

QUYẾT ĐỊNH

**Phê duyệt Khung nội dung kiến thức, kỹ năng về khởi nghiệp kinh doanh
dành cho học sinh, sinh viên**

BỘ TRƯỞNG BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO

Căn cứ Luật Giáo dục ngày 14 tháng 6 năm 2019; Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Giáo dục ngày 10 tháng 12 năm 2025;

Căn cứ Luật Giáo dục nghề nghiệp ngày 10 tháng 12 năm 2025;

Căn cứ Luật Giáo dục đại học ngày 10 tháng 12 năm 2025;

Căn cứ Nghị định số 279/2026/NĐ-CP ngày 12 tháng 7 năm 2026 của Chính phủ quy định chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn và cơ cấu tổ chức của Bộ Giáo dục và Đào tạo;

Căn cứ Quyết định số 2074/QĐ-BGDĐT ngày 12 tháng 8 năm 2025 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo ban hành Kế hoạch của Bộ Giáo dục và Đào tạo thực hiện Nghị quyết số 138/NQ-CP ngày 16 tháng 5 năm 2025 của Chính phủ ban hành Kế hoạch hành động của Chính phủ thực hiện Nghị quyết số 68-NQ/TW ngày 04 tháng 5 năm 2025 của Bộ Chính trị về phát triển kinh tế tư nhân;

Theo đề nghị của Vụ trưởng Vụ Học sinh, sinh viên.

QUYẾT ĐỊNH:

Điều 1. Phê duyệt kèm theo Quyết định này Khung nội dung kiến thức, kỹ năng về khởi nghiệp kinh doanh dành cho học sinh, sinh viên (gọi tắt là Khung). Khung là tài liệu định hướng để các cơ sở giáo dục nghiên cứu, lựa chọn và vận dụng phù hợp với chương trình giáo dục, chương trình đào tạo và điều kiện thực tế.

Điều 2. Vụ Học sinh, sinh viên chủ trì, phối hợp với các đơn vị có liên quan phổ biến, hướng dẫn và hỗ trợ việc vận dụng Khung; theo dõi, tổng hợp khó khăn, vướng mắc và đề xuất Bộ trưởng xem xét điều chỉnh, cập nhật Khung khi cần thiết.

Điều 3. Quyết định này có hiệu lực kể từ ngày ký. Chánh Văn phòng, Vụ trưởng Vụ Học sinh, sinh viên và Thủ trưởng các đơn vị có liên quan chịu trách nhiệm thi hành Quyết định này. /

Nơi nhận:

- Như Điều 3;
- Bộ trưởng (để báo cáo);
- Các đơn vị thuộc Bộ;
- Các cơ sở GDĐH, cơ sở GDNN;
- Các Sở GDĐT;
- Công TTĐT Bộ GDĐT;
- Lưu: VT, HSSV.

**KT. BỘ TRƯỞNG
THỨ TRƯỞNG**



Nguyễn Thị Quyên Thanh

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO

**KHUNG NỘI DUNG KIẾN THỨC, KỸ NĂNG VỀ KHỞI NGHIỆP KINH DOANH
DÀNH CHO HỌC SINH, SINH VIÊN**

(Kèm theo Quyết định số: /QĐ-BGDĐT ngày tháng năm 2026 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo)

DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT

Chữ viết tắt	Nội dung
AI	Trí tuệ nhân tạo (Artificial Intelligence)
BMC	Khung mô hình kinh doanh (Business Model Canvas)
CTGDPT	Chương trình giáo dục phổ thông
GDDH	Giáo dục đại học
GDĐT	Giáo dục và đào tạo
GDNN	Giáo dục nghề nghiệp
HSSV	Học sinh, sinh viên
MVP	Sản phẩm khả dụng tối thiểu (Minimum Viable Product)
STEM	Khoa học, công nghệ, kỹ thuật và toán học (Science, Technology, Engineering and Mathematics)
STEAM	Khoa học, công nghệ, kỹ thuật, nghệ thuật và toán học (Science, Technology, Engineering, Arts and Mathematics)
STT	Số thứ tự
SWOT	Điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức (Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats)
THCS	Trung học cơ sở
THPT	Trung học phổ thông
TTĐT	Thông tin điện tử

I. QUAN ĐIỂM XÂY DỰNG KHUNG

1. Khung được xây dựng theo định hướng phát triển phẩm chất và năng lực của người học thông qua việc trang bị kiến thức, kỹ năng về khởi nghiệp kinh doanh. Trong Khung này, khởi nghiệp kinh doanh được hiểu là quá trình nhận diện cơ hội, hình thành ý tưởng, tạo giá trị, huy động nguồn lực, thử nghiệm, thích ứng và hành động có trách nhiệm trong bối cảnh phù hợp với lứa tuổi, cấp học, trình độ đào tạo và điều kiện thực tiễn. Việc thành lập doanh nghiệp, thương mại hóa sản phẩm hoặc tạo doanh thu không phải là yêu cầu bắt buộc đối với mọi cấp học, đặc biệt là đối với giáo dục phổ thông.

2. Khung được xây dựng theo hướng mở, linh hoạt, có khả năng tích hợp vào chương trình giáo dục và chương trình đào tạo hiện hành. Khung không thay thế chương trình giáo dục, chương trình đào tạo, chuẩn chương trình đào tạo và các quy định hiện hành; không quy định thêm chương trình, môn học, mô-đun, học phần hoặc số tín chỉ bắt buộc ngoài quy định của cấp có thẩm quyền. Cơ sở giáo dục căn cứ mục tiêu, yêu cầu cần đạt hoặc định hướng chuẩn đầu ra, đặc điểm người học và điều kiện thực tế để lựa chọn nội dung, hình thức tổ chức, mức độ triển khai và minh chứng đánh giá phù hợp.

3. Đối với giáo dục phổ thông, Khung nhằm góp phần thực hiện mục tiêu của CTGDPT 2018, đồng thời hỗ trợ hình thành và phát triển các phẩm chất chủ yếu, năng lực chung và một số năng lực đặc thù của học sinh thông qua hoạt động học tập, trải nghiệm, hướng nghiệp, dự án, câu lạc bộ, hoạt động STEM, STEAM, hoạt động cộng đồng và các hình thức giáo dục dục phù hợp. Cơ sở giáo dục triển khai nội dung khởi nghiệp kinh doanh theo hướng vừa sức, an toàn, thiết thực; không thương mại hóa hoạt động giáo dục và không yêu cầu học sinh phải thành lập doanh nghiệp.

4. Đối với giáo dục nghề nghiệp và giáo dục đại học, Khung định hướng phát triển năng lực khởi nghiệp kinh doanh gắn với chuẩn đầu ra, ngành, nghề đào tạo, hoạt động thực hành, thực tập, dự án học tập, đổi mới sáng tạo, hợp tác với doanh nghiệp và hệ sinh thái khởi nghiệp. Việc lựa chọn, vận dụng Khung cần chú trọng bảo đảm tính liên thông giữa giáo dục phổ thông, giáo dục nghề nghiệp và giáo dục đại học; đồng thời, cơ sở giáo dục có thể quy đổi, tích hợp nội dung của Khung vào chương trình đào tạo theo điều kiện thực tế và thẩm quyền được giao.

Đối với giáo dục nghề nghiệp và giáo dục đại học, các yêu cầu về năng lực, chuẩn đầu ra, chương trình đào tạo, phương pháp tổ chức, đánh giá và điều kiện bảo đảm chất lượng được thực hiện theo pháp luật về giáo dục và các quy định hiện hành. Khung trình độ quốc gia Việt Nam được vận dụng trong Khung này để thống nhất cách mô tả, đối chiếu và tổng hợp kết quả học

tập theo ba thành phần: kiến thức, kỹ năng, mức độ tự chủ và trách nhiệm cá nhân; không thay thế hoặc làm phát sinh thêm hệ thống năng lực, chuẩn đầu ra và các yêu cầu chuyên môn đã được quy định.

5. Khung được xây dựng trên cơ sở kết hợp yêu cầu phát triển đất nước trong giai đoạn mới với định hướng của Đảng và Nhà nước về khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo, chuyển đổi số, phát triển kinh tế tư nhân, hội nhập quốc tế và đổi mới giáo dục. Giáo dục khởi nghiệp kinh doanh góp phần hình thành ở người học tư duy thiết kế, tư duy sáng tạo, tư duy phản biện, tư duy tài chính phù hợp, năng lực tạo giá trị, tinh thần tự chủ, trách nhiệm xã hội, khả năng thích ứng với thay đổi và ý thức đóng góp vào mục tiêu phát triển đất nước nhanh, bền vững, từng bước trở thành quốc gia công nghiệp phát triển.

6. Các chủ đề trong Khung được xác định theo tiếp cận năng lực và bảo đảm sự liên kết giữa bối cảnh, mục tiêu giáo dục, yêu cầu cần đạt hoặc định hướng chuẩn đầu ra, nội dung, phương pháp tổ chức và minh chứng đánh giá. Đối với giáo dục phổ thông, các năng lực liên quan đến khởi nghiệp kinh doanh không hình thành một hệ thống năng lực độc lập ngoài CTGDPT 2018 mà được tích hợp, bổ trợ và cụ thể hóa thông qua các hoạt động giáo dục phù hợp, qua đó góp phần thực hiện mục tiêu của Chương trình giáo dục phổ thông tổng thể.

7. Khung coi trọng việc học thông qua trải nghiệm, thực hành, dự án và giải quyết vấn đề thực tiễn. Nội dung giáo dục khởi nghiệp kinh doanh gắn với đời sống của người học, nhà trường, gia đình, cộng đồng, địa phương, cơ sở sản xuất, kinh doanh, doanh nghiệp và môi trường số. Cơ sở giáo dục khuyến khích người học quan sát thực tiễn, phát hiện nhu cầu, đề xuất ý tưởng, thử nghiệm giải pháp, tiếp nhận phản hồi và cải tiến sản phẩm, dịch vụ hoặc hoạt động tạo giá trị ở mức độ phù hợp. Khung khuyến khích vận dụng tư duy thiết kế, tư duy sáng tạo, tư duy lấy người dùng làm trung tâm và phương pháp giải quyết vấn đề; chú trọng các kỹ năng quan sát, điều tra thị trường, phỏng vấn, khảo sát, phân tích nhu cầu, thử nghiệm và cải tiến dựa trên phản hồi. Đồng thời, Khung chú trọng rèn luyện các kỹ năng lập kế hoạch, quản lý thời gian và nguồn lực; giao tiếp, lắng nghe, thuyết trình, phản biện, hợp tác; ra quyết định, giải quyết vấn đề và điều chỉnh dựa trên dữ liệu, minh chứng; sử dụng công cụ số và trí tuệ nhân tạo có trách nhiệm.

8. Khung lấy người học làm trung tâm, đề cao tư duy sáng tạo, tinh thần khởi nghiệp, văn hóa khởi nghiệp, năng lực tạo giá trị, khả năng hợp tác và trách nhiệm xã hội. Khi lựa chọn, vận dụng Khung, cơ sở giáo dục cần chú trọng bảo đảm an toàn về thể chất và tâm lý cho người học, tôn trọng sự khác biệt, khuyến khích tinh thần học hỏi, thử nghiệm và thích ứng; đồng thời coi trọng đạo đức kinh doanh, tính minh bạch, việc bảo vệ dữ liệu cá nhân, quyền sở hữu trí tuệ, môi trường và yêu cầu tuân thủ

pháp luật, phát triển bền vững. Việc hình thành và phát triển ý tưởng, dự án cần quan tâm đến giá trị kinh tế, giá trị xã hội, tác động đối với cộng đồng và môi trường; khuyến khích các dự án khởi nghiệp tạo tác động xã hội phù hợp với lứa tuổi, trình độ đào tạo và điều kiện thực tế.

Đối với ý tưởng hoặc dự án có yếu tố sáng tạo, đổi mới hoặc giải pháp kỹ thuật, người học cần xác định yếu tố tạo khác biệt; làm rõ lợi ích đối với người dùng, khách hàng hoặc cộng đồng; kiểm chứng lợi ích bằng minh chứng phù hợp; đồng thời thể hiện vai trò của yếu tố đó trong đề xuất giá trị, mô hình kinh doanh và phương án triển khai. Nội dung này được vận dụng theo mức độ phù hợp với bậc học, trình độ đào tạo và đặc thù ngành, nghề; không mặc định mọi dự án khởi nghiệp phải có sáng chế hoặc giải pháp kỹ thuật mới.

II. MỤC TIÊU

1. Mục tiêu chung

Khung nhằm trang bị cho học sinh, sinh viên kiến thức, kỹ năng và năng lực phù hợp về khởi nghiệp kinh doanh; góp phần hình thành tư duy thiết kế, tư duy sáng tạo, tư duy tài chính phù hợp, năng lực tạo giá trị, tinh thần chủ động, khả năng hợp tác, thích ứng và hành động có trách nhiệm; đồng thời tạo điều kiện để người học trải nghiệm, thực hành theo dự án và kết nối với hệ sinh thái nhà trường - doanh nghiệp - địa phương phù hợp với từng cấp học, trình độ đào tạo.

2. Mục tiêu theo nhóm đối tượng

- **Đối với giáo dục phổ thông**, Khung góp phần thực hiện mục tiêu của CTGDPT 2018, hình thành nhận thức, tư duy và kỹ năng nền tảng, đồng thời tạo cơ hội để học sinh trải nghiệm hoạt động tạo giá trị phù hợp với lứa tuổi; Khung không yêu cầu học sinh phải thành lập doanh nghiệp.
- **Đối với giáo dục nghề nghiệp**, Khung góp phần phát triển năng lực khởi nghiệp kinh doanh cho người học, gắn với kỹ năng nghề, hoạt động thực hành, thực tập, sản phẩm và dịch vụ nghề, khả năng tự tạo việc làm và yêu cầu thực tiễn của thị trường lao động.
- **Đối với giáo dục đại học**, Khung góp phần phát triển năng lực khởi nghiệp kinh doanh gắn với chuẩn đầu ra, từ cấp độ nền tảng dành cho số đông sinh viên đến cấp độ chuyên sâu, tự chọn dành cho sinh viên có định hướng phát triển dự án, khởi sự kinh doanh, ươm tạo, đổi mới trong tổ chức hoặc thương mại hóa kết quả.

III. CẤU TRÚC KHUNG VÀ CÁC TRỤC NĂNG LỰC CHUNG

1. Cấu trúc Khung

Khung gồm 03 hợp phần: giáo dục phổ thông, giáo dục nghề nghiệp và giáo dục đại học. Mỗi hợp phần xác định mục tiêu, yêu cầu cần đạt hoặc định hướng chuẩn đầu ra, hệ thống chuyên đề hoặc mô-đun, nội dung, phương pháp và hình thức tổ chức, gợi ý minh chứng, định hướng đánh giá.

Đối với giáo dục nghề nghiệp và giáo dục đại học, yêu cầu về năng lực và chuẩn đầu ra được xác định theo chuẩn chương trình đào tạo và các quy định hiện hành. Khi mô tả, đối chiếu và tổng hợp kết quả học tập đối với nội dung được lựa chọn từ Khung, cơ sở giáo dục sử dụng ba thành phần: kiến thức, kỹ năng, mức độ tự chủ và trách nhiệm cá nhân theo Khung trình độ quốc gia Việt Nam hiện hành. Các mức, cấp độ nội dung trong Khung này chỉ phản ánh phạm vi và độ sâu của nội dung giáo dục khởi nghiệp kinh doanh, không phải là bậc trình độ đào tạo.

2. Các trục năng lực chung

Khung sử dụng 07 trục năng lực chung làm căn cứ định hướng nội dung, phương pháp tổ chức và đánh giá theo minh chứng. 07 trục năng lực được xây dựng trên cơ sở tham khảo các khung năng lực quốc tế về giáo dục khởi nghiệp, trong đó có Khung năng lực khởi nghiệp của Liên minh châu Âu (EntreComp), đồng thời được chọn lọc, điều chỉnh phù hợp với mục tiêu giáo dục, bối cảnh Việt Nam và yêu cầu bảo đảm tính liên thông giữa các cấp học, trình độ đào tạo. Cơ sở giáo dục cụ thể hóa các trục năng lực phù hợp với lứa tuổi, cấp học, trình độ đào tạo và đặc thù ngành, nghề như sau:

- (1) **Nhận diện cơ hội và bối cảnh:** Người học nhận biết, tìm hiểu và phân tích bối cảnh; đánh giá thông tin, phân biệt dữ kiện với giả định, nhận diện nhu cầu, vấn đề thực tiễn và cơ hội tạo giá trị.
- (2) **Sáng tạo và ý tưởng tạo giá trị:** Người học đề xuất ý tưởng, sản phẩm, dịch vụ hoặc giải pháp nhằm tạo giá trị cho người dùng, khách hàng, cộng đồng hoặc xã hội. Người học vận dụng tư duy thiết kế, tư duy sáng tạo và tư duy lấy người dùng làm trung tâm để hình thành, lựa chọn và hoàn thiện ý tưởng.
- (3) **Lập kế hoạch khởi nghiệp:** Người học xây dựng kế hoạch triển khai ý tưởng ở mức độ phù hợp; xác định mục tiêu, hoạt động, tiến độ, nhiệm vụ, nguồn lực và tiêu chí đánh giá.

(4) **Thử nghiệm và thích ứng:** Người học thiết kế và thử nghiệm sản phẩm mẫu, mô hình hoặc giải pháp; kiểm chứng giả định, phân tích kết quả và đánh giá bằng chứng; thu thập phản hồi; điều chỉnh và cải tiến dựa trên minh chứng.

(5) **Huy động và tối ưu nguồn lực:** Người học xác định, huy động và sử dụng phù hợp các nguồn lực cần thiết, bao gồm nhân lực, tài chính, vật liệu, thời gian, thông tin, tri thức, dữ liệu, công cụ số và trí tuệ nhân tạo để hỗ trợ nghiên cứu, thiết kế, thử nghiệm, truyền thông và triển khai ý tưởng, dự án; đồng thời bảo đảm sử dụng nguồn lực tiết kiệm, hiệu quả, minh bạch, an toàn, có kiểm chứng và tuân thủ pháp luật. Người học từng bước hình thành tư duy tài chính phù hợp với lứa tuổi, cấp học, trình độ đào tạo và ngành, nghề; biết nhận diện giá trị của tiền, chi phí, nguồn thu, dòng tiền và sử dụng nguồn lực tài chính có trách nhiệm ở mức độ phù hợp.

(6) **Hợp tác, giao tiếp và quản trị:** Người học hợp tác trong nhóm; giao tiếp, thuyết trình, lập luận, phản biện và tiếp nhận phản hồi có căn cứ; xác định vai trò, phân công nhiệm vụ, phối hợp công việc, theo dõi tiến độ và xử lý khó khăn, bất đồng phát sinh trong quá trình triển khai ý tưởng, dự án.

(7) **Đạo đức và trách nhiệm xã hội:** Người học hành động trung thực, minh bạch, tuân thủ pháp luật, tôn trọng quyền sở hữu trí tuệ, bảo vệ dữ liệu cá nhân và cân nhắc tác động xã hội, môi trường, tính bền vững. Người học thực hành đạo đức kinh doanh, tôn trọng người tiêu dùng, người dùng và các bên liên quan; xem xét tác động xã hội, tác động môi trường và khả năng tạo giá trị xã hội của ý tưởng, dự án.

Tư duy phản biện được phát triển xuyên suốt 07 trục năng lực thông qua việc đặt câu hỏi, phân biệt dữ kiện với giả định và ý kiến, đánh giá độ tin cậy của thông tin và bằng chứng, xem xét các phương án, lập luận và phản biện có căn cứ, đồng thời điều chỉnh nhận định, giải pháp hoặc quyết định trên cơ sở dữ liệu và phản hồi phù hợp với lứa tuổi, cấp học, trình độ đào tạo. Tinh thần chủ động, kiên trì, khả năng học từ trải nghiệm, ứng phó với sự không chắc chắn và điều chỉnh trước thay đổi được phát triển xuyên suốt các trục năng lực ở mức độ phù hợp với lứa tuổi, cấp học và trình độ đào tạo.

Biểu hiện của 07 trục năng lực được cụ thể hóa trong từng hợp phần của Khung. Khung không yêu cầu người học ở các cấp học và trình độ đào tạo khác nhau phải đạt cùng một mức độ năng lực.

Tên gọi 07 trục năng lực chung được sử dụng thống nhất trong toàn Khung nhằm bảo đảm tính liên thông giữa các cấp học, trình độ đào tạo. Tên chuyên đề, mô-đun và cách diễn đạt nội dung ở từng cấp học, trình độ đào tạo có thể điều chỉnh phù hợp với lứa tuổi, ngành, nghề, chuẩn đầu ra và hình thức tổ chức; việc điều chỉnh không làm thay đổi nội hàm cốt lõi của 07 trục

năng lực chung. Đối với giáo dục nghề nghiệp và giáo dục đại học, cơ sở giáo dục cụ thể hóa 07 trục năng lực gắn với ngành, nghề đào tạo, chuẩn đầu ra, hoạt động thực hành, thực tập, dự án học tập, sản phẩm, dịch vụ, mô hình kinh doanh, đổi mới sáng tạo và kết nối doanh nghiệp.

3. Các nhóm kỹ năng cốt lõi

Để làm rõ thành tố kỹ năng của Khung, các kỹ năng khởi nghiệp kinh doanh được phát triển xuyên suốt 07 trục năng lực và được cụ thể hóa trong yêu cầu cần đạt, định hướng chuẩn đầu ra, phương pháp tổ chức và minh chứng. Các kỹ năng dưới đây không tạo thành một hệ thống năng lực độc lập hoặc yêu cầu bắt buộc mới, mà là các kỹ năng trọng tâm để cơ sở giáo dục lựa chọn, phát triển theo lứa tuổi, cấp học, trình độ đào tạo, ngành, nghề và điều kiện thực tế.

STT	Trục năng lực	Kỹ năng trọng tâm
1	Nhận diện cơ hội và bối cảnh	Quan sát, đặt câu hỏi; tìm kiếm, thu thập, kiểm tra và phân tích thông tin, dữ liệu; nhận diện nhu cầu, vấn đề và bên liên quan; phân biệt dữ kiện với giả định; xác định cơ hội tạo giá trị.
2	Sáng tạo và ý tưởng tạo giá trị	Vận dụng tư duy thiết kế và tư duy sáng tạo; hình thành, phát triển, so sánh và lựa chọn ý tưởng; mô tả lợi ích và đề xuất giá trị; trực quan hóa, trình bày giải pháp ở mức phù hợp.
3	Lập kế hoạch khởi nghiệp	Xác định mục tiêu, nhiệm vụ và kết quả dự kiến; phân rã công việc; lập tiến độ, dự toán và tiêu chí đánh giá; dự kiến nguồn lực, rủi ro và phương án điều chỉnh.
4	Thử nghiệm và thích ứng	Thiết kế công cụ khảo sát, phỏng vấn hoặc quan sát; tạo mẫu, mô phỏng hoặc sản phẩm thử; thiết kế và thực hiện thử nghiệm; thu thập, phân tích phản hồi; kiểm chứng giả định, đo lường và cải tiến dựa trên bằng chứng.
5	Huy động và tối ưu nguồn lực	Lựa chọn, huy động và sử dụng nhân lực, vật liệu, thời gian, thông tin, dữ liệu và công cụ; lập dự toán, tính toán chi phí, giá, nguồn thu, dòng tiền ở mức phù hợp; theo dõi và sử dụng nguồn lực tiết kiệm, minh bạch, có trách nhiệm.
6	Hợp tác, giao tiếp và quản trị	Lắng nghe, trao đổi, thuyết trình, lập luận và phản biện; phân công vai trò, phối hợp công việc, theo dõi tiến độ; xử lý bất đồng, đàm phán và kết nối với các bên liên quan ở mức phù hợp.
7	Đạo đức và trách nhiệm xã hội	Nhận diện rủi ro đạo đức, pháp lý và sở hữu trí tuệ; trích dẫn, ghi nguồn và bảo vệ dữ liệu cá nhân; đánh giá tác động xã hội, môi trường; lựa chọn cách ứng xử và ra quyết định có trách nhiệm.

Kỹ năng số và sử dụng trí tuệ nhân tạo (AI) được tích hợp xuyên suốt các nhóm kỹ năng trên. Người học lựa chọn công cụ phù hợp với mục đích; bảo vệ dữ liệu cá nhân; kiểm tra, đối chiếu kết quả do công cụ tạo ra với nguồn tin cậy hoặc dữ liệu thực tế; ghi nhận mức độ sử dụng khi phù hợp; không phụ thuộc hoàn toàn vào công cụ và chịu trách nhiệm đối với quyết định,

sản phẩm và kết quả cuối cùng. Khung không đồng nhất kỹ năng khởi nghiệp với khả năng thao tác một nền tảng, viết câu lệnh hoặc sử dụng một công cụ trí tuệ nhân tạo cụ thể.

IV. NỘI DUNG ĐỐI VỚI GIÁO DỤC PHỔ THÔNG

Việc lựa chọn, tích hợp nội dung của Khung được thực hiện trong khuôn khổ CTGDPT hiện hành, không làm phát sinh môn học, hoạt động giáo dục, thời lượng hoặc đầu điểm đánh giá độc lập. Các chuyên đề dưới đây có tính chất định hướng; cơ sở giáo dục căn cứ điều kiện thực tế để lựa chọn, tích hợp, cụ thể hóa, không bắt buộc áp dụng đồng loạt hoặc toàn bộ.

1. Yêu cầu cần đạt

1.1. Yêu cầu cần đạt về phẩm chất và năng lực chung

Việc tích hợp nội dung khởi nghiệp kinh doanh góp phần thực hiện yêu cầu cần đạt về các phẩm chất chủ yếu và năng lực chung của học sinh theo CTGDPT 2018 ở mức độ phù hợp với từng cấp học. Thông qua các hoạt động giáo dục, học sinh được bồi dưỡng tư duy sáng tạo, tinh thần khởi nghiệp, năng lực tạo giá trị, ý thức tự chủ, khả năng hợp tác, giải quyết vấn đề và thái độ học tập, lao động, khởi sự kinh doanh có trách nhiệm trên cơ sở các phẩm chất, năng lực đã được quy định trong CTGDPT 2018. Việc vận dụng các nội dung của Khung đồng thời góp phần bồi dưỡng các phẩm chất chủ yếu của học sinh, trong đó chú trọng đến các phẩm chất chăm chỉ, trung thực và trách nhiệm, phù hợp với nội dung, hình thức hoạt động và từng cấp học.

1.2. Yêu cầu cần đạt về năng lực khởi nghiệp kinh doanh

Các yêu cầu cần đạt về năng lực khởi nghiệp kinh doanh được xác định theo 07 trục năng lực trên cơ sở tham khảo các khung năng lực quốc tế về giáo dục khởi nghiệp và điều chỉnh phù hợp với lứa tuổi, cấp học và điều kiện thực tiễn của Việt Nam. Các trục năng lực là căn cứ chung để định hướng nội dung, phương pháp tổ chức và đánh giá theo minh chứng; đối với giáo dục phổ thông, các trục này không làm phát sinh một hệ thống năng lực độc lập ngoài CTGDPT 2018:

- (1) Nhận diện cơ hội và bối cảnh: Nhận biết, tìm hiểu và phân tích được bối cảnh kinh tế - xã hội, công nghệ số, đổi mới sáng tạo, hội nhập, định hướng phát triển của đất nước, địa phương, ngành, nghề ở mức độ phù hợp; nhận diện được nhu cầu, vấn đề thực tiễn và cơ hội tạo giá trị có thể phát triển thành ý tưởng khởi nghiệp kinh doanh.
- (2) Sáng tạo và ý tưởng tạo giá trị: Đề xuất được ý tưởng, sản phẩm, dịch vụ hoặc giải pháp tạo giá trị trên cơ sở nhu cầu, vấn đề đã nhận diện; xác định được giá trị mang lại cho người dùng, khách hàng, cộng đồng hoặc xã hội ở mức độ phù hợp với cấp học.

(3) Lập kế hoạch khởi nghiệp: Xây dựng được kế hoạch triển khai ý tưởng khởi nghiệp kinh doanh ở mức phù hợp, gồm mục tiêu, đối tượng phục vụ, sản phẩm, dịch vụ hoặc giải pháp, hoạt động chính, tiến độ thực hiện, phân công nhiệm vụ, nguồn lực cần sử dụng, chi phí dự kiến và tiêu chí đánh giá kết quả.

(4) Thử nghiệm và thích ứng: Thiết kế, thử nghiệm được sản phẩm mẫu, mô hình, bản mô phỏng hoặc giải pháp ở quy mô phù hợp; thu thập phản hồi từ người dùng, khách hàng hoặc các bên liên quan; điều chỉnh, cải tiến ý tưởng, sản phẩm, dịch vụ hoặc cách triển khai trên cơ sở minh chứng.

(5) Huy động và tối ưu nguồn lực: Xác định được các nguồn lực cần thiết cho ý tưởng hoặc dự án khởi nghiệp kinh doanh, bao gồm nhân lực, tài chính, vật liệu, thời gian, thông tin, tri thức, dữ liệu, công cụ số và trí tuệ nhân tạo; lựa chọn, sử dụng phù hợp để hỗ trợ nghiên cứu, thiết kế, thử nghiệm, truyền thông và quản trị, bảo đảm tiết kiệm, hiệu quả, minh bạch, an toàn, có kiểm chứng và phù hợp điều kiện thực tế.

(6) Hợp tác, giao tiếp và quản trị: Thực hiện được hợp tác trong nhóm dự án; phân công, phối hợp, theo dõi tiến độ công việc; giao tiếp, thuyết trình, phản biện và tiếp nhận phản hồi về ý tưởng hoặc dự án; xử lý được khó khăn, bất đồng phát sinh trong quá trình thực hiện nhiệm vụ ở mức độ phù hợp.

(7) Đạo đức và trách nhiệm xã hội: Thực hiện được các yêu cầu về trung thực, minh bạch, trách nhiệm với người dùng, khách hàng, nhóm, nhà trường và cộng đồng; tôn trọng quyền sở hữu trí tuệ, bảo vệ dữ liệu cá nhân, sử dụng công cụ số và trí tuệ nhân tạo có trách nhiệm; cân nhắc tác động xã hội, môi trường và tính bền vững của ý tưởng hoặc dự án khởi nghiệp kinh doanh.

