

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày tháng năm 2026

THẺ LỆ

Cuộc thi “Sinh viên với ý tưởng sáng tạo & khởi nghiệp” - Năm 2026
(Kèm theo Kế hoạch số: /KH-ĐHM, ngày tháng năm 2026 của
Trường Đại học Mở Thành phố Hồ Chí Minh)

I. Đối tượng tham dự

- Người học (có năm sinh từ 2003 trở về sau) các bậc, hệ đào tạo của trường Đại học Mở Tp. Hồ Chí Minh.
- Các ý tưởng/dự án đã đạt giải tại các cuộc thi về khởi nghiệp từ cấp trường trở lên sẽ không được tham dự cuộc thi này.

II. Lĩnh vực dự thi

Các ý tưởng/dự án được chia theo các lĩnh vực:

1. Công nghiệp, chế tạo, trí tuệ nhân tạo (AI), STEM

- Sản phẩm: máy móc, thiết bị, công nghệ lõi (AI, STEM kit, bán dẫn...).
- Dịch vụ: giải pháp phục vụ sản xuất công nghiệp, phát triển công nghệ lõi.

2. Nông nghiệp, môi trường, năng lượng

- Sản phẩm: nông sản, thiết bị môi trường, năng lượng tái tạo.
- Dịch vụ: giải pháp phục vụ canh tác, bảo vệ môi trường, tiết kiệm năng lượng.

3. Giáo dục, văn hóa, du lịch, tài chính

- Sản phẩm: phần mềm, công cụ, nền tảng phục vụ giáo dục, văn hóa, dịch vụ, tài chính.
- Dịch vụ: đào tạo, du lịch, logistic, thương mại điện tử.

4. Y tế, sức khỏe, đời sống

- Sản phẩm: thiết bị y tế, dược phẩm, mỹ phẩm, sản phẩm chăm sóc sức khỏe.
- Dịch vụ: khám chữa bệnh, chăm sóc tinh thần, làm đẹp.

5. Kinh doanh tạo tác động xã hội

- Sản phẩm/dịch vụ có mục tiêu chính là tác động xã hội, hỗ trợ cộng đồng, phát triển bền vững, bình đẳng giới, hỗ trợ người yếu thế.

Ý tưởng/ dự án tham dự cuộc thi cần có tính mới, có tính ứng dụng, có giá trị thực tiễn và không phải là đối tượng tranh chấp bản quyền tác giả. Khuyến khích các ý tưởng có hàm lượng khoa học cao, ứng dụng, có khả năng chuyển giao khoa học - kỹ thuật.

III. Quy định về bài dự thi

Hồ sơ đăng ký dự thi được trình bày bằng Tiếng Việt, đánh máy và in trên khổ A4, cỡ chữ 14, phông chữ Times New Roman, bao gồm:

- Tên của ý tưởng/dự án tham dự cuộc thi
- Tên của tác giả, nhóm tác giả (Nêu cụ thể số lượng thành viên, lớp/ ngành – khoa; trường, số lượng thành viên mỗi nhóm từ 03 đến 05 người – khuyến khích nhóm tác giả kết hợp thành viên từ các ngành khác nhau);
- Đề cương Ý tưởng dự án (Trình bày không quá 10 trang; theo mẫu của Ban tổ chức)
- Bản thuyết minh dự án (Trình bày không quá 20 trang, khuyến khích sử dụng lược đồ theo các mô hình kinh doanh; theo mẫu của Ban tổ chức);
- Sản phẩm mẫu, mô hình hoặc các Video clip minh họa.

