

d, Kế hoạch sản xuất, kinh doanh: Kế hoạch sản xuất hàng hóa; Phân tích và đánh giá rủi ro; Giải pháp xây dựng các kênh phân phối hàng hóa; Phát triển mở rộng thị trường (10 điểm).

đ, Kết quả tiềm năng cầu ý tưởng bao gồm: Doanh thu, lợi nhuận dự kiến, khả năng tăng trưởng, tác động xã hội của ý tưởng (10 điểm).

e, Nguồn lực thực hiện: Đánh giá nguồn nhân lực, tính sẵn sàng tham gia, cơ cấu tổ chức bộ máy nhân sự cho ý tưởng; Các đối tác chính, giải pháp huy động vốn triển khai ý tưởng (10 điểm).

f, Các kênh truyền thông: Lập kế hoạch truyền thông tổng thể; Xây dựng công cụ truyền thông; Giải pháp truyền thông độc đáo khác biệt (10 điểm).

g, Khả năng thuyết trình, trình bày ý tưởng (10 điểm).

2.5. Các quy định khác

Ý tưởng dự thi sẽ thuộc toàn quyền sử dụng của Ban tổ chức. Ban tổ chức có quyền sử dụng ý tưởng mà không phải trả thêm bất cứ chi phí nào.

Ban tổ chức có quyền loại bỏ các tác phẩm vi phạm pháp luật, vi phạm thuần phong mỹ tục hoặc các quy định của ban tổ chức.

Các nhóm, đội, cá nhân tham gia cuộc thi thực hiện đúng quy định của cuộc thi, tuân thủ đúng yêu cầu và thể lệ của Ban tổ chức. Không vi phạm quyền sở hữu trí tuệ theo quy định và chịu trách nhiệm tính chính xác trong ý tưởng của cuộc thi. Các ý tưởng không phải đối tượng tranh chấp tác giả.

2.6. Giải thưởng

Giấy khen Ban Giám đốc Phân hiệu kèm kinh phí khen thưởng

- 01 Giải Nhất: 1.000.000 đồng
- 01 Giải Nhì: 800.000 đồng
- 01 Giải Ba: 600.000 đồng
- 2 giải khuyến khích: 300.000 đồng

2.7. Trao giải

Giải thưởng được công bố trực tiếp tại buổi lễ trao giải kết thúc cuộc thi do Ban tổ chức tổ chức (dự kiến cuối tháng 12/2019)

2.8. Hình thức nộp bài dự thi

Bài dự thi gửi về cho Ban tổ chức theo 02 hình thức:

- Nộp trực tiếp Ban Quản lý NCKH&HTQT, phòng A207 gộp Cô Võ Thị Bích Thương. Số điện thoại liên hệ: 0987 467 615.
- Thông qua địa chỉ email: khoinghiepphgiai@gmail.com. Thông tin gửi về gồm các nội dung sau
 - + Họ và tên người dự thi (họ tên, lớp, MSSV)
 - + Email, số điện thoại (người đại diện)

TRƯỜNG ĐẠI HỌC
CÔNG NGHIỆP
HỒ CHÍ MINH
LAI CHÂU

TỔ CHỨC THỰC HIỆN

1. Các Ban chức năng thuộc Phân hiệu Gia Lai

Ban Quản lý NCKH&HTQT chịu trách nhiệm chính thực hiện các hoạt động cuộc thi; Phát động cuộc thi, thành lập Hội đồng giám khảo chấm ý tưởng, lập dự trù kinh phí và trao giải thưởng cuộc thi. Phối hợp với các Ban chức năng liên quan để tổ chức các hoạt động.

Đoàn Phân hiệu chịu trách nhiệm phát động và phối hợp tổ chức các hoạt động theo kế hoạch.

Ban CTSV phối hợp thực hiện các nội dung: Phát động cuộc thi, tập huấn về khởi nghiệp, hỗ trợ sinh viên trong quá trình xây dựng ý tưởng và trong quá trình tham gia cuộc thi.

Ban Tổ chức – Hành chính phối hợp hỗ trợ công tác cơ sở vật chất phục vụ cuộc thi.

Ban Kế hoạch – Tài chính phối hợp hỗ trợ phê duyệt kinh phí cuộc thi.

