẽ phải làm trong hoạt động này
- Biết cách lựa chọn kênh truyền thông phù hợp với từng nội dung quảng cáo
- Học cách tư duy, sáng tạo trong quảng cáo
- Xây dựng kịch bản quảng cáo và thực hiện mẫu quảng cáo phát trên phát thanh và truyền hình

4.1.2 Về kỹ năng:

- SV học được kỹ năng giao tiếp
- Kỹ năng quay phim, dựng phim
- Kỹ năng giải quyết tình huống
- Kỹ năng làm việc với áp lực cao

4.1.3 Về thái độ:

- Môn học giúp cho SV học cách hòa đồng, thân thiện với các cộng sự trong công việc
- Nhiệt tình với mọi công việc được giao
- Năng động, sáng tạo
- Bản lĩnh trong xử lý những tình huống nảy sinh trong công việc

4.2 Các mục tiêu khác

- Được rèn luyện kỹ năng và thói quen tự nghiên cứu
- Được rèn luyện kỹ năng thuyết trình, tranh luận, phản biện
- Được rèn luyện kỹ năng làm việc độc lập và kỹ năng làm việc nhóm

5. MÔ TẢ VĂN TẮT NỘI DUNG HỌC PHẦN

Môn học cung cấp kiến thức tổng quan về quảng cáo (định nghĩa, vai trò, chức năng, lịch sử của quảng cáo, vấn đề văn hóa và đạo đức trong quảng cáo); tổ chức hoạt động của phòng quảng cáo và công ty quảng cáo; đặc điểm của quảng cáo trên các phương tiện báo in, radio, truyền hình, cinema; quảng cáo ngoài trời và trên các phương tiện giao thông công cộng; các loại hình quảng cáo khác; kế hoạch sử dụng các phương tiện truyền thông cho quảng cáo; quảng cáo ở VN.

6. NỘI DUNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

Chương 1: TỔNG QUAN VỀ QUẢNG CÁO

1. Định nghĩa quảng cáo
2. Vai trò của quảng cáo
3. Chức năng của quảng cáo
4. Lịch sử của quảng cáo
5. Đạo đức trong quảng cáo
6. Phân loại quảng cáo
7. Những vấn đề về quảng cáo hiện nay
8. Giới thiệu những mẫu quảng cáo kinh điển

Chương 2: PHÒNG QUẢNG CÁO VÀ CÔNG TY QUẢNG CÁO (Advertising Agency)

1. Phân biệt hai thuật ngữ Advertising và Advertiser
2. Vai trò của công ty quảng cáo
3. Loại hình các công ty quảng cáo
4. Phương thức thanh toán
5. Tổ chức phòng quảng cáo trong công ty
6. Làm việc, theo dõi hoạt động của công ty quảng cáo

Chương 3: QUẢNG CÁO ABOVE – THE - LINE

1. Định nghĩa Above-the-line
2. Quảng cáo báo in
 - 2.1. Cấu trúc, độc giả của báo in
 - 2.2. Ưu điểm, khuyết điểm của báo in trong quảng cáo
 - 2.3. Thể loại quảng cáo báo in

- 2.4. Phân tích lượng phát hành
3. Quảng cáo Radio
 - 3.1. Cấu trúc, độc giả của Radio
 - 3.2. Ưu điểm, khuyết điểm của Radio trong quảng cáo
 - 3.3. Phân tích Radio Rating
4. Quảng cáo Truyền hình
 - 4.1. Cấu trúc, độc giả của truyền hình
 - 4.2. Ưu điểm, khuyết điểm của truyền hình trong quảng cáo
 - 4.3. Hình thức quảng cáo trên truyền hình
 - 4.4. Hệ thống Rating-points
5. Quảng cáo Cinema
 - 5.1. Đặc điểm khán giả Cinema
 - 5.2. Ưu điểm, khuyết điểm của Cinema trong quảng cáo
6. Quảng cáo ngoài trời và các phương tiện giao thông công cộng
 - 6.1. Phân biệt quảng cáo ngoài trời và quảng cáo trên các phương tiện giao thông công cộng (PTGTCC)
 - 6.2. Tầm quan trọng của quảng cáo ngoài trời và quảng cáo trên PTGTCC
 - 6.3. Đặc điểm của quảng cáo ngoài trời và quảng cáo trên PTGTCC
 - 6.4. Ưu điểm và khuyết điểm của quảng cáo ngoài trời và quảng cáo trên PTGTCC
7. Quảng cáo Internet
8. Giới thiệu những mẫu quảng cáo kinh điển