IV. Tổ chức các giai đoạn thi - vòng thi

- **Giai đoạn 1: Xét duyệt Đề cương ý tưởng:**
 - Thời gian nhận đề cương: 11/05 – 24/05/2026
 - Giảng viên hướng dẫn (GVHD) – Sinh viên (SV) gửi một bản Đề cương ý tưởng dự án dự thi bằng bản cứng và bản mềm (theo mẫu phụ lục I) về cho Ban tổ chức (BTC); xác định lĩnh vực dự thi của dự án theo 05 lĩnh vực ở mục II.
 - Mỗi dự án có tối đa 02 người hướng dẫn bao gồm: 01 người hướng dẫn chuyên môn, kỹ thuật và 01 người hướng dẫn xây dựng kế hoạch kinh doanh, thương mại hóa dự án.
 - Trường hợp dự án chưa có GVHD, BTC sẽ phân công GVHD theo đề xuất của khoa chuyên môn liên quan đến lĩnh vực dự thi của dự án.
 - Mỗi dự án sẽ được chấm bởi 02 Giám khảo độc lập. Điểm của dự án là điểm trung bình của 02 giám khảo.
 - Hội đồng xét chọn đề cương Ý tưởng dự án đề xuất danh mục dự án được thực hiện; trình Ban Giám hiệu ra quyết định phê duyệt danh mục, giao dự án cho sinh viên thực hiện và phân công người hướng dẫn phù hợp.
 - Thời gian công bố danh mục dự án được phê duyệt: tháng 06/2026.
 - Nhóm sinh viên có dự án được phê duyệt thực hiện sẽ được xem xét cấp học bổng khuyến khích khi được chấm đạt ở vòng Bán kết.

- **Giai đoạn 2: Thực hiện dự án**

- Thời gian thực hiện: từ tháng 06 – 10/2026
- Sinh viên thực hiện dự án theo đề cương đã được duyệt, dưới sự hướng dẫn của GVHD.
- Sinh viên được đề xuất các khoa chuyên môn hỗ trợ các điều kiện về phòng thí nghiệm, phòng máy, cơ sở vật chất phù hợp để thực hiện dự án, thông qua GVHD.
- Sinh viên cập nhật tiến độ thực hiện dự án cho khoa quản lý chuyên môn 02 lần trong suốt thời gian thực hiện dự án.
- Sinh viên hoàn thành dự án và nộp báo cáo thực hiện dự án theo quy định gồm: từ ngày 26 – 30/10/2026
 - + Bản thuyết minh dự án hoàn chỉnh (theo mẫu phụ lục II): nộp bản in đóng cuốn - 05 bản, kèm theo file mềm qua email của BTC
 - + Sản phẩm mẫu, mô hình hoặc video clip minh họa sản phẩm
 - + File powerpoint thuyết trình qua email của BTC
 - + Báo cáo hoàn thành dự án có xác nhận của GVHD và khoa chuyên môn (theo mẫu phụ lục III)

- **Giai đoạn 3: Đánh giá dự án**

- **Vòng Bán kết:**
 - Thời gian tổ chức (dự kiến): 07 – 15/11/2026
 - Các nhóm trình bày trực tiếp trước Ban Giám khảo trong thời gian 10 phút/dự án và trả lời câu hỏi 10 phút/dự án.
 - Thang điểm đánh giá dự án theo thang điểm được quy định của thể lệ cuộc thi. Thành viên Ban Giám khảo đánh giá độc lập theo từng nội dung của phiếu đánh giá (theo thang điểm 100 điểm).
 - Dự án dưới 50 điểm bị xếp loại không đạt và không được cấp học bổng khuyến khích. Các dự án đạt điểm từ 50 trở lên sẽ được cấp giấy chứng nhận tham gia cuộc thi của trường và được cấp học bổng khuyến khích.
 - Ban Giám khảo lựa chọn tối đa 10 dự án có điểm cao nhất tham gia vòng chung kết. Nguyên tắc chung: lấy điểm từ cao xuống thấp và có xét đến yếu tố đa dạng các lĩnh vực.
- **Vòng Chung kết (dự kiến): ngày 06/12/2026**
 - Các nhóm nộp hồ sơ tham dự vòng Chung kết gồm:
 - + Bản thuyết minh dự án hoàn thiện sau góp ý của BGK vòng bán kết

- + File powerpoint thuyết trình
- + Video clip giới thiệu dự án (không quá 2 phút, theo hướng dẫn phụ lục IV)
- Vòng Chung kết gồm 03 phần thi:
 - + Phần thi Bình chọn “Dự án được yêu thích nhất”: Video giới thiệu dự án sẽ được đăng tải trên trang fanpage của trường để sinh viên, khán giả bình chọn. Đội thi có dự án được số lượt bình chọn cao nhất sẽ đạt giải. Đây là giải phụ, kết quả không tính vào điểm thi vòng chung kết.
 - + Phần thi Gian hàng trưng bày sản phẩm: Mỗi dự án sẽ được hỗ trợ kinh phí để làm một gian hàng giới thiệu sản phẩm/dự án. Ban Giám khảo sẽ tham quan và chấm điểm từng gian hàng. Điểm thi phần thi Gian hàng chiếm 20% điểm vòng Chung kết.
 - + Phần thi Thuyết trình: Mỗi nhóm trình bày trực tiếp trước Ban Giám khảo trong thời gian 10 phút/dự án và trả lời câu hỏi 10 phút. Điểm thi phần thi Thuyết trình chiếm 80% điểm vòng Chung kết.
- Kết quả điểm số của đội dự thi được đánh giá theo thang điểm được quy định tại phụ lục V.
- Kết quả xếp hạng giải thưởng các dự án được ghi trong biên bản họp Ban Giám khảo.