2. Kinh phí thực hiện

Nguồn ngân sách được trích từ kinh phí hoạt động NCKH năm 2019 của sinh viên; Nguồn tài trợ, hỗ trợ của các tổ chức, cá nhân và các nguồn xã hội hoá (nếu có)./. *ak*

Nơi nhận:

- Ban Giám đốc PHGL;
- Chi bộ cơ sở PHGL (ph t/h);
- Các Ban, khối thuộc PHGL (t/h);
- BCH Đoàn Phân hiệu (t/h);
- Website PHGL;
- Lưu VT.

KT. GIÁM ĐỐC PHÂN HIỆU

PHÓ GIÁM ĐỐC



TS. Trần Cao Bảo



PHỤ LỤC 1

(Kèm theo kế hoạch: 05 /KH/PHGL/QL NCKH&HTQT ngày 9 tháng 9 năm 2019 của Ban QL NCKH&HTQT)

MẪU TRÌNH BÀY Ý TƯỞNG CUỘC THI “Ý TƯỞNG NHỎ, THÀNH CÔNG LỚN”

BÌA Ý TƯỞNG

**CUỘC THI
“Ý TƯỞNG NHỎ, THÀNH CÔNG LỚN”
NĂM 2019**

**TÊN Ý TƯỞNG:.....
Thuộc lĩnh vực:.....**

**Nhóm, cá nhân thực hiện:.....
Lớp:.....**

Gia Lai, ngày tháng năm 2019

Trang thứ 1:

Thông tin văn tắt về các thành viên tham gia ý tưởng:

1. Họ và tên trưởng nhóm:.....
2. Trường/lớp/(năm thứ ...):.....
3. Số điện thoại liên hệ:
4. Email:.....
5. Danh sách thành viên trong nhóm (tên, chuyên ngành đang học).

Trang thứ 2:

Tóm tắt ý tưởng:

Ý tưởng chính của dự án..... (Từ 01-02 dòng):

Mô tả sản phẩm/dịch vụ, giá trị của dự án (Tóm tắt từ 3-5 dòng)

Trang thứ 3

Nội dung chính của dự án

PHỤ LỤC 2

(Kèm theo kế hoạch: 05/KH/PHGL/QL NCKH&HTQT ngày 9 tháng 9 năm 2019 của Ban QL NCKH&HTQT)

Nội dung chính của ý tưởng

a. Tổng quan ý tưởng

Trình bày dưới dạng *Business Model Canvas* (Lưu ý: chỉ điền những thông tin tối giản, cốt lõi nhất của dự án).

ĐỐI TÁC CHÍNH Mô tả những mối quan hệ quan trọng nhất đến ý tưởng	HOẠT ĐỘNG CHÍNH Mô tả những hoạt động quan trọng nhất cần thực hiện ý tưởng	GIẢI PHÁP GIÁ TRỊ Sản phẩm hoặc dịch vụ mang lại giá trị cho khách hàng mục tiêu (VD: Giải trí, cá nhân hóa, Tiết kiệm tiền,...)	QUAN HỆ KHÁCH HÀNG Mô tả mối quan hệ mà doanh nghiệp xây dựng với khách hàng (VD: tự phục vụ, Hỗ trợ cá nhân, dịch vụ tự động hóa, cộng đồng...).	PHÂN KHÚC KHÁCH HÀNG Một hoặc một số nhóm người mà doanh nghiệp cố gắng phục vụ
	TÀI NGUYÊN CHÍNH Mô tả những yếu tố quan trọng nhất để giúp ý tưởng hoạt động		CÁC KÊNH THÔNG TIN VÀ PHÂN PHỐI Kênh mà doanh nghiệp giao tiếp với khách hàng mang lại giá trị cho khách hàng (VD: bán hàng trực tuyến, siêu thị,...)	
CẤU TRÚC CHI PHÍ Toàn bộ chi phí cần thiết để duy trì doanh nghiệp		DÒNG DOANH THU Mô tả dòng tiền mà doanh nghiệp thu được từ việc cung cấp giá trị (VD: Phí dịch vụ, quảng cáo, phí môi giới,...)		