Chương 4: QUẢNG CÁO BELOW - THE – LINE

1. Định nghĩa Quảng cáo Below-the-line
2. Tầm quan trọng của Quảng cáo Below-the-line
3. Loại hình Quảng cáo Below-The-Line
 - 3.1. POS
 - 3.2. Quảng cáo trên lịch
 - 3.3. Quảng cáo trên sách
 - 3.4. Quảng cáo trên túi xách
 - 3.5. Stickers
 - 3.6. CD, CD roms
 - 3.7. Paper-clips
 - 3.8. Playing cards
 - 3.9. Give-aways
 - 3.10. Paper clips
 - 3.11. Bookmatchs
4. Khuyhnh hướng quảng cáo Below-The-Line trong tương lai
5. Giới thiệu một mẫu quảng cáo kinh điển

Chương 5: SÁNG TẠO TRONG QUẢNG CÁO

1. Khái niệm Copywriting

2. Khái niệm Copywriter
3. Công việc của Copywriter
4. Khái niệm Slogan
5. Quy trình xây dựng slogan
6. Định vị sản phẩm
7. Định vị thông điệp sản phẩm
8. Thực hành:
 - Viết kịch bản và dựng quảng cáo trên phát thanh.
 - Thiết kế quảng cáo trên Poster.
 - Xây dựng ý tưởng quảng cáo TVC và tập quay TVC.

Chương 6: CHIẾN LƯỢC MUA SÓNG, MUA TRANG (Media buying strategy)

1. Định nghĩa
 - Media strategy
 - Media buyer
 - Media planner
 - Media plan
2. Các yếu tố của một kế hoạch sử dụng các phương tiện truyền thông (Media plan)
 - Khán giả mục tiêu
 - Xác định địa lý
 - Phương pháp Frequency
 - Kết hợp Reach và Frequency
 - Media schedule (Bảng thời gian sử dụng Media)
3. Công việc của một chuyên gia Media Buying
 - Chọn phương tiện truyền thông
 - Thương lượng giá cả
 - Quản lý hiệu quả các phương tiện truyền thông

Chương 7: QUẢNG CÁO TẠI VIỆT NAM

1. Nói chuyện chuyên đề: Quảng cáo tại Việt Nam (Guest Speaker)
2. Trả và nhận xét bài tập nhóm
3. Hướng dẫn ôn tập

7. HỌC LIỆU

7.1 Sách, giáo trình chính:

- 1) Bài giảng: Nhập môn Quảng cáo

7.2 Tài liệu tham khảo:

7.2.1. Sách:

- 1) Philip Kotler, (Vũ Trọng Hùng dịch), *Quản Trị Marketing*, Nxb Thống kê
- 2) Trương Tiếp Trương – Thái Quân (2004), *Sự thật về quảng cáo*, Nxb Trẻ
- 3) Phi Vân (2007), *Quảng cáo ở Việt Nam*, Nxb Trẻ

- 4) Nhật An, Phan Thu (2007), *Copy Writer*, Nxb Trẻ
- 5) Nguyễn Dương (2006), *Thương hiệu và quảng cáo*, Nxb Lao động xã hội
- 6) Kathy J. Kobliski (2006), *Phương thức quảng cáo tối ưu*, Nxb Lao động xã hội
- 7) Dupont (2009), *1001 Ý tưởng đột phá trong quảng cáo*, Nxb Trẻ
- 8) Andy Maslen (2011), *100 ý tưởng viết quảng cáo tuyệt hay*, Nxb Trẻ
- 9) Philip Kotler (Ban biên dịch: Trần Văn Chánh, Huỳnh Văn Thanh, Phạm Viêm Phương, Đỗ Văn Tấn), *Những nguyên lý tiếp thị (tập 2)*, Nxb Thống kê
- 10) George E. Belch & Michael A. Belch (2004), *Advertising & Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective*, Nxb McGraw Hill
- 11) Frank Jeffkins (2005), *Advertising*, Nxb FT Prentice Hall

7.2.2. Tạp chí:

7.2.3. Website:

- 1) www.massogroup.com
- 2) www.thuonghieuviet.com
- 3) www.vietnammarcom.edu.vn

