

I. Thông tin chung

Học phần: Khởi nghiệp	Số tín chỉ: 2
Mã học phần: 7PR0092	Mã nhóm lớp học phần: 222_7PR0092_01
Thời gian làm bài: 7 ngày	Hình thức thi: Dự án
SV được tham khảo tài liệu:	Có <input checked="" type="checkbox"/> Không <input type="checkbox"/>
Giảng viên nộp đề thi, đáp án	Lần 1 <input checked="" type="checkbox"/> Lần 2 <input type="checkbox"/>

II. Các yêu cầu của đề thi nhằm đáp ứng CLO

(phần này phải phối hợp với thông tin từ đề cương chi tiết của học phần)

Ký hiệu CLO	Nội dung CLO	Hình thức đánh giá	Trọng số CLO trong thành phần đánh giá (%)	Câu hỏi thi số	Điểm số tối đa	Lấy dữ liệu đo lường mức đạt PLO/PI
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
CLO1	Áp dụng kiến thức kinh tế, quản lý vào lựa chọn sản phẩm và lập chiến lược kinh doanh	Dự án	20		2	PI 1.2
CLO2	Lập dự án khởi nghiệp theo mô hình kinh doanh Canvas	Dự án	30		3	PI 3.3
CLO3	Sử dụng các kỹ thuật đa phương tiện để các khảo sát, lựa chọn sản phẩm khởi nghiệp và đánh giá nhu cầu thị trường đối với sản phẩm của dự án khởi nghiệp	Dự án	20		2	PI 8.1
CLO4	Sử dụng các phương pháp nghiên cứu vào phân tích môi trường kinh doanh, lập dự án, lập các kế hoạch kinh doanh và truyền thông cho dự án và đánh giá tính khả thi của dự án khởi nghiệp	Dự án	20		2	PI 8.2
CLO5	Thể hiện tinh thần đổi mới bản thân, đam mê sáng tạo và ý chí khởi nghiệp	Dự án	10		1	PI 10.2

I. Thông tin chung

Học phần: Khởi nghiệp

Số tín chỉ: 2

Mã học phần: 7PR0092

Mã nhóm lớp học phần: 222_7PR0092_01

Thời gian làm bài: 7 ngày

Hình thức thi: Dự án

SV được tham khảo tài liệu:

Có

Không

Giảng viên nộp đề thi, đáp án

Lần 1

Lần 2

Đề bài: Mỗi nhóm chọn 01 ý tưởng khởi nghiệp và trình bày dự án.

Hướng dẫn sinh viên trình bày:

Trang bìa

Trang thứ 1: Thông tin vắn tắt về các thành viên tham gia dự án:

Bảng danh sách thành viên trong nhóm kèm theo đánh giá mức độ tham gia của mỗi thành viên.

Trang thứ 2: Tóm tắt dự án

- Ý tưởng chính của dự án
- Lý do chọn dự án
- Các sản phẩm của dự án

Lưu ý: chỉ viết tóm tắt trong 1 trang.

Trang thứ 3: Nội dung chính của dự án

PHẦN A. TỔNG QUAN DỰ ÁN

Trình bày dưới dạng **Business Model Canvas**

(Lưu ý: chỉ điền những thông tin tối giản, cốt lõi nhất của dự án).

PHẦN B. MÔ TẢ CHI TIẾT VỀ DỰ ÁN

1. Tính cần thiết và tính độc đáo của sản phẩm dự án

1.1 Tính cần thiết của sản phẩm

1.2 Giới thiệu sản phẩm

1.3 Tính độc đáo của sản phẩm

1.4 Khả năng tác động xã hội của dự án

Lưu ý: cần tập trung chứng minh và nhận định các ý sau:

- ✓ Khách hàng đang mong đợi điều gì mà sản phẩm hiện có trên thị trường chưa đáp ứng được? *(cung cấp minh chứng nếu có)*
- ✓ Giới thiệu đặc điểm, tính năng của sản phẩm *(minh họa bằng hình ảnh sản phẩm)*
- ✓ Tính độc đáo, sáng tạo của dự án thể hiện qua điểm nào? Điểm khác biệt của sản

phẩm so với sản phẩm hiện có trên thị trường như thế nào? (cung cấp minh chứng nếu có)

- ✓ Lý do khách hàng chọn sản phẩm, giải pháp của dự án thay vì lựa chọn các sản phẩm khác: Đối tượng khách hàng quan trọng nhất là ai? (cung cấp minh chứng nếu có)
- ✓ Kỳ vọng về giá trị mà sản phẩm của dự án mang lại cộng đồng và xã hội (cung cấp minh chứng nếu có)

2. Phân tích môi trường kinh doanh và định hướng chiến lược

2.1. Phân tích môi trường kinh doanh (SWOT)

2.1.1 Phân tích môi trường bên ngoài

2.1.1 Phân tích môi trường bên trong

2.2. Chiến lược kinh doanh

Lưu ý: cần tập trung chứng minh và nhận định các ý sau:

- ✓ Phân tích môi trường kinh doanh vĩ mô (chính trị, pháp luật, kinh tế, xã hội, kỹ thuật công nghệ, môi trường) để phân tích và chứng minh tính cần thiết và nhu cầu thị trường đối với sản phẩm;
- ✓ Phân tích môi trường kinh doanh vi mô (đối thủ cạnh tranh, đối thủ tiềm ẩn, nhà cung cấp, khách hàng, sản phẩm thay thế) để phân tích và chứng minh tính độc đáo của sản phẩm và tính cạnh tranh của sản phẩm về giá cả, chất lượng;
- ✓ Dựa trên kết quả phân tích SWOT, lựa chọn chiến lược kinh doanh cho dự án như chiến lược R&D sản phẩm, chiến lược giá, chiến lược truyền thông quảng cáo, chiến lược chăm sóc khách hàng,...

3. Tổ chức hoạt động

3.1. Kế hoạch sản xuất, kinh doanh

3.2. Kênh phân phối

3.3. Kế hoạch truyền thông, quảng bá sản phẩm

Lưu ý: cần tập trung chứng minh và nhận định các ý sau:

- ✓ Quy trình sản xuất sản phẩm để phân tích và chứng minh tính độc đáo của sản phẩm;
- ✓ Kế hoạch sản xuất ra sản phẩm để phân tích và chứng minh dự án đảm bảo cung cấp đủ sản phẩm đáp ứng nhu cầu thị trường;
- ✓ Kế hoạch mở các kênh phân phối để phân tích và chứng minh dự án đảm bảo khách hàng có thể biết và mua được sản phẩm, đồng thời phù hợp với kế hoạch truyền thông;
- ✓ Lựa chọn giải pháp nào cho truyền thông, kế hoạch truyền thông, ấn phẩm truyền thông để quảng bá sản phẩm

4. Nguồn lực thực hiện

4.1. Nguồn nhân lực

4.2. Nguồn lực tài chính

4.3. Cơ sở vật chất

4.4. Nhà cung cấp và các đối tác hỗ trợ

Lưu ý: cần tập trung chứng minh và nhận định các ý sau:

- ✓ Dựa trên nhu cầu sản xuất, kinh doanh, thiết kế cơ cấu tổ chức bộ máy nhân sự cho dự án nhằm phân tích và chứng minh nguồn nhân lực đủ đảm bảo dự án được triển khai và hoạt động;
- ✓ Dự án đã có doanh nghiệp nào tư vấn hỗ trợ hay chưa, số vốn cần huy động là bao nhiêu, giải pháp huy động vốn cho dự án thế nào để phân tích và chứng minh dự án có đủ vốn để triển khai hoạt động;
- ✓ Lập bảng thống kê các trang thiết bị, cơ sở vật chất cần có của dự án để phân tích và chứng minh dự án có khả năng sản xuất, kinh doanh và triển khai hoạt động;
- ✓ Các đối tác chính hỗ trợ triển khai dự án gồm những đơn vị nào, hỗ trợ việc gì để phân tích và chứng minh dự án có đủ khả năng sản xuất, kinh doanh và triển khai hoạt động.