Việc cụ thể hóa 07 trục năng lực được thực hiện theo nguyên tắc phát triển phù hợp với từng cấp học. Tên gọi và nội hàm cốt lõi của các trục năng lực được giữ thống nhất, còn biểu hiện năng lực được điều chỉnh theo mức độ phù hợp. Ở Tiểu học, yêu cầu tập trung vào việc nhận biết nhu cầu gần gũi, đề xuất ý tưởng đơn giản, hợp tác, chia sẻ và hành động có trách nhiệm. Ở THCS, yêu cầu tập trung vào việc xác định vấn đề, tìm hiểu người dùng, xây dựng ý tưởng, lập kế hoạch nhóm, thử nghiệm đơn giản và cải tiến theo phản hồi. Ở THPT, yêu cầu từng bước tiếp cận việc phân tích thị trường, khách hàng, mô hình kinh doanh, tài chính cơ bản, truyền thông, quản trị dự án và trách nhiệm pháp lý ở mức độ phù hợp. 07 trục năng lực là căn cứ tham chiếu để lựa chọn nội dung, tổ chức hoạt động và đánh giá khi vận dụng Khung; không yêu cầu giáo viên tổ chức hoặc đánh giá riêng rẽ từng trục. Một hoạt động hoặc dự án có thể đồng thời góp phần phát triển nhiều trục năng lực và chỉ cần lựa chọn các biểu hiện, minh chứng phù hợp với mục tiêu của hoạt động.

Các bảng dưới đây thể hiện biểu hiện năng lực theo cấp học phổ thông và mối liên hệ với phẩm chất, năng lực theo CTGDPT 2018:

STT	Năng lực	Tiểu học	THCS	THPT
1.	Nhận diện cơ hội và bối cảnh	Học sinh quan sát, nhận biết được nhu cầu và vấn đề gần gũi trong môi trường xung quanh.	Học sinh quan sát, thu thập thông tin đơn giản, xác định được vấn đề cụ thể và mô tả được bối cảnh, đối tượng liên quan.	Học sinh thực hiện được quan sát, điều tra thị trường hoặc khảo sát phù hợp; nêu được giả định cần kiểm chứng và phân tích được bối cảnh.
2.	Sáng tạo và ý tưởng tạo giá trị	Học sinh vận dụng tư duy sáng tạo và các bước đơn giản của tư duy thiết kế để đề xuất giải pháp tạo ra lợi ích hoặc giá trị.	Học sinh vận dụng tư duy thiết kế để mô tả lợi ích chính, hình thành và lựa chọn được ý tưởng hoặc giải pháp.	Học sinh vận dụng tư duy thiết kế, tư duy sáng tạo để xác định giá trị khác biệt và bước đầu định vị được giải pháp.
3.	Lập kế hoạch khởi nghiệp	Học sinh xây dựng được kế hoạch nhóm đơn giản và hoàn thành nhiệm vụ đúng thời hạn.	Học sinh xây dựng được kế hoạch dự án nhỏ, phân công nhiệm vụ và xác định mốc thời gian cụ thể.	Học sinh xây dựng được kế hoạch theo giai đoạn và lập được dự toán cơ bản.
4.	Thử nghiệm và thích ứng	Học sinh thực hiện được hoạt động thử nghiệm theo mẫu và chỉnh sửa ít nhất một lần theo góp ý.	Học sinh thực hiện được thử nghiệm với người dùng trong phạm vi hẹp và tổng hợp được phản hồi.	Học sinh thực hiện được thử nghiệm ở quy mô nhỏ và cải tiến giải pháp dựa trên dữ liệu.
5.	Huy động và tối ưu nguồn lực	Học sinh nhận biết được các nguồn lực cơ bản; phân biệt bước đầu nhu cầu và mong muốn; biết sử dụng vật liệu, thời gian và khoản tiền giả định tiết kiệm, hợp lý; sử dụng công cụ số an toàn.	Học sinh lập được dự toán cơ bản; nhận biết được thu, chi, giá thành và giá bán đơn giản trong tình huống giả định; sử dụng được bảng tính đơn giản và biết bảo vệ dữ liệu cá nhân.	Học sinh tính toán được chi phí, giá, doanh thu, lợi nhuận và dòng tiền cơ bản; có thể ước tính điểm hòa vốn khi phù hợp; sử dụng được công cụ số để hỗ trợ quản lý, khảo sát.
6.	Hợp tác, giao tiếp và quản trị	Học sinh làm việc được theo nhóm, trình bày ý kiến và	Học sinh thuyết trình được bằng bài trình bày ngắn và hợp	Học sinh thuyết trình được dự án và xử lý được phản biện cơ bản.

STT	Năng lực	Tiểu học	THCS	THPT
7.	Đạo đức và trách nhiệm xã hội	tiếp thu ý kiến của các thành viên. Học sinh phân biệt được hành vi đúng, chưa đúng, biết tiết kiệm, chia sẻ và bảo đảm an toàn khi tham gia hoạt động tạo giá trị.	tác theo vai trò được phân công. Học sinh tôn trọng quyền riêng tư, không gian lận, thực hiện đạo đức kinh doanh ở mức phù hợp và quan tâm đến tác động đối với cộng đồng, môi trường.	Học sinh tuân thủ quy tắc, bảo vệ dữ liệu, thực hiện đạo đức kinh doanh và phân tích sơ bộ tác động xã hội, môi trường của ý tưởng hoặc dự án.

Bảng kết nối 07 trục năng lực khởi nghiệp kinh doanh với 03 năng lực chung của học sinh theo CTGDPT 2018

STT	07 năng lực khởi nghiệp kinh doanh	Năng lực của học sinh theo CTGDPT 2018			Ghi chú
		Tự chủ và tự học	Giao tiếp và hợp tác	Giải quyết vấn đề và sáng tạo	
1.	Nhận diện cơ hội và bối cảnh	✓	✓	✓✓	Trọng tâm là phát hiện vấn đề, cơ hội; có thể lồng tự học qua khảo sát.
2.	Sáng tạo và ý tưởng tạo giá trị	✓	✓	✓✓	Trọng tâm là sáng tạo giải pháp; giao tiếp để làm rõ giá trị.
3.	Lập kế hoạch khởi nghiệp	✓✓	✓	✓✓	Trọng tâm là xây dựng kế hoạch, tự chủ, kỷ luật; phối hợp nhóm để thực hiện.
4.	Thử nghiệm và thích ứng	✓	✓✓	✓✓	Trọng tâm là thử nghiệm và điều chỉnh; học từ phản hồi và cải tiến.
5.	Huy động và tối ưu nguồn lực	✓	✓✓	✓	Trọng tâm là huy động nguồn lực; giải quyết vấn đề qua quản lý nguồn lực, công cụ.

6.	Hợp tác, giao tiếp và quản trị	✓	✓✓	✓	Trọng tâm là hợp tác, thuyết trình dự án và dẫn dắt nhóm.
7.	Đạo đức và trách nhiệm xã hội	✓	✓✓	✓	Trọng tâm: đạo đức kinh doanh; hợp tác và ra quyết định có trách nhiệm.

Chú thích: ✓✓ hỗ trợ trọng tâm; ✓ hỗ trợ

2. Nội dung các chuyên đề

2.1. Danh mục chuyên đề

Mã	Tên chuyên đề
PT1	Bối cảnh và định hướng khởi nghiệp kinh doanh
PT2	Thị trường và nhu cầu khách hàng
PT3	Ý tưởng, sản phẩm, dịch vụ
PT4	Chiến lược và kế hoạch kinh doanh
PT5	Thử nghiệm giải pháp và cải tiến
PT6	Truyền thông và xây dựng thương hiệu
PT7	Nguồn lực và quản trị
PT8	Đạo đức, trách nhiệm và pháp luật

2.2. Nội dung đối với Tiểu học

MÃ CHUYÊN ĐỀ	TÊN CHUYÊN ĐỀ	NỘI DUNG	YÊU CẦU CẦN ĐẠT	PHƯƠNG PHÁP, HÌNH THỨC TỔ CHỨC	GỢI Ý MINH CHỨNG
PT1	Bối cảnh và định hướng	1.1. Đất nước trong thời đại công nghệ số và đổi mới.	- Nêu được một số thay đổi gần gũi trong đời sống liên quan đến	Tích hợp trong môn học và Hoạt động trải nghiệm; thảo luận bối	- Tranh hoặc sơ đồ tư duy về những thay đổi gần gũi trong đời sống, nghề

MÃ CHUYÊN ĐỀ	TÊN CHUYÊN ĐỀ	NỘI DUNG	YÊU CẦU CẦN ĐẠT	PHƯƠNG PHÁP, HÌNH THỨC TỔ CHỨC	GỢI Ý MINH CHỨNG
	khởi nghiệp kinh doanh	1.2. Khởi nghiệp kinh doanh: tạo sản phẩm và dịch vụ phục vụ cuộc sống. 1.3. Sinh hoạt, đời sống và sản phẩm, dịch vụ 1.4. Nguồn hỗ trợ khởi nghiệp kinh doanh: Gia đình, nhà trường và cộng đồng.	các sản phẩm, dịch vụ mới trong thời đại công nghệ số. - Trình bày được ví dụ đơn giản về việc tạo ra giá trị để giải quyết một nhu cầu quen thuộc. - Trình bày được một số nhu cầu, khó khăn trong lớp học, gia đình, nhà trường hoặc cộng đồng có thể hình thành ý tưởng tạo giá trị. - Đề xuất được một ý tưởng tạo giá trị đơn giản, có ích cho bản thân, bạn bè, gia đình, hoặc nhà trường. - Tìm kiếm được sự hỗ trợ phù hợp từ cha mẹ, thầy cô khi tham gia Hoạt động trải nghiệm tạo giá trị.	cảnh, quan sát vấn đề thực tiễn; xây dựng sơ đồ tư duy hoặc đồ họa thông tin; trình bày ý tưởng trước nhóm hoặc lớp.	ng nghiệp do công nghệ và sự phát triển của đất nước. - Phiếu ghi nhận một số nhu cầu, khó khăn hoặc bất tiện trong lớp học, gia đình, nhà trường có thể tạo giá trị. - Áp phích, tranh vẽ giới thiệu một ý tưởng tạo giá trị đơn giản. - Nhật ký hoạt động nhóm hoặc phiếu tự đánh giá vai trò của học sinh trong Hoạt động trải nghiệm. - Nhận xét của giáo viên về thái độ hợp tác, trung thực và trách nhiệm của học sinh.
PT2	Thị trường và nhu cầu khách hàng	2.1. Khách hàng trong các tình huống kinh doanh quen thuộc. 2.2. Đặc điểm nhu cầu, sở thích và hành vi lựa chọn sản phẩm đơn giản của bạn bè, người thân, thầy cô.	- Nhận biết được người dùng, khách hàng hoặc người thụ hưởng trong một số tình huống quen thuộc ở gia đình, lớp học, nhà trường, cộng đồng. - Trình bày được đặc điểm nhu cầu, sở thích của người dùng, khách hàng đối với một sản phẩm, dịch vụ gần gũi.	Tổ chức khảo sát, quan sát, phỏng vấn ngắn; làm việc nhóm để tổng hợp dữ liệu; trình bày chân dung người dùng, khách hàng và nhu cầu.	- Phiếu quan sát hoặc phiếu hỏi đơn giản đối với một số bạn bè, người thân hoặc thầy cô phù hợp. - Bảng “Ai cần - cần gì - vì sao cần” về một nhu cầu hoặc sở thích cụ thể. - Tranh, sơ đồ hoặc áp

MÃ CHUYÊN ĐỀ	TÊN CHUYÊN ĐỀ	NỘI DUNG	YÊU CẦU CẦN ĐẠT	PHƯƠNG PHÁP, HÌNH THỨC TỔ CHỨC	GỢI Ý MINH CHỨNG
		2.3. Thông tin về nhu cầu của người sử dụng sản phẩm.	- Đặt được câu hỏi đơn giản, quan sát và ghi chép được ý kiến của bạn bè, người thân hoặc thầy cô về một nhu cầu sản phẩm, dịch vụ cụ thể. - Trình bày được thông tin thu thập bằng tranh, sơ đồ đơn giản hoặc bài nói ngắn. - Lắng nghe, tôn trọng ý kiến người được hỏi.		phích mô tả người dùng, khách hàng và nhu cầu của họ. - Bài trình bày ngắn về kết quả hỏi ý kiến, hoặc quan sát. - Phiếu tự đánh giá, đánh giá đồng đẳng về thái độ lắng nghe, tôn trọng và hợp tác.
PT3	Ý tưởng, sản phẩm, dịch vụ	3.1. Nhận biết nhu cầu đơn giản trong cuộc sống, học tập. 3.2. Hình thành ý tưởng sáng tạo đơn giản. 3.3. Thể hiện ý tưởng bằng các hình thức đơn giản, thân thuộc trong lớp học, nhà trường. 3.4. So sánh cách làm hoặc sản phẩm của mình với một cách làm hoặc sản phẩm đã biết.	- Nêu được ý tưởng đơn giản phục vụ học tập hoặc sinh hoạt hàng ngày. - Biết chia sẻ ý tưởng với bạn bè và giáo viên. - Nêu được cách làm hoặc sản phẩm của mình giống và khác cách làm hoặc sản phẩm đã biết ở điểm nào.	Day học theo dự án, STEM, STEAM hoặc Hoạt động trải nghiệm; thiết kế ý tưởng, mô hình, sản phẩm, dịch vụ; phân biện và điều chỉnh ý tưởng. Khuyến khích vận dụng các bước đơn giản của tư duy thiết kế: quan sát, xác định nhu cầu, hình thành ý tưởng, tạo mẫu và tiếp nhận phản hồi.	- Tranh vẽ ý tưởng; sản phẩm thủ công hoặc mô hình đơn giản. - Phiếu mô tả ý tưởng; bài trình bày ngắn. - Hồ sơ học tập thể hiện quá trình quan sát, tìm tòi. - Phần trình bày ngắn về điểm giống, điểm khác và lợi ích dự kiến của cách làm hoặc sản phẩm.
PT6	Truyền thông và xây dựng	6.1. Giới thiệu được ý tưởng với thầy cô, bạn bè, gia đình.	- Giới thiệu ý tưởng bằng hình thức phù hợp.	Thiết kế sản phẩm truyền thông; thực hành thuyết trình, giới thiệu ý	- Áp phích, tranh ảnh hoặc video giới thiệu ý tưởng;

MÃ CHUYÊN ĐỀ	TÊN CHUYÊN ĐỀ	NỘI DUNG	YÊU CẦU CẦN ĐẠT	PHƯƠNG PHÁP, HÌNH THỨC TỔ CHỨC	GỢI Ý MINH CHỨNG
	thương hiệu	6.2. Thực hành giao tiếp, thuyết trình ngắn về ý tưởng bằng các sản phẩm trực quan, hình ảnh minh họa. 6.3. Ý nghĩa, tầm quan trọng của hoạt động truyền thông, xây dựng hình ảnh.	- Bước đầu hình thành kỹ năng giao tiếp và hợp tác trong quá trình chia sẻ về ý tưởng.	trưởng; tổ chức hoạt động truyền thông trong lớp học hoặc nhà trường hoặc trên nền tảng số phù hợp.	- Hoạt động trình bày ý tưởng trước lớp. - Phiếu nhận xét của giáo viên và bạn học về ý tưởng.
PT7	Nguồn lực và quản trị	7.1. Vai trò của từng thành viên trong nhóm khi cùng thực hiện hoạt động chung. 7.2. Phân công nhiệm vụ, phối hợp công việc và quản lý thời gian trong nhóm. 7.3. Kỹ năng giao tiếp, hợp tác, hỗ trợ và giải quyết mâu thuẫn trong quá trình làm việc nhóm. 7.4. Theo dõi và điều chỉnh trong hoạt động nhóm. 7.5. Giá trị của tiền, nhu cầu và mong	- Nhận biết được vai trò và nhiệm vụ của từng thành viên trong nhóm. - Thực hiện được nhiệm vụ được phân công và hỗ trợ bạn bè khi cần thiết. - Thể hiện được thái độ lắng nghe, tôn trọng và hợp tác với người khác. - Chia sẻ được ý kiến cá nhân phù hợp với hoạt động nhóm. - Tự đánh giá được mức độ hoàn thành nhiệm vụ của bản thân. - Biết sử dụng vật liệu, đồ dùng học tập, thời gian và công cụ số phù hợp với nhiệm vụ. - Có ý thức sử dụng nguồn lực tiết kiệm, tránh lãng phí.	Tổ chức làm việc nhóm; phân công nhiệm vụ, quản lý thời gian, vật liệu, kinh phí và công cụ số; ghi nhật ký hoặc biên bản hoạt động nhóm.	- Phiếu phân công nhiệm vụ nhóm. - Nhật ký hoạt động hoặc phiếu tự đánh giá. - Sản phẩm học tập nhóm. - Phiếu nhận xét của giáo viên và bạn học.

MÃ CHUYỂN ĐỀ	TÊN CHUYỂN ĐỀ	NỘI DUNG	YÊU CẦU CẦN ĐẠT	PHƯƠNG PHÁP, HÌNH THỨC TỔ CHỨC	GỢI Ý MINH CHỨNG
		muốn; sử dụng vật liệu, thời gian và khoản tiền giả định tiết kiệm, hợp lý.	- Phân biệt được nhu cầu và mong muốn trong một số tình huống gần gũi; biết sử dụng khoản tiền giả định, vật liệu và thời gian tiết kiệm, không lãng phí.		
PT8	Đạo đức, trách nhiệm và pháp luật	8.1. Hành vi đúng và chưa đúng trong học tập, sinh hoạt và hoạt động nhóm. 8.2. Trách nhiệm với việc được giao, với đồ dùng chung, bạn bè, gia đình và lớp học. 8.3. Bảo vệ môi trường và sử dụng tiết kiệm tài nguyên. 8.4. Thực hiện nội quy và quy định chung. 8.5. Sử dụng công cụ số phù hợp, bảo vệ thông tin cá nhân và tôn trọng sản phẩm của người khác.	- Phân biệt được một số hành vi đúng và chưa đúng trong các tình huống quen thuộc. - Thực hiện được trách nhiệm đối với nhiệm vụ được giao. - Có ý thức giữ gìn tài sản chung và bảo vệ môi trường. - Tuân thủ nội quy lớp học và các quy định của nhà trường. - Làm quen với công cụ số và trí tuệ nhân tạo phù hợp với học tập và sinh hoạt theo hướng dẫn của giáo viên, cha mẹ. - Không sao chép sản phẩm, ý tưởng của bạn bè. - Biết hỏi giáo viên, cha mẹ hoặc người lớn khi sử dụng hình ảnh, thông tin hoặc sản phẩm của người khác.	Phân tích tình huống đạo đức, trách nhiệm và pháp luật; thảo luận quy tắc ứng xử, bảo vệ dữ liệu cá nhân, bản quyền và sở hữu trí tuệ; viết cam kết trách nhiệm.	- Phiếu theo dõi, tự đánh giá việc thực hiện nhiệm vụ. - Nhật ký hoạt động hoặc ảnh hoặc sản phẩm bảo vệ môi trường. - Nhận xét của giáo viên và bạn học.

Ghi chú: Đối với Tiểu học, cơ sở giáo dục không bắt buộc triển khai đầy đủ 08 chuyên đề. Cơ sở giáo dục có thể tích hợp nội dung lập kế hoạch và thử nghiệm ở mức độ đơn giản vào các chuyên đề, hoạt động trải nghiệm phù hợp. Các nội dung liên

quan đến tiền, chi phí, giá hoặc nguồn lực tài chính ở Tiểu học được tổ chức dưới dạng tình huống giả định, mô phỏng hoặc hoạt động học tập phù hợp; không yêu cầu học sinh thực hiện hoạt động thu, chi, giao dịch thương mại hoặc huy động tiền thực tế.

2.3. Nội dung đối với THCS

MÃ CHUYÊN ĐỀ	TÊN CHUYÊN ĐỀ	NỘI DUNG	YÊU CẦU CẦN ĐẠT	PHƯƠNG PHÁP, HÌNH THỨC TỔ CHỨC	GỢI Ý MINH CHỨNG
PT1	Bối cảnh và định hướng khởi nghiệp kinh doanh	1.1. Đổi mới sáng tạo và nghề nghiệp mới ở địa phương. 1.2. Khởi nghiệp kinh doanh - quá trình tạo giá trị cho cộng đồng và xã hội. 1.3. Nhu cầu thực tiễn trong trường học, gia đình, cộng đồng, địa phương và cơ hội khởi nghiệp kinh doanh. 1.4. Sở thích, phẩm chất, năng lực cá nhân và hướng tạo giá trị. 1.5. Nguồn lực và hệ sinh thái hỗ trợ khởi nghiệp trong gia đình, nhà trường, cộng đồng, địa phương.	- Mô tả được một số biểu hiện của chuyển đổi số, đổi mới sáng tạo có tác động đến nghề nghiệp, đời sống, hoạt động kinh doanh. - Giải thích được khởi nghiệp kinh doanh là quá trình tạo giá trị, không đồng nhất với việc thành lập doanh nghiệp. Nêu được ví dụ phù hợp với lứa tuổi. - Nhận diện được nhu cầu từ thực tiễn trong trường học, gia đình, cộng đồng hoặc địa phương có thể phát triển thành ý tưởng tạo giá trị. - Phân tích sơ bộ điểm mạnh, sở thích, năng lực cá nhân và vai trò phù hợp khi tham gia một ý tưởng khởi nghiệp kinh doanh đơn giản. - Xác định được một số nguồn lực hỗ trợ ban đầu từ gia đình, nhà trường, cộng	Tích hợp trong môn học và Hoạt động trải nghiệm, hướng nghiệp; thảo luận bởi cảnh, quan sát vấn đề thực tiễn; xây dựng sơ đồ tư duy hoặc đồ họa thông tin; trình bày ý tưởng trước nhóm hoặc lớp.	- Sơ đồ tư duy hoặc đồ họa thông tin về bối cảnh chuyển đổi số, nghề nghiệp mới và cơ hội tạo giá trị tại địa phương. - Bảng nhận diện nhu cầu, vấn đề thực tiễn tại trường học, gia đình, cộng đồng hoặc địa phương. - Bảng mô tả điểm mạnh, sở thích, vai trò cá nhân trong một ý tưởng, dự án kinh doanh. - Danh mục nguồn lực hỗ trợ ban đầu và cách sử dụng an toàn. - Áp phích hoặc video giới thiệu ý tưởng tạo giá trị hoặc ý tưởng khởi nghiệp kinh doanh đơn giản. - Hồ sơ học tập nhóm, nhật ký làm việc và phiếu phản hồi của giáo viên, bạn học.

MÃ CHUYỀN ĐỀ	TÊN CHUYỀN ĐỀ	NỘI DUNG	YÊU CẦU CẦN ĐẠT	PHƯƠNG PHÁP, HÌNH THỨC TỔ CHỨC	GỢI Ý MINH CHỨNG
			đồng, địa phương và nền tảng số. - Mô tả được thị trường, khách hàng, người thụ hưởng và bối cảnh sử dụng sản phẩm, dịch vụ trong một số tình huống quen thuộc tại địa phương hoặc trên môi trường số. - Phân tích được nhu cầu, mong muốn, vấn đề cần giải quyết và một số hành vi tiêu dùng cơ bản của khách hàng, người dùng. - Thiết kế và thực hiện được phiếu hỏi hoặc phỏng vấn ngắn để thu thập thông tin về nhu cầu của một nhóm khách hàng, người dùng. - Phân nhóm được khách hàng, người dùng theo nhu cầu, độ tuổi, thói quen, bối cảnh sử dụng và nhóm khách hàng mục tiêu. 2.5. Yếu tố ảnh hưởng đến nhu cầu và xu hướng tiêu dùng: giá cả, chất lượng, truyền thông.	Tổ chức khảo sát, quan sát, phỏng vấn ngắn; làm việc nhóm để tổng hợp dữ liệu; trình bày phân dung người dùng, khách hàng và nhu cầu.	- Phiếu khảo sát hoặc phỏng vấn ngắn về nhu cầu khách hàng, người dùng. - Bảng tổng hợp hoặc biểu đồ đơn giản về kết quả khảo sát. - Bảng phân nhóm khách hàng, người dùng theo nhu cầu hoặc bối cảnh sử dụng. - Hồ sơ khách hàng mục tiêu ở mức cơ bản: nhóm khách hàng, nhu cầu chính, vấn đề cần giải quyết. - Bài trình bày nhóm về yếu tố ảnh hưởng đến nhu cầu khách hàng. - Nhật ký khảo sát, hồ sơ học tập nhóm và phiếu đánh giá đồng đẳng.
PT2	Thị trường và nhu cầu khách hàng	2.1. Thị trường địa phương, môi trường số và sản phẩm, dịch vụ. 2.2. Nhu cầu và hành vi lựa chọn, sử dụng sản phẩm, dịch vụ của khách hàng. 2.3. Quan sát, phỏng vấn và phân tích dữ liệu có sẵn để tìm hiểu nhu cầu khách hàng. 2.4. Nhóm khách hàng theo nhu cầu, độ tuổi, thói quen, bối cảnh sử dụng và nhóm khách hàng mục tiêu.			

MÃ CHUYÊN ĐỀ	TÊN CHUYÊN ĐỀ	NỘI DUNG	YÊU CẦU CẦN ĐẠT	PHƯƠNG PHÁP, HÌNH THỨC TỔ CHỨC	GỢI Ý MINH CHỨNG
			phương, gia đình, nhà trường và môi trường số.		
PT3	Ý tưởng, sản phẩm, dịch vụ	3.1. Xác định vấn đề hoặc nhu cầu trong trường học, lớp học hoặc cộng đồng. 3.2. Đề xuất ý tưởng hoặc sản phẩm, dịch vụ. 3.3. Thiết kế mô hình hoặc mô tả sản phẩm, dịch vụ. 3.4. So sánh, lựa chọn giải pháp phù hợp. 3.5. Tìm hiểu một số sản phẩm, dịch vụ hoặc cách làm tương tự; so sánh điểm giống, điểm khác và lợi ích của giải pháp đề xuất.	- Xây dựng được ý tưởng hoặc sản phẩm, dịch vụ sáng tạo gắn với nhu cầu thực tiễn và giải thích được giá trị cơ bản của ý tưởng. - Xác định được điểm giống, điểm khác và lợi ích dự kiến của ý tưởng hoặc sản phẩm, dịch vụ so với một số cách làm tương tự.	Day học theo dự án, STEM, STEAM hoặc Hoạt động trải nghiệm, hướng nghiệp; thiết kế ý tưởng, mô hình, sản phẩm, dịch vụ; phản biện và điều chỉnh ý tưởng.	- Hồ sơ dự án học tập; bản mô tả ý tưởng hoặc giải pháp; mô hình hoặc sản phẩm thử nghiệm. - Nhật ký hoạt động nhóm; báo cáo quá trình thực hiện và cải tiến. - Bài trình bày hoặc video giới thiệu sản phẩm, dịch vụ gắn với Hoạt động trải nghiệm, hướng nghiệp, STEM hoặc dự án môn học. - Bảng so sánh ý tưởng hoặc giải pháp của nhóm với một số sản phẩm, dịch vụ hoặc cách làm tương tự.
PT4	Chiến lược và kế hoạch kinh doanh	4.1. Nhu cầu hoặc vấn đề phát sinh trong thực tiễn và đề xuất ý tưởng tạo ra sản phẩm. 4.2. Mô hình hóa ý tưởng kinh doanh tinh gọn (giá trị cốt lõi, đối tượng thụ hưởng, kênh giới thiệu, nguồn thu - chi cơ bản).	- Xác định được nhu cầu hoặc vấn đề trong nhà trường, gia đình hoặc cộng đồng. Đề xuất được ý tưởng sản phẩm hoặc giải pháp nhằm đáp ứng nhu cầu hoặc giải quyết vấn đề thực tiễn. - Hoàn thành được sơ đồ mô hình kinh doanh đơn giản (Khung mô tả ý tưởng kinh	Thực hành xây dựng mô hình, kế hoạch kinh doanh đơn giản; lập tiến độ, dự toán chi phí; thảo luận nhóm và trình bày kế hoạch.	- Sơ đồ mô hình kinh doanh tinh gọn (Khung mô tả ý tưởng kinh doanh đơn giản gồm: vấn đề, giải pháp, người dùng, giá trị mang lại, chi phí và nguồn thu dự kiến). - Bản kế hoạch dự án nhóm, bao gồm bảng tiến độ thực hiện theo tuần hoặc buổi và

MÃ CHUYỂN ĐỀ	TÊN CHUYÊN ĐỀ	NỘI DUNG	YÊU CẦU CẦN ĐẠT	PHƯƠNG PHÁP, HÌNH THỨC TỔ CHỨC	GỢI Ý MINH CHỨNG
		4.3. Chi phí cơ bản, dự toán ngân sách và tiến độ thực hiện dự án nhóm. 4.4. Vai trò của điểm khác biệt trong việc tạo lợi ích cho người dùng và làm rõ giá trị của ý tưởng. 4.5. Giá thành, giá bán, doanh thu, chênh lệch thu - chi và sử dụng nguồn lực tài chính có trách nhiệm trong tình huống giả định.	doanh đơn giản gồm: vấn đề, giải pháp, người dùng, giá trị mang lại, chi phí và nguồn thu dự kiến) cho một ý tưởng cụ thể. - Tính toán được các khoản chi phí cơ bản trong tình huống giả định và giải thích được phương pháp tính. - Thiết lập được bảng tiến độ phân công công việc cụ thể và bảng dự toán tài chính vừa sức cho dự án nhỏ. - Giải thích được lợi ích chính do điểm khác biệt của ý tưởng hoặc sản phẩm mang lại cho người dùng. - Tính được giá thành, giá bán, doanh thu và chênh lệch thu - chi đơn giản trong tình huống giả định; giải thích được lựa chọn sử dụng nguồn lực tài chính của nhóm.		phân công người thực hiện. - Bảng dự toán chi phí cơ bản. - Bản mô tả ngắn về điểm khác biệt và lợi ích đối với người dùng.
PT5	Thử nghiệm giải pháp và cải tiến	5.1. Thiết kế bản mô phỏng trực quan hoặc hình mẫu thử nghiệm sơ khai (bằng giấy, vật liệu tái chế hoặc sơ đồ số).	- Tạo ra được mô hình mẫu phỏng trực quan (hoặc mẫu thử nghiệm sơ khai) phản ánh đúng cơ chế hoạt động của ý tưởng.	Tạo mẫu, thử nghiệm trong phạm vi nhỏ; thu thập phản hồi từ người dùng hoặc	- Phiếu khảo sát hoặc phiếu phản hồi. - Sản phẩm mẫu hoặc mô hình thử nghiệm.