b, Mô tả thêm về sản phẩm, dịch vụ

1. Tính cần thiết của sản phẩm dịch vụ

- Dự án đã có sản phẩm dịch vụ hay mới là ý tưởng.
- Mục tiêu, giá trị, tầm nhìn của sản phẩm dịch vụ. Sản phẩm tạo ra giá trị cho những đối tượng nào;
- Đối tượng khách hàng quan trọng nhất của sản phẩm dịch vụ.
- Lý do khách hàng chọn sản phẩm, giải pháp của dự án thay vì lựa chọn các sản phẩm khác.
- Đánh giá về giá trị của sản phẩm dịch vụ mang lại cộng đồng và xã hội (cung cấp minh chứng nếu có)

2. Tính khả thi

- Việc sản xuất sản phẩm là khả thi;
- Cơ cấu chi phí và giá thành hợp lý;
- Nêu rõ những thuận lợi, khó khăn trong quá trình sản xuất, kinh doanh sản phẩm dịch vụ.
- Sản phẩm có tính cạnh tranh (minh chứng nếu có)

3. Tính độc đáo, sáng tạo

- Sản phẩm dịch vụ là hoàn toàn mới chưa có trên thị trường. Nếu là sản phẩm đã có trên thị trường thì cần nêu giá trị khác biệt của sản phẩm so với các sản phẩm khác. Tính khác biệt, tính độc đáo, có áp dụng công nghệ mà các đối thủ không thể cạnh tranh hoặc sản xuất được.
- Việc sản xuất sản phẩm được tạo ra bởi quá trình đổi mới sáng tạo dẫn đến có chi phí thấp, giá cả cạnh tranh vượt trội so với các đối thủ khác.

4. Kế hoạch sản xuất, kinh doanh

- Có kế hoạch sản xuất hàng hóa dịch vụ rõ ràng;
- Phân tích và đánh giá rủi ro;
- Giải pháp xây dựng các kênh phân phối hàng hóa;
- Phát triển, mở rộng thị trường.

5. Kết quả tiềm năng của dự án

- Các nguồn thu chính của dự án bao gồm:
- Dự kiến doanh thu;
- Tính toán chi phí; Khả năng hoàn vốn thời điểm hoàn vốn và khả năng thu lợi nhuận của dự án
- Khả năng tăng trưởng, tác động xã hội của dự án;

6. Nguồn lực thực hiện

- Dự án đã có doanh nghiệp nào tư vấn hỗ trợ hay chưa.
- Đánh giá nguồn nhân lực, tính sẵn sàng tham gia của đội nhóm;
- Cơ cấu tổ chức bộ máy nhân sự cho dự án;
- Các đối tác chính hỗ trợ triển khai dự án;

- Giải pháp huy động vốn triển khai dự án bao gồm nguồn lực sẵn có từ gia đình, đồng nghiệp, số vô cân huy động,

7. Các kênh truyền thông

- Lập kế hoạch truyền thông tổng thể;
- Xây dựng công cụ truyền thông;
- Giải pháp truyền thông độc đáo và khác biệt;
- Dự kiến kênh truyền thông để tiếp cận khách hàng, đánh giá hiệu quả của kênh truyền thông đó.

PHỤ LỤC 3

(Kèm theo kế hoạch: 05 /KH/PHGL/QL NCKH&HTQT ngày 9 tháng 9 năm 2019 của Ban QL NCKH&HTQT)

HƯỚNG DẪN TRÌNH BÀY VIDEO CLIP hoặc POWER POINT THUYẾT TRÌNH (Tối đa 10 phút)

1. Giới thiệu về nhóm và các thành viên trong nhóm;
2. Trình bày về sản phẩm dịch vụ của nhóm, tóm tắt về mục tiêu, giá trị, tầm nhìn của sản phẩm, dịch vụ. Phân khúc khách hàng chính của sản phẩm dịch vụ. Giá trị của sản phẩm đối với cộng đồng, xã hội.
3. Giới thiệu về tính sáng tạo, giá trị khác biệt, lợi thế cạnh tranh của sản phẩm dịch vụ.
4. Đánh giá về tính khả thi của dự án.
5. Đánh giá về kết quả dự kiến và nêu vắn tắt về kế hoạch phát triển sản phẩm dịch vụ.