

TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN LANG
KHOA QUẢN TRỊ KINH DOANH

ĐỀ THI, ĐÁP ÁN/RUBRIC VÀ THANG ĐIỂM
THI KẾT THÚC HỌC PHẦN
Học kỳ 1, năm học 2024-2025

I. Thông tin chung

| | | | |
|--|--------------------------------------|---|----------------|
| Tên học phần: | KHỞI NGHIỆP TÌNH GỌN (LEAN START-UP) | | |
| Mã học phần: | 72ENTR40053 | Số tin chỉ: | 03 |
| Mã nhóm lớp học phần: | 72ENTR40053 | | |
| Hình thức thi: Tự luận | Thời gian làm bài: | | 90 phút |
| <i>Thí sinh được tham khảo tài liệu:</i> | <input type="checkbox"/> Có | <input checked="" type="checkbox"/> Không | |

1. Format đề thi

- Font: Times New Roman

- Size: 13

- Quy ước đặt tên file đề thi:

+ **Mã học phần**_Tên học phần_Mã nhóm học phần_TUL_De 1

+ **Mã học phần**_Tên học phần_Mã nhóm học phần_TUL_De 1_Mã đề (*Nếu sử dụng nhiều mã đề cho 1 lần thi*).

2. Giao nhận đề thi

Sau khi kiểm duyệt đề thi, đáp án/rubric. **Trưởng Khoa/Bộ môn** gửi đề thi, đáp án/rubric về Trung tâm Khảo thí qua email: khaothivanlang@gmail.com bao gồm file word và file pdf (*nén lại và đặt mật khẩu file nén*) và nhắn tin + họ tên người gửi qua số điện thoại **0918.01.03.09** (Phan Nhất Linh).

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 | <i>Understand and describe the principles of lean start-up</i> | Final exam | 25% | Câu 1 | 2.5 | ... |
| CLO2 | <i>Explain how the Lean philosophy is applied in the steps that an entrepreneur must complete when starting a new business venture</i> | Final exam | 25% | Câu 2 | 2.5 | ... |
| CLO3 | <i>Develop a business model with design value propositions</i> | Final exam | 20% | Câu 3a | 2.0 | ... |
| CLO4 | <i>Apply principles of Customer discovery and Customer validation to test a business model</i> | Final exam | 30% | Câu 3b,c | 3.0 | ... |

Chú thích các cột:

(1) Chi liệt kê các CLO được đánh giá bởi đề thi kết thúc học phần (tương ứng như đã mô tả trong đề cương chi tiết học phần). Lưu ý không đưa vào bảng này các CLO không dùng bài thi kết thúc học phần để đánh giá (có một số CLO được bố trí đánh giá bằng bài kiểm tra giữa kỳ, đánh giá qua dự án, đồ án trong quá trình học hay các hình thức đánh giá quá trình khác chứ không bố trí đánh giá bằng bài thi kết thúc học phần). Trường hợp một số CLO vừa được bố trí đánh giá quá trình hay giữa kỳ vừa được bố trí đánh giá kết thúc học phần thì vẫn đưa vào cột (1)

(2) Nội dung của CLO tương ứng.

(3) Hình thức kiểm tra đánh giá có thể là: trắc nghiệm, tự luận, dự án, đồ án, vấn đáp, thực hành trên máy tính, thực hành phòng thí nghiệm, báo cáo, thuyết trình,..., phù hợp với nội dung của CLO và mô tả trong đề cương chi tiết học phần.

(4) Trọng số mức độ quan trọng của từng CLO trong đề thi kết thúc học phần do giảng viên ra đề thi quy định (mang tính tương đối) trên cơ sở mức độ quan trọng của từng CLO. Đây là cơ sở để phân phối tỷ lệ % số điểm tối đa cho các câu hỏi thi dùng để đánh giá các CLO tương ứng, bảo đảm CLO quan trọng hơn thì được đánh giá với điểm số tối đa lớn hơn. Cột (4) dùng để hỗ trợ cho cột (6).

(5) Liệt kê các câu hỏi thi số (câu hỏi số ... hoặc từ câu hỏi số... đến câu hỏi số...) dùng để kiểm tra người học đạt các CLO tương ứng.

(6) Ghi điểm số tối đa cho mỗi câu hỏi hoặc phần thi.

(7) Trong trường hợp đây là học phần cốt lõi - sử dụng kết quả đánh giá CLO của hàng tương ứng trong bảng để đo lường đánh giá mức độ người học đạt được PLO/PI - cần liệt kê ký hiệu PLO/PI có liên quan vào hàng tương ứng. Trong đề cương chi tiết học phần cũng cần mô tả rõ CLO tương ứng của học phần này sẽ được sử dụng làm dữ liệu để đo lường đánh giá các PLO/PI. Trường hợp học phần không có CLO nào phục vụ việc đo lường đánh giá mức đạt PLO/PI thì để trống cột này.