MÃ CHUYÊN ĐỀ	TÊN CHUYÊN ĐỀ	NỘI DUNG	YÊU CẦU CẦN ĐẠT	PHƯƠNG PHÁP, HÌNH THỨC TỔ CHỨC	GỢI Ý MINH CHỨNG
		5.2. Xây dựng công cụ khảo sát và triển khai thu thập thông tin phản hồi trực tiếp từ người dùng nhóm nhỏ. 5.3. Phân tích dữ liệu phản hồi, xác định điểm hạn chế và đề xuất phương án cải tiến kỹ thuật, công năng. 5.4. So sánh kết quả trước và sau khi cải tiến hoặc so sánh với cách làm đã có.	- Xây dựng được công cụ thu thập ý kiến khách hàng (phiếu hỏi ngắn) có trọng tâm và phù hợp bối cảnh. - Thu thập phản hồi từ một nhóm nhỏ bạn học hoặc người dùng phù hợp; khuyến khích mở rộng nếu có điều kiện. - Phân tích, tổng hợp được các điểm chưa hợp lý để tiến hành cải tiến kỹ thuật hoặc tính năng cốt lõi của giải pháp. - So sánh được kết quả thử nghiệm trước và sau khi cải tiến hoặc với cách làm đã có trên cơ sở phản hồi phù hợp.	bạn học; phân tích và cải tiến sản phẩm hoặc giải pháp.	- Báo cáo kết quả thử nghiệm. - Minh chứng điều chỉnh, cải tiến sản phẩm. - Nhật ký học tập hoặc nhật ký dự án. - Bảng so sánh trước - sau hoặc bảng so sánh với cách làm đã có.
PT6	Truyền thông và xây dựng thương hiệu	6.1. Xây dựng thông điệp truyền thông đơn giản gắn với sản phẩm, dịch vụ 6.2. Thiết kế các sản phẩm truyền thông về sản phẩm, dịch vụ. 6.3. Thực hành quảng bá sản phẩm trong hoạt động học tập hoặc dự án.	Học sinh lựa chọn được hình thức truyền thông phù hợp và tạo được sản phẩm truyền thông để giới thiệu ý tưởng, sản phẩm đến các đối tượng liên quan.	Thiết kế sản phẩm truyền thông; thực hành thuyết trình, giới thiệu ý tưởng; tổ chức hoạt động truyền thông trong lớp học hoặc nhà trường hoặc trên nền tảng số phù hợp.	- Bộ sản phẩm truyền thông, quảng bá về sản phẩm, dịch vụ: App phích, đồ họa thông tin hoặc video truyền thông. - Bài trình bày ý tưởng hoặc sản phẩm, dịch vụ; - Sản phẩm truyền thông số đơn gian. - Phiếu phản hồi của giáo viên và bạn học.

MÃ CHUYÊN ĐỀ	TÊN CHUYÊN ĐỀ	NỘI DUNG	YÊU CẦU CẦN ĐẠT	PHƯƠNG PHÁP, HÌNH THỨC TỔ CHỨC	GỢI Ý MINH CHỨNG
					- Hồ sơ hoạt động truyền thông trong dự án học tập hoặc Hoạt động trải nghiệm, hướng nghiệp. - Minh chứng tham gia các cuộc thi, sân chơi liên quan do nhà trường, các đơn vị tổ chức (nếu có).
PT7	Nguồn lực và quản trị	7.1. Vai trò của các thành viên và cách phối hợp nguồn lực con người trong dự án khởi nghiệp đơn giản. 7.2. Phân công nhiệm vụ, phối hợp công việc và quản lý thời gian trong nhóm. 7.3. Giao tiếp, hợp tác và giải quyết mâu thuẫn trong quá trình thực hiện dự án. 7.4. Điều phối hoạt động nhóm, theo dõi tiến độ và đánh giá đóng góp của các thành viên. 7.5. Sử dụng vật liệu, kinh phí, thời gian và	- Mô tả được vai trò của các thành viên trong nhóm và sự cần thiết của việc phối hợp nguồn nhân lực. - Phân công được nhiệm vụ phù hợp với năng lực của từng thành viên. - Thực hiện được các hoạt động giao tiếp, trao đổi và phối hợp công việc trong nhóm. - Nhận diện được nguyên nhân của một số mâu thuẫn thường gặp và đề xuất được giải pháp xử lý phù hợp. - Thiết lập được bảng phân công công việc và theo dõi tiến độ thực hiện nhiệm vụ. - Bản ghi chép thể hiện được việc quản lý vật liệu, kinh phí, thời gian và công cụ số	Tổ chức làm việc nhóm; phân công nhiệm vụ, quản lý thời gian, vật liệu, kinh phí và công cụ số; ghi nhật ký hoặc biên bản hoạt động nhóm.	- Bảng phân công nhiệm vụ và tiến độ thực hiện dự án. - Nhật ký làm việc nhóm hoặc biên bản họp nhóm. - Phiếu đánh giá đồng đẳng. - Báo cáo tổng kết hoạt động nhóm.

MÃ CHUYÊN ĐỀ	TÊN CHUYÊN ĐỀ	NỘI DUNG	YÊU CẦU CẦN ĐẠT	PHƯƠNG PHÁP, HÌNH THỨC TỔ CHỨC	GỢI Ý MINH CHỨNG
		công cụ số phù hợp để thực hiện dự án.	tiết kiệm, minh bạch và có trách nhiệm. - Bước đầu tự đánh giá được sở thích, điểm mạnh, điểm cần rèn luyện của bản thân trong quá trình tham gia hoạt động nhóm, dự án; liên hệ với vai trò trong nhóm hoặc ý tưởng khởi nghiệp đơn giản.		
PT8	Đạo đức, trách nhiệm và pháp luật	8.1. Đạo đức trong học tập, lao động và hoạt động khởi nghiệp kinh doanh. 8.2. Trách nhiệm đối với cộng đồng và môi trường trong quá trình học tập khởi nghiệp. 8.3. Quyền sở hữu đối với ý tưởng, sản phẩm và thông tin. 8.4. Tôn trọng bản quyền; sử dụng công cụ số và trí tuệ nhân tạo có trách nhiệm; bảo vệ thông tin cá nhân và ứng xử văn minh trên môi trường số.	- Nhận diện và giải thích được một số biểu hiện thể hiện đạo đức, trách nhiệm trong khởi nghiệp. - Thể hiện được trách nhiệm đối với nhiệm vụ được giao và cộng đồng; không làm giả dữ liệu, kết quả khảo sát hoặc minh chứng của dự án. - Tôn trọng quyền sở hữu trí tuệ đối với ý tưởng, sản phẩm và thông tin của người khác; Không sao chép sản phẩm học tập hoặc sử dụng trí tuệ nhân tạo để tạo nội dung mà không ghi nhận nguồn phù hợp. - Nhận diện được một số rủi ro đạo đức và pháp lý trong	Phân tích tình huống đạo đức, trách nhiệm và pháp luật; thảo luận quy tắc ứng xử, bảo vệ dữ liệu cá nhân, bản quyền và sở hữu trí tuệ; viết cam kết trách nhiệm.	- Phiếu phân tích tình huống đạo đức và pháp luật. - Bản cam kết trách nhiệm trong dự án. - Bảng nhận xét tác động tích cực và tiêu cực của ý tưởng đối với lớp học, cộng đồng hoặc môi trường. - Hồ sơ học tập và nhật ký phản ánh. - Các minh chứng về hành động trung thực, có trách nhiệm; không sao chép, không làm giả dữ liệu và bảo vệ thông tin cá nhân. - Danh mục nguồn thông tin, hình ảnh hoặc tư liệu đã sử dụng trong dự án, nếu có.

MÃ CHUYÊN ĐỀ	TÊN CHUYÊN ĐỀ	NỘI DUNG	YÊU CẦU CẦN ĐẠT	PHƯƠNG PHÁP, HÌNH THỨC TỔ CHỨC	GỢI Ý MINH CHỨNG
		8.5. Ghi nguồn, xin phép và lựa chọn cách sử dụng phù hợp đối với nội dung, hình ảnh, thiết kế, tên gọi, dữ liệu hoặc phần mềm của người khác. 8.6. Bảo vệ quyền riêng tư, thông tin cá nhân của bản thân và người tham gia khảo sát, phỏng vấn, thử nghiệm; chỉ thu thập, sử dụng, chia sẻ thông tin phù hợp với mục đích hoạt động và theo hướng dẫn của giáo viên, cơ sở giáo dục.	môi trường số; sử dụng công cụ số và trí tuệ nhân tạo có trách nhiệm trong học tập và hoạt động dự án. - Thực hiện được các biện pháp cơ bản để bảo vệ thông tin cá nhân. - Lựa chọn được cách ứng xử phù hợp với các nguyên tắc đạo đức và quy định pháp luật. - Biết ghi nguồn, xin phép, thay đổi hoặc không sử dụng nội dung của người khác khi chưa rõ quyền sử dụng. - Biết bảo vệ quyền riêng tư, thông tin cá nhân của bản thân và người tham gia khảo sát, phỏng vấn, thử nghiệm; không tự ý công khai hình ảnh, tên, lớp, thông tin liên hệ hoặc dữ liệu cá nhân khi chưa được phép.		- Minh chứng việc thực hiện theo hướng dẫn của cơ sở giáo dục, giáo viên về bảo vệ quyền riêng tư, dữ liệu cá nhân và an toàn thông tin khi tổ chức khảo sát, phỏng vấn, thử nghiệm hoặc sử dụng hình ảnh, dữ liệu của người tham gia.

2.4. Nội dung đối với THPT

MÃ CHUYÊN ĐỀ	TÊN CHUYÊN ĐỀ	NỘI DUNG	YÊU CẦU CẦN ĐẠT	PHƯƠNG PHÁP, HÌNH THỨC TỔ CHỨC	GỢI Ý MINH CHỨNG
PT1	Bối cảnh và định hướng khởi nghiệp kinh doanh	1.1. Bối cảnh phát triển đất nước trong giai đoạn mới: chuyển đổi số, đổi mới sáng tạo, kinh tế tư nhân, hội nhập và mục tiêu trở thành quốc gia công nghiệp phát triển. 1.2. Khởi nghiệp kinh doanh - quá trình tạo giá trị, thúc đẩy đổi mới, tạo việc làm và đóng góp cho sự phát triển đất nước. 1.3. Nhu cầu xã hội và cơ hội khởi nghiệp kinh doanh ở địa phương, trong các ngành, nghề, môi trường số. 1.4. Năng lực, phẩm chất cá nhân, định hướng nghề nghiệp và lựa chọn lĩnh vực tạo giá trị có trách nhiệm. 1.5. Hệ sinh thái hỗ trợ khởi nghiệp: nhà trường, địa phương, doanh nghiệp, chuyên gia hoặc cố vấn, nền tảng số,	- Phân tích được một số xu hướng kinh tế - xã hội, công nghệ số, đổi mới sáng tạo, hội nhập và mục tiêu phát triển đất nước ảnh hưởng đến nghề nghiệp, cơ hội kinh doanh, lựa chọn phát triển bản thân. - Phân tích được khởi nghiệp kinh doanh như một tiếp cận tạo giá trị, thúc đẩy đổi mới sáng tạo, nâng cao năng suất, tạo việc làm và góp phần đưa đất nước phát triển thành quốc gia công nghiệp phát triển. - Xác định được vấn đề, nhu cầu thực tiễn và cơ hội khởi nghiệp kinh doanh trong một lĩnh vực cụ thể; bước đầu đánh giá cơ hội, thách thức và giá trị dự kiến. - Tự đánh giá được năng lực, phẩm chất, giá trị cá nhân, điều kiện học tập và nghề nghiệp để lựa chọn lĩnh vực tạo giá trị phù hợp. - Mô tả được hệ sinh thái hỗ trợ khởi nghiệp và lựa chọn	Tích hợp trong môn học và Hoạt động trải nghiệm, hướng nghiệp; thảo luận bối cảnh, quan sát vấn đề thực tiễn; xây dựng sơ đồ tư duy hoặc đồ họa thông tin; trình bày ý tưởng trước nhóm hoặc lớp.	- Báo cáo hoặc đồ họa thông tin phân tích bối cảnh phát triển đất nước, chuyển đổi số, nghề nghiệp mới và vai trò của khởi nghiệp kinh doanh đối với phát triển kinh tế - xã hội. - Ma trận vấn đề - nhu cầu - cơ hội - giá trị dự kiến đối với một lĩnh vực hoặc vấn đề cụ thể. - Phiếu tự đánh giá năng lực, sở thích, giá trị cá nhân và định hướng nghề nghiệp. - Sơ đồ hệ sinh thái hỗ trợ khởi nghiệp và danh mục nguồn lực có thể huy động. - Bài thuyết trình hoặc video giới thiệu định hướng tạo giá trị hoặc ý tưởng khởi nghiệp. - Phiếu phản hồi của giáo viên, bạn học, chuyên gia hoặc cố vấn về tính phù hợp, trách

MÃ CHUYỂN ĐỀ	TÊN CHUYỂN ĐỀ	NỘI DUNG	YÊU CẦU CẦN ĐẠT	PHƯƠNG PHÁP, HÌNH THỨC TỔ CHỨC	GỢI Ý MINH CHỨNG
		chính sách và chương trình hỗ trợ.	được nguồn lực, kênh kết nối phù hợp, minh bạch, đúng quy định.		nhiệm và khả thi của ý tưởng.
PT2	Thị trường và nhu cầu khách hàng	2.1. Thị trường địa phương, trong nước và môi trường số; khách hàng, người dùng và bối cảnh sử dụng sản phẩm, dịch vụ. 2.2. Nhu cầu, hành vi, trải nghiệm khách hàng và vấn đề tạo giá trị. 2.3. Khảo sát, phỏng vấn, quan sát, dữ liệu thứ cấp và công cụ số để thu thập thông tin thị trường, khách hàng. 2.4. Phân khúc thị trường, khách hàng mục tiêu và chân dung khách hàng cho sản phẩm, dịch vụ cụ thể. 2.5. Yếu tố ảnh hưởng đến nhu cầu, xu hướng tiêu dùng và cơ hội thị trường trong kinh doanh.	- Phân tích được đặc điểm thị trường, khách hàng, người dùng và bối cảnh sử dụng sản phẩm, dịch vụ trong một lĩnh vực hoặc địa bàn cụ thể. - Phân tích được nhu cầu, vấn đề, hành vi và trải nghiệm của khách hàng, người dùng liên quan đến một ý tưởng sản phẩm, dịch vụ. - Thiết kế và thực hiện được khảo sát hoặc phỏng vấn có cấu trúc; thu thập, xử lý và trình bày dữ liệu cơ bản bằng bảng, biểu đồ hoặc báo cáo ngắn. - Xác định được phân khúc thị trường và khách hàng mục tiêu; xây dựng được chân dung khách hàng mục tiêu cho một ý tưởng sản phẩm, dịch vụ cụ thể. - Phân tích được các yếu tố ảnh hưởng đến nhu cầu, xu hướng tiêu dùng và cơ hội thị trường; rút ra được hàm ý cho	Tổ chức khảo sát, quan sát, phỏng vấn ngắn; làm việc nhóm để tổng hợp dữ liệu; trình bày chân dung người dùng, khách hàng và nhu cầu.	- Kế hoạch khảo sát thị trường, khách hàng cho một ý tưởng sản phẩm hoặc dịch vụ cụ thể. - Phiếu khảo sát hoặc phỏng vấn có cấu trúc về nhu cầu, hành vi, trải nghiệm khách hàng, người dùng. - Bộ dữ liệu khảo sát quy mô nhỏ và bảng hoặc biểu đồ phân tích kết quả. - Báo cáo ngắn về nhu cầu, hành vi, trải nghiệm khách hàng và cơ hội thị trường. - Bảng phân khúc thị trường và hồ sơ hoặc chân dung khách hàng mục tiêu. - Bài thuyết trình hoặc áp phích về xu hướng tiêu dùng, yếu tố ảnh hưởng đến nhu cầu và hàm ý thiết kế giải pháp. - Nhật ký khảo sát, minh chứng xử lý dữ liệu và

MÃ CHUYÊN ĐỀ	TÊN CHUYÊN ĐỀ	NỘI DUNG	YÊU CẦU CẦN ĐẠT	PHƯƠNG PHÁP, HÌNH THỨC TỔ CHỨC	GỢI Ý MINH CHỨNG
			việc thiết kế giải pháp, sản phẩm hoặc dịch vụ.		phiếu cam kết sử dụng thông tin khảo sát đúng mục đích.
PT3	Ý tưởng, sản phẩm, dịch vụ	3.1. Phân tích nhu cầu thị trường, khách hàng đối với ý tưởng, sản phẩm hoặc dịch vụ. 3.2. Phát triển ý tưởng hoặc sản phẩm, dịch vụ. 3.3. Xác định giá trị khác biệt. 3.4. Hoàn thiện mô hình sản phẩm, dịch vụ. 3.5. Đánh giá tính khả thi. 3.6. Tìm kiếm và tổng hợp sơ bộ thông tin về sản phẩm, dịch vụ hoặc giải pháp tương tự; xác định yếu tố khác biệt và không khẳng định tính mới khi chưa có căn cứ. 3.7. Vận dụng tư duy thiết kế và tư duy sáng tạo để thấu hiểu người dùng, xác định vấn đề, hình thành, tạo mẫu, thử nghiệm và cải tiến giải pháp.	- Học sinh xây dựng được ý tưởng khởi nghiệp sáng tạo có giá trị thực tiễn, thể hiện được tính sáng tạo và khả năng đáp ứng bước đầu nhu cầu người dùng. - Các ý tưởng hoặc sản phẩm, dịch vụ thể hiện tư duy, kiến thức, kỹ năng gắn với học tập, trải nghiệm. - Xác định được yếu tố khác biệt của ý tưởng trên cơ sở tham khảo các sản phẩm, dịch vụ hoặc giải pháp tương tự. - Vận dụng được các bước của tư duy thiết kế ở mức phù hợp để phát triển và hoàn thiện ý tưởng, sản phẩm hoặc dịch vụ.	Day học theo dự án, STEM, STEAM hoặc Hoạt động trải nghiệm, hướng nghiệp; thiết kế ý tưởng, mô hình, sản phẩm, dịch vụ; phản biện và điều chỉnh ý tưởng.	- Hồ sơ ý tưởng hoặc dự án hoặc sản phẩm, dịch vụ. - Kết quả khảo sát nhu cầu người dùng; báo cáo thử nghiệm và cải tiến sản phẩm mẫu. - Bài thuyết trình dự án; minh chứng tham gia hoạt động STEM, nghiên cứu khoa học hoặc dự án đổi mới sáng tạo các cuộc thi trong và ngoài nhà trường. - Bảng so sánh giải pháp đề xuất với một số giải pháp tương tự và nguồn thông tin tham khảo.

MÃ CHUYỂN ĐỀ	TÊN CHUYỂN ĐỀ	NỘI DUNG	YÊU CẦU CẦN ĐẠT	PHƯƠNG PHÁP, HÌNH THỨC TỔ CHỨC	GỢI Ý MINH CHỨNG
PT4	Chiến lược và kế hoạch kinh doanh	4.1. Phân tích vấn đề thị trường, nhu cầu của khách hàng và đánh giá cơ hội kinh doanh khả thi. 4.2. Khung mô tả mô hình kinh doanh cơ bản gồm: vấn đề, khách hàng, giải pháp, giá trị khác biệt, kênh tiếp cận, chi phí và nguồn thu. 4.3. Dự toán chi phí ban đầu, chi phí vận hành đơn giản, giá bán dự kiến, doanh thu và lợi nhuận dự kiến; có thể tính điểm hòa vốn nếu phù hợp. 4.4. Nhận diện, dự phòng và quản trị rủi ro kinh doanh (tài chính, pháp lý, bảo mật dữ liệu). 4.5. Vai trò của yếu tố sáng tạo, đổi mới hoặc giải pháp kỹ thuật trong đề xuất giá trị, tính khác biệt và khả năng triển	- Phân tích được tính cần thiết của vấn đề dựa trên quan sát, khảo sát nhỏ hoặc thông tin thu thập được. - Thiết kế và lý giải được mối liên hệ hợp lý giữa các thành tố trong bản khung mô hình kinh doanh lựa chọn. - Lập được phương án tài chính cơ bản, ước tính được doanh thu, chi phí, dòng tiền và điểm hòa vốn khi phù hợp với quy mô, tính chất của dự án. - Đề xuất được các biện pháp kiểm soát và phòng ngừa chủ động đối với rủi ro tài chính, rủi ro pháp lý, bảo mật dữ liệu khách hàng. - Hoàn thiện được một kế hoạch kinh doanh có cấu trúc rõ ràng, mạch lạc và có tính khả thi. - Trình bày mạch lạc ý tưởng hoặc kế hoạch kinh doanh bằng slide hoặc áp phích, giải thích được tính khả thi và trả lời câu hỏi phản biện cơ bản. - Làm rõ được yếu tố tạo khác biệt, lợi ích đối với khách	Thực hành xây dựng mô hình, kế hoạch kinh doanh đơn giản; lập tiến độ, dự toán chi phí; thảo luận nhóm và trình bày kế hoạch.	- Hồ sơ khảo sát khách hàng hoặc nhu cầu thị trường. - Khung mô hình kinh doanh tinh gọn hoặc Khung mô hình kinh doanh đơn giản. - Bản mô tả giá trị khách hàng. - Kế hoạch triển khai dự án hoặc ý tưởng kinh doanh. - Hồ sơ trình bày hoặc bài thuyết trình ý tưởng. - Bản mô tả đề xuất giá trị gắn với yếu tố tạo khác biệt và minh chứng ban đầu.

MÃ CHUYÊN ĐỀ	TÊN CHUYÊN ĐỀ	NỘI DUNG	YÊU CẦU CẦN ĐẠT	PHƯƠNG PHÁP, HÌNH THỨC TỔ CHỨC	GỢI Ý MINH CHỨNG
		khai của mô hình kinh doanh.	hàng và vai trò của yếu tố đó trong đề xuất giá trị của mô hình kinh doanh.		
PT5	Thử nghiệm giải pháp và cải tiến	5.1. Thiết kế bản mẫu hoặc phiên bản sản phẩm khả dụng tối thiểu (MVP) có chức năng cốt lõi để chạy thử nghiệm thực tế. 5.2. Chiến lược tương tác và vận hành kênh tiếp nhận phản hồi từ thị trường qua nền tảng số hoặc truyền thông. 5.3. Thu thập phản hồi bằng phiếu khảo sát ngắn, phỏng vấn nhóm nhỏ hoặc quan sát người dùng thử. 5.4. Đo lường một số chỉ báo đơn giản như mức độ hài lòng, mức độ quan tâm, số góp ý chính; đề xuất phương án cải tiến hoặc điều chỉnh giải pháp. 5.5. Kiểm chứng lợi ích của yếu tố cải tiến bằng chỉ số phù hợp như thời	- Thiết kế được bản mẫu hoặc bản mô phỏng có thể giới thiệu và thử nghiệm phản hồi ở quy mô nhỏ. - Thiết lập và vận hành kênh tiếp nhận phản hồi từ thị trường thực tế, thu thập dữ liệu người dùng với quy mô phù hợp. - Phân tích được một số kết quả phản hồi cơ bản và rút ra điểm mạnh, điểm cần cải tiến. - Sử dụng kết quả phản hồi để đề xuất cải tiến sản phẩm, dịch vụ hoặc cách triển khai. - Hoàn thành báo cáo cải tiến dự án, thể hiện quá trình điều chỉnh giải pháp trên cơ sở minh chứng. - So sánh và đánh giá được lợi ích của yếu tố cải tiến trên cơ sở một hoặc một số chỉ số phù hợp.	Tạo mẫu, thử nghiệm trong phạm vi nhỏ; thu thập phản hồi từ người dùng hoặc bạn học; phân tích và cải tiến sản phẩm hoặc giải pháp.	- Sản phẩm mẫu hoặc thiết kế sản phẩm mẫu. - Công cụ khảo sát, phỏng vấn hoặc quan sát người dùng. - Báo cáo thử nghiệm sản phẩm. - Hồ sơ phân tích phản hồi. - Sản phẩm hoặc giải pháp sau cải tiến. - Bảng chỉ số và kết quả so sánh lợi ích của giải pháp trước và sau cải tiến hoặc với giải pháp tương tự.

MÃ CHUYỂN ĐỀ	TÊN CHUYỂN ĐỀ	NỘI DUNG	YÊU CẦU CẦN ĐẠT	PHƯƠNG PHÁP, HÌNH THỨC TỔ CHỨC	GỢI Ý MINH CHỨNG
		gian, chi phí, chất lượng, độ chính xác, độ an toàn, mức độ thuận tiện, mức tiết kiệm nguồn lực hoặc mức độ hài lòng.			
PT6	Truyền thông và xây dựng thương hiệu	6.1. Xây dựng thương hiệu gắn với sản phẩm, dịch vụ. 6.2. Xây dựng kế hoạch truyền thông, lựa chọn kênh truyền thông phù hợp với các đối tượng. 6.3. Thực hành truyền thông số. 6.4. Đánh giá hiệu quả truyền thông và phản hồi khách hàng.	- Thiết kế được thương hiệu cơ bản gắn với sản phẩm, dịch vụ và có kế hoạch truyền thông chi tiết. - Có phương án đánh giá hiệu quả truyền thông và thu thập phản hồi khách hàng.	Thiết kế sản phẩm truyền thông; thực hành thuyết trình, giới thiệu ý tưởng; tổ chức hoạt động truyền thông trong lớp học hoặc nhà trường hoặc trên nền tảng số phù hợp.	- Chiến lược và kế hoạch truyền thông; - Bộ nhận diện thương hiệu cơ bản cho sản phẩm, dịch vụ. - Bài thuyết trình dự án; các sản phẩm mẫu, thử nghiệm, các kênh truyền thông số. - Tổng hợp, phân tích kết quả của hoạt động truyền thông. - Hồ sơ hoạt động truyền thông trong dự án học tập, hoạt động hướng nghiệp hoặc cuộc thi đổi mới sáng tạo.
PT7	Nguồn lực và quản trị	7.1. Vai trò của các thành viên và sự phối hợp nguồn lực trong dự án học tập hoặc dự án khởi nghiệp. 7.2. Lựa chọn vai trò, phân công nhiệm vụ và	- Phân tích được vai trò của nguồn nhân lực đối với sự thành công của dự án hoặc ý tưởng kinh doanh. - Xây dựng sơ đồ phân công vai trò trong nhóm dự án phù	Tổ chức làm việc nhóm; phân công nhiệm vụ, quản lý thời gian, vật liệu, kinh phí và công cụ số; ghi nhận ký hoặc	- Sơ đồ cơ cấu tổ chức nhân sự dự án. - Bảng mô tả vai trò và nhiệm vụ các thành viên. - Kế hoạch phân công, điều phối và theo dõi nhiệm vụ nhóm.

MÃ CHUYÊN ĐỀ	TÊN CHUYÊN ĐỀ	NỘI DUNG	YÊU CẦU CẦN ĐẠT	PHƯƠNG PHÁP, HÌNH THỨC TỔ CHỨC	GỢI Ý MINH CHỨNG
		hỗ trợ phát triển năng lực thành viên trong nhóm dự án. 7.3. Điều phối nhóm, khuyến khích sự tham gia và xây dựng tinh thần hợp tác. 7.4. Sử dụng vật liệu, kinh phí, thời gian và công cụ phù hợp; theo dõi kết quả thực hiện nhiệm vụ và đánh giá đóng góp của các thành viên. 7.5. Bước đầu tìm kiếm sự hỗ trợ từ giáo viên, phụ huynh, cựu học sinh, doanh nghiệp địa phương hoặc chuyên gia phù hợp. 7.6. Tự đánh giá sự phù hợp của bản thân với vai trò trong nhóm, lĩnh vực hoặc ý tưởng khởi nghiệp đang thực hiện; tham khảo, ghi nhận ý kiến của giáo viên, gia đình hoặc người có kinh nghiệm đề điều chỉnh	hợp với mục tiêu và năng lực thành viên. - Sử dụng được vật liệu, kinh phí, thời gian và công cụ phù hợp với yêu cầu dự án. - Điều phối được hoạt động nhóm và theo dõi tiến độ thực hiện nhiệm vụ. - Đánh giá được đóng góp của các thành viên dựa trên tiêu chí rõ ràng. - Thực hiện quản lý nguồn lực tiết kiệm, minh bạch và hiệu quả. - Xây dựng được kế hoạch kết nối và huy động sự hỗ trợ từ chuyên gia, doanh nghiệp hoặc các bên liên quan.	biên bản hoạt động nhóm.	- Phiếu đánh giá hiệu quả hoạt động nhóm. - Hồ sơ kết nối chuyên gia, doanh nghiệp hoặc đối tác hỗ trợ.