V. Giải thưởng

Cơ cấu giải thưởng như sau:

- 01 giải nhất gồm: Giấy khen của trường; tiền thưởng 10 triệu đồng;
- 01 giải nhì gồm: Giấy khen của trường; tiền thưởng 08 triệu đồng;
- 01 giải ba gồm: Giấy khen của trường; tiền thưởng 06 triệu đồng;
- 02 giải khuyến khích gồm: Giấy khen của trường; tiền thưởng 04 triệu đồng;
- 01 giải “Dự án được yêu thích nhất”: tiền thưởng 02 triệu đồng.

Tiền giải thưởng sẽ được chuyển khoản đến tài khoản của cá nhân tác giả hoặc thành viên đại diện của nhóm tác giả.

Giấy khen sẽ được gửi đến các nhóm sau khi nhà trường hoàn tất thủ tục cấp.

Các dự án vào vòng Bán kết và phù hợp sẽ được nhà trường lựa chọn, hỗ trợ dự thi cuộc thi cấp Bộ.

VI. Trách nhiệm của tác giả và nhóm tác giả tham dự cuộc thi

a) Thực hiện các quy định của Thể lệ cuộc thi, đảm bảo sản phẩm dự thi phải tuân thủ đúng yêu cầu và Thể lệ của Ban tổ chức. Không xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ theo quy định và chịu trách nhiệm về tính chính xác của thông tin trong hồ sơ dự thi. Các sản phẩm dự thi không phải là đối tượng tranh chấp bản quyền tác giả. Các giải pháp, ý tưởng

sáng tạo muốn bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ phải đăng ký tại cơ quan có thẩm quyền trước khi công bố giải.

b) Trong thời gian diễn ra cuộc thi đến khi trao giải, không được sử dụng sản phẩm của dự án này để tham dự các cuộc thi khác.

c) Các ý tưởng/dự án đã đạt giải ở các cuộc thi từ cấp trường trở lên hoặc tương đương trong những năm trước không được tham gia cuộc thi năm nay.

d) Trong trường hợp tranh chấp bản quyền phát sinh sau khi sản phẩm dự thi đoạt giải, đối tượng dự thi hoàn toàn chịu trách nhiệm theo quy định của pháp luật.

đ) Mọi chi phí hay các khoản nộp thuế liên quan đến giải thưởng cuộc thi do tác giả, nhóm tác giả đoạt giải chịu trách nhiệm theo quy định của pháp luật.

VII. Hình thức nộp bài dự thi

Bài dự thi nộp tại Phòng Công tác sinh viên và Truyền thông, trong giờ hành chính.

Ban tổ chức công bố danh sách các dự án được chọn vào các vòng trong của Cuộc thi trên trang web và fanpage của trường. Mọi nội dung, thông tin liên quan đến dự án sinh viên tham dự Cuộc thi được Ban tổ chức bảo mật theo quy định của pháp luật.

o Thông tin liên hệ:

Phòng Công tác sinh viên và Truyền thông (P.003), Số 97 Võ Văn Tần, Phường Xuân Hòa, Tp.HCM; thầy Thái Hữu Phú,

Email: startup@ou.edu.vn.

Trên đây là Thể lệ Cuộc thi “Sinh viên với ý tưởng sáng tạo & khởi nghiệp” - 2026.

Trong quá trình tổ chức Cuộc thi, Thể lệ Cuộc thi có thể được sửa đổi và bổ sung từ Ban tổ chức để phù hợp với thực tiễn và thông báo kịp thời đến thí sinh./.