8. CHÍNH SÁCH ĐỐI VỚI HỌC PHẦN

- Theo Quy chế đào tạo hiện hành
- Không được vắng quá 20% tổng số giờ lên lớp
- Đảm bảo deadline của bài tập do GV quy định
- Tham gia đầy đủ các bài tập tại lớp
- Hoàn thành đúng yêu cầu các bài tập về nhà
- Có thái độ nghiêm túc trong quá trình học tập

9. PHƯƠNG PHÁP GIẢNG DẠY

- Thuyết giảng (sử dụng Power Point)
- Chiếu TVC, chiếu phim, nghe quảng cáo qua radio
- Thuyết giảng kết hợp hướng dẫn thực hành
- Seminar
- Dạy học theo tình huống

10. PHƯƠNG PHÁP, HÌNH THỨC KIỂM TRA, ĐÁNH GIÁ

10.1. Đánh giá thường xuyên

- Kiểm tra sự có mặt, tham gia của sinh viên trong các giờ học (lý thuyết+thực hành) trên lớp và đi thực tế bên ngoài (nếu có).
- Minh chứng tham gia thảo luận, thuyết trình, làm việc nhóm, bài tập cá nhân...

10.2. Đánh giá định kỳ

Hình thức	Tỉ lệ trên tổng điểm
Bài tập cá nhân	10%
Bài tập nhóm	10%

Bài kiểm tra giữa kỳ	10%
Bài thi cuối kỳ	70%

10.2.1. Bài tập cá nhân

- Hình thức: Viết kịch bản quảng cáo phát thanh
 - Nội dung: GV hướng dẫn, quy định một số tiêu chí liên quan đến đề tài để viết kịch bản quảng cáo, SV thực hiện viết kịch bản.
 - Tiêu chí đánh giá:
 - + Viết đúng yêu cầu kịch bản quảng cáo trên phát thanh 5 điểm
 - + Có ý tưởng hay, sử dụng ngôn ngữ tốt, thuyết phục 5 điểm
- Tổng: 10 điểm

10.2.2. Bài tập nhóm

Bài tập 1:

- Hình thức: Thuyết trình theo nhóm
 - Nội dung: Trình bày đặc trưng, những ưu khuyết điểm của quảng cáo trên từng kênh truyền thông: TV, Radio, báo in, quảng cáo ngoài trời, Internet, quảng cáo qua điện ảnh, quảng cáo qua điện thoại di động.
 - Tiêu chí đánh giá: Đáp ứng được yêu cầu của bài tập
 - Có tính sáng tạo cao khi thuyết trình
- Điểm: 5 điểm

Bài tập 2:

- Hình thức: SV thực hiện sản phẩm theo nhóm
 - Nội dung: Xây dựng quy trình thực hiện một TVC quảng cáo theo hướng dẫn (sản phẩm, dịch vụ tự chọn hoặc do GV yêu cầu)
 - Thực hiện quay và dựng TVC thô (có GV hướng dẫn về kỹ thuật)
 - Tiêu chí đánh giá
 - + Xây dựng quy trình thực hiện TVC tốt, có ý tưởng sáng tạo, độc đáo
 - + Hoàn thành được sản phẩm TVC thô (hoặc hoàn chỉnh)
- Điểm: 5 điểm
- Tổng: 10 điểm

10.2.3. Bài kiểm tra giữa kỳ

- Hình thức: Thực hiện sản phẩm quảng cáo trên phát thanh (đề tài tự chọn), làm việc theo nhóm
 - Nội dung: SV thực hiện tổ chức thực hiện sản phẩm quảng cáo phát trên radio
 - Tiêu chí đánh giá
 - + Đáp ứng được yêu cầu về nội dung 6 điểm
 - + Đáp ứng được yêu cầu về kỹ thuật 4 điểm
- Tổng: 10 điểm

10.2.4. Bài thi cuối kỳ

- Hình thức: SV thực hiện sản phẩm quảng cáo hoàn chỉnh.
- Nội dung: Quảng cáo phát trên Radio và TVC (đề tài tự chọn hoặc do GV đưa ra)

- Tiêu chí đánh giá:
 - + Quảng cáo trên phát thanh 5 điểm
 - + TVC 5 điểm
 - + Kèm Kịch bản quảng cáo phát thanh, kịch bản sơ bộ và kịch bản phân cảnh của TVC
- Tổng: 10 điểm