MÃ CHUYÊN ĐỀ	TÊN CHUYÊN ĐỀ	NỘI DUNG	YÊU CẦU CẦN ĐẠT	PHƯƠNG PHÁP, HÌNH THỨC TỔ CHỨC	GỢI Ý MINH CHỨNG
		định hướng rèn luyện và hoàn thiện dự án.			
PT8	Đạo đức, trách nhiệm và pháp luật	8.1. Đạo đức kinh doanh, trách nhiệm xã hội và phát triển bền vững. 8.2. Tác động kinh tế, xã hội và môi trường của ý tưởng, sản phẩm hoặc mô hình kinh doanh. 8.3. Nhận biết và tuân thủ các quy định cơ bản về bản quyền, sở hữu trí tuệ, bảo vệ dữ liệu cá nhân; sử dụng công cụ số và trí tuệ nhân tạo có trách nhiệm. 8.4. Quyền và nghĩa vụ của người tiêu dùng, người cung cấp sản phẩm và các bên liên quan. 8.5. Nhận diện và đề xuất cách phòng ngừa rủi ro đạo đức, pháp lý cơ bản trong quá trình thực hiện ý tưởng hoặc dự án.	- Phân tích được các tác động kinh tế, xã hội và môi trường của một ý tưởng hoặc dự án kinh doanh. - Đánh giá được mức độ phù hợp của dự án với các nguyên tắc đạo đức, trách nhiệm xã hội và phát triển bền vững. - Nêu được và vận dụng được một số yêu cầu cơ bản về sở hữu trí tuệ, bản quyền, thương hiệu và bảo vệ dữ liệu cá nhân. - Phân tích được quyền và nghĩa vụ của các bên tham gia trong hoạt động kinh doanh. - Nhận diện được các rủi ro đạo đức và pháp lý có thể phát sinh trong quá trình triển khai dự án. - Đề xuất được các biện pháp phòng ngừa và quản trị rủi ro phù hợp. - Thực hiện được việc trích dẫn nguồn thông tin và tài liệu tham khảo phù hợp.	Phân tích tình huống đạo đức, trách nhiệm và pháp luật; thảo luận quy tắc ứng xử, bảo vệ dữ liệu cá nhân, bản quyền và sở hữu trí tuệ; viết cam kết trách nhiệm.	- Báo cáo đánh giá tác động xã hội và môi trường của dự án. - Bảng phân tích rủi ro đạo đức và pháp lý. - Bộ quy tắc ứng xử hoặc cam kết trách nhiệm xã hội của dự án. - Bảng cam kết sử dụng dữ liệu, hình ảnh, ý tưởng dùng quy định; danh mục nguồn tham khảo và tư liệu sử dụng trong dự án. - Bài thuyết trình hoặc báo cáo phản biện về các tình huống đạo đức và pháp lý trong kinh doanh, sử dụng công cụ số và trí tuệ nhân tạo có trách nhiệm, bảo vệ thông tin cá nhân và thúc đẩy phát triển bền vững. - Bảng xác định thông tin có thể công khai, thông tin cần bảo mật

MÃ CHUYỂN ĐỀ	TÊN CHUYỂN ĐỀ	NỘI DUNG	YÊU CẦU CẦN ĐẠT	PHƯƠNG PHÁP, HÌNH THỨC TỔ CHỨC	GỢI Ý MINH CHỨNG
		8.6. Nhận diện thông tin có thể công khai và thông tin cần thận trọng khi chia sẻ đối với dự án có yếu tố sáng tạo, đổi mới hoặc giải pháp kỹ thuật. 8.7. Bảo vệ quyền riêng tư và dữ liệu cá nhân khi khảo sát, phỏng vấn, thử nghiệm sản phẩm, dịch vụ, truyền thông hoặc công bố kết quả dự án. 8.8. Khởi nghiệp tạo tác động xã hội; xác định nhóm hưởng lợi, giá trị xã hội dự kiến và chỉ báo tác động phù hợp.	- Bảo vệ được quyền riêng tư, dữ liệu cá nhân của bản thân và người tham gia hoạt động. - Phân tích được các rủi ro đạo đức và pháp lý có thể phát sinh khi sử dụng công cụ số và trí tuệ nhân tạo. - Nhận diện được rủi ro khi công bố sớm; biết tham khảo ý kiến giáo viên, cố vấn hoặc chuyên gia trước khi công bố rộng rãi thông tin cần bảo mật. - Thực hiện được các nguyên tắc cơ bản về bảo vệ quyền riêng tư, dữ liệu cá nhân của người tham gia khảo sát, phỏng vấn hoặc thử nghiệm; chỉ thu thập thông tin cần thiết, sử dụng đúng mục đích, không công khai hình ảnh, tên, thông tin liên hệ hoặc dữ liệu cá nhân khi chưa được phép. - Phân biệt được dự án khởi nghiệp tạo tác động xã hội với hoạt động thiện nguyện đơn lẻ; xác định được nhóm hưởng lợi, giá trị xã hội dự		hoặc cần xin ý kiến trước khi công bố. - Bảng kiểm hoặc cam kết bảo vệ quyền riêng tư, dữ liệu cá nhân trong hoạt động khảo sát, phỏng vấn, thử nghiệm, truyền thông và công bố kết quả dự án.

MÃ CHUYÊN ĐỀ	TÊN CHUYÊN ĐỀ	NỘI DUNG	YÊU CẦU CẦN ĐẠT	PHƯƠNG PHÁP, HÌNH THỨC TỔ CHỨC	GỢI Ý MINH CHỨNG
			kiến và một số chỉ báo tác động phù hợp.		

2.5. Ma trận liên kết trực năng lực với chuyên đề

STT	Trực năng lực	Các chuyên đề							
		PT1	PT2	PT3	PT4	PT5	PT6	PT7	PT8
1.	Nhận diện cơ hội và bối cảnh	T	T				H		
2.	Sáng tạo và ý tưởng tạo giá trị			T	H				
3.	Lập kế hoạch khởi nghiệp		H		T	H	H		
4.	Thử nghiệm và thích ứng		H	H	H	T	T		
5.	Huy động và tối ưu nguồn lực	H						T	
6.	Hợp tác, giao tiếp và quản trị					T		H	
7.	Đạo đức và trách nhiệm xã hội						H	H	T

Ghi chú: T là nội dung trọng tâm; H là nội dung hỗ trợ. Ma trận giúp cơ sở giáo dục xác định nội dung cần ưu tiên và nội dung cần lồng ghép khi tích hợp các chuyên đề vào môn học, Hoạt động trải nghiệm (đối với Tiểu học), Hoạt động trải nghiệm, hướng nghiệp (đối với THCS và THPT), câu lạc bộ, dự án hoặc cuộc thi.

3. Phương pháp và hình thức tổ chức

Cơ sở giáo dục triển khai nội dung chủ yếu theo hướng tích hợp vào môn học phù hợp, Hoạt động trải nghiệm (đối với Tiểu học), Hoạt động trải nghiệm, hướng nghiệp (đối với THCS và THPT), hoạt động STEM, STEAM, hoạt động câu lạc bộ, dự án học tập, cuộc thi, ngày hội sáng tạo, hoạt động cộng đồng và hoạt động phối hợp với gia đình, địa phương, doanh nghiệp, hợp tác xã, làng nghề, cơ sở sản xuất, kinh doanh. Khi xây dựng kế hoạch vận dụng Khung, cơ sở giáo dục cần xác định rõ vị trí tích hợp ưu tiên trong môn học phù hợp, hoạt động giáo dục tương ứng theo cấp học, hoạt động STEM, STEAM, dự án liên môn, câu lạc bộ hoặc hoạt động giáo dục khác; bảo đảm có mục tiêu, yêu cầu cần đạt, nội dung, thời lượng và cách đánh giá phù hợp đối với nội dung đã lựa chọn.

Cơ sở giáo dục căn cứ điều kiện thực tế, đội ngũ, cơ sở vật chất, thời lượng, đặc điểm học sinh và bối cảnh địa phương để chủ động lựa chọn nội dung, mức độ tích hợp, hình thức tổ chức và minh chứng phù hợp; tránh triển khai máy móc, hình thức, gây quá tải hoặc tạo áp lực không cần thiết cho giáo viên và học sinh.

Cơ sở giáo dục có thể phối hợp, lồng ghép nội dung của Khung với Hoạt động trải nghiệm ở Tiểu học và Hoạt động trải nghiệm, hướng nghiệp ở THCS, THPT để bảo đảm tính thống nhất, không trùng lặp, tăng hiệu quả sử dụng thời lượng giáo dục.

Ở Tiểu học, cơ sở giáo dục ưu tiên các hoạt động gần gũi, trực quan, an toàn và vừa sức như vẽ tranh, xây dựng mô hình đơn giản, làm sản phẩm thủ công hoặc sản phẩm tái chế, tổ chức góc sáng tạo, kể chuyện, làm việc nhóm và trình bày ý tưởng.

Ở THCS, cơ sở giáo dục tăng cường hoạt động khảo sát nhu cầu, dự án liên môn, câu lạc bộ STEM hoặc khởi nghiệp, tham quan doanh nghiệp, hợp tác xã, làng nghề; đồng thời chú trọng rèn luyện kỹ năng giao tiếp, hợp tác, quản lý thời gian, sử dụng nguồn lực và công cụ số.

Ở THPT, cơ sở giáo dục từng bước nâng cao yêu cầu về phân tích bối cảnh, khảo sát thị trường và khách hàng, xây dựng mô hình kinh doanh, lập kế hoạch tài chính cơ bản, thử nghiệm sản phẩm, dịch vụ, truyền thông, quản trị nguồn lực, đánh giá tác động và thực hiện trách nhiệm xã hội.

Việc lựa chọn, vận dụng nội dung cần phù hợp với lứa tuổi, không gây quá tải, không thương mại hóa hoạt động giáo dục và không yêu cầu học sinh phải thành lập doanh nghiệp, bán hàng, gọi vốn hoặc thương mại hóa sản phẩm.

4. Đánh giá kết quả

Việc đánh giá cần phù hợp với CTGDPT 2018, đặc điểm lứa tuổi, yêu cầu cần đạt và hình thức tích hợp. Cơ sở giáo dục ưu tiên đánh giá vì sự tiến bộ của học sinh, kết hợp nhận xét của giáo viên với việc học sinh tự đánh giá, đánh giá đồng đẳng và tiếp nhận phản hồi phù hợp. Việc đánh giá được thực hiện trong khuôn khổ quy định hiện hành về đánh giá học sinh và hình thức giáo dục mà nội dung được tích hợp; không hình thành đầu điểm, hồ sơ hoặc sổ sách đánh giá riêng cho việc vận dụng Khung.

Cơ sở giáo dục có thể sử dụng bảng kiểm, bảng tiêu chí theo mức, hồ sơ học tập hoặc hồ sơ dự án, nhật ký học tập, phiếu tự đánh giá, phiếu đánh giá đồng đẳng, tranh, mô hình, áp phích, đồ họa thông tin, video, báo cáo khảo sát nhỏ, sản phẩm mẫu và bài trình bày ý tưởng để đánh giá kết quả.

Đối với Tiểu học, cơ sở giáo dục ưu tiên đánh giá sản phẩm trực quan và quan sát quá trình. Đối với THCS, cơ sở giáo dục ưu tiên hồ sơ dự án, kết quả khảo sát, mô hình thử nghiệm và báo cáo cải tiến. Đối với THPT, cơ sở giáo dục ưu tiên báo cáo về thị trường, khách hàng, kế hoạch khởi nghiệp cơ bản, sản phẩm mẫu, kế hoạch truyền thông, báo cáo tác động và kết quả phản biện. Cơ sở giáo dục lựa chọn một số minh chứng tiêu biểu; có thể sử dụng một sản phẩm, hồ sơ hoặc dự án để đánh giá đồng thời nhiều nội dung.

Việc đánh giá kết quả không đặt doanh thu, lợi nhuận, số lượng sản phẩm bán ra hoặc việc thành lập doanh nghiệp là yêu cầu bắt buộc; đồng thời cần tránh tạo áp lực tài chính, cạnh tranh không phù hợp hoặc rủi ro về an toàn, dữ liệu cá nhân cho học sinh.

Việc đánh giá cần bảo đảm an toàn tâm lý cho học sinh, khuyến khích tinh thần học hỏi, thử nghiệm và cải tiến; không tạo áp lực thành tích, so sánh hoặc xếp hạng không cần thiết giữa các nhóm, cá nhân, áp lực tài chính, áp lực bán hàng hoặc thương mại hóa sản phẩm. Minh chứng đánh giá cần chú trọng tính trung thực, không sao chép, tôn trọng sản phẩm và ý tưởng của người khác, bảo vệ dữ liệu cá nhân, hợp tác có trách nhiệm và ứng xử phù hợp trong quá trình tham gia hoạt động khởi nghiệp kinh doanh. Việc đánh giá ý tưởng, dự án cần xem xét ở mức độ phù hợp đối với tác động xã hội, tác động môi trường, trách nhiệm với người dùng, khách hàng, cộng đồng và khả năng tạo giá trị xã hội; khuyến khích ghi nhận dự án khởi nghiệp tạo tác động xã hội, nhưng không lấy quy mô tác động hoặc kết quả thương mại làm yêu cầu bắt buộc đối với mọi học sinh.

V. NỘI DUNG ĐỐI VỚI GIÁO DỤC NGHỀ NGHIỆP

Các mô-đun dưới đây có tính chất định hướng; cơ sở giáo dục nghề nghiệp căn cứ trình độ đào tạo, ngành, nghề, thời lượng, điều kiện tổ chức và nhu cầu người học để lựa chọn, tích hợp, cụ thể hóa, không bắt buộc áp dụng đồng loạt hoặc toàn bộ.

Việc xác định trình độ đào tạo, mục tiêu, chuẩn đầu ra, yêu cầu đầu vào, khối lượng học tập, cấu trúc chương trình và các yêu cầu chuyên môn của chương trình đào tạo giáo dục nghề nghiệp được thực hiện theo pháp luật về giáo dục nghề nghiệp, quy định hiện hành về chuẩn chương trình đào tạo và các quy định có liên quan; Khung này không quy định lại các nội dung đó.

1. Định hướng chuẩn đầu ra

1.1. Định hướng chuẩn đầu ra chung gắn với chuẩn chương trình đào tạo giáo dục nghề nghiệp

Việc triển khai nội dung khởi nghiệp kinh doanh góp phần phát triển phẩm chất, năng lực nghề nghiệp và đáp ứng các yêu cầu đầu ra của chương trình đào tạo giáo dục nghề nghiệp theo quy định hiện hành; trong đó chú trọng năng lực ngoại ngữ, năng lực số, kỹ năng xanh, khả năng thích ứng, học tập suốt đời và phát triển nghề nghiệp ở mức phù hợp với trình độ, ngành, nghề. Đối với nội dung được lựa chọn từ Khung, kết quả học tập được mô tả, đối chiếu và tổng hợp theo ba thành phần: kiến thức, kỹ năng, mức độ tự chủ và trách nhiệm cá nhân.

1.2. Định hướng chuẩn đầu ra về năng lực khởi nghiệp kinh doanh ở mức cốt lõi

Người học vận dụng được kiến thức, kỹ năng nghề và 07 trực năng lực chung để nhận diện nhu cầu, vấn đề, cơ hội tạo giá trị gắn với ngành, nghề; đề xuất ý tưởng về sản phẩm, dịch vụ hoặc giải pháp nghề; phát triển, thử nghiệm và cải tiến sản phẩm, dịch vụ hoặc quy trình nghề ở quy mô phù hợp; tìm hiểu khách hàng, người dùng hoặc người thụ hưởng; xây dựng mô hình hoặc kế hoạch khởi sự đơn giản; dự toán chi phí, vốn ban đầu và nguồn lực cơ bản; tổ chức công việc nhóm; nhận diện yêu cầu cơ bản về an toàn lao động, pháp luật, đạo đức nghề nghiệp, dữ liệu cá nhân và trách nhiệm xã hội; trình bày và bảo vệ ý tưởng hoặc dự án ở mức độ phù hợp.

1.3. Định hướng chuẩn đầu ra về năng lực khởi nghiệp kinh doanh ở mức mở rộng

Người học vận dụng được kiến thức, kỹ năng nghề và 07 trực năng lực chung để phân tích, xác nhận cơ hội kinh doanh trên cơ sở dữ liệu về thị trường, khách hàng; hoàn thiện sản phẩm, dịch vụ hoặc quy trình nghề đã qua thử nghiệm; xây dựng mô hình và kế hoạch kinh doanh có căn cứ; xây dựng phương án tổ chức nhân sự, vận hành và kiểm soát chất lượng; lựa chọn hình thức tổ chức và hình thức pháp lý phù hợp; lập kế hoạch về vốn, doanh thu, chi phí, dòng tiền và huy động nguồn lực; nhận diện, đánh giá, đề xuất phương án quản trị rủi ro; xây dựng kế hoạch tiếp cận thị trường, khách hàng hoặc đối tác; hoàn thiện, trình bày và bảo vệ hồ sơ dự án; quyết định việc triển khai, tiếp tục hoàn thiện, chuyển hướng hoặc dừng dự án trên cơ sở minh chứng và điều kiện thực tế.

Giáo dục khởi nghiệp kinh doanh trong giáo dục nghề nghiệp được triển khai linh hoạt, bao gồm các định hướng tự tạo việc làm, hành nghề độc lập, tổ chức hoạt động sản xuất, kinh doanh hoặc cung cấp dịch vụ ở quy mô phù hợp, phát triển dự án

gắn với ngành, nghề, đổi mới trong doanh nghiệp và thành lập doanh nghiệp khi người học có nhu cầu, năng lực, điều kiện. Cơ sở giáo dục nghề nghiệp căn cứ trình độ đào tạo, đặc thù ngành, nghề, thời lượng chương trình, điều kiện tổ chức và định hướng của người học để lựa chọn, cụ thể hóa chuẩn đầu ra ở mức cốt lõi hoặc mức mở rộng; không yêu cầu mọi người học phải hoàn thành đầy đủ nội dung chuyên sâu, thủ tục thành lập doanh nghiệp hoặc hệ thống quản trị doanh nghiệp hoàn chỉnh.

Khái niệm “mức cốt lõi” và “mức mở rộng” trong Khung chỉ phản ánh phạm vi và độ sâu của nội dung giáo dục khởi nghiệp kinh doanh; không phải là trình độ đào tạo hoặc bậc trình độ và không thay thế chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo giáo dục nghề nghiệp.

Nội dung giáo dục khởi nghiệp kinh doanh trong giáo dục nghề nghiệp được định hướng gắn với chuỗi giá trị ngành, nghề, quy trình công việc, tiêu chuẩn kỹ thuật, chất lượng, an toàn lao động, chuyển đổi số, chuyển đổi xanh, kinh tế tuần hoàn và nhu cầu phát triển kinh tế - xã hội của địa phương. Cơ sở giáo dục nghề nghiệp khuyến khích người học nhận diện cơ hội tạo giá trị từ từng công đoạn, sản phẩm, dịch vụ hoặc điểm nghẽn trong chuỗi giá trị, thay vì chỉ tập trung vào việc thành lập doanh nghiệp mới.

Đối với giáo dục nghề nghiệp, 07 trục năng lực khởi nghiệp kinh doanh được đổi chiếu với các yêu cầu về phẩm chất, năng lực nghề nghiệp và đầu ra của chương trình đào tạo theo quy định hiện hành; trong đó chú trọng năng lực ngoại ngữ, năng lực số, kỹ năng xanh, khả năng thích ứng, học tập suốt đời và phát triển nghề nghiệp. Việc mô tả, đổi chiếu và tổng hợp kết quả học tập đối với nội dung được lựa chọn từ Khung được thực hiện theo ba thành phần của Khung trình độ quốc gia Việt Nam hiện hành: kiến thức, kỹ năng, mức độ tự chủ và trách nhiệm cá nhân; không thay thế hoặc làm phát sinh thêm hệ thống năng lực và yêu cầu đầu ra đã được quy định.

Bảng gợi ý đổi chiếu 07 trục năng lực khởi nghiệp kinh doanh với một số năng lực và yêu cầu đầu ra của chương trình đào tạo giáo dục nghề nghiệp theo quy định hiện hành.

STT	07 trục năng lực khởi nghiệp kinh doanh	Năng lực nghề nghiệp	Năng lực ngoại ngữ	Năng lực số	Kỹ năng xanh	Khả năng thích ứng, học tập suốt đời và phát triển nghề nghiệp	Ghi chú
-----	---	----------------------	--------------------	-------------	--------------	--	---------

1	Nhận diện cơ hội và bối cảnh	✓✓	✓	✓✓	✓✓	✓✓	Hỗ trợ người học nhận diện nhu cầu, vấn đề và cơ hội từ công việc nghề nghiệp, chuỗi giá trị ngành, nghề, thị trường lao động, chuyển đổi số và chuyển đổi xanh.
2	Sáng tạo và ý tưởng tạo giá trị	✓✓	✓	✓✓	✓✓	✓✓	Gắn với đề xuất sản phẩm, dịch vụ, giải pháp hoặc cải tiến quy trình nghề; tạo giá trị cho khách hàng, doanh nghiệp, cộng đồng và môi trường.
3	Lập kế hoạch khởi nghiệp	✓✓	✓	✓✓	✓	✓	Hỗ trợ lập kế hoạch thực hiện, phân công, tiến độ, định mức vật tư, thiết bị, nhân công, chi phí, nguồn lực và tiêu chí đánh giá.
4	Thử nghiệm và thích ứng	✓✓		✓✓	✓✓	✓✓	Gắn với thử nghiệm, kiểm tra, đánh giá, điều chỉnh và cải tiến sản phẩm, dịch vụ hoặc quy trình nghề theo tiêu chuẩn kỹ thuật, chất lượng và an toàn.
5	Huy động và tối ưu nguồn lực	✓✓	✓	✓✓	✓✓	✓	Gắn với sử dụng tiết kiệm, hiệu quả vật tư, thiết bị, năng lượng, thời gian, tài chính, dữ liệu, công nghệ và nguồn lực hỗ trợ.
6	Hợp tác, giao tiếp và quản trị	✓✓	✓✓	✓✓	✓	✓✓	Hỗ trợ giao tiếp trong môi trường nghề nghiệp, làm việc nhóm, phối hợp tại nơi thực hành, thực tập và

							làm việc với khách hàng, doanh nghiệp, đối tác.
7	Đạo đức và trách nhiệm xã hội	✓✓	✓	✓✓	✓✓	✓✓	Gắn với kỷ luật, đạo đức nghề nghiệp, an toàn lao động, bảo vệ dữ liệu, quyền lợi khách hàng, trách nhiệm môi trường và phát triển bền vững.

Chú thích: ✓✓ thể hiện mối liên hệ trọng tâm; ✓ thể hiện mối liên hệ hỗ trợ.

2. Nguyên tắc thiết kế nội dung

2.1. Mức cốt lõi

Mức cốt lõi được áp dụng rộng rãi đối với người học giáo dục nghề nghiệp và tập trung hình thành năng lực nhận diện cơ hội gắn với nghề, tìm hiểu khách hàng, phát triển, thử nghiệm, cải tiến sản phẩm, dịch vụ nghề, xây dựng mô hình và kế hoạch khởi sự kinh doanh đơn giản, xác định chi phí, vốn ban đầu, nguồn lực, tuân thủ yêu cầu về an toàn, pháp luật, đạo đức nghề nghiệp, trình bày ý tưởng hoặc dự án. Việc lựa chọn mức và mô-đun cụ thể căn cứ trình độ đào tạo, đặc thù ngành, nghề, thời lượng chương trình, điều kiện tổ chức và nhu cầu của người học; không yêu cầu mọi người học hoàn thành toàn bộ mô-đun ở mức mở rộng.

2.2. Mức mở rộng

Mức mở rộng dành cho người học có định hướng khởi sự rõ ràng hơn hoặc được triển khai trong chương trình có điều kiện tổ chức chuyên sâu. Mức này tập trung vào việc kiểm chứng thị trường; hoàn thiện sản phẩm, dịch vụ; xây dựng mô hình và kế hoạch kinh doanh; tổ chức nhân sự, pháp lý, vận hành; lập kế hoạch về vốn, dòng tiền, tài chính; quản trị rủi ro; tiếp cận thị trường; hoàn thiện và bảo vệ dự án.

Hai mức cùng sử dụng 07 trục năng lực nhưng không nhất thiết có số lượng và cấu trúc mô-đun giống nhau. Ở mức cốt lõi, cơ sở giáo dục tích hợp và góp các nội dung thành những mô-đun có phạm vi rộng để bảo đảm tính thiết yếu, vừa sức và khả năng áp dụng đối với nhiều trình độ, ngành, nghề. Ở mức mở rộng, cơ sở giáo dục tách các nội dung về sản phẩm, thị trường, nhân sự, pháp lý, vận hành, tài chính, quản trị rủi ro và quyết định triển khai thành các mô-đun chuyên sâu hơn. Các

mô-đun ở hai mức có quan hệ kế thừa, phát triển và không nhất thiết tương ứng một - một. Sự khác nhau về số lượng mô-đun không làm thay đổi 07 trục năng lực chung mà phản ánh mức độ yêu cầu, độ sâu và mục tiêu của từng mức. Cơ sở giáo dục nghề nghiệp có thể tổ chức nội dung thành mô-đun độc lập hoặc tích hợp vào mô-đun nghề, dự án thực hành, thực tập, hoạt động hỗ trợ khởi nghiệp.

Trong các bảng mô-đun dưới đây, định hướng chuẩn đầu ra được xác định trên cơ sở các năng lực và yêu cầu đầu ra của chuẩn chương trình đào tạo giáo dục nghề nghiệp hiện hành. Khi xây dựng tiêu chí, mô tả và tổng hợp kết quả đánh giá, cơ sở giáo dục nghề nghiệp xem xét theo ba thành phần kiến thức, kỹ năng, mức độ tự chủ và trách nhiệm cá nhân; đồng thời cụ thể hóa phù hợp với trình độ, ngành, nghề và chương trình đào tạo tương ứng.

Mức độ	Cách tiếp cận	Phạm vi khởi nghiệp	Đối tượng	Trọng tâm
Mức cốt lõi – Giáo dục khởi nghiệp gắn với nghề	Cơ sở giáo dục nghề nghiệp tổ chức cho người học học thông qua hoạt động khởi nghiệp và trải nghiệm nghề.	Khởi nghiệp được tiếp cận theo nghĩa rộng.	Mức này được áp dụng đối với người học giáo dục nghề nghiệp.	Mức này tập trung phát triển tư duy tạo giá trị, năng lực nhận diện cơ hội gắn với ngành, nghề, giải quyết vấn đề, phát triển sản phẩm, dịch vụ nghề, thử nghiệm, cải tiến, tự tạo việc làm và làm việc có trách nhiệm.
Mức mở rộng – Giáo dục cho khởi sự kinh doanh	Cơ sở giáo dục nghề nghiệp tổ chức cho người học học để khởi nghiệp.	Khởi nghiệp được tiếp cận theo nghĩa hẹp hơn.	Mức này dành cho người học có nhu cầu, năng lực hoặc dự án khởi nghiệp rõ ràng hơn.	Mức này tập trung hoàn thiện sản phẩm, dịch vụ; kiểm chứng thị trường; xây dựng mô hình, kế hoạch kinh doanh; tổ chức nhân sự, pháp lý, vận hành, tài chính; quản trị rủi ro và chuẩn bị triển khai.

3. Nội dung mức cốt lõi

MÃ MÔ-ĐUN	TÊN MÔ-ĐUN	NỘI DUNG TRỌNG TÂM	ĐỊNH HƯỚNG CHUẨN ĐẦU RA CỐT LÕI	PHƯƠNG PHÁP, HÌNH THỨC TỔ CHỨC	GỢI Ý MINH CHỨNG
C1	Nhận diện cơ hội và hình	1.1. Nhu cầu, vấn đề và cơ hội từ thực tiễn nghề	- Nhận diện được cơ hội; đề xuất và lựa chọn được ý	Khảo sát thực tiễn nghề; thảo luận tình	- Bảng nhu cầu và cơ hội; SWOT; bảng lựa

MÃ MÔ-ĐUN	TÊN MÔ-ĐUN	NỘI DUNG TRỌNG TÂM	ĐỊNH HƯỚNG CHUẨN ĐẦU RA CỐT LÕI	PHƯƠNG PHÁP, HÌNH THỨC TỔ CHỨC	GỢI Ý MINH CHỨNG
	thành ý tưởng gắn với ngành, nghề	ngành; năng lực bản thân và nhóm; hình thành, so sánh và lựa chọn ý tưởng. 1.2. Chuỗi giá trị ngành, nghề; bối cảnh chuyên đôi số, chuyển đổi xanh, kinh tế tuần hoàn; nhu cầu và điểm nghẽn của doanh nghiệp, địa phương. 1.3. Vận dụng tư duy thiết kế, tư duy sáng tạo và kỹ năng giải quyết vấn đề để hình thành, lựa chọn và hoàn thiện ý tưởng gắn với ngành, nghề.	tưởng có căn cứ; trình bày được giá trị dự kiến. - Phân tích sơ bộ được chuỗi giá trị ngành, nghề; xác định được công đoạn, nhu cầu hoặc điểm nghẽn có khả năng tạo giá trị, tự tạo việc làm hoặc hình thành hoạt động kinh doanh. - Vận dụng được các bước phù hợp của tư duy thiết kế để nhận diện vấn đề, hình thành, lựa chọn và hoàn thiện ý tưởng gắn với ngành, nghề.	huống; làm việc nhóm; phân biện ý tưởng.	chọn ý tưởng; bài trình bày. - Sơ đồ chuỗi giá trị ngành, nghề hoặc hệ sinh thái sản xuất, kinh doanh tại địa phương; bảng xác định vị trí và cơ hội tạo giá trị.
C2	Tìm hiểu thị trường, khách hàng và nhu cầu	2.1. Khách hàng, người dùng; nhu cầu, hành vi; khảo sát, phỏng vấn; đối thủ và lựa chọn thay thế; nhóm khách hàng ưu tiên. 2.2. Ứng dụng công cụ số và trí tuệ nhân tạo phù hợp để hỗ trợ xây dựng câu hỏi, tổng hợp và trực quan hóa thông tin; kết quả phải được kiểm tra, đối chiếu với dữ liệu thực tế.	Thực hiện được khảo sát quy mô phù hợp; tổng hợp dữ liệu; xác định khách hàng và nhu cầu chính.	Khảo sát tại địa phương hoặc doanh nghiệp; phân tích dữ liệu; trình bày kết quả.	Phiếu khảo sát; bảng tổng hợp; chân dung khách hàng; bảng đối thủ.

