

TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN LANG
ĐƠN VỊ: KHOA QHCC-TT

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

I. Thông tin chung

Tên học phần:	Tinh thần doanh nhân		
Mã học phần:	241_71ENSP40722	Số tín chỉ:	2
Mã nhóm lớp học phần:	241_71ENSP40722_01, 02, 03		
Hình thức thi: Dự án	Thời gian làm bài:	30	Phút
☐ Cá nhân	☒ Nhóm		
<i>Quy cách đặt tên file</i>	<i>Định dạng file bài làm: pdf</i> <i>TÊN FILE: MA LOP_TEN NHOM_BAI</i> <i>CUOI KY</i>		

1. Format đề thi

- Font: Times New Roman
- Size: 13
- Quy ước đặt tên file đề thi/đề bài:

[MA LOP HOC PHAN]_TINH THAN DOANH NHAN_DE CUOI KY

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

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 đầy đủ kiến thức về kinh tế và quản lý vào nhận diện, giải thích, phân tích các vấn đề dựa trên tinh thần doanh nhân đối với các dự án khởi nghiệp mới có liên quan đến lĩnh vực Truyền thông đa phương tiện	Dự án	60%		6	PI 1.2
CLO2	Đánh giá chính xác giải pháp thiết kế ấn phẩm và phương án hoạt động truyền thông đa phương tiện cho các dự án khởi nghiệp mới	Dự án	20%		2	PI 2.2
CLO4	Vận dụng hiệu quả các kỹ thuật và phương pháp quản lý vào sản xuất, điều phối và triển khai các hoạt động truyền thông đa phương tiện trong các dự án khởi nghiệp mới	Dự án	10%		1	PI 7.3
CLO5	Thể hiện đầy đủ tinh thần đam mê với công việc và ý chí khởi nghiệp trong lĩnh vực Truyền thông đa phương tiện	Dự án	10%		1	PI 10.2

III. Nội dung đề bài

1. Đề bài

Mỗi nhóm chọn 01 ý tưởng khởi nghiệp (sản phẩm hoặc dịch vụ) và thuyết trình với mục đích hấp dẫn các nhà đầu tư tài trợ cho dự án trên.

2. Hướng dẫn thể thức trình bày

File thuyết trình: định dạng pdf, được chuyển đổi (exported) từ file trình chiếu Power Point / Canvas

Thể thức:

Concept trình bày: đồng nhất style cho toàn thể các trang, thể hiện sự đồng điệu với style sản phẩm/dịch vụ

a. Trang bìa: tên dự án

b. Phần 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.

c. Phần 2: Tóm tắt dự án

1. Ý tưởng chính của dự án
2. Lý do chọn dự án
3. Các sản phẩm/dịch vụ của dự án

d. Phần 3: Nội dung chính của dự án

PHẦN A. TỔNG QUAN DỰ ÁN

Trình bày tổng quan mô hình kinh doanh 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/dịch vụ

1.1 Tính cần thiết của sản phẩm

1.2 Giới thiệu sản phẩm/dịch vụ

1.3 Tính độc đáo của sản phẩm/dịch vụ

1.4 Khả năng tác động xã hội của dự án

Gợi 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 – dịch vụ / mockup mô hình sản phẩm – dịch vụ / mô phỏng sản phẩm – dịch vụ)

bằng trí tuệ nhân tạo AI)

- ✓ 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

2.1.1 Phân tích môi trường bên ngoài

2.1.1 Phân tích môi trường bên trong

2.2. Chiến lược kinh doanh

- ✓ Dựa trên kết quả phân tích, lựa chọn chiến lược kinh doanh cho dự án như chiến lược phát triển 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 đảm bảo cung cấp đủ sản phẩm đáp ứng nhu cầu thị trường;
- ✓ Kế hoạch mở các kênh phân phối 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, thể loại 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 đảm bảo dự án được triển khai và hoạt động;
- ✓ Số vốn cần huy động là bao nhiêu, giải pháp huy động vốn cho dự án thế nào để chứng minh dự án có đủ vốn để triển khai hoạt động;
- ✓ Lập bảng thông kê các trang thiết bị, cơ sở vật chất cần có của dự án 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 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. Dự kiến doanh thu

5.2. Dự kiến chi phí

5.3. Dự kiến lợi nhuận

5.4. Đánh giá tính khả thi của dự án

Lưu ý cần tập trung các ý sau:

- ✓ 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.

e. 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

f. TÀI LIỆU THAM KHẢO

Trình bày theo phong cách Harvard

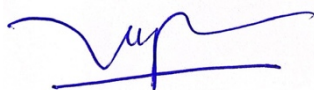
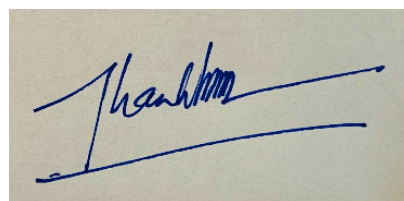
3. Rubric và thang điểm

Tiêu chí	Trọng số	Tốt 8.5 – 10 đ	Khá 7 – 8 đ	Trung bình 5 – 6.5 đ	Không đạt 0 – 4.5 đ
Nội dung đề xuất vận dụng hợp lý kiến thức truyền thông đa phương tiện (CLO1)	60%	Ứng dụng rất tốt kiến thức phát triển kế hoạch truyền thông đa phương tiện thông qua mô hình PESO	Ứng dụng tốt kiến thức phát triển kế hoạch truyền thông đa phương tiện thông qua mô hình PESO	Ứng dụng ở mức cơ bản kiến thức phát triển kế hoạch truyền thông đa phương tiện thông qua mô hình PESO	Ứng dụng kém kiến thức phát triển kế hoạch truyền thông đa phương tiện thông qua mô hình PESO
Vận dụng hợp lý mô hình Canvas trong phát triển dự án khởi nghiệp (CLO2)	20%	Đáp ứng rất tốt các nội dung bài làm theo yêu cầu theo mô hình Canvas	Đáp ứng tốt các nội dung bài làm theo yêu cầu theo mô hình Canvas	Đáp ứng ở mức cơ bản các nội dung bài làm theo yêu cầu theo mô hình Canvas	Đáp ứng kém các nội dung bài làm theo yêu cầu theo mô hình Canvas
Áp dụng hợp lý kết quả khảo sát chân dung khách hàng trong dự án (CLO4)	10%	Áp dụng rất tốt kết quả khảo sát trong bài làm	Áp dụng tốt kết quả khảo sát trong bài làm	Áp dụng ở mức cơ bản kết quả khảo sát trong bài làm	Không áp dụng rất tốt kết quả khảo sát trong bài làm
Tham khảo đa dạng các nguồn tài liệu khác nhau (CLO5)	10%	Tham khảo & trích dẫn trên 7 nguồn tài liệu trong bài làm	Tham khảo & trích dẫn từ 5 đến 7 nguồn tài liệu trong bài làm	Tham khảo & trích dẫn ít hơn 5 nguồn tài liệu trong bài làm	Không tham khảo & trích dẫn nguồn tài liệu trong bài làm

TP. Hồ Chí Minh, ngày 31 tháng 10 năm 2024

Người duyệt đề

Giảng viên ra đề

ThS. Trần Ngọc Anh Vũ

ThS. Nguyễn Thanh Lâm