11. HÌNH THỨC TỔ CHỨC DẠY HỌC VÀ PHÂN BỐ THỜI GIAN

Tuần /buổi	Nội dung	Hình thức tổ chức dạy học						Tổng số tiết giảng, hướng dẫn thực hành của GV
		Giảng lý thuyết	Thực hành tại lớp/ phòng máy	Làm việc nhóm (thảo luận, thuyết trình)	Đi thực tế (tác nghiệp /tham quan/ kiến tập)	Ngoại khóa (mời khách nói chuyện chuyên đề)	Kiểm tra, đánh giá	
Tuần 1/ Buổi 1	Chương 1: Tổng quan về quảng cáo	4t		1t				5t
Tuần 2/ Buổi 2	Chương 2: Phòng quảng cáo và công ty quảng cáo	3t		2t				5t
Tuần 3/ Buổi 3	Chương 3: Quảng cáo Above – The - Line	1t		4t				5t
Tuần 4/ Buổi 4	Chương 4: Quảng cáo Below – The - Line	2t		3t				5t
Tuần 5/ Buổi 5	Thực hành		5t					5t
Tuần 6/ Buổi 6	Chương 5: Sáng tạo trong quảng cáo	3t		2t				5t
Tuần 7/ Buổi 7	Thực hành: Viết quảng cáo		5t					5t
Tuần 8/ Buổi 8	Chương 6: Chiến lược mua sóng, mua trang Quảng cáo	2t		3t				5t
Tuần 9/ Buổi 9	Chương 7: Quảng cáo tại Việt Nam					4t	1t	5t
Tổng số tiết		15	10	15		4	1	45t

12. KẾ HOẠCH GIẢNG DẠY VÀ HỌC TẬP CỤ THỂ

TUẦN 1/ BUỔI 1 – SỐ TIẾT: 5

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết	Nội dung bài học	Yêu cầu SV chuẩn bị	Ghi chú
Giới thiệu học phần	1	<ul style="list-style-type: none"> - Giới thiệu mục tiêu học phần - Giới thiệu nội dung học phần - Giới thiệu hình thức tổ chức dạy và học, phương pháp đánh giá - Giới thiệu giáo trình, tài liệu tham khảo cần đọc - Chia lớp thành các nhóm học tập và các yêu cầu đối với các nhóm 	<ul style="list-style-type: none"> - Nắm vững đề cương học tập, lịch học, các yêu cầu của môn học - Tìm đọc giáo trình và tài liệu tham khảo - Tham gia vào các nhóm để chuẩn bị cho bài tập thực hành 	
Giảng lý thuyết	3	<p>Chương 1: Tổng quan về Quảng cáo</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Định nghĩa quảng cáo 2. Vai trò của quảng cáo 3. Chức năng của quảng cáo 4. Lịch sử của quảng cáo 5. Đạo đức trong quảng cáo 6. Những vấn đề về quảng cáo hiện nay 7. Phân loại quảng cáo 8. Giới thiệu những mẫu quảng cáo kinh điển 	<ul style="list-style-type: none"> - Sinh viên tự nghiên cứu lịch sử và đạo đức trong quảng cáo trên internet và trong tài liệu tham khảo - Chú ý đến đạo đức và các vấn đề liên quan đến xã hội mà tổ chức, công ty có trách nhiệm về phương thức và nội dung quảng cáo 	
SV thảo luận theo nhóm	1	- Xem TVC quảng cáo. Thảo luận phân loại quảng cáo		

TUẦN 2/ BUỔI 2 – SỐ TIẾT: 5

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết	Nội dung bài học	Yêu cầu SV chuẩn bị	Ghi chú
Giảng lý thuyết	3	<p>Chương 2: Phòng Quảng cáo và Công ty Quảng cáo (Advertising Agency)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Phân biệt hai thuật ngữ Advertising và Advertiser 2. Vai trò của công ty quảng cáo 	- Đọc chương 3 trong sách Advertising & Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective	

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết	Nội dung bài học	Yêu cầu SV chuẩn bị	Ghi chú
		3. Loại hình các công ty quảng cáo 4. Phương thức thanh toán 5. Tổ chức phòng quảng cáo trong công ty 6. Làm việc, theo dõi hoạt động của công ty quảng cáo	- Tìm hiểu hoạt động của một số công ty quảng cáo lớn tại Việt Nam	
Thực hành tại lớp	2	- So sánh, phân biệt hoạt động quảng cáo theo phòng quảng cáo và công ty quảng cáo (Agency)		