MÃ MÔ-ĐUN	TÊN MÔ-ĐUN	NỘI DUNG TRỌNG TÂM	ĐỊNH HƯỚNG CHUẨN ĐẦU RA CỐT LÕI	PHƯƠNG PHÁP, HÌNH THỨC TỔ CHỨC	GỢI Ý MINH CHỨNG
C3	Phát triển, thử nghiệm và cải tiến sản phẩm, dịch vụ nghề	3.1. Yêu cầu kỹ thuật, chất lượng, an toàn; sản phẩm, dịch vụ mẫu; thử nghiệm; phản hồi; cải tiến; chi phí tạo mẫu. 3.2. Sử dụng công cụ tạo mẫu và phát triển ứng dụng không cần lập trình, mô phỏng số hoặc trí tuệ nhân tạo khi phù hợp để hỗ trợ tạo mẫu nhanh, nhưng không thay thế yêu cầu kỹ thuật, thực hành nghề và kiểm thử thực tế. 3.3. Sản phẩm, dịch vụ thử có thể là mẻ sản phẩm nhỏ, chi tiết hoặc cụm chi tiết mẫu, gói dịch vụ thử, quy trình thao tác thử, mô hình mô phỏng hoặc phiên bản chức năng tối thiểu phù hợp với đặc thù ngành, nghề. 3.4. Đối với sản phẩm, dịch vụ hoặc quy trình có yếu tố cải tiến, người học so sánh với cách làm hoặc giải pháp tương tự để xác	- Tạo và thử nghiệm được sản phẩm, dịch vụ mẫu; thu thập phản hồi; thực hiện ít nhất một cải tiến có minh chứng. - Đánh giá sơ bộ được tính khả thi của sản phẩm, dịch vụ hoặc giải pháp trên các phương diện kỹ thuật, thị trường và kinh tế; xác định được nội dung cần điều chỉnh trước khi triển khai tiếp. - Kiểm chứng được lợi ích của yếu tố cải tiến trong thao tác nghề, quy trình, công cụ, nguyên liệu, chất lượng, an toàn hoặc trải nghiệm khách hàng bằng chỉ số phù hợp.	Thực hành tại xưởng hoặc phòng thực hành nghề; dự án; thử nghiệm với người dùng hoặc chuyên gia.	- Sản phẩm/dịch vụ mẫu; kế hoạch thử nghiệm; báo cáo phản hồi; minh chứng cải tiến. - Bảng đánh giá tính khả thi về kỹ thuật - thị trường - kinh tế; bảng theo dõi chất lượng, an toàn; nhật ký thử nghiệm. - Bảng so sánh giải pháp trước - sau hoặc với giải pháp tương tự; chỉ số phản ánh lợi ích của yếu tố cải tiến.

MÃ MÔ-ĐƠN	TÊN MÔ-ĐƠN	NỘI DUNG TRỌNG TÂM	ĐỊNH HƯỚNG CHUẨN ĐẦU RA CỐT LÕI	PHƯƠNG PHÁP, HÌNH THỨC TỔ CHỨC	GỢI Ý MINH CHỨNG
		định điểm khác biệt và lợi ích dự kiến. 4.1. Đề xuất giá trị; khách hàng; kênh; hoạt động, nguồn lực; chi phí, nguồn thu; mục tiêu, tiến độ, phân công. 4.2. Sử dụng công cụ số và trí tuệ nhân tạo để hỗ trợ xây dựng phương án, trình bày mô hình và kiểm tra giả định; người học chịu trách nhiệm về tính chính xác và khả thi. 4.3. Làm rõ vai trò của yếu tố sáng tạo, đổi mới hoặc cải tiến trong đề xuất giá trị và tính khác biệt của phương án khởi sự.			
C4	Mô hình và kế hoạch khởi sự đơn giản		- Xây dựng được mô hình và kế hoạch khởi sự đơn giản, phù hợp với sản phẩm, dịch vụ nghề. - Giải thích được yếu tố tạo khác biệt và lợi ích của yếu tố đó đối với khách hàng hoặc người dùng.	Thực hành mô hình kinh doanh; lập kế hoạch; thuyết trình nhóm.	- Khung mô hình; kế hoạch triển khai; bảng tiến độ và phân công. - Bản mô tả yếu tố tạo khác biệt và vai trò trong đề xuất giá trị.
C5	Nguồn lực, chi phí, vốn ban đầu và tổ chức công việc	5.1. Nguồn lực tài chính và phi tài chính; chi phí cơ bản; vốn ban đầu; vai trò nhóm; quản lý thời gian, vật liệu và công cụ. 5.2. Ứng dụng bảng tính, công cụ quản lý công việc và trí tuệ nhân tạo phù hợp để hỗ trợ dự toán,	- Dự toán được chi phí, vốn ban đầu; phân công và theo dõi được công việc; sử dụng nguồn lực tiết kiệm, minh bạch. - Tính được giá thành sơ bộ của sản phẩm, dịch vụ trên cơ sở định mức nghề và giải	Bài tập bảng tính; mô phỏng phân công; nhật ký nhóm.	- Bảng dự toán; kế hoạch nguồn lực; bảng phân công; nhật ký nhóm. - Bảng định mức vật tư, thời gian lao động, sử dụng thiết bị và bảng tính giá thành sản phẩm hoặc dịch vụ.

MÃ MÔ-ĐUN	TÊN MÔ-ĐUN	NỘI DUNG TRỌNG TÂM	ĐỊNH HƯỚNG CHUẨN ĐẦU RA CỐT LÕI	PHƯƠNG PHÁP, HÌNH THỨC TỔ CHỨC	GỢI Ý MINH CHỨNG
		phân công, theo dõi tiến độ và tối ưu nguồn lực. 5.3. Định mức vật tư, nguyên liệu, thời gian lao động, sử dụng thiết bị, năng lượng và các chi phí trực tiếp để xác định giá thành sản phẩm, dịch vụ.	thích được các giả định sử dụng.		
C6	An toàn, pháp luật, đạo đức và trình bày dự án	6.1. An toàn lao động; pháp luật cơ bản; đạo đức nghề nghiệp; dữ liệu cá nhân; sở hữu trí tuệ; trách nhiệm xã hội; kỹ năng trình bày. 6.2. Quyền của người khác; ghi nguồn, xin phép; thông tin cần bảo mật trong công thức, quy trình, thông số, thiết kế, dữ liệu khách hàng hoặc phương thức cung cấp dịch vụ. 6.3. Đạo đức kinh doanh; trách nhiệm với khách hàng, cộng đồng và môi trường; nhận diện tác động xã hội của sản phẩm, dịch vụ hoặc dự án.	- Nhận diện được các yêu cầu cơ bản về an toàn, pháp luật, đạo đức nghề nghiệp, dữ liệu cá nhân và sở hữu trí tuệ liên quan đến hoạt động; biết tra cứu thông tin và xác định trường hợp cần tham vấn người có chuyên môn; trình bày, bảo vệ được ý tưởng hoặc dự án có trách nhiệm. - Nhận diện được thông tin cần thận trọng khi công bố và biết tham khảo ý kiến người hướng dẫn hoặc chuyên gia khi cần thiết. - Phân tích được tác động xã hội, môi trường ở mức cơ bản và đề xuất được cách giảm tác động tiêu cực, tăng giá trị tích cực của dự án.	Phân tích tình huống; bảng kiểm; thuyết trình và phân biện.	- Bảng kiểm an toàn, pháp lý và đạo đức; cam kết trách nhiệm; bộ trình chiếu; phiếu phân biện. - Bảng xác định nguồn sử dụng, thông tin có thể công khai và thông tin cần bảo mật hoặc xin tư vấn.

4. Nội dung mức mở rộng

MÃ MÔ-ĐƠN	TÊN MÔ-ĐƠN	NỘI DUNG TRỌNG TÂM	ĐỊNH HƯỚNG CHUẨN ĐẦU RA MỞ RỘNG	PHƯƠNG PHÁP, HÌNH THỨC TỔ CHỨC	GỢI Ý MINH CHỨNG
M1	Thẩm định cơ hội và thị trường	1.1. Phân tích bối cảnh ngành, thị trường, công nghệ; quy mô và xu hướng; dữ liệu khách hàng; mức độ cấp thiết và khả năng chi trả hoặc tham gia. 1.2. Sử dụng công cụ số và trí tuệ nhân tạo để hỗ trợ tìm kiếm, tổng hợp, phân loại dữ liệu thị trường; mọi nhận định quan trọng cần được kiểm chứng bằng nguồn tin cậy hoặc dữ liệu thực tế. 1.3. Phân tích chuỗi giá trị ngành, nghề; tác động của chuyển đổi số, chuyển đổi xanh, kinh tế tuần hoàn, tiêu chuẩn môi trường và yêu cầu thị trường lao động đối với cơ hội kinh doanh.	Thẩm định được cơ hội bằng tiêu chí và dữ liệu; xác định được thị trường, khách hàng ưu tiên.	Nghiên cứu thực địa; phân tích dữ liệu; phân biện với chuyên gia hoặc doanh nghiệp.	- Báo cáo thẩm định cơ hội; dữ liệu khảo sát; bảng phân khúc và khách hàng. - Sơ đồ chuỗi giá trị hoặc hệ sinh thái ngành; báo cáo xác định điểm nghẽn và vị trí tạo giá trị trong chuỗi.
M2	Hoàn thiện sản phẩm, dịch vụ và kiểm chứng khách hàng	2.1. Hoàn thiện phiên bản thử nghiệm; tiêu chuẩn kỹ thuật, chất lượng, an toàn; giả thuyết cân kiểm chứng; thử nghiệm với	- Hoàn thiện và kiểm chứng được sản phẩm, dịch vụ; phân tích dữ liệu và ra quyết định cải tiến.	Thực hành nghề; thử nghiệm thực tế; đo lường; có vấn kỹ thuật hoặc kinh doanh.	- Phiên bản thử nghiệm; kế hoạch, dữ liệu và báo cáo kiểm chứng; bản cải tiến.

MÃ MÔ-ĐUN	TÊN MÔ-ĐUN	NỘI DUNG TRỌNG TÂM	ĐỊNH HƯỚNG CHUẨN ĐẦU RA MỞ RỘNG	PHƯƠNG PHÁP, HÌNH THỨC TỔ CHỨC	GỢI Ý MINH CHỨNG
		khách hàng, người dùng thực tế; đo lường và cải tiến. 2.2. Khuyến khích sử dụng công cụ tạo mẫu và phát công cụ tạo mẫu và phát triển ứng dụng không cần lập trình, mô phỏng số và trí tuệ nhân tạo phù hợp để rút ngắn vòng thử nghiệm và cải tiến. 2.3. Sản phẩm, dịch vụ thử có thể là mẻ sản phẩm nhỏ, chi tiết/cụm chi tiết mẫu, gói dịch vụ thử, quy trình thao tác thử, mô hình mô phỏng hoặc phiên bản chức năng tối thiểu; việc thử nghiệm cần chú trọng bảo đảm tiêu chuẩn kỹ thuật, chất lượng và an toàn. 2.4. Thử nghiệm cần kiểm chứng yếu tố cải tiến có tạo ra lợi ích tốt hơn so với cách làm hoặc giải pháp tương tự hay không.	- Đánh giá được tính khả thi về kỹ thuật, thị trường và kinh tế; hoàn thiện sản phẩm, dịch vụ trên cơ sở ít nhất một vòng thử nghiệm và phân hồi phù hợp. - Đánh giá được lợi ích của yếu tố cải tiến bằng chỉ số phù hợp và sử dụng kết quả để hoàn thiện đề xuất giá trị.		- Bảng đánh giá tính khả thi kỹ thuật - thị trường - kinh tế; nhật ký thử nghiệm; bảng theo dõi chất lượng và an toàn; nhận xét của người hướng dẫn tại doanh nghiệp hoặc chuyên gia nghề, nếu có. - Bảng so sánh giải pháp, chỉ số trước - sau và kết luận về lợi ích của yếu tố cải tiến.

MÃ MÔ-ĐƠN	TÊN MÔ-ĐƠN	NỘI DUNG TRỌNG TÂM	ĐỊNH HƯỚNG CHUẨN ĐẦU RA MỞ RỘNG	PHƯƠNG PHÁP, HÌNH THỨC TỔ CHỨC	GỢI Ý MINH CHỨNG
M3	Mô hình và kế hoạch kinh doanh	3.1. Mô hình kinh doanh; đề xuất giá trị; kênh, đối tác, nguồn lực, hoạt động; chi phí, nguồn thu; kế hoạch triển khai và tiêu chí theo dõi. 3.2. Vai trò của yếu tố sáng tạo, đổi mới hoặc giải pháp kỹ thuật trong đề xuất giá trị, lợi thế cạnh tranh và khả năng phát triển; phương án tự triển khai, hợp tác, chuyển giao hoặc cấp quyền sử dụng khi phù hợp.	- Hoàn thiện được mô hình và kế hoạch kinh doanh có căn cứ, nhất quán và khả thi. - Làm rõ được vai trò của yếu tố tạo khác biệt trong mô hình kinh doanh và lựa chọn được phương án khai thác phù hợp ở mức đơn giản.	Xưởng mô hình kinh doanh; phân tích tình huống; phản biện hội đồng.	- Mô hình kinh doanh; kế hoạch kinh doanh; lộ trình triển khai. - Bản mô tả yếu tố tạo khác biệt, đề xuất giá trị và phương án khai thác dự kiến.
M4	Tổ chức nhân sự và vận hành	4.1. Cơ cấu tổ chức; mô tả công việc; phân công, phối hợp; quy trình vận hành; kiểm soát chất lượng; nhà cung cấp, đối tác; chăm sóc khách hàng. 4.2. Quản lý định mức vật tư, thiết bị, chất lượng; quan hệ với nhà cung cấp, nghệ nhân, làng nghề, hợp tác xã và đối tác trong chuỗi giá trị.	Xây dựng được phương án nhân sự và quy trình vận hành phù hợp; xử lý được tình huống cơ bản.	Mô phỏng vận hành; bài tập tổ chức; làm việc với doanh nghiệp.	- Sơ đồ tổ chức; mô tả công việc; quy trình vận hành; bảng kiểm chất lượng. - Bảng định mức vật tư - thiết bị; nhận xét của người hướng dẫn thực tập hoặc doanh nghiệp; biên bản xử lý tình huống vận hành.

MÃ MÔ-ĐUN	TÊN MÔ-ĐUN	NỘI DUNG TRỌNG TÂM	ĐỊNH HƯỚNG CHUẨN ĐẦU RA MỞ RỘNG	PHƯƠNG PHÁP, HÌNH THỨC TỔ CHỨC	GỢI Ý MINH CHỨNG
M5	Pháp lý và hình thức tổ chức kinh doanh	5.1. Hành nghề độc lập, hộ kinh doanh, hợp tác xã, doanh nghiệp và hình thức phù hợp khác; đăng ký; thuế, lao động, bảo hiểm, hợp đồng; sở hữu trí tuệ. 5.2. Quyền sở hữu, quyền khai thác, bảo mật và công bố thông tin đối với sản phẩm, dịch vụ, quy trình, thiết kế hoặc giải pháp kỹ thuật; nhận diện sơ bộ rủi ro sử dụng quyền của người khác.	- Lựa chọn được hình thức phù hợp; tra cứu và lập được hồ sơ mô phỏng; nhận diện nghĩa vụ pháp lý. - Nhận diện được yếu tố cần bảo vệ hoặc giữ bí mật và biết khi nào cần tham khảo ý kiến chuyên gia trước khi công bố hoặc khai thác.	Phân tích tình huống; tra cứu quy định; tư vấn chuyên gia.	- Bảng lựa chọn hình thức; hồ sơ mô phỏng; bảng kiểm tuân thủ và sở hữu trí tuệ. - Bảng nhận diện tài sản trí tuệ, quyền liên quan, thông tin cần bảo mật và nội dung cần xin tư vấn.
M6	Vốn, huy động nguồn lực và tài chính	6.1. Vốn đầu tư, vốn lưu động; doanh thu, chi phí, lợi nhuận, dòng tiền; điểm hòa vốn; nguồn vốn và nghĩa vụ; kế hoạch huy động, phân bổ. 6.2. Ứng dụng công cụ số và trí tuệ nhân tạo để hỗ trợ xây dựng kịch bản tài chính, so sánh phương án và nhận diện bất thường; không sử dụng kết quả do công cụ tạo ra để thay thế việc thẩm định.	- Lập được kế hoạch vốn, tài chính và huy động nguồn lực phù hợp; giải thích được tính khả thi. - Lập và giải thích được bảng tính giá thành sản phẩm, dịch vụ; sử dụng kết quả để xác định nhu cầu vốn, giá bán hoặc mức thu phù hợp.	Thực hành bảng tính; mô phỏng huy động tài vốn; phân biến tài chính.	- Dự toán vốn; kế hoạch doanh thu, chi phí và dòng tiền; hòa vốn; phương án huy động. - Bảng định mức và tính giá thành; sổ thu - chi hoặc bảng theo dõi dòng tiền bằng công cụ số; hồ sơ mô phỏng tiếp cận nguồn hỗ trợ, nếu phù hợp.

MÃ MÔ-ĐUN	TÊN MÔ-ĐUN	NỘI DUNG TRỌNG TÂM	ĐỊNH HƯỚNG CHUẨN ĐẦU RA MỞ RỘNG	PHƯƠNG PHÁP, HÌNH THỨC TỔ CHỨC	GỢI Ý MINH CHỨNG
		6.3. Tính giá thành theo định mức vật tư, nguyên liệu, nhân công, thời gian sử dụng thiết bị, năng lượng và chi phí trực tiếp của nghề.			
M7	Quản trị rủi ro và tiếp cận thị trường	7.1. Rủi ro tài chính, pháp lý, vận hành, thị trường, an toàn; ma trận rủi ro; chiến lược tiếp cận; truyền thông, bán hàng thử nghiệm; chỉ số bước đầu. 7.2. Ứng dụng công cụ số và trí tuệ nhân tạo trong xây dựng nội dung truyền thông, phân tích phản hồi và theo dõi chỉ số; bảo đảm trung thực, không gây nhầm lẫn và tôn trọng dữ liệu cá nhân. 7.3. Việc dùng thử, cung ứng thử hoặc bán thử chỉ thực hiện trong phạm vi phù hợp khi bảo đảm điều kiện pháp lý, an toàn, chất lượng, sự giám sát của cơ sở giáo dục và không tạo áp lực tài chính cho người học.	Xây dựng được ma trận rủi ro và phương án ứng phó; lập và thực hiện được kế hoạch tiếp cận thị trường ở quy mô phù hợp.	Mô phỏng rủi ro; thực hành truyền thông và bán hàng thử nghiệm; phân tích dữ liệu.	- Ma trận rủi ro; kế hoạch ra thị trường; tài liệu truyền thông; minh chứng quan tâm và phản hồi. - Trang giới thiệu, danh mục sản phẩm, gian hàng số hoặc hình thức tiếp cận khách hàng phù hợp với ngành, nghề, nếu có; biên bản hoặc video tình huống bán hàng, đàm phán hoặc phản hồi khách hàng.

MÃ MÔ-ĐUN	TÊN MÔ-ĐUN	NỘI DUNG TRỌNG TÂM	ĐỊNH HƯỚNG CHUẨN ĐẦU RA MỞ RỘNG	PHƯƠNG PHÁP, HÌNH THỨC TỔ CHỨC	GỢI Ý MINH CHỨNG
M8	Hoàn thiện, trình bày và quyết định triển khai	Hồ sơ dự án; giao tiếp, đàm phán, làm việc nhóm; thuyết trình và bảo vệ; quyết định triển khai, hoàn thiện, chuyển hướng hoặc dừng; kế hoạch bước tiếp theo. Đánh giá tác động xã hội, môi trường và khả năng tạo giá trị xã hội của dự án ở mức phù hợp trước khi quyết định bước tiếp theo.	Hoàn thiện, trình bày và bảo vệ được hồ sơ; ra quyết định có căn cứ; xây dựng được kế hoạch bước tiếp theo. Phân tích được tác động xã hội, môi trường và xác định được biện pháp phát triển dự án có trách nhiệm.	Hoàn thiện hồ sơ; trình bày trước hội đồng; mô phỏng đàm phán và quyết định.	Hồ sơ dự án; bộ trình chiếu; phiếu phản biện; biên bản đánh giá; quyết định và kế hoạch tiếp theo.

5. Phương pháp và hình thức tổ chức

Khi xây dựng kế hoạch vận dụng Khung, cơ sở giáo dục nghề nghiệp cần xác định rõ nội dung được tích hợp trong mô-đun nghề, hoạt động thực hành, thực tập, dự án sản phẩm, dịch vụ, học phần chung hoặc hoạt động hỗ trợ khởi nghiệp; bảo đảm mục tiêu, định hướng chuẩn đầu ra, thời lượng, người phụ trách và cách đánh giá đối với nội dung đã lựa chọn.

Cơ sở giáo dục nghề nghiệp tổ chức nội dung theo hướng tích hợp với chương trình đào tạo, mô-đun nghề, hoạt động thực hành, thực tập, dự án phát triển sản phẩm, dịch vụ, mô phỏng hoạt động sản xuất, kinh doanh và hoạt động hỗ trợ khởi nghiệp; cơ sở giáo dục không bắt buộc phải tổ chức nội dung thành môn học hoặc mô-đun độc lập. Cơ sở giáo dục nghề nghiệp có thể sử dụng game hóa, mô phỏng quy trình sản xuất, mô phỏng dòng tiền, mô hình kinh doanh ảo và các tình huống ra quyết định bằng dữ liệu giả định; trường hợp có hoạt động giao dịch, cung ứng hoặc bán thử thực tế cần bảo đảm an toàn, pháp lý, chất lượng, sự giám sát và không tạo áp lực tài chính cho người học.

Ở mức cốt lõi, cơ sở giáo dục ưu tiên hoạt động thực hành nghề, khảo sát quy mô nhỏ, phát triển sản phẩm, dịch vụ mẫu, thử nghiệm, cải tiến, xây dựng mô hình và kế hoạch khởi sự đơn giản. Ở mức mở rộng, cơ sở giáo dục ưu tiên dự án trong bối

cảnh thực, hoạt động với khách hàng, người dùng thực tế, xây dựng mô hình kinh doanh, tài chính, pháp lý, vận hành, quản trị rủi ro và tổ chức để doanh nghiệp hoặc chuyên gia phân biệt.

Cơ sở giáo dục nghề nghiệp tăng cường phối hợp với doanh nghiệp, cơ sở sản xuất, hợp tác xã, làng nghề, nghệ nhân, hiệp hội nghề nghiệp, chuyên gia nghề, cựu người học và tổ chức hỗ trợ khởi nghiệp để cung cấp bài toán thực tiễn, tổ chức tham quan, thực tập, hướng dẫn thực hành, có vấn, phân biệt, đánh giá sản phẩm, dịch vụ hoặc dự án; đồng thời bảo đảm yêu cầu về an toàn, pháp luật, đạo đức nghề nghiệp và bảo vệ dữ liệu.

Cơ sở giáo dục nghề nghiệp lựa chọn hoạt động với khách hàng hoặc người dùng thực tế căn cứ đặc thù ngành, nghề và mức độ an toàn. Đối với ngành, nghề có yêu cầu nghiêm ngặt về sức khỏe, an toàn, thực phẩm, điện, cơ khí, xây dựng hoặc dịch vụ trực tiếp cho con người, hoạt động thử nghiệm cần được giám sát về chuyên môn và tuân thủ đầy đủ quy định hiện hành.

6. Đánh giá kết quả

Kết quả đánh giá được mô tả và tổng hợp theo ba thành phần: kiến thức, kỹ năng, mức độ tự chủ và trách nhiệm cá nhân. Nội dung, tiêu chí và phương pháp đánh giá bám mục tiêu, chuẩn đầu ra, phẩm chất và năng lực của người học theo quy định hiện hành và chương trình đào tạo cụ thể. Việc đánh giá đồng thời xem xét, ở mức độ phù hợp, tác động xã hội, tác động môi trường, đạo đức kinh doanh, trách nhiệm đối với khách hàng, cộng đồng và khả năng tạo giá trị xã hội của sản phẩm, dịch vụ hoặc dự án.

Việc đánh giá cần gắn với định hướng chuẩn đầu ra tương ứng ở mức cốt lõi hoặc mức mở rộng; chú trọng năng lực thực hành, sản phẩm, dịch vụ nghề, quá trình thử nghiệm và cải tiến, tính khả thi của mô hình, kế hoạch, an toàn lao động, đạo đức nghề nghiệp, khả năng tự tạo việc làm.

Cơ sở giáo dục nghề nghiệp có thể tích hợp minh chứng trong một hồ sơ hoặc dự án tổng hợp và không nhất thiết xây dựng sản phẩm hoặc bài kiểm tra riêng cho từng mô-đun. Đối với mức cốt lõi, cơ sở giáo dục ưu tiên sản phẩm mẫu, khảo sát nhỏ, kế hoạch khởi sự và bảng dự toán cơ bản. Đối với mức mở rộng, cơ sở giáo dục ưu tiên hồ sơ kiểm chứng thị trường, mô hình và kế hoạch kinh doanh, tài chính, pháp lý, vận hành, rủi ro, kế hoạch tiếp cận thị trường. Khi phù hợp, cơ sở giáo dục có thể sử dụng thêm sơ đồ chuỗi giá trị, bảng định mức vật tư, thiết bị, bảng tính giá thành, nhật ký thử nghiệm, bảng theo dõi chất lượng, an toàn, phiếu phản hồi của khách hàng, nhận xét của người hướng dẫn thực tập hoặc doanh nghiệp, biên bản hoặc video về tình huống giao tiếp, bán hàng, đàm phán.

Việc đánh giá kết quả cần kết hợp đánh giá quá trình với đánh giá sản phẩm, đánh giá cá nhân với đánh giá nhóm, tự đánh giá với đánh giá đồng đẳng và nhận xét của giáo viên, người hướng dẫn thực tập, doanh nghiệp hoặc chuyên gia nghề. Đối với sản phẩm nhóm, cơ sở giáo dục cần xác định nhiệm vụ, mức độ tham gia và minh chứng về đóng góp của từng cá nhân.

VI. NỘI DUNG ĐỐI VỚI GIÁO DỤC ĐẠI HỌC

Các mô-đun dưới đây có tính chất định hướng; cơ sở giáo dục đại học căn cứ chuẩn đầu ra, chương trình đào tạo, số tín chỉ, đặc thù ngành và điều kiện triển khai để lựa chọn, tích hợp, cụ thể hóa, không bắt buộc áp dụng đồng loạt hoặc toàn bộ.

Việc xác định trình độ đào tạo, mục tiêu, chuẩn đầu ra, yêu cầu đầu vào, khối lượng học tập, cấu trúc chương trình và các yêu cầu chuyên môn của chương trình đào tạo giáo dục đại học được thực hiện theo pháp luật về giáo dục đại học, quy định hiện hành về chuẩn chương trình đào tạo và các quy định có liên quan; Khung này không quy định lại các nội dung đó.

1. Định hướng chuẩn đầu ra

Sinh viên vận dụng được 07 trục năng lực chung để nhận diện, xác nhận cơ hội; nghiên cứu người dùng, khách hàng; thiết kế giá trị; xây dựng mô hình kinh doanh, phương án tài chính; phát triển sản phẩm khả dụng tối thiểu hoặc sản phẩm thử nghiệm; thiết kế hoạt động kiểm chứng; tiếp cận thị trường; quản trị việc triển khai, vận hành; nhận diện và xử lý vấn đề về pháp lý, sở hữu trí tuệ, đạo đức, tác động xã hội, phát triển bền vững ở mức độ phù hợp với cấp độ nội dung được lựa chọn và chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo.

1.1. Định hướng chuẩn đầu ra chung gắn với chương trình đào tạo

Việc triển khai nội dung khởi nghiệp kinh doanh góp phần phát triển các năng lực và đáp ứng yêu cầu trong chuẩn đầu ra chương trình trình độ đại học theo quy định hiện hành; trong đó chú trọng năng lực số, nội dung về trí tuệ nhân tạo, năng lực ngoại ngữ, khả năng thích ứng và học tập suốt đời. Các năng lực chuyên môn, năng lực chung và yêu cầu khác được xác định theo chuẩn chương trình đào tạo, chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo cụ thể và các quy định hiện hành. Đối với nội dung được lựa chọn từ Khung, kết quả học tập được mô tả, đối chiếu và tổng hợp theo ba thành phần: kiến thức, kỹ năng, mức độ tự chủ và trách nhiệm cá nhân.

1.2. Định hướng chuẩn đầu ra về năng lực khởi nghiệp kinh doanh ở cấp độ nền tảng

Ở cấp độ nền tảng, sinh viên nhận diện được vấn đề và cơ hội tạo giá trị; nghiên cứu được người dùng hoặc khách hàng ở mức cơ bản; xây dựng được đề xuất giá trị, mô hình kinh doanh sơ bộ và sản phẩm khả dụng tối thiểu; thực hiện được thử nghiệm nhỏ, thu thập phản hồi, cải tiến và trình bày dự án có trách nhiệm.

1.3. Định hướng chuẩn đầu ra về năng lực khởi nghiệp kinh doanh ở cấp độ chuyên sâu, tự chọn

Ở cấp độ chuyên sâu, tự chọn, sinh viên xác định được cơ hội kinh doanh; xây dựng được mô hình kinh doanh và phương án tài chính có căn cứ; phát triển, thử nghiệm sản phẩm hoặc dịch vụ trong bối cảnh thực; xây dựng kế hoạch tiếp cận thị trường, vận hành và huy động nguồn lực; nhận diện, xử lý được các vấn đề về pháp lý, sở hữu trí tuệ, đạo đức, tác động xã hội và phát triển bền vững.

2. Nguyên tắc thiết kế

2.1. Cấp độ nền tảng

Cấp độ nền tảng được thiết kế cho số đông sinh viên, không phân biệt ngành học và không mặc định tất cả sinh viên phải thành lập doanh nghiệp. Cấp độ này tập trung vào việc học thông qua hoạt động khởi nghiệp theo nghĩa rộng, bao gồm phát hiện vấn đề, thấu hiểu người dùng, thiết kế giá trị, xây dựng mô hình sơ bộ, phát triển sản phẩm khả dụng tối thiểu, thực hiện thử nghiệm nhỏ, truyền thông dự án và nhận diện vấn đề về pháp lý, đạo đức, sở hữu trí tuệ, trách nhiệm xã hội.

2.2. Cấp độ chuyên sâu, tự chọn

Cấp độ chuyên sâu, tự chọn dành cho sinh viên có định hướng khởi nghiệp rõ ràng hơn; hướng tới phát triển dự án gắn với nghề nghiệp, chuẩn bị khởi nghiệp, đề án tổng hợp, hoạt động tiên phong tạo, doanh nghiệp khởi nguồn từ sinh viên, đổi mới trong doanh nghiệp hoặc dự án xã hội. Đầu ra của cấp độ này là hồ sơ dự án có khả năng triển khai trong bối cảnh thực, có bằng chứng về thị trường, phương án tài chính, vận hành, tiếp cận thị trường và quản trị rủi ro.

Hai cấp độ cùng sử dụng hệ thống 08 mô-đun nhưng khác nhau về độ sâu, định hướng chuẩn đầu ra và gợi ý minh chứng đánh giá; qua đó bảo đảm tính liên thông và khả năng lựa chọn theo nhu cầu của cơ sở giáo dục đại học và sinh viên.

Các thuật ngữ “giai đoạn 1” “giai đoạn 2”, “cấp độ nền tảng” và “cấp độ chuyên sâu, tự chọn” trong Khung chỉ phản ánh tiến trình và độ sâu của nội dung giáo dục khởi nghiệp kinh doanh; không phải là trình độ đào tạo, bậc trình độ hoặc loại chương trình đào tạo theo quy định hiện hành.