PHỤ LỤC I
ĐỀ CƯƠNG Ý TƯỞNG DỰ ÁN KHỞI NGHIỆP

TRƯỜNG ĐẠI HỌC MỞ TP. HỒ CHÍ MINH

CUỘC THI
“ SINH VIÊN VỚI Ý TƯỞNG SÁNG TẠO & KHỞI NGHIỆP”
NĂM 2026

ĐỀ CƯƠNG Ý TƯỞNG DỰ ÁN

.....**TÊN DỰ ÁN**.....

Thuộc lĩnh vực:

NHÓM/CÁ NHÂN THỰC HIỆN

(danh sách thành viên – Họ tên, MSSV, Khoa)

Tháng ____ /2026

Trang thứ 1:

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

1. Họ và tên trưởng nhóm:.....
2. MSSV:.
3. Khoa:
4. Số điện thoại liên hệ:
5. Email:.....
6. Danh sách thành viên trong nhóm:

STT	Họ và tên	MSSV	Khoa	Email và Điện thoại

Trang thứ 2:

Tóm tắt dự án

- Tên ý tưởng/dự án:
- Ý tưởng chính của dự án..... (Từ 03-04 dòng);
- Mô tả sản phẩm/dịch vụ, giá trị của dự án (Tóm tắt từ 5-7 dòng)

Trang 3

1. Tính cần thiết của sản phẩm dịch vụ

- 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

2. Tính khả thi

- Phân tích tính khả thi của việc phát triển, sản xuất sản phẩm;
- Nêu rõ những thuận lợi, khó khăn trong quá trình sản xuất, kinh doanh sản phẩm dịch vụ.

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.
- Phân tích 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 phát triển sản phẩm/dịch vụ

- Xây dựng kế hoạch phát triển từ ý tưởng đến sản phẩm mẫu, sản xuất và thương mại hóa.
- 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.

PHỤ LỤC II
THUYẾT MINH DỰ ÁN KHỞI NGHIỆP

Bìa dự án

TRƯỜNG ĐẠI HỌC MỞ TP. HỒ CHÍ MINH

CUỘC THI
“SINH VIÊN VỚI Ý TƯỞNG SÁNG TẠO & KHỞI NGHIỆP”
NĂM 2026

THUYẾT MINH DỰ ÁN

.....TÊN DỰ ÁN.....

Thuộc lĩnh vực:

NHÓM/CÁ NHÂN THỰC HIỆN

(danh sách thành viên – Họ tên, MSSV, Khoa)

Tháng ____ /2026

Trang thứ 1:

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

7. Họ và tên trưởng nhóm:.....

8. MSSV:.

9. Khoa:

10.Số điện thoại liên hệ:

11.Email:.....

12.Danh sách thành viên trong nhóm:

STT	Họ và tên	MSSV	Khoa	Email và Điện thoại

Trang thứ 2:

Tóm tắt dự án

- Tên ý tưởng/dự án:
- Ý tưởng chính của dự án..... (Từ 03-04 dòng);
- Mô tả sản phẩm/dịch vụ, giá trị của dự án (Tóm tắt từ 5-7 dòng)

Trang 3

Nội dung chính của dự án

A. Tổng quan đề án

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

<p>ĐỐI TÁC CHÍNH</p> <p><i>Mô tả những mối quan hệ quan trọng nhất bên ngoài doanh nghiệp, giữ cho doanh nghiệp hoạt động.</i></p>	<p>HOẠT ĐỘNG CHÍNH</p> <p><i>Mô tả những hoạt động quan trọng nhất cần thực hiện để giữ cho doanh nghiệp hoạt động (VD: Sản xuất, Cung cấp nền tảng, ...).</i></p>	<p>GIẢI PHÁP GIÁ TRỊ</p> <p><i>Sản phẩm hoặc dịch vụ mang lại giá trị cho khách hàng mục tiêu (VD: Giải trí, Cá nhân hóa, Tiết kiệm tiền,...).</i></p>	<p>QUAN HỆ KHÁCH HÀNG</p> <p><i>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,...).</i></p>	<p>PHÂN KHÚC KHÁCH HÀNG</p> <p><i>Một hoặc một số nhóm người mà doanh nghiệp cố gắng phục vụ.</i></p>
	<p>TÀI NGUYÊN CHÍNH</p> <p><i>Mô tả những tài sản quan trọng nhất cần có để giữ cho doanh nghiệp hoạt động (VD: Công nghệ, Con người, Tài chính...).</i></p>		<p>CÁC KÊNH THÔNG TIN VÀ KÊNH PHÂN PHỐI</p> <p><i>Kênh mà doanh nghiệp giao tiếp với khách hàng và mang lại giá trị cho khách hàng (VD: Bán hàng trực tuyến, Siêu thị...).</i></p>	
<p>CẤU TRÚC CHI PHÍ</p> <p><i>Toàn bộ chi phí cần thiết để duy trì doanh nghiệp.</i></p>		<p>DÒNG DOANH THU</p> <p><i>Mô tả dòng tiền mà doanh nghiệp thu được từ việc cung cấp giá trị (VD: Phí dịch vụ, Quảng cáo, Phí môi giới, ...).</i></p>		

