

CUỘC THI

“FOOD INNOVATION AND DEVELOPMENT 3”

Mẫu trình bày dự án tham dự

TÊN DỰ ÁN

NHÓM/CÁ NHÂN THỰC HIỆN: *(danh sách thành viên không quá 05 người)*

1. .
2. .
3. .
4. .
5. .

Khoa Công nghệ thực phẩm

TP. Hồ Chí Minh, tháng .../2022

PHIẾU ĐĂNG KÝ THAM GIA CUỘC THI

Thông tin vắn tắt về các thành viên tham gia dự án (bắt buộc):

1. Họ và tên trưởng nhóm:
2. Lớp:
3. MSSV:
4. Trường:
5. Số điện thoại liên hệ:
6. Email:
7. Tên dự án:.....
8. Danh sách thành viên trong nhóm (*Họ tên, trường, chuyên ngành đang học, ĐT, Email*)
 1.;
 2.;
 3.;
 4.;
 5.;

Câu hỏi phụ dành cho các thành viên trong nhóm:

1. Bạn muốn mình làm nghề gì trong 10 năm tới?
2. Nếu có 3 điều ước, Bạn ước mình có được những gì trong 10 năm tới?
3. Hiện tại bạn đã có những gì để biến ước mơ thành hiện thực?

TRANG 2

Tóm tắt dự án

- Tên Ý tưởng của dự án ... (Từ 01 – 05 dòng);
- Mô tả sản phẩm/dịch vụ, giá trị của dự án;
- Sản phẩm/dịch vụ đó là gì?
- Đã có sản phẩm/dịch vụ chưa? ● Có ● Chưa
- Sản phẩm/dịch vụ giải quyết vấn đề gì cho XH, cho khách hàng?
- Nơi dự kiến triển khai dự án (khu vực thị trường Tp.HCM/...)
- Mô tả chân dung khách hàng: Đối tượng khách hàng là ai? (ai sẽ sử dụng Sản phẩm/dịch vụ này?); giới tính, độ tuổi, sở thích, trình trạng hôn nhân, nơi họ sinh sống,...

TRANG 3:

TRÌNH BÀY NỘI DUNG DỰ ÁN

(dành cho đề tài phát triển sản phẩm mới/cải tiến sản phẩm)

1. Tên đề tài/sản phẩm

2. Mục đích/mục tiêu của đề tài

3. Cơ sở thực hiện & tính khả thi của đề tài

3.1. Sự hình thành và phát triển ý tưởng sản phẩm

(ý tưởng mới hoặc cải tiến từ sản phẩm hiện có; nhận diện từ nhu cầu/xu hướng thị trường; phát triển từ đặc sản/nguyên liệu có thể mạnh ở địa phương;...)

3.2. Sự ổn định của nguồn nguyên liệu

(về sản lượng, chất lượng, giá đối với quy mô sản xuất đại trà/công nghiệp)

3.3. Tính khả thi về công nghệ sản xuất

(tính hợp lý của quy trình sản xuất; khả năng cơ giới hóa/tự động hóa; chi phí sản xuất; sự sẵn có & chi phí đầu tư;...)

3.4. Tính khả thi về thị trường

(yếu tố khác biệt/lợi ích rõ rệt, cụ thể, thiết thực (cảm quan, dinh dưỡng, tâm lý,...); phân khúc thị trường & người tiêu dùng mục tiêu; giá bán; ...)