TUẦN 3/ BUỔI 3 – SỐ TIẾT: 5

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết	Nội dung bài học	Yêu cầu SV chuẩn bị	Ghi chú
Giảng lý thuyết	1	Chương 3: Quảng cáo Above-The-Line 1. Định nghĩa Above – the - line 2. Quảng cáo Báo in 3. Quảng cáo Radio 4. Quảng cáo Truyền hình 5. Quảng cáo điện ảnh 6. Quảng cáo Internet 7. Quảng cáo ngoài trời và các phương tiện GTCC 8. Giới thiệu những mẫu quảng cáo kinh điển	- Đọc chương 5 trong sách <i>Advertising</i> : Frank Jeffkins - Đọc sách <i>Phương thức quảng cáo tối ưu</i> của Kathy J. Kobliski: Chương 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19 - Chuẩn bị bài tập theo nhóm: Tìm hiểu và thảo luận về ưu khuyết điểm của quảng cáo trên từng kênh truyền thông.	
Thực hành tại lớp	4	- Thực hiện bài tập nhóm tại lớp theo hình thức thuyết trình – thảo luận		

TUẦN 4/ BUỔI 4 – SỐ TIẾT: 5

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết	Nội dung bài học	Yêu cầu SV chuẩn bị	Ghi chú
Giảng lý thuyết	2	Chương 4: Quảng cáo Below-The-Line 1. Định nghĩa Quảng cáo Below-the-line 2. Tầm quan trọng của Quảng cáo	- Đọc chương 6 trong sách <i>Advertising</i> : Frank Jeffkins - Tìm những mẫu quảng cáo ấn tượng trên từng	

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết	Nội dung bài học	Yêu cầu SV chuẩn bị	Ghi chú
		Below-the-line 3. Loại hình Quảng cáo Below-The-Line POS Quảng cáo trên lịch Quảng cáo trên sách Quảng cáo trên túi xách Stickers CD, CD roms Paper-clips Playing cards Give-aways Paper clips Bookmatchs 4. Khuynh hướng quảng cáo Below-The-Line trong tương lai 5. Giới thiệu những mẫu quảng cáo kinh điển	hình thức trong quảng cáo Below – the – line - Chuẩn bị bài thuyết trình theo nhóm	
Thực hành tại lớp	3	- Thuyết trình về từng hình thức trong quảng cáo Below – The - Line		

TUẦN 5/ BUỔI 5 – SỐ TIẾT: 5

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết	Nội dung bài học	Yêu cầu SV chuẩn bị	Ghi chú
Giảng lý thuyết		- GV hướng dẫn, đưa ra yêu cầu của bài tập		
Thực hành tại lớp	5	Thực hành: Thiết kế quảng cáo cho sản phẩm theo một trong những hình thức quảng cáo trên.	- Đưa ra ý tưởng thiết kế quảng cáo cho một sản phẩm tự chọn theo một trong những hình thức quảng cáo trên (lịch, túi xách, CD...) - Thiết kế sản phẩm quảng cáo hoàn chỉnh	

TUẦN 6/ BUỔI 6 – SỐ TIẾT: 5

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết	Nội dung bài học	Yêu cầu SV chuẩn bị	Ghi chú
Giảng lý thuyết	3	Chương 5: Sáng tạo trong quảng cáo 1. Khái niệm Copywriting 2. Khái niệm Copywriter 3. Công việc của Copywriter 4. Khái niệm Slogan 5. Quy trình xây dựng slogan 6. Định vị sản phẩm 7. Định vị thông điệp sản phẩm	- Xem một số TVC quảng cáo hay - Tìm hiểu những slogan gây ấn tượng mạnh (trong quảng cáo trên thế giới và quảng cáo ở Việt Nam) - Tìm hiểu thông tin về một sản phẩm, dịch vụ (tự chọn) để làm cơ sở định vị.	
Thực hành tại lớp	2	- Thực hành quy trình định vị sản phẩm và định vị thông điệp sản phẩm cho một sản phẩm, dịch vụ... tự chọn		

TUẦN 7/ BUỔI 7 – SỐ TIẾT: 5

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết	Nội dung bài học	Yêu cầu SV chuẩn bị	Ghi chú
Giảng lý thuyết		- GV hướng dẫn, đưa ra yêu cầu của bài tập		
Thực hành tại lớp	5	Thực hành: - Viết kịch bản và dựng quảng cáo trên phát thanh. - Thiết kế quảng cáo trên Poster - Xây dựng ý tưởng quảng cáo TVC và tập quay TVC.	- Lựa chọn sản phẩm. - Tổng hợp thông tin liên quan đến sản phẩm để làm cơ sở sáng tạo kịch bản quảng cáo cho sản phẩm đã chọn.	