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 vốn cần 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 III
BÁO CÁO HOÀN THÀNH DỰ ÁN

TRƯỜNG ĐẠI HỌC MỞ
THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH
KHOA

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập – Tự do – Hạnh phúc

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày tháng ... năm 20...

BÁO CÁO THỰC HIỆN DỰ ÁN
CUỘC THI “SINH VIÊN VỚI Ý TƯỞNG SÁNG TẠO & KHỞI NGHIỆP”
NĂM 2026

1. Thông tin dự án:

- Tên dự án:
- Trưởng nhóm:
- Giảng viên hướng dẫn:
 - + GVHD1:
 - + GVHD2:
- Khoa chuyên môn quản lý:

2. Tóm tắt các nội dung đã thực hiện:

- Mức độ hoàn thiện dự án
- Tiến độ thực hiện
- Sự hỗ trợ của GVHD
- Sự hỗ trợ của khoa chuyên môn

3. Sản phẩm hoàn thành:

- Bản thuyết minh dự án hoàn chỉnh: Có/Không
- Sản phẩm mẫu, mô hình hoặc video clip minh họa sản phẩm: Có/Không
- File powerpoint thuyết trình: Có/Không

KHOA CHUYÊN MÔN

GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN

TRƯỞNG NHÓM

PHỤ LỤC IV

VIDEO GIỚI THIỆU DỰ ÁN

1. Thời lượng và dung lượng

- Video clip có thời lượng không quá 02 phút, dung lượng tối đa 500MB.
- Định dạng MP4, độ phân giải tối thiểu 720p (HD).

2. Tác giả và hình thức thể hiện

- Video clip phải được xây dựng bởi các thành viên trong đội dự thi.
- Có thể kết hợp các yếu tố thuyết trình trực tiếp, hình ảnh minh họa, mô phỏng sản phẩm, phụ đề, nhạc nền, hoặc các đoạn phỏng vấn, phản hồi khách hàng.
- Hình thức thể hiện mang phong thái kinh doanh, sáng tạo, có thể sử dụng các yếu tố hài hước, sinh động, tương tác cao để tăng tính hấp dẫn và khả năng tiếp cận người xem.

3. Nội dung cần thể hiện

- Giới thiệu về Đội thi và các thành viên trong đội.
- Trình bày ý nghĩa xã hội, giá trị cộng đồng của dự án.
- Giới thiệu tóm tắt sản phẩm/dịch vụ, lợi thế cạnh tranh, mục tiêu, giá trị, tầm nhìn của sản phẩm/dịch vụ.
- Nêu rõ phân khúc khách hàng và tính khả thi của dự án.
- Làm rõ yếu tố công nghệ hoặc đổi mới sáng tạo trong dự án, đặc biệt nếu có ứng dụng AI, STEM, IoT, robotics, dữ liệu hoặc công nghệ lõi khác.
- Thể hiện thông điệp cốt lõi mà dự án muốn truyền tải đến cộng đồng.
- Làm nổi bật tác động tích cực của sản phẩm/dịch vụ đối với xã hội, đặc biệt về phát triển bền vững (ESG) và chuyển đổi số.

4. Phong cách trình bày

- Video có thể được dàn dựng dưới dạng thuyết trình, hoạt họa, phóng sự ngắn hoặc mô phỏng công nghệ.
- Khuyến khích sử dụng đồ họa minh họa, sơ đồ công nghệ, video quay sản phẩm thực tế hoặc mô phỏng AI do đội thi tự thực hiện.
- Khuyến khích phần trình bày thể hiện bản sắc riêng của nhóm, tinh thần khởi nghiệp và đổi mới sáng tạo.