Giai đoạn	Cách tiếp cận	Định nghĩa khởi nghiệp	Đối tượng	Trọng tâm
Giai đoạn 1 Giáo dục khởi nghiệp nền tảng	Cơ sở giáo dục đại học tổ chức cho sinh viên học thông qua hoạt động khởi nghiệp.	Khởi nghiệp được tiếp cận theo nghĩa rộng.	Cấp độ này dành cho số đông sinh viên.	Cấp độ này tập trung phát triển tư duy tạo giá trị, năng lực sáng tạo, tinh thần chủ động, khả năng giải quyết vấn đề và làm việc với các bên liên quan.
Giai đoạn 2 Giáo dục khởi nghiệp chuyên sâu	Cơ sở giáo dục đại học tổ chức cho sinh viên học để khởi nghiệp.	Khởi nghiệp được tiếp cận theo nghĩa hẹp.	Cấp độ này dành cho nhóm sinh viên có mối quan tâm, năng lực hoặc động cơ khởi nghiệp rõ ràng hơn.	Cấp độ này tập trung tổ chức quá trình tạo giá trị thông qua việc xây dựng dự án kinh doanh, doanh nghiệp khởi nghiệp hoặc tổ chức mới.

Bảng gợi ý đối chiếu 07 trục năng lực khởi nghiệp kinh doanh với một số yêu cầu về năng lực trong chuẩn đầu ra chương trình đào tạo trình độ đại học theo quy định hiện hành

STT	07 trục năng lực khởi nghiệp kinh doanh	Năng lực số	Nội dung về trí tuệ nhân tạo	Năng lực ngoại ngữ	Khả năng thích ứng và học tập suốt đời	Ghi chú
1	Nhận diện cơ hội và bối cảnh	✓✓	✓	✓	✓✓	Sử dụng công cụ số, dữ liệu và nguồn thông tin trong nước, quốc tế để quan sát, điều tra thị trường, phân tích xu hướng và nhận diện vấn đề, cơ hội tạo giá trị.
2	Sáng tạo và ý tưởng tạo giá trị	✓✓	✓✓	✓	✓✓	Vận dụng tư duy thiết kế, tư duy sáng tạo, công cụ số và trí tuệ nhân tạo để hình thành, so sánh, phát triển và điều chỉnh các phương án tạo giá trị.

STT	07 trực năng lực khởi nghiệp kinh doanh	Năng lực số	Nội dung về trí tuệ nhân tạo	Năng lực ngoại ngữ	Khả năng thích ứng và học tập suốt đời	Ghi chú
3	Lập kế hoạch khởi nghiệp	✓✓	✓	✓	✓	Sử dụng công cụ số để xây dựng mô hình, kế hoạch, dự toán, tiến độ, phân bổ nguồn lực và quản trị rủi ro; kiểm tra, chịu trách nhiệm về dữ liệu và giá định.
4	Thử nghiệm và thích ứng	✓✓	✓✓	✓	✓✓	Thiết kế thử nghiệm, thu thập và phân tích dữ liệu, tiếp nhận phản hồi, học từ thất bại và chủ động điều chỉnh sản phẩm, dịch vụ hoặc mô hình.
5	Huy động và tối ưu nguồn lực	✓✓	✓	✓	✓✓	Khai thác tri thức, dữ liệu, công nghệ, mạng lưới, cổ vấn, doanh nghiệp và các nguồn lực trong nước, quốc tế một cách hiệu quả, minh bạch và có trách nhiệm.
6	Hợp tác, giao tiếp và quản trị	✓✓	✓	✓✓	✓✓	Gắn với làm việc nhóm liên ngành, giao tiếp học thuật và nghề nghiệp, thuyết trình, phân biện, đàm phán và làm việc với các bên liên quan.
7	Đạo đức và trách nhiệm xã hội	✓✓	✓✓	✓	✓✓	Gắn với đạo đức kinh doanh, đạo đức số và trí tuệ nhân tạo, bảo vệ dữ liệu cá nhân, sở hữu trí tuệ, trách nhiệm xã hội và phát triển bền vững.

Chú thích: ✓✓ thể hiện mới liên hệ trọng tâm; ✓ thể hiện mới liên hệ.

Bảng có tính chất gợi ý, không làm phát sinh yêu cầu chuẩn đầu ra bắt buộc mới ngoài quy định hiện hành. Các yêu cầu về năng lực số, nội dung về trí tuệ nhân tạo, năng lực ngoại ngữ, khả năng thích ứng và học tập suốt đời tại các cột của bảng được xác định theo quy định hiện hành về chuẩn chương trình đào tạo trình độ đại học. Việc mô tả, đối chiếu và tổng hợp kết quả học tập đối với nội dung được lựa chọn từ Khung được thực hiện theo ba thành phần của Khung trình độ quốc gia Việt Nam

hiện hành: kiến thức, kỹ năng, mức độ tự chủ và trách nhiệm cá nhân; không thay thế chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo hoặc làm phát sinh thêm hệ thống năng lực mới.

2.3. Định hướng vận dụng Khung trong hoạt động tiên uơm tạo, uơm tạo

Cơ sở giáo dục đại học có thể sử dụng Khung làm căn cứ chuyên môn để thiết kế, tổ chức các hoạt động tiên uơm tạo, uơm tạo, tăng tốc hoặc hỗ trợ phát triển dự án khởi nghiệp của sinh viên ở mức độ phù hợp với điều kiện thực tế.

Đối với hoạt động tiên uơm tạo, cơ sở giáo dục đại học có thể tập trung hỗ trợ sinh viên, nhóm sinh viên nhận diện vấn đề, nghiên cứu người dùng, khách hàng, xác định đề xuất giá trị, xây dựng mô hình kinh doanh sơ bộ, phát triển sản phẩm khả dụng tối thiểu hoặc phương án thử nghiệm, kiểm chứng ban đầu và hoàn thiện hồ sơ, bài thuyết trình dự án.

Đối với hoạt động uơm tạo, cơ sở giáo dục đại học có thể lựa chọn các nội dung chuyên sâu của Khung để hỗ trợ nhóm dự án hoàn thiện sản phẩm, dịch vụ hoặc giải pháp; kiểm chứng thị trường; xây dựng phương án tài chính, vận hành, pháp lý, sở hữu trí tuệ, tiếp cận thị trường, huy động nguồn lực, quản trị rủi ro, đánh giá tác động xã hội và phát triển bền vững.

Việc tổ chức các hoạt động tiên uơm tạo, uơm tạo được thực hiện theo nguyên tắc tự nguyện, phù hợp với nhu cầu của người học, năng lực của cơ sở giáo dục đại học và điều kiện của hệ sinh thái hỗ trợ; không làm phát sinh yêu cầu bắt buộc đối với mọi sinh viên hoặc mọi chương trình đào tạo.

3. Nội dung cấp độ nền tảng

MÃ MÔ-ĐUN	TÊN MÔ-ĐUN	NỘI DUNG TRỌNG TÂM	ĐỊNH HƯỚNG CHUẨN ĐẦU RA NỀN TẢNG	PHƯƠNG PHÁP, HÌNH THỨC TỔ CHỨC	GỢI Ý MINH CHỨNG
U1	Bối cảnh, hệ sinh thái và định hướng khởi	1. Khái niệm khởi nghiệp kinh doanh - Làm rõ khởi nghiệp theo nghĩa rộng và nghĩa hẹp. - Phân biệt khởi nghiệp kinh doanh, khởi nghiệp nội bộ, khởi	Kiến thức - Giải thích được khởi nghiệp theo nghĩa rộng và phân biệt với khởi nghiệp kinh doanh theo nghĩa hẹp.	- Học tập dựa trên tình huống. - Hội thảo chuyên đề về tư duy, tinh thần khởi nghiệp và hệ sinh thái khởi nghiệp.	- Báo cáo ngắn về tư duy, tinh thần khởi nghiệp và hệ sinh thái khởi nghiệp. - Sơ đồ các chủ thể trong hệ sinh thái khởi nghiệp.

MÃ MÔ ĐƠN	TÊN MÔ ĐƠN	NỘI DUNG TRỌNG TÂM	ĐỊNH HƯỚNG CHUẨN ĐẦU RA NỀN TẢNG	PHƯƠNG PHÁP, HÌNH THỨC TỔ CHỨC	GỢI Ý MINH CHỨNG
	kinh doanh	ngành xã hội, khởi nghiệp số và đổi mới sáng tạo trong tổ chức. - Làm rõ yêu cầu của giai đoạn nền tảng: sinh viên chưa bắt buộc phải lập doanh nghiệp, mà học cách phát hiện vấn đề, tạo giá trị và hành động có trách nhiệm. 2. Tư duy và tinh thần khởi nghiệp - Tư duy tạo giá trị, tư duy lấy người dùng làm trung tâm, tư duy thử nghiệm, tư duy học từ phản hồi và tư duy hành động. - Tinh thần chủ động, sáng tạo, dám bắt đầu, kiên trì, hợp tác và học từ thất bại. - Phân biệt tinh thần khởi nghiệp với mạo hiểm thiếu căn cứ hoặc mong muốn làm giàu nhanh. 3. Hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo - Các chủ thể chính: cơ sở giáo dục đại học, doanh nghiệp, nhà đầu tư, nhà nước, tổ chức hỗ trợ, cộng đồng người dùng, cựu sinh viên, trung tâm ươm tạo và tổ chức xã hội.	- Trình bày được các thành tố cơ bản của tư duy và tinh thần khởi nghiệp. - Mô tả được các thành phần chính của hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo. Kỹ năng - Phân biệt được các loại hình khởi nghiệp và vai trò của từng chủ thể trong hệ sinh thái. - Liên hệ được vai trò của cơ sở giáo dục đại học trong hỗ trợ sinh viên phát triển năng lực khởi nghiệp. Mức độ tự chủ và trách nhiệm cá nhân Chủ động học hỏi, hợp tác và chịu trách nhiệm về nhận thức, lựa chọn định hướng tham gia hoạt động khởi nghiệp; sẵn sàng tiếp nhận phản hồi và điều chỉnh.	- Toa đàm với doanh nghiệp, cựu sinh viên và trung tâm hỗ trợ khởi nghiệp. - Bài tập lập sơ đồ hệ sinh thái và phân tích vai trò của các chủ thể.	- Bảng phân tích vai trò của các chủ thể trong hỗ trợ sinh viên khởi nghiệp. - Bài thuyết trình nhóm ngắn, phù hợp với mục tiêu hoạt động.

MÃ MÔ-ĐUN	TÊN MÔ-ĐUN	NỘI DUNG TRỌNG TÂM	ĐỊNH HƯỚNG CHUẨN ĐẦU RA NỀN TẢNG	PHƯƠNG PHÁP, HÌNH THỨC TỔ CHỨC	GỢI Ý MINH CHỨNG
		- Vai trò của cơ sở giáo dục đại học trong phát triển năng lực khởi nghiệp và đổi mới sáng tạo. - Liên kết giữa nhà trường, doanh nghiệp, cộng đồng và các tổ chức hỗ trợ trong hệ sinh thái khởi nghiệp. - Tư duy thiết kế, tư duy tài chính phù hợp, tư duy giải quyết vấn đề và tư duy tạo tác động xã hội trong quá trình hình thành dự án.			
U2	Thấu hiểu khách hàng và xác định vấn đề	1. Tư duy lấy người dùng làm trung tâm - Phân biệt người dùng, khách hàng, người hưởng lợi và bên liên quan. - Phân biệt ý tưởng mình thích với vấn đề người khác thật sự gặp. - Làm rõ vai trò của gia đình và học hỏi được kiểm chứng trước khi phát triển giải pháp. 2. Phương pháp khám phá người dùng ở mức cơ bản - Phòng vấn sâu cơ bản: thiết kế câu hỏi mở, lắng nghe và tránh dẫn dắt.	Kiến thức - Mô tả được quy trình khám phá người dùng và các phương pháp nghiên cứu người dùng ở mức cơ bản. - Giải thích được cấu trúc và vai trò của phát biểu vấn đề trong quy trình khởi nghiệp. Kỹ năng - Thực hiện được hoạt động nghiên cứu người dùng hoặc thị trường ở mức cơ bản, tổ chức một số cuộc phỏng vấn hoặc hoạt động quan sát, khảo sát phù hợp.	- Học tập dựa trên vấn đề. - Thực hành phỏng vấn người dùng. - Khảo sát hoặc quan sát thực địa. - Thực hành xây dựng bản đồ thấu cảm và hành trình người dùng. - Phân biện chéo giữa các nhóm.	- Bộ câu hỏi phỏng vấn hoặc khảo sát. - Ghi chép phỏng vấn hoặc ghi chép quan sát. - Chân dung người dùng, người hưởng lợi. - Bản đồ thấu cảm hoặc hành trình người dùng. - Bảng tổng hợp phát hiện chính. - Phát biểu vấn đề và bộ giả thuyết ban đầu.

MÃ MÔ-ĐUN	TÊN MÔ-ĐUN	NỘI DUNG TRỌNG TÂM	ĐỊNH HƯỚNG CHUẨN ĐẦU RA NỀN TẢNG	PHƯƠNG PHÁP, HÌNH THỨC TỔ CHỨC	GỢI Ý MINH CHỨNG
		- Quan sát người dùng và ghi chép hiện trường. - Khảo sát đơn giản; sử dụng dữ liệu sơ cấp và dữ liệu thứ cấp. - Chân dung người dùng, bản đồ thái độ cảm và hành trình người dùng ở mức nền tảng. 3. Xác định và phát biểu vấn đề - Cấu trúc phát biểu vấn đề: ai gặp vấn đề gì, trong bối cảnh nào và vì sao vấn đề đáng quan tâm. - Phân tích nguyên nhân gốc rễ bằng phương pháp 5 lần hỏi “Tại sao”, sơ đồ xương cá và nhóm nguyên nhân. - Hình thành giả thuyết khách hàng, giả thuyết vấn đề và giả thuyết nhu cầu. - Ứng dụng công cụ số và trí tuệ nhân tạo để hỗ trợ thiết kế câu hỏi, tổng hợp, phân tích hoặc trực quan hóa dữ liệu; cần kiểm tra sai lệch và đối chiếu với dữ liệu gốc. - Kỹ năng quan sát có hệ thống, điều tra thị trường và phân tích dữ liệu để nhận diện vấn đề, nhu cầu và cơ hội tạo giá trị.	- Xây dựng được phát biểu vấn đề có căn cứ từ dữ liệu hoặc quan sát thực tế. - Hình thành được bộ giả thuyết ban đầu cho một cơ hội tạo giá trị. Mức độ tự chủ và trách nhiệm cá nhân Chủ động tổ chức hoạt động nghiên cứu người dùng trong phạm vi được giao; chịu trách nhiệm về tính trung thực, bảo mật và việc sử dụng dữ liệu; tôn trọng quyền của người tham gia.		

MÃ MÔ-ĐUN	TÊN MÔ-ĐUN	NỘI DUNG TRỌNG TÂM	ĐỊNH HƯỚNG CHUẨN ĐẦU RA NỀN TẢNG	PHƯƠNG PHÁP, HÌNH THỨC TỔ CHỨC	GỢI Ý MINH CHỨNG
U3	Tạo giá trị và định vị khách hàng mục tiêu	1. Tư duy tạo giá trị - Giá trị kinh tế, xã hội, văn hóa, môi trường và giá trị học tập. - Tạo giá trị cho người khác là cốt lõi của giáo dục khởi nghiệp nền tảng. - Phân biệt giải pháp, lợi ích, giá trị và tác động.	Kiến thức - Phân biệt được các loại giá trị và vai trò của đề xuất giá trị trong dự án khởi nghiệp nền tảng. - Giải thích được mối quan hệ giữa vấn đề, người dùng mục tiêu, giải pháp và giá trị tạo ra.	- Xưởng thiết kế ý tưởng. - Thực hành khung đề xuất giá trị. - Tạo mẫu nhanh. - Góp ý đồng đẳng. - Nhận xét bởi cố vấn hoặc giảng viên.	- Khung đề xuất giá trị. - Mô tả nhóm người dùng mục tiêu. - Bản phân tích vấn đề, giải pháp và giá trị. - Nguyên mẫu trên giấy hoặc dạng số hoặc bản trình diễn đơn giản. - Áp phích hoặc thuyết trình ngắn về đề xuất giá trị. - Bảng so sánh giải pháp đề xuất với một số giải pháp hoặc lựa chọn thay thế tương tự.
		2. Thiết kế đề xuất giá trị - Nhiệm vụ, khó khăn và lợi ích mong muốn của khách hàng, người dùng. - Đề xuất giá trị: vấn đề nào, cho ai, tạo ra lợi ích gì và khác biệt ở đâu. - Mức độ phù hợp giữa vấn đề, người dùng và giải pháp.	Kỹ năng - Xây dựng được khung đề xuất giá trị cho một nhóm người dùng, người hưởng lợi cụ thể. - Xác định được nhóm người dùng mục tiêu ưu tiên để kiểm chứng. - So sánh được giải pháp đề xuất với lựa chọn thay thế hiện có và giải thích được lợi ích dự kiến của điểm khác biệt. - Tạo được nguyên mẫu ý tưởng ở mức phù hợp để thu thập phản hồi.		
		3. Định vị người dùng mục tiêu ở mức nền tảng - Phân khúc người dùng hoặc khách hàng ở mức cơ bản. - Lựa chọn nhóm người dùng ưu tiên để thử nghiệm. - Phân tích lựa chọn thay thế hiện có và điểm khác biệt ban đầu của giải pháp.	Mức độ tự chủ và trách nhiệm cá nhân Chủ động đề xuất, thử nghiệm và điều chỉnh giải pháp trên cơ sở		

MÃ MÔ ĐUN	TÊN MÔ ĐUN	NỘI DUNG TRỌNG TÂM	ĐỊNH HƯỚNG CHUẨN ĐẦU RA NỀN TẢNG	PHƯƠNG PHÁP, HÌNH THỨC TỔ CHỨC	GỢI Ý MINH CHỨNG
		- Tìm hiểu sơ bộ các sản phẩm, dịch vụ hoặc giải pháp tương tự để xác định điểm khác biệt; không khẳng định tính mới khi chưa có căn cứ phù hợp. 4. Tạo mẫu ý tưởng ban đầu - Nguyên mẫu giấy, sơ đồ dịch vụ, bản trình diễn đơn giản và bản mô phỏng số. - Nguyên tắc tạo mẫu nhanh để nhận phản hồi, không nhằm hoàn thiện sản phẩm ngay. - Ứng dụng công cụ tạo mẫu và phát triển ứng dụng không cần lập trình, công cụ mô phỏng số hoặc trí tuệ nhân tạo để hỗ trợ tạo mẫu nhanh, so sánh phương án và kiểm tra đề xuất giá trị. - Vận dụng quy trình tư duy thiết kế: thấu cảm, xác định vấn đề, hình thành ý tưởng, tạo mẫu, thử nghiệm và cải tiến.	sở bằng chứng; chịu trách nhiệm về giá trị, tính trung thực và tác động ban đầu của đề xuất.		
Mô hình kinh doanh và tài chính cơ bản U4		1. Khung mô hình kinh doanh - Giới thiệu Khung mô hình kinh doanh (BMC) và 9 khối cấu thành. - Phân tích mối liên hệ giữa khách hàng, đề xuất giá trị, kênh,	Kiến thức - Mô tả được 9 khối cấu thành của khung mô hình kinh doanh và mối liên hệ giữa các khối. - Giải thích được các khái niệm tài chính nền tảng: doanh	- Xây dựng khung mô hình kinh doanh theo nhóm dự án. - Phân tích tình huống mô hình kinh doanh thực tế.	- Khung mô hình kinh doanh sơ bộ. - Bảng ngân sách cơ bản cho sản phẩm khả dụng tối thiểu hoặc hoạt động thử nghiệm.

MÃ MÔ-ĐUN	TÊN MÔ-ĐUN	NỘI DUNG TRỌNG TÂM	ĐỊNH HƯỚNG CHUẨN ĐẦU RA NỀN TẢNG	PHƯƠNG PHÁP, HÌNH THỨC TỔ CHỨC	GỢI Ý MINH CHỨNG
		nguồn lực, hoạt động chính, đối tác, chi phí và doanh thu. - Phân tích và so sánh mô hình kinh doanh của một số doanh nghiệp hoặc dự án thực tế ở mức cơ bản. - Xác định vai trò của yếu tố đối mới hoặc tài sản trí tuệ, nếu có, đối với đề xuất giá trị, tính khác biệt và tính khả thi của mô hình kinh doanh. 2. Doanh thu, chi phí và ngân sách cơ bản - Phân biệt doanh thu, chi phí, lợi nhuận và dòng tiền ở mức cơ bản. - Dự toán chi phí phát triển sản phẩm khả dụng tối thiểu (MVP) hoặc hoạt động thử nghiệm. - Dự toán ngân sách triển khai dự án. 3. Nguồn lực cho dự án nền tảng - Nhận diện nguồn lực tài chính và phi tài chính: thời gian, kỹ năng, mạng lưới, dữ liệu, không gian, thiết bị và có vốn. - Ước tính nhu cầu nguồn lực tối thiểu cho thử nghiệm ban đầu.	thu, chi phí, ngân sách và dòng tiền sơ bộ. - Nhận diện được các nguồn lực cơ bản cần thiết cho dự án. Kỹ năng - Xây dựng được khung mô hình kinh doanh sơ bộ cho ý tưởng khởi nghiệp của nhóm. - Phân tích được mức độ đóng góp của yếu tố đổi mới hoặc tài sản trí tuệ đối với đề xuất giá trị và mô hình kinh doanh của dự án. - Lập được bảng ngân sách cơ bản và dòng tiền sơ bộ cho hoạt động thử nghiệm. - Trình bày được tính khả thi sơ bộ của mô hình dự án. Mức độ tự chủ và trách nhiệm cá nhân Chủ động lập, kiểm tra và giải thích các giả định tài chính; chịu trách nhiệm về tính minh bạch, hợp lý của số liệu và phương án sử dụng nguồn lực.	- Mô phỏng ngân sách và dòng tiền sơ bộ bằng bảng tính. - Thuyết trình mô hình và ngân sách dự án.	- Bảng giả định về doanh thu, chi phí và nguồn lực. - Báo cáo ngắn về tính khả thi sơ bộ của mô hình. - Bản mô tả vai trò của yếu tố đổi mới hoặc tài sản trí tuệ trong đề xuất giá trị và mô hình kinh doanh, nếu có.

MÃ MÔ ĐUN	TÊN MÔ ĐUN	NỘI DUNG TRỌNG TÂM	ĐỊNH HƯỚNG CHUẨN ĐẦU RA NỀN TẢNG	PHƯƠNG PHÁP, HÌNH THỨC TỔ CHỨC	GỢI Ý MINH CHỨNG
		- Phân tích tính khả thi sơ bộ của mô hình dự án.			
U5	Sản phẩm khả dụng tối thiểu, thử nghiệm nhỏ và đo lường	1. Tư duy thử nghiệm và khởi nghiệp tinh gọn - Nguyên tắc giảm thiểu rủi ro qua thử nghiệm sớm. - Vòng lặp xây dựng - đo lường - học hỏi. - Khái niệm học hỏi được kiểm chứng trong phát triển dự án. 2. Xây dựng sản phẩm khả dụng tối thiểu (MVP) - Phân loại sản phẩm khả dụng tối thiểu và điều kiện áp dụng phù hợp. - Xác định giả thuyết cốt lõi cần kiểm chứng trước tiên. - Lựa chọn hình thức kiểm chứng phù hợp với nguồn lực của nhóm. 3. Thiết kế thử nghiệm nhỏ và đo lường - Thiết kế thử nghiệm: nhóm người dùng, phạm vi, cách triển khai và tiêu chí thành công. - Xây dựng bộ chỉ số đo lường ở mức nền tảng. - Thu thập phản hồi và dữ liệu từ người dùng, người hưởng lợi.	Kiến thức - Phân biệt được các loại hình sản phẩm khả dụng tối thiểu và điều kiện áp dụng phù hợp. - Mô tả được quy trình khởi nghiệp tinh gọn và vai trò của học hỏi được kiểm chứng. Kỹ năng - Xây dựng và triển khai được ít nhất một sản phẩm khả dụng tối thiểu hoặc phương án kiểm chứng với nhóm người dùng phù hợp. - Thu thập, phân tích dữ liệu và thực hiện tối thiểu một vòng cải tiến có minh chứng. - Đánh giá được lợi ích của yếu tố cải tiến trên cơ sở dữ liệu thử nghiệm. - Trình bày được quyết định tiếp tục, điều chỉnh hoặc thay đổi hướng đi dựa trên kết quả thử nghiệm. Mức độ tự chủ và trách nhiệm cá nhân	- Học tập qua trải nghiệm. - Phương pháp khởi nghiệp tinh gọn ở mức nhập môn. - Tạo mẫu nhanh. - Trình diễn thử nghiệm và nhận xét của cố vấn. - Phản tư sau thử nghiệm.	- Sản phẩm khả dụng tối thiểu, nguyên mẫu hoặc phương án kiểm chứng. - Bảng giả thuyết kiểm chứng. - Kế hoạch thử nghiệm. - Bộ chỉ số đo lường ở mức nền tảng. - Báo cáo kết quả thử nghiệm và bài học rút ra. - Minh chứng cải tiến sau thử nghiệm. - Bảng chỉ số và kết quả so sánh lợi ích của yếu tố cải tiến.

MÃ MÔ ĐƠN	TÊN MÔ ĐƠN	NỘI DUNG TRỌNG TÂM	ĐỊNH HƯỚNG CHUẨN ĐẦU RA NỀN TẢNG	PHƯƠNG PHÁP, HÌNH THỨC TỔ CHỨC	GỢI Ý MINH CHỨNG
		- Kiểm chứng lợi ích của yếu tố cải tiến bằng chỉ số phù hợp và so sánh với cách làm hoặc giải pháp tương tự khi có điều kiện. 4. Học từ thất bại và cải tiến - Phân tích kết quả thử nghiệm để rút ra bài học. - Nhận diện khi nào nên thay đổi hướng đi và khi nào nên tiếp tục. - Thực hiện tối thiểu một vòng cải tiến có minh chứng. - Sử dụng công cụ số và trí tuệ nhân tạo để hỗ trợ thiết kế thử nghiệm, phân tích phản hồi và rút ngắn vòng phát triển - thử nghiệm - học hỏi; không thay thế việc kiểm chứng với người dùng thực tế.	Chủ động tổ chức thử nghiệm, theo dõi kết quả và ra quyết định cải tiến; chịu trách nhiệm về an toàn, tính trung thực của dữ liệu và kết quả thử nghiệm.		
U6	Tiếp cận người dùng, truyền thông giá trị và thuyết trình dự án	1. Tiếp cận người dùng và kiểm chứng kênh ở mức nền tảng - Không yêu cầu xây dựng chiến lược thương mại hóa hoàn chỉnh. - Xác định nhóm người dùng hoặc khách hàng ưu tiên cho thử nghiệm. - Lựa chọn kênh tiếp cận ban đầu: trực tiếp, cộng đồng, mạng	Kiến thức - Mô tả được các thành phần cơ bản của tiếp cận thị trường hoặc tiếp cận người dùng ở giai đoạn thử nghiệm. - Giải thích được vai trò của thông điệp giá trị, kênh tiếp cận và phản hồi người dùng trong phát triển dự án. Kỹ năng	- Thuyết trình thử. - Thực hành truyền thông dự án. - Nhận xét của cố vấn. - Thực hành xây dựng thông điệp. - Góp ý đồng đẳng. - Ngày trình diễn dự án nội bộ ở mức nền tảng.	- Ké hoạch tiếp cận người dùng ban đầu. - Thông điệp giá trị và kênh tiếp cận đề xuất. - Áp phích, trang giới thiệu, video ngắn hoặc nội dung truyền thông dự án. - Bộ trang trình chiếu 7 - 10 trang ở mức dự án tiền khả thi.

MÃ MÔ-ĐUN	TÊN MÔ-ĐUN	NỘI DUNG TRỌNG TÂM	ĐỊNH HƯỚNG CHUẨN ĐẦU RA NỀN TẢNG	PHƯƠNG PHÁP, HÌNH THỨC TỔ CHỨC	GỢI Ý MINH CHỨNG
		xã hội, trường học, đối tác, sự kiện và nền tảng số. - Kiểm chứng thông điệp giá trị và mức độ quan tâm ban đầu. 2. Truyền thông giá trị ở mức cơ bản - Thông điệp dự án: vấn đề, giải pháp, giá trị và bằng chứng. - Nội dung truyền thông đơn giản: áp phích, trang giới thiệu, video ngắn, bài giới thiệu dự án và thông điệp mạng xã hội. - Nguyên tắc truyền thông có trách nhiệm: không phóng đại, không gây hiểu nhầm, tôn trọng dữ liệu và hình ảnh cá nhân. 3. Thuyết trình dự án - Thuyết trình ngắn về dự án tiên khả thi, với thời lượng phù hợp với hình thức tổ chức. - Cấu trúc thuyết trình: vấn đề, người dùng, phát hiện chính, đề xuất giá trị, sản phẩm khả dụng tối thiểu/thử nghiệm, bằng chứng, mô hình sơ bộ, nhu cầu hỗ trợ và bước tiếp theo. - Tiếp nhận phản hồi từ giảng viên, cố vấn, người dùng và doanh nghiệp.	- Xây dựng được kế hoạch tiếp cận người dùng hoặc khách hàng ban đầu cho sản phẩm khả dụng tối thiểu hoặc dự án tiên khả thi. - Thiết kế được thông điệp truyền thông cơ bản cho dự án. - Trình bày được bài thuyết trình ngắn có cấu trúc, có bằng chứng và có định hướng phát triển tiếp theo. Mức độ tự chủ và trách nhiệm cá nhân Chủ động giao tiếp, tiếp nhận phản hồi và điều chỉnh thông điệp; chịu trách nhiệm về tính trung thực, tuân thủ pháp luật và tác động của hoạt động truyền thông.		- Biên bản phản hồi từ cố vấn, người dùng hoặc hội đồng.

