**2001224715 – Nguyễn Văn Thành**

**Câu 1:**

a/ Ý tưởng: kinh doanh về sản phẩm màn hình tích hợp phần mềm thông minh dành cho xe oto

Thị trường: Xác định thị trường tiềm năng cho sản phẩm. Điều này bao gồm việc nghiên cứu về nhu cầu của khách hàng, đối thủ cạnh tranh, và xu hướng công nghệ.

Nhân tài: Đảm bảo có đội ngũ nhân viên có kiến thức và kỹ năng để phát triển, triển khai, và hỗ trợ sản phẩm. Tìm kiếm và thu hút nhân tài có kinh nghiệm trong lĩnh vực công nghệ ô tô.

Công nghệ: Đánh giá và chọn công nghệ phù hợp cho sản phẩm. Cân nhắc việc tích hợp AI, IoT, và các tính năng thông minh khác.

Đam mê : Đảm bảo đội ngũ làm việc với đam mê và cam kết với sản phẩm. Khám phá cách sản phẩm có thể cải thiện trải nghiệm lái xe và an toàn.

Tài chính : Xác định nguồn tài chính để phát triển sản phẩm. Cân nhắc vốn đầu tư, vay vốn, hoặc hợp tác đối tác.

Nhân rộng : Lập kế hoạch mở rộng sản phẩm ra thị trường lớn hơn. Điều này bao gồm việc xây dựng hệ thống phân phối và quảng cáo.

Pháp luật : Tuân thủ các quy định pháp luật liên quan đến sản phẩm ô tô và công nghệ. Đảm bảo bản quyền và bảo vệ dữ liệu của người dùng.

b/

1. **Phân khúc khách hàng (Customer Segment):** Xác định đối tượng khách hàng mục tiêu. Có thể là các chủ xe ô tô cá nhân, doanh nghiệp vận tải, hoặc các hãng sản xuất ô tô.
2. **Giá trị đề xuất (Value Proposition):** Định rõ giá trị mà sản phẩm của bạn mang lại cho khách hàng. Ví dụ: Màn hình thông minh giúp tối ưu hóa trải nghiệm lái xe và cung cấp thông tin hữu ích.
3. **Kênh phân phối (Distribution Channel):** Xác định cách bạn sẽ tiếp cận khách hàng. Có thể thông qua đại lý, trực tiếp bán hàng, hoặc qua các hệ thống phân phối ô tô.
4. **Mối quan hệ với khách hàng (Customer Relationship):** Xác định cách bạn sẽ duy trì và phát triển mối quan hệ với khách hàng sau khi bán sản phẩm.
5. **Nguồn tài nguyên (Key Resources):** Liệt kê các tài nguyên cần thiết để phát triển và duy trì sản phẩm, bao gồm công nghệ, nhân lực, và vốn đầu tư.
6. **Các hoạt động chính (Key Activities):** Xác định các hoạt động cần thực hiện để sản xuất, phân phối, và hỗ trợ sản phẩm.
7. **Các đối tác (Key Partners):** Liệt kê các đối tác cần hợp tác để đạt được mục tiêu kinh doanh, ví dụ như nhà sản xuất linh kiện, hãng ô tô, hoặc các công ty công nghệ.
8. **Cơ cấu chi phí (Cost Structure):** Xác định chi phí liên quan đến sản xuất, phân phối, và duy trì sản phẩm.
9. **Các nguồn doanh thu (Revenue Streams):** Xác định các nguồn doanh thu, ví dụ như doanh thu từ bán sản phẩm, dịch vụ hỗ trợ, hoặc thuê bao.

**Câu 2**

Chúng ta không nên chỉ đợi và xem tương lai diễn ra. Thay vào đó, hãy đảm đương trách nhiệm và tạo ra những thay đổi tích cực. Để tạo ra tương lai, chúng ta cần sáng tạo. khám phá những ý tưởng mới, thử nghiệm và không ngừng học hỏi. Chúng ta có thể tạo ra những giải pháp mới. Việc tạo ra tương lai đòi hỏi chúng ta phải đối mặt với rủi ro và thất bại. Tuy nhiên, không sợ thất bại là điều quan trọng. Chúng ta học hỏi từ những sai lầm và tiến xa hơn.

Mục tiêu: Đạt bằng Giỏi (GPA > 3.2) năm 22 tuổi ngành công nghệ thông tin của trường Đại học Công Thương Tp.HCM

S: Mục tiêu đạt bằng Giỏi của ngành CNTT của trường HUIT

M: GPA > 3.2

A: hiện tại GPA = 3.29 học và cải thiện để đạt > 3.2

R: Mục tiêu liên quan trực tiếp đến học tập và phát triển trong ngành Công nghệ thông tin. Điều này liên quan đến sự nghiệp sau này.

T: tới năm 22 tuổi, thực hiện mục tiêu trong vòng 2 năm