5. Quy định về bản quyền

- Video clip phải tuân thủ các quy định về bản quyền hình ảnh, âm thanh, trích dẫn.
- Không sử dụng tài liệu có bản quyền mà không dẫn nguồn cụ thể.

- Các video clip có yếu tố vi phạm bản quyền hoặc nội dung không phù hợp với thuần phong mỹ tục, vi phạm pháp luật sẽ không được chấm thi.

- Khuyến khích sử dụng hình ảnh mô phỏng, minh họa công nghệ AI hoặc mô hình kỹ thuật do đội thi tự xây dựng hoặc có bản quyền hợp pháp.

Ghi chú: Đội thi cần đảm bảo chất lượng hình ảnh, âm thanh rõ nét; phần thuyết trình mạch lạc, súc tích, thể hiện được hàm lượng công nghệ, tinh thần khởi nghiệp và giá trị đổi mới sáng tạo của dự án.

PHỤ LỤC V

TIÊU CHÍ CHẤM ĐIỂM

1. Tiêu chí chấm điểm Vòng Xét duyệt Đề cương: thang điểm 100

a) Sự cần thiết của sản phẩm, dịch vụ đối với nhu cầu thị trường; Lợi ích của sản phẩm, dịch vụ đem lại cho khách hàng, cộng đồng và xã hội; Đánh giá đối tượng, phân khúc khách hàng đối với sản phẩm, dịch vụ. Sản phẩm/ dịch vụ đó sẽ hỗ trợ giải quyết được vấn đề nào của xã hội, của cộng đồng (30 điểm).

b) Tính khả thi trong việc sản xuất, kinh doanh; Khả năng về tài chính; tính hiệu quả bao gồm cơ cấu chi phí, giá thành phù hợp cạnh tranh so với các loại sản phẩm, dịch vụ đã có trên thị trường (25 điểm).

c) Tính độc đáo, sáng tạo, giá trị khác biệt của sản phẩm, dịch vụ so với các sản phẩm đã có trên thị trường; Tính bền vững của sản phẩm, dịch vụ (25 điểm).

d) Kế hoạch phát triển sản phẩm: Xây dựng các giai đoạn phát triển sản phẩm; Phân tích cơ cấu nguồn thu, chi phí, lợi nhuận, khả năng tăng trưởng của dự án (20 điểm).

2. Tiêu chí chấm điểm Vòng Bán kết: thang điểm 100

a) Sự cần thiết của sản phẩm, dịch vụ đối với nhu cầu thị trường; Lợi ích của sản phẩm, dịch vụ đem lại cho khách hàng, cộng đồng và xã hội; Đánh giá đối tượng, phân khúc khách hàng đối với sản phẩm, dịch vụ. Sản phẩm/ dịch vụ đó sẽ hỗ trợ giải quyết được vấn đề nào của xã hội, của cộng đồng (20 điểm).

b) Tính khả thi trong việc sản xuất, kinh doanh; Khả năng về tài chính; tính hiệu quả bao gồm cơ cấu chi phí, giá thành phù hợp cạnh tranh so với các loại sản phẩm, dịch vụ đã có trên thị trường (15 điểm).

c) Tính độc đáo, sáng tạo, giá trị khác biệt của sản phẩm, dịch vụ so với các sản phẩm đã có trên thị trường; Tính bền vững của sản phẩm, dịch vụ (15 điểm).

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 của dự án bao gồm: doanh thu, lợi nhuận dự kiến, khả năng tăng trưởng, tác động xã hội của dự án (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 dự án; Các đối tác chính, Giải pháp huy động vốn triển khai dự án (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 và khác biệt (10 điểm).

g) Khả năng trình bày hoặc thuyết trình dự án (10 điểm).

3. Tiêu chí chấm điểm Vòng Chung kết: thang điểm 100

a) Điểm gian hàng (A) – tối đa 20 điểm: Tính thẩm mỹ/sáng tạo/thu hút; Tính quy mô/đầu tư của gian hàng; Thể hiện nổi bật được sản phẩm/dịch vụ (trưng bày); Phong cách đội ngũ, kỹ năng trình bày, ...

b) Điểm đánh giá dự án (B): như các tiêu chí và thang điểm ở vòng Bán kết

$$\text{Điểm vòng Chung kết} = A + B*0.8$$