MÃ MÔ ĐUN	TÊN MÔ ĐUN	NỘI DUNG TRỌNG TÂM	ĐỊNH HƯỚNG CHUẨN ĐẦU RA NỀN TẢNG	PHƯƠNG PHÁP, HÌNH THỨC TỔ CHỨC	GỢI Ý MINH CHỨNG
		4. Nhận thức nền tảng về giao tiếp bán hàng - Giới thiệu nguyên tắc bán hàng có đạo đức. - Phân biệt thuyết phục, lắng nghe nhu cầu và ép bán. - Trong giai đoạn nền tảng, trọng tâm là kiểm chứng sự quan tâm, chưa yêu cầu doanh số thực. - Ứng dụng trí tuệ nhân tạo phù hợp để hỗ trợ xây dựng thông điệp, hình ảnh, video hoặc nội dung truyền thông; cần kiểm tra tính chính xác, bản quyền và khả năng gây hiểu nhầm.			
U7	Quản trị triển khai dự án và phối hợp nhóm	1. Quản trị dự án khởi nghiệp ở mức nền tảng - Từ ý tưởng đến kế hoạch hành động. - Mục tiêu ngắn hạn, chu kỳ phát triển ngắn, danh mục công việc, mốc tiến độ và phân công công việc. - Quản lý rủi ro cơ bản trong dự án: chậm tiến độ, thiếu dữ liệu, xung đột nhóm, nguyên mẫu không khả thi và người dùng không phản hồi.	Kiến thức - Mô tả được các công cụ quản lý dự án ở mức cơ bản. - Giải thích được vai trò của phân công nhóm, quản lý tiến độ, làm việc với cố vấn và phản hồi liên tục. Kỹ năng - Lập được kế hoạch triển khai dự án theo giai đoạn ngắn, có mục tiêu, nhiệm vụ, người phụ trách và thời hạn.	- Mô phỏng quản lý dự án thực tế. - Làm việc với cố vấn. - Bài tập tình huống về quản trị. - Đánh giá đồng đẳng. - Nhật ký nhóm và phản tư tiến độ.	- Kế hoạch dự án theo chu kỳ phát triển ngắn hoặc dòng thời gian. - Bảng phân công nhóm. - Nhật ký nhóm hoặc bảng quản lý công việc. - Biên bản làm việc với cố vấn hoặc đối tác. - Báo cáo tiến độ. - Đánh giá đồng đẳng.

MÃ MÔ-ĐUN	TÊN MÔ-ĐUN	NỘI DUNG TRỌNG TÂM	ĐỊNH HƯỚNG CHUẨN ĐẦU RA NỀN TẢNG	PHƯƠNG PHÁP, HÌNH THỨC TỔ CHỨC	GỢI Ý MINH CHỨNG
		2. Làm việc nhóm và phối hợp liên ngành - Vai trò trong nhóm dự án: điều phối, nghiên cứu người dùng, thiết kế giải pháp, dữ liệu, truyền thông và tài chính cơ bản. - Giao việc, phản hồi, biên bản họp và nhật ký nhóm. - Đánh giá đồng đẳng và trách nhiệm cá nhân trong nhóm. 3. Làm việc với cổ vấn và bên liên quan - Chuẩn bị câu hỏi cho cổ vấn. - Ghi nhận và xử lý phản hồi chuyên môn. - Giao tiếp với doanh nghiệp, cộng đồng và người dùng. 4. Nhận thức nền tảng về vận hành - Giới thiệu khái niệm quy trình vận hành, nguồn lực, chất lượng và chăm sóc người dùng. - Phân biệt quản trị dự án học tập với vận hành kinh doanh chuyên sâu.	- Tổ chức được nhóm triển khai dự án, ghi nhận tiến độ và điều chỉnh kế hoạch khi có thay đổi. - Trình bày được các rủi ro triển khai cơ bản và phương án xử lý. Mức độ tự chủ và trách nhiệm cá nhân Chủ động thực hiện, phối hợp và điều chỉnh nhiệm vụ; chịu trách nhiệm về tiến độ, chất lượng công việc cá nhân và phản việc được giao trong nhóm.		- Bảng nhận diện rủi ro triển khai.

MÃ MÔ ĐƠN	TÊN MÔ ĐƠN	NỘI DUNG TRỌNG TÂM	ĐỊNH HƯỚNG CHUẨN ĐẦU RA NỀN TẢNG	PHƯƠNG PHÁP, HÌNH THỨC TỔ CHỨC	GỢI Ý MINH CHỨNG
U8	Pháp lý, sở hữu trí tuệ, đạo đức kinh doanh và trách nhiệm xã hội	1. Nhận diện pháp lý nền tảng trong dự án khởi nghiệp - Các vấn đề nền tảng: sử dụng hình ảnh hoặc nội dung, thu thập dữ liệu cá nhân, cam kết với người dùng thử, truyền thông sản phẩm và trách nhiệm khi thử nghiệm. - Giới thiệu khái quát về loại hình kinh doanh, thuế, hợp đồng, lao động, bảo vệ người tiêu dùng và điều kiện kinh doanh theo ngành ở mức nhận biết. 2. Sở hữu trí tuệ ở mức nền tảng - Phân biệt ý tưởng và hình thức thể hiện. - Bản quyền, nhãn hiệu, kiểu dáng công nghiệp, sáng chế và bí mật kinh doanh ở mức nhập môn. - Nguyên tắc sử dụng tài nguyên số, hình ảnh, dữ liệu, mã nguồn và nội dung do trí tuệ nhân tạo hỗ trợ theo hướng có trách nhiệm.	Kiến thức - Mô tả được các vấn đề pháp lý, sở hữu trí tuệ, dữ liệu và đạo đức thường gặp trong dự án khởi nghiệp. - Giải thích được vì sao tạo giá trị cần gắn với trách nhiệm xã hội và phát triển bền vững. Kỹ năng - Nhận diện được rủi ro pháp lý, sở hữu trí tuệ và đạo đức nền tảng liên quan đến dự án của nhóm. - Xác định được thông tin cần thận trọng khi chia sẻ và các quyền của người khác có thể liên quan đến dự án. - Xây dựng được bảng kiểm tuân thủ cơ bản khi nghiên cứu người dùng, tạo mẫu, truyền thông và thử nghiệm sản phẩm khả dụng tối thiểu. - Đề xuất được cách giảm thiểu tác động tiêu cực về xã hội, môi trường hoặc dữ liệu cá nhân.	- Tình huống pháp lý và đạo đức thực tế. - Khách mời là luật sư hoặc chuyên gia sở hữu trí tuệ. - Thảo luận nhóm phân tích tình huống. - Thực hành xây dựng bảng kiểm pháp lý, sở hữu trí tuệ và đạo đức. - Phân tư cá nhân về trách nhiệm của dự án.	- Bảng kiểm pháp lý, sở hữu trí tuệ và đạo đức cho dự án. - Bản đồ tác động xã hội - môi trường. - Cam kết trách nhiệm xã hội hoặc tích hợp yếu tố môi trường - xã hội vào mô hình dự án. - Bài phân tư cá nhân về rủi ro đạo đức, dữ liệu và trách nhiệm của nhóm. - Đề xuất biện pháp giảm thiểu rủi ro nền tảng. - Bảng xác định thông tin có thể công khai, thông tin cần bảo mật và nội dung cần xin tư vấn.

MÃ MÔ-ĐUN	TÊN MÔ-ĐUN	NỘI DUNG TRỌNG TÂM	ĐỊNH HƯỚNG CHUẨN ĐẦU RA NỀN TẢNG	PHƯƠNG PHÁP, HÌNH THỨC TỔ CHỨC	GỢI Ý MINH CHỨNG
		- Nhận diện tài sản trí tuệ có thể phát sinh từ dự án sinh viên. - Nhận diện thông tin có thể công bố, thông tin cần giữ bí mật và trường hợp cần tham khảo ý kiến chuyên gia trước khi công bố hoặc phát triển tiếp. 3. Đạo đức nghiên cứu người dùng và đạo đức sử dụng công cụ số/trí tuệ nhân tạo - Đồng ý tham gia, quyền riêng tư, ẩn danh dữ liệu và không gây hại cho người tham gia. - Minh bạch khi sử dụng trí tuệ nhân tạo, dữ liệu và công cụ số. - Không bịa dữ liệu, không phóng đại kết quả, không sao chép sản phẩm hoặc ý tưởng của nhóm khác. 4. Trách nhiệm xã hội và phát triển bền vững - Nhận diện tác động xã hội và môi trường của dự án. - Tư duy kinh tế tuần hoàn, môi trường, xã hội và quản trị ở mức nền tảng.	Mức độ tự chủ và trách nhiệm cá nhân Chủ động nhận diện, phòng ngừa rủi ro; chịu trách nhiệm về tuân thủ pháp luật, đạo đức, dữ liệu, sở hữu trí tuệ, tác động xã hội và môi trường của dự án.		

MÃ MÔ ĐƠN	TÊN MÔ ĐƠN	NỘI DUNG TRỌNG TÂM	ĐỊNH HƯỚNG CHUẨN ĐẦU RA NỀN TẢNG	PHƯƠNG PHÁP, HÌNH THỨC TỔ CHỨC	GỢI Ý MINH CHỨNG
		- Tích hợp yếu tố trách nhiệm vào đề xuất giá trị, sản phẩm khả dụng tối thiểu, truyền thông và mô hình tạo giá trị.			

4. Nội dung cấp độ chuyên sâu, tự chọn

MÃ MÔ ĐƠN	TÊN MÔ ĐƠN	NỘI DUNG TRỌNG TÂM	ĐỊNH HƯỚNG CHUẨN ĐẦU RA CHUYÊN SÂU, TỰ CHỌN	PHƯƠNG PHÁP, HÌNH THỨC TỔ CHỨC	GỢI Ý MINH CHỨNG
U1	Thẩm định bối cảnh, hệ sinh thái và định hướng chiến lược khởi nghiệp kinh doanh	1. Thẩm định bối cảnh và cơ hội kinh doanh - Phân tích bối cảnh ngành, thị trường, công nghệ, chính sách và xu hướng xã hội. - Đánh giá quy mô thị trường hoặc quy mô tác động của cơ hội. - Nhận diện mức độ cấp thiết của vấn đề và khả năng chuyển hóa thành cơ hội kinh doanh. 2. Hệ sinh thái và nguồn lực hỗ trợ khởi nghiệp - Phân tích vai trò của doanh nghiệp, nhà đầu tư, tổ chức hỗ trợ, cơ sở giáo dục đại học, cựu sinh viên và cơ quan quản lý. - Lập bản đồ hệ sinh thái hỗ trợ cho dự án.	Kiến thức - Giải thích được mối quan hệ giữa bối cảnh, hệ sinh thái và cơ hội khởi nghiệp kinh doanh. - Mô tả được các tiêu chí thẩm định cơ hội và lựa chọn hướng đi chiến lược. Kỹ năng - Thẩm định được cơ hội kinh doanh theo bộ tiêu chí có cấu trúc. - Lập được bản đồ hệ sinh thái và nguồn lực hỗ trợ cho dự án. - Lựa chọn và bảo vệ được hướng đi chiến lược khả thi. Mức độ tự chủ và trách nhiệm cá nhân	- Học tập dựa trên tình huống. - Hội thảo phân tích ngành và hệ sinh thái. - Toạ đàm với chuyên gia, doanh nghiệp, nhà đầu tư và tổ chức hỗ trợ. - Phân biện lựa chọn hướng đi chiến lược.	- Báo cáo thẩm định cơ hội. - Bản đồ hệ sinh thái và nguồn lực hỗ trợ - Bảng so sánh các phương án cơ hội. - Bản ghi nhớ lựa chọn hướng đi chiến lược. - Thuyết trình bảo vệ định hướng dự án.

MÃ MÔ-ĐUN	TÊN MÔ-ĐUN	NỘI DUNG TRỌNG TÂM	ĐỊNH HƯỚNG CHUẨN ĐẦU RA CHUYÊN SÂU, TỰ CHỌN	PHƯƠNG PHÁP, HÌNH THỨC TỔ CHỨC	GỢI Ý MINH CHỨNG
		- Xác định cổ vấn, đối tác, khách hàng lớn, tổ chức hỗ trợ hoặc chương trình ươm tạo phù hợp. 3. Lựa chọn hướng đi chiến lược - So sánh các phương án cơ hội theo bộ tiêu chí có cấu trúc. - Đánh giá mức độ phù hợp giữa cơ hội, năng lực nhóm và nguồn lực hiện có. - Lựa chọn hướng đi chiến lược khả thi nhất cho dự án.	Làm việc độc lập ở mức độ cao; chủ động phân tích bối cảnh, huy động nguồn lực và bảo vệ lựa chọn chiến lược; chịu trách nhiệm về căn cứ và hệ quả của quyết định.		
U2	Nghiên cứu khách hàng chuyên sâu và xác định vấn đề ưu tiên	1. Nghiên cứu khách hàng và thị trường chuyên sâu - Xác định khách hàng mục tiêu, người dùng, người trả tiền và các bên liên quan chính. - Thu thập dữ liệu từ phỏng vấn, khảo sát, quan sát, dữ liệu thứ cấp và phân hồi thử nghiệm. - Phân tích hành vi, nhu cầu, động cơ, rào cản và lựa chọn thay thế của khách hàng. 2. Xác định vấn đề ưu tiên - Phân biệt vấn đề bề mặt và nguyên nhân gốc rễ. - Đánh giá mức độ nghiêm trọng, tàn suất, mức độ sẵn sàng chỉ trả hoặc sẵn sàng tham gia của khách hàng.	Kiến thức - Giải thích được vai trò của nghiên cứu khách hàng chuyên sâu trong phát triển dự án khởi nghiệp. - Phân biệt được khách hàng, người dùng, người trả tiền và bên liên quan chính. Kỹ năng - Thiết kế và thực hiện được hoạt động nghiên cứu khách hàng phù hợp với dự án. - Xác định được vấn đề ưu tiên có căn cứ từ dữ liệu. - Kiểm chứng được giả thuyết khách hàng ở mức phù hợp với giai đoạn dự án.	- Thực hành nghiên cứu khách hàng. - Khảo sát thực địa hoặc làm việc với khách hàng thực tế. - Phân tích dữ liệu định tính và định lượng cơ bản. - Phân biện kết quả nghiên cứu với có vấn.	- Kế hoạch nghiên cứu khách hàng. - Bộ dữ liệu phỏng vấn, khảo sát hoặc quan sát. - Báo cáo phát hiện chính về khách hàng. - Phát biểu vấn đề ưu tiên. - Bảng giả thuyết khách hàng đã kiểm chứng.

MÃ MÔ ĐƠN	TÊN MÔ ĐƠN	NỘI DUNG TRỌNG TÂM	ĐỊNH HƯỚNG CHUẨN ĐẦU RA CHUYÊN SÂU, TỰ CHỌN	PHƯƠNG PHÁP, HÌNH THỨC TỔ CHỨC	GỢI Ý MINH CHỨNG
		- Lựa chọn vấn đề ưu tiên để phát triển giải pháp. 3. Kiểm chứng giả thuyết khách hàng - Xây dựng giả thuyết về vấn đề, nhu cầu, hành vi và khả năng chấp nhận giải pháp. - Thiết kế hoạt động kiểm chứng giả thuyết với nhóm khách hàng mục tiêu. Rút ra phát hiện chính phục vụ định vị giá trị và mô hình kinh doanh. - Ứng dụng công cụ số và trí tuệ nhân tạo để hỗ trợ thiết kế câu hỏi, tổng hợp, phân tích hoặc trực quan hóa dữ liệu; cần kiểm tra sai lệch và đối chiếu với dữ liệu gốc.	Mức độ tự chủ và trách nhiệm cá nhân Chủ động thiết kế, tổ chức và kiểm soát hoạt động nghiên cứu khách hàng; chịu trách nhiệm về chất lượng dữ liệu, quyền của người tham gia và kết luận rút ra.		
U3	Chiến lược tạo giá trị, định vị khách hàng mục tiêu và lợi thế cạnh tranh	1. Thiết kế giá trị chuyên sâu - Làm rõ giá trị cốt lõi của giải pháp đối với khách hàng mục tiêu. - Phân tích lợi ích chức năng, cảm xúc, xã hội, kinh tế hoặc môi trường của giải pháp. - Đánh giá mức độ phù hợp giữa vấn đề, khách hàng, giải pháp và giá trị tạo ra. 2. Định vị khách hàng mục tiêu	Kiến thức - Giải thích được mối quan hệ giữa tạo giá trị, định vị khách hàng và lợi thế cạnh tranh. - Mô tả được các yếu tố cấu thành định vị giá trị của dự án. Kỹ năng	- Thực hành xây dựng đề xuất giá trị. - Phân tích tình huống cạnh tranh. - Góp ý đồng đẳng. - Nhận xét của cố vấn, khách hàng hoặc chuyên gia ngành.	- Lược đồ đề xuất giá trị chuyên sâu. - Chân dung khách hàng mục tiêu. - Bảng phân tích lựa chọn thay thế và lợi thế cạnh tranh. - Thông điệp định vị giá trị của dự án. - Thuyết trình định vị giá trị.

MÃ MÔ-ĐUN	TÊN MÔ-ĐUN	NỘI DUNG TRỌNG TÂM	ĐỊNH HƯỚNG CHUẨN ĐẦU RA CHUYÊN SÂU, TỰ CHỌN	PHƯƠNG PHÁP, HÌNH THỨC TỔ CHỨC	GỢI Ý MINH CHỨNG
		- Lựa chọn phân khúc khách hàng ưu tiên. - Xác định chân dung khách hàng mục tiêu và bối cảnh sử dụng giải pháp. - Phân biệt khách hàng ban đầu, khách hàng tiềm năng và khách hàng chiến lược. 3. Định vị cạnh tranh và khác biệt hóa - Phân tích lựa chọn thay thế hiện có. - Làm rõ điểm khác biệt, lợi thế cạnh tranh và lý do khách hàng lựa chọn. - Xác định yếu tố sáng tạo, đổi mới hoặc giải pháp kỹ thuật cốt lõi; làm rõ lợi ích được kiểm chứng và vai trò của yếu tố đó đối với đề xuất giá trị, lợi thế cạnh tranh. Xây dựng thông điệp định vị giá trị cho dự án. - Ứng dụng công cụ tạo mẫu và phát triển ứng dụng không cần lập trình, công cụ mô phỏng số hoặc trí tuệ nhân tạo để hỗ trợ tạo mẫu nhanh, so sánh phương án và kiểm tra đề xuất giá trị	- Xây dựng được đề xuất giá trị chuyên sâu cho phân khúc khách hàng mục tiêu. - Xác định được định vị cạnh tranh và điểm khác biệt của dự án. - Làm rõ được yếu tố tạo khác biệt cốt lõi và chứng minh được lợi ích của yếu tố đó bằng dữ liệu hoặc minh chứng phù hợp. - Trình bày được thông điệp giá trị rõ ràng, có căn cứ. Mức độ tự chủ và trách nhiệm cá nhân Chủ động phát triển, kiểm chứng và điều chỉnh chiến lược giá trị; chịu trách nhiệm về tính trung thực, cạnh tranh lành mạnh và tác động của định vị dự án.		- Bản mô tả yếu tố sáng tạo, đổi mới hoặc giải pháp kỹ thuật cốt lõi; lợi ích được kiểm chứng và vai trò trong lợi thế cạnh tranh.

MÃ MÔ-ĐUN	TÊN MÔ-ĐUN	NỘI DUNG TRỌNG TÂM	ĐỊNH HƯỚNG CHUẨN ĐẦU RA CHUYÊN SÂU, TỰ CHỌN	PHƯƠNG PHÁP, HÌNH THỨC TỔ CHỨC	GỢI Ý MINH CHỨNG
U4	Mô hình kinh doanh, tài chính ứng dụng và huy động nguồn lực	1. Hoàn thiện mô hình kinh doanh - Hoàn thiện các thành phần của mô hình kinh doanh dựa trên dữ liệu kiểm chứng. - Làm rõ logic tạo giá trị, chuyển giao giá trị và thu giá trị. - Đánh giá tính nhất quán giữa khách hàng, giá trị, kênh, nguồn lực, chi phí và doanh thu. - Xác định vai trò của tài sản trí tuệ hoặc yếu tố đổi mới trong mô hình; nhận diện nguyên tắc khai thác yếu tố đổi mới hoặc tài sản trí tuệ phù hợp với mô hình kinh doanh, theo quy định và thỏa thuận hợp pháp. 2. Tài chính ứng dụng cho dự án khởi nghiệp - Dòng tiền, cấu trúc chi phí, doanh thu, biên lợi nhuận và điểm hòa vốn. - Dự toán chi phí vận hành và chi phí tăng trưởng. - Phân tích nhu cầu vốn và mức độ bền vững tài chính của dự án. 3. Huy động và phân bổ nguồn lực - Nguồn lực tài chính và phi tài chính.	Kiến thức - Giải thích được logic mô hình kinh doanh và các chỉ tiêu tài chính ứng dụng trong dự án khởi nghiệp. - Mô tả được các nguồn lực và hình thức huy động nguồn lực phù hợp với dự án giai đoạn đầu. Kỹ năng - Hoàn thiện được mô hình kinh doanh có tính khả thi. - Phân tích được vai trò của yếu tố đổi mới hoặc tài sản trí tuệ đối với mô hình kinh doanh và nhận diện được nguyên tắc khai thác phù hợp khi có đủ căn cứ. - Xây dựng được bảng tài chính cơ bản cho dự án. - Đề xuất được phương án huy động và phân bổ nguồn lực phù hợp. - Nhận diện được nguyên tắc cơ bản về định giá dự án, làm việc với nhà đầu tư, huy động vốn, khả năng pha loãng tỷ lệ sở hữu và tác động đến quyền, nghĩa vụ.	- Thực hành hoàn thiện mô hình kinh doanh. - Bài tập tài chính ứng dụng. - Tư vấn với chuyên gia tài chính hoặc nhà đầu tư. - Thuyết trình phương án tài chính và nguồn lực.	- Mô hình kinh doanh hoàn chỉnh. - Bảng dự toán tài chính và dòng tiền cơ bản. - Phân tích điểm hòa vốn hoặc tính khả thi tài chính sơ bộ. - Kế hoạch huy động và phân bổ nguồn lực. - Trang tài chính trong hồ sơ thuyết trình dự án. - Bản mô tả vai trò của yếu tố đổi mới hoặc tài sản trí tuệ và nguyên tắc khai thác dự kiến, nếu phù hợp. - Bản ghi nhớ về phương án huy động vốn, giá định định giá sơ bộ, tác động dự kiến đến quyền, nghĩa vụ, lợi ích hoặc tỷ lệ sở hữu của nhóm sáng lập, nếu phù hợp.

MÃ MÔ-ĐUN	TÊN MÔ-ĐUN	NỘI DUNG TRỌNG TÂM	ĐỊNH HƯỚNG CHUẨN ĐẦU RA CHUYÊN SÂU, TỰ CHỌN	PHƯƠNG PHÁP, HÌNH THỨC TỔ CHỨC	GỢI Ý MINH CHỨNG
		- Tự lực nguồn lực, tài trợ, đặt hàng, tài trợ cộng đồng, vốn hạt giống hoặc hợp tác nguồn lực. - Nhận diện nguyên tắc cơ bản khi làm việc với nhà đầu tư, huy động vốn, định giá dự án ở mức sơ bộ, khả năng pha loãng tỷ lệ sở hữu và tác động của phương án huy động vốn đến quyền, nghĩa vụ, lợi ích của nhóm sáng lập. - Xây dựng phương án sử dụng vốn và phân bổ nguồn lực theo mục tiêu ưu tiên.	lợi ích của nhóm sáng lập ở mức phù hợp. Mức độ tự chủ và trách nhiệm cá nhân Làm việc độc lập trong xây dựng mô hình và phương án tài chính; chịu trách nhiệm về giả định, quyết định huy động và phân bổ nguồn lực, quyền và lợi ích của các bên.		
U5	Sản phẩm thử nghiệm thị trường, thử nghiệm triển khai và đo lường	1. Phát triển sản phẩm, dịch vụ thử nghiệm thị trường - Chuyển sản phẩm khả dụng tối thiểu hoặc nguyên mẫu ban đầu thành phiên bản thử nghiệm rõ hơn. - Xác định tính năng cốt lõi, trải nghiệm người dùng, tiêu chuẩn chất lượng và điều kiện sử dụng thử. - Phân biệt nguyên mẫu, sản phẩm khả dụng tối thiểu, sản phẩm thử nghiệm thị trường và sản phẩm hoàn chỉnh.	Kiến thức - Giải thích được sự khác nhau giữa nguyên mẫu, sản phẩm khả dụng tối thiểu, sản phẩm thử nghiệm thị trường và sản phẩm hoàn chỉnh. - Mô tả được vai trò của thử nghiệm thị trường trong giảm rủi ro trước khi triển khai hoặc thương mại hóa. Kỹ năng - Hoàn thiện được phiên bản sản phẩm, dịch vụ đủ điều kiện thử nghiệm với khách hàng hoặc người dùng thực tế.	- Học tập qua trải nghiệm. - Thử nghiệm với khách hàng hoặc người dùng thực tế. - Thực hành đo lường và phân tích dữ liệu. - Cố vấn, khách hàng hoặc hội đồng nhận xét, góp ý. - Trình diễn sản phẩm, dịch vụ thử nghiệm.	- Phiên bản sản phẩm, dịch vụ thử nghiệm thị trường. - Kế hoạch thử nghiệm thị trường hoặc thử nghiệm triển khai. - Bộ chỉ số đo lường và tiêu chí thành công. - Báo cáo dữ liệu và kết quả thử nghiệm. - Bản ghi nhớ quyết định cải tiến hoặc triển khai tiếp theo. - Báo cáo kết quả thử nghiệm, trong đó nêu

MÃ MÔ-ĐUN	TÊN MÔ-ĐUN	NỘI DUNG TRỌNG TÂM	ĐỊNH HƯỚNG CHUẨN ĐẦU RA CHUYÊN SÂU, TỰ CHỌN	PHƯƠNG PHÁP, HÌNH THỨC TỔ CHỨC	GỢI Ý MINH CHỨNG
		2. Thiết kế thử nghiệm thị trường hoặc thử nghiệm triển khai - Xác định giá thuyết cân bằng chứng: giải pháp, giá, kênh, hành vi sử dụng, khả năng chi trả hoặc khả năng duy trì người dùng. - Thiết kế thử nghiệm với khách hàng, người dùng hoặc đối tác thật. - Xác định phạm vi thử nghiệm, tiêu chí thành công, rủi ro triển khai và trách nhiệm với người tham gia thử nghiệm. 3. Đo lường và ra quyết định cải tiến - Lựa chọn chỉ số đo lường phù hợp: mức độ sử dụng, chuyển đổi, giữ chân, phản hồi, doanh thu thử nghiệm hoặc tác động. - Kiểm chứng lợi ích của yếu tố sáng tạo hoặc cải tiến bằng các chỉ số phù hợp như thời gian, chi phí, chất lượng, độ an toàn, mức độ thuận tiện, mức độ sử dụng hoặc mức độ chấp nhận của khách hàng, người dùng. - Phân tích kết quả thử nghiệm và xác định bài học chính.	TỰ CHỌN - Thiết kế và triển khai được một thử nghiệm có tiêu chí đo lường rõ. - Phân tích được dữ liệu thử nghiệm để đưa ra quyết định cải tiến hoặc triển khai tiếp theo. - Đánh giá được lợi ích của yếu tố sáng tạo hoặc cải tiến trên cơ sở dữ liệu thử nghiệm và xác định được nội dung cần tiếp tục hoàn thiện. Mức độ tự chủ và trách nhiệm cá nhân Chủ động tổ chức thử nghiệm trong bối cảnh thực, điều phối các bên tham gia và ra quyết định dựa trên bằng chứng; chịu trách nhiệm về an toàn, chất lượng và tác động.		rõ lợi ích đã được xác nhận, lợi ích chưa được xác nhận và nội dung cần điều chỉnh.

MÃ MÔ ĐƠN	TÊN MÔ ĐƠN	NỘI DUNG TRỌNG TÂM	ĐỊNH HƯỚNG CHUẨN ĐẦU RA CHUYÊN SÂU, TỰ CHỌN	PHƯƠNG PHÁP, HÌNH THỨC TỔ CHỨC	GỢI Ý MINH CHỨNG
		- Ra quyết định: tiếp tục phát triển, cải tiến, thay đổi hướng tiếp cận, mở rộng thử nghiệm hoặc dừng triển khai. - Sử dụng công cụ số và trí tuệ nhân tạo để hỗ trợ thiết kế thử nghiệm, phân tích phản hồi và rút ngắn vòng phát triển - thử nghiệm - học hỏi; không thay thế việc kiểm chứng với người dùng thực tế.			
U6	Chiến lược ra thị trường, tiếp thị, bán hàng và tăng trưởng bước đầu	1. Chiến lược ra thị trường - Xác định thị trường mục tiêu và phân khúc ưu tiên. - Lựa chọn kênh tiếp cận, kênh phân phối và phương thức triển khai ban đầu. - Xây dựng lộ trình đưa sản phẩm, dịch vụ ra thị trường. 2. Tiếp thị và truyền thông giá trị - Xây dựng thông điệp tiếp thị dựa trên định vị giá trị. - Thiết kế nội dung tiếp thị: trang giới thiệu, tài liệu bán hàng, video ngắn, nội dung mạng xã hội hoặc thư chào đối tác. - Lựa chọn kênh truyền thông phù hợp với khách hàng mục tiêu. 3. Bán hàng và tạo bằng chứng thị trường	Kiến thức - Mô tả được các thành phần cơ bản của chiến lược ra thị trường, tiếp thị, bán hàng và tăng trưởng bước đầu. - Giải thích được vai trò của bằng chứng thị trường và chỉ số tăng trưởng trong phát triển dự án khởi nghiệp. Kỹ năng - Xây dựng được kế hoạch ra thị trường cho dự án. - Thiết kế được thông điệp và tài liệu tiếp thị phù hợp. - Thực hiện được hoạt động tiếp cận khách hàng hoặc bán hàng thử nghiệm có minh chứng.	- Thực hành xây dựng kế hoạch ra thị trường. - Thực hành tiếp thị và bán hàng thử nghiệm. - Phân tích dữ liệu tăng trưởng bước đầu. - Có vấn, khách hàng hoặc doanh nghiệp nhận xét, góp ý. - Ngày trình diễn dự án hoặc phiên thuyết trình thương mại hóa.	- Kế hoạch ra thị trường. - Thông điệp tiếp thị và tài liệu truyền thông và bán hàng. - Danh sách kênh tiếp cận và kế hoạch triển khai. - Minh chứng quan tâm của khách hàng hoặc đối tác. - Bảng chỉ số tăng trưởng bước đầu. - Bộ trang trình chiếu thuyết trình dự án.