TUẦN 8/ BUỔI 8 – SỐ TIẾT: 5

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết	Nội dung bài học	Yêu cầu SV chuẩn bị	Ghi chú
Giảng lý thuyết	2	Chương 6: Chiến lược mua sóng, mua trang Quảng cáo 1. Định nghĩa 2. Các yếu tố của một kế hoạch sử dụng các phương tiện truyền thông		

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết	Nội dung bài học	Yêu cầu SV chuẩn bị	Ghi chú
		(Media plan) 3. Công việc của một chuyên gia Media Buying		
Thực hành tại lớp	3	- Thảo luận về cách thức chọn lựa việc mua sóng, mua trang quảng cáo như thế nào cho phù hợp và hiệu quả với từng chủng loại sản phẩm, dịch vụ...	- Lựa chọn sản phẩm, dịch vụ - Tổng hợp thông tin liên quan đến sản phẩm, dịch vụ... để làm cơ sở lên kế hoạch mua sóng, mua trang quảng cáo.	

TUẦN 9/ BUỔI 9 – SỐ TIẾT: 5

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết	Nội dung bài học	Yêu cầu SV chuẩn bị	Ghi chú
Thực hành tại lớp	4	Chương 7: Quảng cáo tại Việt Nam 1. Nói chuyện chuyên đề: Quảng cáo tại Việt Nam (Guest Speaker)	- Trao đổi với chuyên gia, đặt câu hỏi - Thảo luận về sản phẩm quảng cáo của các nhóm	
Đánh giá	1	1. Trả và nhận xét bài tập nhóm 2. Hướng dẫn ôn tập		

Trưởng bộ môn

TP. HCM, ngày 6 tháng 9 năm 2012

Người soạn thảo

B. HỆ THỐNG BÀI TẬP THỰC HÀNH, KIỂM TRA ĐÁNH GIÁ

HỌC PHẦN: NHẬP MÔN QUẢNG CÁO

(SỐ TÍN CHỈ: 2 - 1 TC LT + 1 TC TH)

1. QUI ĐỊNH CHUNG:

1.1. Đánh giá thường xuyên

- Kiểm tra sự có mặt, tham gia của sinh viên trong các giờ học (lý thuyết+thực hành) trên lớp và đi thực tế bên ngoài (nếu có).
- Minh chứng tham gia thảo luận, thuyết trình, làm việc nhóm, bài tập cá nhân...

1.2. Đánh giá định kỳ

Hình thức	Trọng số	Số lượng bài	Thời điểm hoàn thành
Bài tập cá nhân	10%	1	Tuần 7
Bài tập nhóm	10%	2	Tuần 3 - 7
Kiểm tra giữa kỳ	10%	1	Tuần 9
Thi cuối kỳ	70%	1	Theo lịch của Khoa

2. HỆ THỐNG BÀI TẬP THỰC HÀNH, KIỂM TRA ĐÁNH GIÁ

2.1. Bài tập cá nhân

2.1.1. Mục đích, yêu cầu và tiêu chí đánh giá

- Mục đích: Giúp cho SV viết được kịch bản quảng cáo phát trên Radio
 - Yêu cầu:
 - ✓ Hình thức: Viết đúng yêu cầu kịch bản quảng cáo trên Radio
 - ✓ Nội dung: GV hướng dẫn, quy định một số tiêu chí liên quan đến đề tài để viết kịch bản quảng cáo, SV thực hiện viết kịch bản.
 - ✓ Tiêu chí đánh giá:
 - + Viết đúng yêu cầu kịch bản quảng cáo trên phát thanh 5 điểm
 - + Có ý tưởng hay, sử dụng ngôn ngữ tốt, thuyết phục 5 điểm
- Tổng: 10 điểm