5. Tính khả thi của dự án

5.1. Phân tích nhu cầu thị trường

5.2. Dự kiến doanh thu

5.3. Dự kiến chi phí

5.4. Dự kiến lợi nhuận

5.5. Đánh giá tính khả thi của dự án

Lưu ý cần tập trung các ý sau:

- ✓ Dựa trên dữ liệu khảo sát, phân tích và nhận định về nhu cầu thị trường đối với sản phẩm dự án;
- ✓ Dựa trên năng lực của nguồn nhân lực và tài chính, phân tích và nhận định việc tổ chức sản xuất hoặc cung cấp sản phẩm là khả thi;
- ✓ Dựa trên dự kiến doanh thu, chi phí, lợi nhuận, phân tích và nhận định tính khả thi và khả năng tăng trưởng của dự án.

PHỤ LỤC

Phụ lục 1. Bản hỏi khảo sát

Phụ lục 2. Kết quả tính doanh thu

Phụ lục 3. Kết quả tính chi phí

Cách thức nộp bài:

Sinh viên upload file bài làm là **01 file nén** trong đó gồm file .pdf dự án; file thiết kế standee truyền thông cho dự án; file .xls dữ liệu khảo sát thị trường

Format nội dung đề thi:

- Khổ giấy A4, lề trái cách 2.5cm, lề phải, lề trên, lề dưới cách 2cm.
- Kiểu chữ Times New Roman, cỡ chữ 13, cách dòng 1.5pt.
- Tiêu đề bảng, hình in đậm, canh giữa và đặt ở đầu bảng, hình, đánh số thứ tự theo từng loại bảng hoặc hình.

- Số trang đặt ở giữa và trên đầu trang.

TP. Hồ Chí Minh, ngày 15 tháng 11 năm 2023.

NGƯỜI DUYỆT ĐỀ

GIẢNG VIÊN RA ĐỀ



TS. Lý Lê Tường Minh



ThS. Lê Anh Tú

Tiêu chí chấm điểm và thang điểm (Rubric):

Tiêu chí	Trọng số (%)	Tốt 80%-100%	Khá 60% - <80%	Trung bình 40% - <60%	Kém <40%
Khảo sát thị trường	20	≥ 150 mẫu	≥ 130 mẫu	≥ 100 mẫu	< 100 mẫu
Nội dung báo cáo	30	Nội dung đầy đủ, có đầy đủ thông tin dẫn chứng cho nội dung	Nội dung khá đầy đủ, còn thiếu một số thông tin dẫn chứng	Nội dung tương đối đầy đủ, còn thiếu nhiều thông tin dẫn chứng	Nội dung thiếu nhiều điểm quan trọng, không có thông tin dẫn chứng
Phân tích, đánh giá vấn đề	30	Phân tích rõ ràng, logic, phù hợp với dữ liệu và bối cảnh; đánh giá vấn đề hợp lý và sáng tạo	Phân tích nội dung còn sai sót nhỏ hoặc chưa phù hợp với dữ liệu và bối cảnh; đánh giá vấn đề chưa hợp lý, thiếu sáng tạo	Phân tích chưa rõ ràng, không phù hợp với dữ liệu và bối cảnh; đánh giá vấn đề không hợp lý, thiếu liên kết giữa các nội dung	Thiếu phân tích, đánh giá nội dung hoặc nội dung còn nhiều sai sót
Hình thức trình bày	20	Trình bày đúng qui định, hình ảnh đẹp mắt, cấu trúc hợp lý	Còn vài sai sót nhỏ về hình thức trình bày, hình ảnh không đẹp mắt	Còn nhiều sai sót về hình thức hoặc cấu trúc chưa hợp lý	Chưa đúng qui định về hình thức