MÃ MÔ-ĐUN	TÊN MÔ-ĐUN	NỘI DUNG TRỌNG TÂM	ĐỊNH HƯỚNG CHUẨN ĐẦU RA CHUYÊN SÂU, TỰ CHỌN	PHƯƠNG PHÁP, HÌNH THỨC TỔ CHỨC	GỢI Ý MINH CHỨNG
		- Xây dựng quy trình bán hàng cơ bản. - Thực hành tiếp cận khách hàng, giới thiệu giải pháp và xử lý phản hồi. - Ghi nhận bằng chứng thị trường: khách hàng quan tâm, đăng ký thử nghiệm, đơn hàng thử, thư xác nhận quan tâm hoặc hợp tác ban đầu. 4. Tăng trưởng bước đầu - Xác định chỉ số tăng trưởng phù hợp với giai đoạn dự án. - Phân tích phễu khách hàng hoặc hành trình người dùng để nhận diện điểm nghẽn. - Đề xuất giải pháp tối ưu kênh tiếp cận, thông điệp, chuyển đổi hoặc giữ chân khách hàng. - Ứng dụng trí tuệ nhân tạo phù hợp để hỗ trợ xây dựng thông điệp, hình ảnh, video hoặc nội dung truyền thông; cần kiểm tra tính chính xác, bản quyền và khả năng gây hiểu nhầm.	- Phân tích được chỉ số tăng trưởng bước đầu để đề xuất cải tiến. Mức độ tự chủ và trách nhiệm cá nhân Chủ động tổ chức hoạt động tiếp cận thị trường, phối hợp nhóm và đối tác; chịu trách nhiệm về cam kết với khách hàng, tính trung thực của thông tin và kết quả.		
U7	Quản trị triển khai, vận hành,	1. Quản trị triển khai dự án kinh doanh	Kiến thức - Mô tả được các nguyên tắc cơ bản của quản trị triển khai, vận hành, lãnh đạo	- Học tập theo dự án. - Mô phỏng vận hành.	- Kế hoạch triển khai dự án. - Sơ đồ quy trình vận hành.

MÃ MÔ ĐƠN	TÊN MÔ ĐƠN	NỘI DUNG TRỌNG TÂM	ĐỊNH HƯỚNG CHUẨN ĐẦU RA CHUYÊN SÂU, TỰ CHỌN	PHƯƠNG PHÁP, HÌNH THỨC TỔ CHỨC	GỢI Ý MINH CHỨNG
	lãnh đạo nhóm và làm việc với hệ sinh thái	- Lập kế hoạch triển khai theo mục tiêu, mốc tiến độ, nguồn lực và trách nhiệm. - Xác định nhiệm vụ ưu tiên, người phụ trách và cơ chế theo dõi tiến độ. - Quản trị thay đổi khi dự án gặp vấn đề trong triển khai. 2. Vận hành hoạt động kinh doanh - Thiết kế quy trình vận hành cơ bản. - Quản lý chất lượng, nguồn lực, nhà cung cấp, đối tác và chăm sóc khách hàng ở mức khởi đầu. - Xây dựng bản nháp quy trình vận hành chuẩn cho hoạt động chính. 3. Lãnh đạo nhóm dự án - Phân vai, giao việc, phản hồi và xử lý xung đột trong nhóm. - Ra quyết định trong điều kiện thiếu thông tin đầy đủ. - Xây dựng văn hóa đổi mới, trách nhiệm và học hỏi trong nhóm dự án. 4. Làm việc với cố vấn, đối tác và hệ sinh thái	nhóm và làm việc với hệ sinh thái. - Giải thích được vai trò của quy trình, chất lượng, nguồn lực, nhóm dự án và đối tác trong hoạt động kinh doanh. Kỹ năng - Lập được kế hoạch triển khai và vận hành dự án kinh doanh. - Xây dựng được quy trình vận hành cơ bản cho hoạt động chính. - Điều phối được nhóm dự án và làm việc hiệu quả với cố vấn hoặc đối tác bên ngoài. - Xây dựng được bản đồ đối tác và kế hoạch làm việc với hệ sinh thái hỗ trợ. Mức độ tự chủ và trách nhiệm cá nhân Làm việc độc lập ở mức độ cao; chủ động điều phối, giám sát và đánh giá hoạt động của nhóm, dự án; chịu trách nhiệm về tiến độ, chất lượng, vận hành và cam kết với hệ sinh thái.	- Huấn luyện theo nhóm. - Làm việc với cố vấn, doanh nghiệp hoặc đối tác thực tế. - Đánh giá đồng đẳng và phản tư nhóm.	- Bản nháp quy trình vận hành chuẩn. - Bảng phân công nhóm và theo dõi tiến độ. - Bản đồ đối tác và kế hoạch làm việc với hệ sinh thái. - Biên bản làm việc với cố vấn, doanh nghiệp hoặc đối tác. - Báo cáo rủi ro vận hành và phương án xử lý.

MÃ MÔ-ĐUN	TÊN MÔ-ĐUN	NỘI DUNG TRỌNG TÂM	ĐỊNH HƯỚNG CHUẨN ĐẦU RA CHUYÊN SÂU, TỰ CHỌN	PHƯƠNG PHÁP, HÌNH THỨC TỔ CHỨC	GỢI Ý MINH CHỨNG
		- Chuẩn bị nội dung làm việc với cổ vấn, doanh nghiệp hoặc tổ chức hỗ trợ. - Giao tiếp chuyên nghiệp, ghi nhận phản hồi và theo dõi cam kết. - Xác định lợi ích hai chiều trong hợp tác.			
U8	Pháp lý, sở hữu trí tuệ, đạo đức kinh doanh, tác động xã hội và phát triển bền vững	1. Pháp lý ứng dụng trong triển khai dự án - Lựa chọn loại hình pháp lý kinh doanh phù hợp. - Hợp đồng cơ bản với khách hàng, đối tác, cộng tác viên hoặc nhà cung cấp. - Nghĩa vụ tuân thủ liên quan đến sản phẩm, dữ liệu, truyền thông và thử nghiệm thị trường. 2. Sở hữu trí tuệ ứng dụng - Nhận diện tài sản trí tuệ của dự án. - Phân biệt nhãn hiệu, bản quyền, kiểu dáng, sáng chế hoặc giải pháp hữu ích và bí mật kinh doanh. - Nhận diện được nguyên tắc bảo vệ hoặc khai thác sở hữu trí tuệ phù hợp ở mức sơ bộ và biết tham khảo ý kiến chuyên gia khi cần. - Nhận diện sơ bộ quyền sở hữu, quyền khai thác đối với kết quả của	Kiến thức - Mô tả được các vấn đề pháp lý, sở hữu trí tuệ, đạo đức, tác động xã hội và phát triển bền vững trong triển khai dự án khởi nghiệp. - Giải thích được vai trò của tuân thủ và phát triển bền vững trong bảo vệ dự án, khách hàng và hệ sinh thái. Kỹ năng - Nhận diện được rủi ro pháp lý, sở hữu trí tuệ, đạo đức và xã hội của dự án. - Đề xuất được phương án bảo vệ sở hữu trí tuệ và quản trị rủi ro phù hợp. - Nhận diện được tài sản trí tuệ, chủ thể có quyền và các rủi ro sở hữu trí tuệ cơ bản của dự án; xác định được thông tin có thể công bố,	- Phân tích tình huống pháp lý và đạo đức. - Tổ chức hoạt động tư vấn về pháp lý và sở hữu trí tuệ. - Mô phỏng kịch bản rủi ro. - Hội thảo về trách nhiệm xã hội và phát triển bền vững. - Phân biện tác động dự án.	- Bảng kiểm pháp lý, sở hữu trí tuệ và tuân thủ. - Bảng nhận diện tài sản trí tuệ của dự án. - Phương án bảo hộ hoặc khai thác sở hữu trí tuệ. - Bảng nhận diện rủi ro và kịch bản xử lý. - Khung tác động xã hội - môi trường. - Cam kết trách nhiệm xã hội và phát triển bền vững của dự án. - Bảng nhận diện tài sản trí tuệ của dự án, chủ thể có quyền, thông tin có thể công bố hoặc cần bảo mật và nội dung cần tham

MÃ MÔ-ĐUN	TÊN MÔ-ĐUN	NỘI DUNG TRỌNG TÂM	ĐỊNH HƯỚNG CHUẨN ĐẦU RA CHUYÊN SÂU, TỰ CHỌN	PHƯƠNG PHÁP, HÌNH THỨC TỔ CHỨC	GỢI Ý MINH CHỨNG
		dự án; xác định thông tin cần công bố hoặc bảo mật; tôn trọng quyền sở hữu trí tuệ của người khác và tham khảo ý kiến chuyên gia khi cần bảo hộ hoặc khai thác tài sản trí tuệ. Đối với kết quả, sản phẩm hình thành từ nguồn lực của cơ sở giáo dục đại học hoặc kết quả nghiên cứu, người học cần nhận diện nguyên tắc thỏa thuận, khai thác và chia sẻ lợi ích theo quy định pháp luật, quy chế của cơ sở giáo dục đại học và thỏa thuận hợp pháp giữa các bên. 3. Đạo đức kinh doanh, tuân thủ và quản trị rủi ro - Đạo đức dữ liệu, đạo đức sử dụng trí tuệ nhân tạo và nghiên cứu với con người. - Rủi ro pháp lý, rủi ro danh tiếng, rủi ro vận hành và rủi ro xã hội. - Xây dựng cơ chế phòng ngừa, theo dõi và phản ứng với rủi ro. 4. Tác động xã hội và phát triển bền vững - Xác định tác động xã hội, môi trường và các bên chịu ảnh hưởng. - Tích hợp yếu tố kinh tế tuần hoàn, môi trường, xã hội và quản trị vào	thông tin cần bảo mật và biết tham khảo ý kiến chuyên gia khi cần. - Xây dựng được khung tác động xã hội - môi trường cơ bản cho dự án. - Tích hợp được yếu tố trách nhiệm xã hội và phát triển bền vững vào mô hình dự án. Mức độ tự chủ và trách nhiệm cá nhân Chủ động thiết lập và giám sát cơ chế tuân thủ, quản trị rủi ro và tác động; chịu trách nhiệm về quyết định pháp lý, sở hữu trí tuệ, đạo đức, xã hội và môi trường.		khảo ý kiến chuyên gia.

MÃ MÔ-ĐUN	TÊN MÔ-ĐUN	NỘI DUNG TRỌNG TÂM	ĐỊNH HƯỚNG CHUẨN ĐẦU RA CHUYÊN SÂU, TỰ CHỌN	PHƯƠNG PHÁP, HÌNH THỨC TỔ CHỨC	GỢI Ý MINH CHỨNG
		mô hình dự án; đo lường tác động ở mức phù hợp. - Đề xuất biện pháp giám tác động tiêu cực và phát triển dự án có trách nhiệm.			

Cơ sở giáo dục đại học có thể tổ chức các mô-đun thành một hoặc nhiều học phần, chuyên đề, dự án hoặc hoạt động ương tạo; một học phần không bắt buộc phải bao quát đầy đủ 08 mô-đun. Cơ sở giáo dục đại học lựa chọn, cụ thể hóa định hướng chuẩn đầu ra và gợi ý minh chứng phù hợp với ngành đào tạo, cấp độ nội dung và mức độ phát triển của dự án.

5. Phương pháp và hình thức tổ chức

Cơ sở giáo dục đại học triển khai nội dung theo định hướng chuẩn đầu ra thông qua học phần, chuyên đề, dự án liên ngành, chương trình tiên ương tạo, ương tạo, tăng tốc, phòng thí nghiệm đổi mới sáng tạo, câu lạc bộ, cuộc thi, hoạt động cổ vấn và kết nối hệ sinh thái. Cơ sở giáo dục đại học có thể sử dụng game hóa, trò chơi mô phỏng tài chính và dòng tiền, mô hình kinh doanh ảo, mô phỏng thị trường và tình huống ra quyết định bằng dữ liệu giả định; không tổ chức hoạt động gây áp lực tài chính hoặc rủi ro tiền thật không phù hợp đối với sinh viên.

Các ngành kinh tế, quản trị, tài chính, ngân hàng, luật, thương mại và truyền thông có thể ưu tiên nội dung về thị trường, mô hình kinh doanh, tài chính, tiếp cận thị trường, pháp lý và trách nhiệm xã hội. Các ngành kỹ thuật, công nghệ thông tin, tự động hóa, nông nghiệp, y dược và các lĩnh vực ứng dụng có thể ưu tiên nội dung về xác định vấn đề, thiết kế giải pháp, sản phẩm khả dụng tối thiểu, thử nghiệm, đo lường, cải tiến và vận hành.

Cơ sở giáo dục đại học được khuyến khích tổ chức hoạt động theo nhóm liên ngành, bố trí cổ vấn chuyên môn, cổ vấn kinh doanh, tổ chức cổ vấn cá nhân hoặc cổ vấn trực tiếp 1-1 (mentoring 1-1) cho từng nhóm dự án khi có điều kiện, huy động doanh nghiệp, chuyên gia, nhà đầu tư hoặc tổ chức hỗ trợ tham gia phản biện, đồng thời sử dụng dữ liệu, minh chứng thực nghiệm, hồ sơ dự án và sản phẩm mẫu trong quá trình tổ chức và đánh giá.

Việc huy động doanh nghiệp, chuyên gia, cố vấn, nhà đầu tư hoặc tổ chức hỗ trợ tham gia hoạt động khởi nghiệp trong cơ sở giáo dục đại học cần bảo đảm nguyên tắc tự nguyện, minh bạch và phục vụ mục tiêu giáo dục. Cơ sở giáo dục đại học cần xác định rõ vai trò, phạm vi hỗ trợ, trách nhiệm bảo mật thông tin, xử lý xung đột lợi ích, quyền sở hữu trí tuệ và yêu cầu bảo đảm an toàn cho người học. Hoạt động hỗ trợ không chuyển thành quảng bá thương mại, tuyển dụng, môi giới đầu tư hoặc huy động vốn không phù hợp trong nhà trường; không gây áp lực tài chính, cam kết vượt quá khả năng hoặc rủi ro không cần thiết cho sinh viên, nhóm dự án và cơ sở giáo dục đại học.

6. Đánh giá kết quả

Việc đánh giá gắn với chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo, học phần, chuyên đề hoặc dự án theo tiếp cận dựa trên chuẩn đầu ra. Kết quả đánh giá được mô tả và tổng hợp theo ba thành phần: kiến thức, kỹ năng, mức độ tự chủ và trách nhiệm cá nhân. Nội dung và tiêu chí đánh giá bám các năng lực, yêu cầu đầu ra theo quy định hiện hành về chuẩn chương trình đào tạo, chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo cụ thể và đặc thù ngành đào tạo. Cơ sở giáo dục đại học chủ động lựa chọn tiêu chí, công cụ, minh chứng và trọng số đánh giá phù hợp.

Việc đánh giá dựa trên quá trình học tập, chất lượng minh chứng và mức độ đạt định hướng chuẩn đầu ra; không lấy doanh thu, lợi nhuận, số vốn huy động hoặc việc thành lập doanh nghiệp làm tiêu chí bắt buộc đối với mọi sinh viên, học phần hoặc dự án. Đối với sản phẩm nhóm, cần đánh giá được đóng góp và trách nhiệm của từng sinh viên trên cơ sở nhiệm vụ, minh chứng và phản hồi phù hợp. Đối với dự án có mục tiêu tạo tác động xã hội, việc đánh giá cần xem xét mức độ xác định đúng vấn đề xã hội, nhóm hưởng lợi, mô hình tạo giá trị, chỉ báo tác động, tính bền vững và cơ chế hạn chế tác động tiêu cực; không đồng nhất tác động xã hội với hoạt động thiện nguyện đơn lẻ hoặc chỉ tiêu thương mại.

Cơ sở giáo dục đại học có thể sử dụng bảng tiêu chí theo mức, hồ sơ năng lực, báo cáo về hệ sinh thái, kết quả nghiên cứu người dùng, khách hàng, đề xuất giá trị, mô hình kinh doanh, mô hình tài chính, sản phẩm khả dụng tối thiểu, báo cáo thử nghiệm, kế hoạch tiếp cận thị trường, kế hoạch vận hành, hồ sơ pháp lý và sở hữu trí tuệ, báo cáo về rủi ro đạo đức, trách nhiệm xã hội làm công cụ đánh giá.

Cơ sở giáo dục đại học được khuyến khích thành lập hội đồng đánh giá có sự tham gia của giảng viên, cố vấn, doanh nghiệp, chuyên gia hoặc nhà đầu tư; kết hợp đánh giá quá trình với đánh giá sản phẩm, phản biện, đánh giá đồng đẳng và phản hồi của người dùng, khách hàng.

VII. ĐIỀU KIỆN VÀ TỔ CHỨC THỰC HIỆN

1. Nguyên tắc triển khai

Khung là tài liệu định hướng để cơ sở giáo dục lựa chọn, tích hợp và tổ chức thực hiện phù hợp với chương trình giáo dục, chương trình đào tạo hiện hành; không làm phát sinh môn học, học phần, số tín chỉ hoặc chương trình bất buộc ngoài quy định của cấp có thẩm quyền.

Cơ sở giáo dục căn cứ yêu cầu cần đạt hoặc chuẩn đầu ra, đặc điểm người học, ngành, nghề đào tạo, đội ngũ, cơ sở vật chất, thời lượng và điều kiện thực tế để lựa chọn nội dung, mức độ tích hợp, hình thức tổ chức, lộ trình và minh chứng đánh giá phù hợp; không bắt buộc triển khai toàn bộ chuyên đề, mô-đun hoặc triển khai đồng loạt ở cùng một mức độ.

Đối với nội dung được lựa chọn, cơ sở giáo dục xác định rõ mục tiêu, yêu cầu cần đạt hoặc định hướng chuẩn đầu ra, thời lượng, người phụ trách, phương pháp tổ chức và cách đánh giá; ưu tiên tích hợp vào môn học, mô-đun, học phần, hoạt động thực hành, thực tập, trải nghiệm, dự án và hoạt động hỗ trợ khởi nghiệp phù hợp.

Các yêu cầu về số lượng khảo sát, quy mô thử nghiệm, mức độ hoàn thiện sản phẩm và minh chứng trong Khung có tính chất gợi ý. Cơ sở giáo dục có thể sử dụng một hồ sơ hoặc dự án tích hợp để đánh giá nhiều nội dung và trực năng lực, không nhất thiết xây dựng sản phẩm hoặc bài kiểm tra riêng cho từng chuyên đề, mô-đun. Đối với sản phẩm nhóm, cần đánh giá cả kết quả chung và mức độ đóng góp của từng cá nhân.

Việc kế thừa, miễn giảm, quy đổi hoặc công nhận kết quả học tập được thực hiện theo quy định hiện hành, quy chế đào tạo, quy định nội bộ và thẩm quyền của cơ sở giáo dục, trên cơ sở đối chiếu yêu cầu cần đạt hoặc chuẩn đầu ra, nội dung, khối lượng học tập và minh chứng kết quả; không công nhận tự động chỉ căn cứ tên hoạt động, chuyên đề hoặc mô-đun. Khi tích hợp vào môn học, mô-đun hoặc học phần có tín chỉ, khối lượng học tập, số tín chỉ và thời gian học tập được xác định theo quy định hiện hành.

Nội dung liên quan đến pháp luật, thuế, lao động, bảo hiểm, sở hữu trí tuệ và đăng ký kinh doanh phải được cập nhật theo quy định hiện hành; Khung không thay thế văn bản pháp luật hoặc hướng dẫn chuyên ngành.

Cơ sở giáo dục triển khai theo lộ trình phù hợp, có thể tổ chức thí điểm một số nội dung, hoạt động hoặc mô hình trước khi mở rộng; đồng thời bảo đảm không gây quá tải, áp lực tài chính hoặc tạo thêm rào cản đối với người học.

Việc lựa chọn nội dung, phương pháp, sản phẩm và minh chứng cần phù hợp với điều kiện kinh tế - xã hội, văn hóa, ngôn ngữ, khả năng tiếp cận công nghệ và đặc điểm của từng nhóm người học; tạo điều kiện để người học ở vùng khó khăn, người

học khuyết tật và các nhóm yếu thế tham gia bình đẳng. Khuyến khích khai thác tri thức bản địa, nghề truyền thống, nguồn lực địa phương và nhu cầu thực tiễn của cộng đồng, đồng thời tôn trọng bản sắc văn hóa, quyền và lợi ích hợp pháp của người dân, cộng đồng.

2. Đội ngũ thực hiện

Đội ngũ cán bộ tư vấn, hỗ trợ khởi nghiệp trong các cơ sở giáo dục là lực lượng nòng cốt trong tham mưu, điều phối, hướng dẫn và hỗ trợ triển khai Khung. Cán bộ quản lý, giáo viên, giảng viên tham gia tổ chức hoạt động và đánh giá kết quả theo nhiệm vụ được phân công. Cơ sở giáo dục cần bồi dưỡng đội ngũ cán bộ tư vấn, hỗ trợ khởi nghiệp về nội dung khởi nghiệp kinh doanh, phương pháp tư vấn, tổ chức hoạt động trải nghiệm, thực hành, dự án, kết nối nguồn lực và đánh giá kết quả.

Cơ sở giáo dục chịu trách nhiệm xác định hình thức tích hợp, phân công nhiệm vụ và điều phối nguồn lực. Giáo viên, giảng viên giữ vai trò thiết kế hoạt động, hướng dẫn, cố vấn, theo dõi quá trình học tập, bảo đảm an toàn và đánh giá kết quả; người học chủ động quan sát, khảo sát, thực hiện nhiệm vụ, xây dựng sản phẩm, dịch vụ, giải pháp hoặc dự án và chịu trách nhiệm đối với kết quả của mình. Doanh nghiệp, chuyên gia, hiệp hội nghề nghiệp, cựu người học và tổ chức hỗ trợ khởi nghiệp có thể tham gia cung cấp bài toán thực tiễn, học liệu, cố vấn, phản biện, hỗ trợ thử nghiệm và đánh giá theo nguyên tắc tự nguyện, minh bạch, an toàn và phục vụ mục tiêu giáo dục.

Cơ sở giáo dục có thể ghi nhận kết quả tham gia của giáo viên, giảng viên, người hướng dẫn, cố vấn và người học thông qua phân công nhiệm vụ, khối lượng công việc, hoạt động chuyên môn, nghiên cứu, phục vụ cộng đồng, hồ sơ năng lực, chứng nhận, kết quả học tập hoặc hình thức phù hợp khác theo quy định hiện hành, quy chế nội bộ và thẩm quyền của cơ sở giáo dục; không làm phát sinh cơ chế tài chính, thi đua, giờ chuẩn hoặc tín chỉ trái quy định.

Cơ sở giáo dục được khuyến khích huy động doanh nhân, chuyên gia, nghệ nhân, cố vấn, cựu học sinh, cựu sinh viên, phụ huynh, doanh nghiệp, hợp tác xã, cơ sở sản xuất, kinh doanh và tổ chức hỗ trợ khởi nghiệp tham gia hoạt động trải nghiệm, thực hành, cố vấn, phản biện.

3. Cơ sở vật chất, học liệu và công nghệ

Cơ sở giáo dục khai thác hiệu quả thư viện, phòng học bộ môn, phòng thực hành, phòng học STEM, không gian sáng tạo, xưởng thực hành, phòng thí nghiệm, hạ tầng công nghệ thông tin và các điều kiện sẵn có. Cơ sở giáo dục xây dựng học liệu theo hướng mở, đa dạng, cập nhật, phù hợp với cấp học, trình độ đào tạo, ngành, nghề và điều kiện địa phương.

Cơ sở giáo dục có thể phối hợp với doanh nghiệp, hiệp hội nghề nghiệp, chuyên gia, tổ chức hỗ trợ khởi nghiệp, cơ sở nghiên cứu và cộng đồng để xây dựng, cập nhật học liệu, tình huống, bài toán thực tiễn, dữ liệu mô phỏng và bộ công cụ theo

hướng mở. Cơ sở giáo dục chịu trách nhiệm lựa chọn, rà soát, thẩm định hoặc phê duyệt học liệu theo thẩm quyền, bảo đảm tính chính xác, sự phạm, pháp lý, an toàn, quyền sở hữu trí tuệ và không quảng bá thương mại không phù hợp. Cơ quan quản lý giáo dục có thể tổ chức thẩm định, khuyến nghị, chia sẻ hoặc công bố tài liệu tham khảo theo chức năng, nhiệm vụ và thẩm quyền.

Việc sử dụng nền tảng số, dữ liệu và công cụ trí tuệ nhân tạo cần bảo đảm an toàn thông tin, bảo vệ dữ liệu cá nhân, tôn trọng quyền sở hữu trí tuệ, trích dẫn nguồn phù hợp và tuân thủ pháp luật. Đồng thời, cần bảo đảm vai trò kiểm soát và quyết định của con người; nhận diện rủi ro về thông tin sai, thiên lệch hoặc nội dung giả mạo do công cụ trí tuệ nhân tạo tạo ra.

Cơ sở giáo dục được khuyến khích sử dụng công cụ số và trí tuệ nhân tạo phù hợp để hỗ trợ việc tìm kiếm, tổng hợp, phân tích thông tin; nghiên cứu thị trường, khách hàng; tạo mẫu, mô phỏng; xây dựng nội dung truyền thông; lập kế hoạch, dự toán và quản lý dự án. Người học cần kiểm tra, đối chiếu kết quả do công cụ số hoặc trí tuệ nhân tạo hỗ trợ với nguồn tin cậy hoặc dữ liệu thực tế; trích dẫn, ghi nhận hoặc công khai mức độ sử dụng khi phù hợp; không phụ thuộc hoàn toàn vào công cụ. Công cụ số và trí tuệ nhân tạo chỉ là phương tiện hỗ trợ, không thay thế hoạt động quan sát, khảo sát, thử nghiệm, tư duy độc lập, quyết định và trách nhiệm cá nhân của người học đối với sản phẩm, kết quả cuối cùng. Khi sản phẩm, báo cáo hoặc minh chứng có sử dụng trí tuệ nhân tạo, cơ sở giáo dục hướng dẫn người học nêu công cụ, mục đích và phạm vi hỗ trợ, phần việc do người học trực tiếp thực hiện và cách kiểm chứng, chỉnh sửa kết quả ở mức phù hợp.

4. Phối hợp và huy động nguồn lực

Cơ sở giáo dục phối hợp với gia đình, địa phương, doanh nghiệp, chuyên gia và tổ chức có liên quan trên cơ sở tự nguyện, hợp pháp, minh bạch, an toàn và vì mục tiêu giáo dục; việc phối hợp không tạo áp lực tài chính hoặc rủi ro không cần thiết cho người học. Việc phối hợp có thể bao gồm xây dựng học liệu, cung cấp bài toán, có vấn chung hoặc mentoring 1-1, hỗ trợ phòng thí nghiệm, không gian sáng tạo, thử nghiệm, tiền ương tạo, ương tạo và kết nối thị trường theo điều kiện thực tế và quy định hiện hành.

Đối với hoạt động của học sinh chưa thành niên có tổ chức ngoài nhà trường hoặc có sự tham gia của tổ chức, cá nhân bên ngoài, cơ sở giáo dục bảo đảm sự hướng dẫn, giám sát, an toàn và phối hợp với cha mẹ hoặc người giám hộ khi cần thiết theo quy định; không tạo nghĩa vụ hoặc áp lực đóng góp tài chính đối với người học và gia đình.

5. Theo dõi, đánh giá và cập nhật Khung

Cơ sở giáo dục căn cứ điều kiện thực tế để xây dựng kế hoạch vận dụng, phân công trách nhiệm, theo dõi kết quả và rà soát định kỳ trên cơ sở các nhóm chỉ số về phạm vi tham gia, mức độ hoàn thành nội dung, sự tiến bộ về năng lực, chất lượng sản phẩm hoặc dự án, mức độ tham gia của giáo viên, chuyên gia, doanh nghiệp, mức độ phù hợp và sự hài lòng của người học. Cơ sở giáo dục chủ động xây dựng lộ trình triển khai phù hợp với điều kiện thực tế; có thể lựa chọn một số hoạt động, học phần,

chuyên đề, dự án hoặc mô hình điểm để tổ chức thực hiện trước, rút kinh nghiệm làm cơ sở điều chỉnh, mở rộng sang các hoạt động, đối tượng khác trong những năm học tiếp theo.

Cơ quan quản lý giáo dục tổng hợp phản hồi về tính phù hợp, khả thi, hiệu quả để hướng dẫn, điều chỉnh và cập nhật Khung theo yêu cầu thực tiễn, sự phát triển của khoa học, công nghệ, thị trường lao động, hệ sinh thái khởi nghiệp.

Bộ chỉ số, phương pháp thu thập dữ liệu và biểu mẫu báo cáo được hướng dẫn riêng, phù hợp với từng cấp học, trình độ đào tạo và hình thức tổ chức. Cơ sở giáo dục không sử dụng doanh thu, lợi nhuận, số vốn huy động, số sản phẩm bán ra hoặc số doanh nghiệp được thành lập làm chỉ số bắt buộc đối với toàn bộ người học; các chỉ số này chỉ được sử dụng khi phù hợp với dự án chuyên sâu và mục tiêu cụ thể. Việc theo dõi, báo cáo cần gọn, khai thác dữ liệu sẵn có và không làm phát sinh thủ tục hành chính hoặc gánh nặng báo cáo không cần thiết cho cơ sở giáo dục. Các biểu mẫu, bảng kiểm và công cụ đánh giá được xây dựng theo hướng tham khảo, mở, có thể số hóa, điều chỉnh hoặc tích hợp vào hồ sơ học tập, hồ sơ dự án và hệ thống quản lý sẵn có; không mặc định mỗi nội dung phải có một biểu mẫu hoặc hồ sơ riêng.

Bộ Giáo dục và Đào tạo, cơ quan quản lý giáo dục và cơ sở giáo dục có thể nghiên cứu, xây dựng tài liệu hướng dẫn, chương trình mẫu, bộ công cụ, tiêu chí tham khảo và biểu mẫu hỗ trợ vận dụng Khung trong hoạt động tiên ương tạo, ương tạo, có vấn, kết nối doanh nghiệp, kết nối chuyên gia và phát triển dự án khởi nghiệp của người học theo thẩm quyền và điều kiện thực tế.