III. Nội dung câu hỏi thi

***Note for Students:** Be sure to provide clear, concise answers, using examples where appropriate. Support your answers with Lean Start-up principles and concepts discussed in class.*

Câu hỏi 1: (2.5 điểm)

Question 1: Match the following Lean Start-up principles with their definitions

Principles:

1. Innovation Accounting
2. Hypothesis-Driven Development
3. Validated Learning
4. Iterative Design
5. Pivot

Definitions:

- a) Using actionable metrics to track progress and measure success for continuous improvement.
- b) A systematic process to change one element of a business model based on feedback without abandoning the vision.
- c) A process of systematically testing assumptions about a product or business model using experiments.
- d) Learning what is effective in a product by testing customer behavior with minimal resources.
- e) The process of continually testing and improving the product design based on user feedback.

Câu hỏi 2: (2.5 điểm)

Question 2: Lean Philosophy in Entrepreneurial Steps

Read the following case study and answer the questions below:

Case Study:

Sarah wants to create an app that helps college students find affordable housing. She starts by identifying students' top challenges, such as budget constraints and lack of available options near campus. Sarah then creates a basic version of her app, which includes a feature to search listings by price and location. She launches the app to a small group of students and collects their feedback on usability and features. Based on their input, she improved the app by adding a roommate-matching feature and a map integration.

Questions:

- a) Apply the principle of the Lean philosophy “Build-Measure-Learn” to define three key activities that Sarah needs to do to develop her start-up
- b) Explain how Sarah's use of customer feedback reduced the risk of developing an unwanted product.

Câu hỏi 3: (5 điểm)**Question 3: Applying "Customer Discovery" to Test a Value Proposition Hypothesis**

Read the following case study and answer the questions below:

Case Study:

John plans to start a subscription-based meal preparation service targeting busy professionals. He hypothesizes that customers want convenient, healthy meal solutions that save time. His initial value proposition is: *"We provide pre-portioned, easy-to-cook meal kits with fresh ingredients delivered to your doorstep."*

To test the hypothesis, John created a prototype website where users can sign up for a free trial. He interviews 20 potential customers and collects their feedback on their goals, preferences, and concerns. Based on the interviews, he refines his customer profile, identifies their biggest pains (e.g., lack of time for shopping and cooking), and their gains (e.g., desire for fresh, healthy meals), and adjusts his product offering.

Questions:

- a) Analyze John's value proposition hypothesis based on the customer profile (gains, pains, and jobs-to-be-done). How well does the hypothesis align with the customer's needs?
- b) Propose two specific tests John could conduct to validate his product-market fit further. Justify your suggestions.
- c) Identify potential pitfalls John should avoid in the customer discovery phase to ensure he gathers actionable insights.

ĐÁP ÁP VÀ THANG ĐIỂM

| Phần câu hỏi | Nội dung đáp án | Thang điểm | Ghi chú |
|-------------------|---|------------|---------|
| I. Tự luận | | | |
| Câu 1 | | 2.5 | |
| Nội dung a. | Innovation Accounting | 0.5 | |
| Nội dung b. | Pivot | 0.5 | |
| Nội dung c. | Hypothesis-Driven Development | 0.5 | |
| Nội dung d. | Validated Learning | 0.5 | |
| Nội dung e. | Iterative Design | 0.5 | |
| Câu 2 | | 2.5 | |
| Nội dung a. | Identifying and focusing on customer problems (customer-centered design). | 0.5 | |
| | Creating and testing a Minimum Viable Product (MVP). | 0.5 | |
| | Iterating on the app based on customer feedback | 0.5 | |
| Nội dung b. | Understanding the real needs of students reduced the risk of developing features that wouldn't be used. | 0.5 | |
| | Iterative improvements allowed Sarah to prioritize high-value features, saving time and resources. | 0.5 | |
| Câu 3 | | 5.0 | |
| Nội dung a. | Customer Gains: Fresh, healthy meals; saves time; convenience. | 0.5 | |
| | Customer Pains: Lack of time for shopping and cooking; unhealthy eating habits due to busy schedules. | 0.5 | |
| | Jobs-to-be-Done: Need for meal preparation solutions that fit into their schedules and provide healthy options. | 0.5 | |
| | Alignment: The hypothesis aligns well with customer needs, as it addresses both gains (fresh, healthy meals) and pains (saving time, avoiding unhealthy eating). | 0.5 | |
| Nội dung b. | Test 1: Offer a discounted trial subscription to see how many users convert into paying customers. Justification: Validates willingness to pay and satisfaction with the service. | 1.0 | |
| | Test 2: Conduct A/B testing of two different meal kit designs (e.g., variety-focused vs. health-focused) to understand customer preferences. | 1.0 | |

| | | | |
|-------------|---|-------------|--|
| | Justification: Identifies which aspects of the product resonate most with target customers. | | |
| Nội dung c. | Leading questions during interviews that bias responses. | 0.5 | |
| | Focusing too much on validation rather than honest feedback (confirmation bias). | 0.5 | |
| | Điểm tổng | 10.0 | |

Người duyệt đề

TP. Hồ Chí Minh, ngày 01 tháng 12 năm 2024
Giảng viên ra đề

TS. Nguyễn Quỳnh Mai

TS. Nguyễn Quỳnh Mai