2.1.2 Bài tập

- SV thực hiện viết kịch bản quảng cáo trên Radio (đề tài tự chọn hoặc do GV yêu cầu)

2.2. Bài tập nhóm

2.2.1. Mục đích, yêu cầu và tiêu chí đánh giá

- Mục đích: Giúp cho SV hiểu rõ đặc trưng của quảng cáo Above – The – Line , ưu khuyết điểm của từng kênh truyền thông để có cơ sở lựa chọn kênh quảng cáo phù hợp với sản phẩm, dịch vụ cần quảng cáo.
- Giúp SV nắm được quy trình thực hiện một TVC quảng cáo và thực hiện được TVC (dạng thô)
- Yêu cầu:
 - ✓ Hình thức: SV thực hiện bài tập theo nhóm
 - ✓ Nội dung: Trình bày đặc trưng, những ưu khuyết điểm của quảng cáo trên từng kênh truyền thông: TV, Radio, báo in, quảng cáo ngoài trời, Internet, quảng cáo qua điện ảnh, quảng cáo qua điện thoại di động.

Xây dựng quy trình thực hiện một TVC quảng cáo (sản phẩm tự chọn) và thực hiện TVC (dạng thô hoặc hoàn chỉnh)

- ✓ Tiêu chí đánh giá: Đáp ứng đúng yêu cầu của bài tập
 - Có tính sáng tạo cao khi thực hiện bài thuyết trình
 - TVC đạt chất lượng và yêu cầu về nội dung và kỹ thuật
 - + Bài tập 1 5 điểm
 - + Bài tập 2 5 điểm
- Tổng: 10 điểm

2.2.2. Bài tập

- Bài tập nhóm

Bài 1: Trình bày đặc trưng, những ưu khuyết điểm của quảng cáo trên từng kênh truyền thông: TV, Radio, báo in, quảng cáo ngoài trời, Internet, quảng cáo qua điện ảnh, quảng cáo qua điện thoại di động.

Bài 2: Xây dựng quy trình thực hiện một TVC quảng cáo (sản phẩm tự chọn) và thực hiện TVC (dạng thô hoặc hoàn chỉnh)

2.3. Bài kiểm tra giữa kỳ

2.3.1. Mục đích, yêu cầu và tiêu chí đánh giá

- Mục đích: Giúp SV thực hiện được sản phẩm quảng cáo trên Radio
 - Yêu cầu:
 - ✓ Hình thức: Kịch bản và sản phẩm quảng cáo hoàn chỉnh cho sản phẩm, dịch vụ... trên Radio.
Làm bài theo nhóm
 - ✓ Nội dung: Kịch bản quảng cáo cho sản phẩm, dịch vụ (tự chọn hoặc do GV yêu cầu)
Thực hiện sản phẩm quảng cáo hoàn chỉnh cho sản phẩm, dịch vụ đã lựa chọn phát trên Radio
 - ✓ Tiêu chí đánh giá:
 - + Kịch bản 5 điểm
 - + Hình thức 5 điểm
- Tổng: 10 điểm

2.4. Bài thi cuối kỳ

2.4.1. Mục đích, yêu cầu và tiêu chí đánh giá

- Mục đích: Giúp cho SV xây dựng kịch bản và thực hiện sản phẩm quảng cáo hoàn chỉnh cho Radio và thực hiện TVC
 - Giúp SV ôn tập lại kiến thức về quảng cáo
- Yêu cầu:
 - ✓ Hình thức: Bài thi gồm 2 phần (quảng cáo sản phẩm, dịch vụ cho Radio và TVC)
 - ✓ Nội dung: Xây dựng kịch bản quảng cáo cho sản phẩm, dịch vụ (tự chọn) phát trên Radio và thực hiện sản phẩm quảng cáo hoàn chỉnh.
Xây dựng kịch bản sơ bộ và kịch bản phân cảnh cho TVC quảng cáo với cùng sản phẩm, dịch vụ trên.

✓ Tiêu chí đánh giá:

Bài thi đáp ứng đúng yêu cầu của GV

+ Quảng cáo trên Radio (kèm kịch bản)

5 điểm

+ TVC (kèm kịch bản sơ bộ và kịch bản phân cảnh)

5 điểm

Tổng:

10 điểm

Trưởng bộ môn

TP. HCM, ngày 6 tháng 9 năm 2012

Người soạn thảo