

## **ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN**

**(Kèm theo QĐ số /QĐ-ĐHNT ngày / /20....**

**của Hiệu trưởng trường Đại học Ngoại thương)**

**Tên học phần: Thương mại điện tử (Electronic commerce)**

**Mã học phần: TMA306**

**Khoa: Quản trị kinh doanh**

**Bộ môn phụ trách: Thương mại điện tử**

**Số tín chỉ: 3**

**Điều kiện tiên quyết: Tin học**

**Thời điểm thiết kế/ban hành lần đầu:**

**Điều chỉnh, sửa đổi, bổ sung:**

### **1. THÔNG TIN VỀ GIẢNG VIÊN:**

<b>STT</b>	<b>Tên giảng viên</b>	<b>Email</b>	<b>Điện thoại</b>
<b>1</b>	<b>PGS, TS Nguyễn Văn Thoan</b>	<b>nvthoan@ftu.edu.vn</b>	<b>0904250991</b>

2	TS Nguyễn Thị Khánh Chi	chintk@ftu.edu.vn	0989989284
3	TS Nguyễn Thị Thanh Hoa	hungnk@ftu.edu.vn	0973966013
4	TS Nguyễn Thị Hồng Vân	vannth@ftu.edu.vn	0903471700
5	TS Nguyễn Hồng Quân	quannh@ftu.edu.vn	0904683850
6	ThS Nguyễn Phương Chi	chinp@ftu.edu.vn	0915838218

### **MỤC TIÊU CỦA HỌC PHẦN**

Học phần này nhằm trang bị cho sinh viên kiến thức tổng quan về thương mại điện tử, một số mô hình thương mại điện tử cũng như cách thức giao dịch trong thương mại điện tử. Ngoài ra, học phần còn trang bị các kiến thức tổng quan về các vấn đề liên quan đến hoạt động thương mại điện tử như marketing điện tử, thanh toán điện tử và vấn đề an toàn trong giao dịch thương mại điện tử. Bên cạnh đó, những tình huống thực tế và bài tập thực hành từ thực tiễn kinh doanh của các doanh nghiệp thương mại điện tử cũng được đưa vào để giúp sinh viên vận dụng kiến thức đã học.

### **3. CHUẨN ĐẦU RA CỦA HỌC PHẦN**

### **3.1. Chuẩn đầu ra về kiến thức, kỹ năng và mức độ tự chủ, trách nhiệm**

#### **3.1.1 Về kiến thức**

- **CLO1:** Trình bày được các vấn đề ứng dụng thương mại điện tử, công nghệ thông tin và truyền thông trong các hoạt động quản lý và kinh doanh của tổ chức và doanh nghiệp.
- **CLO2:** Trình bày được các vấn đề liên quan đến công tác quản trị, vận hành, duy trì, nâng cấp hệ thống thông tin trong tổ chức, doanh nghiệp.
- **CLO3:** Phân tích và đánh giá hiệu quả, tính khả thi của việc phát triển hệ thống thông tin trong doanh nghiệp.

#### **3.1.2. Về kỹ năng**

- **CLO4:** Có kỹ năng phát hiện và phân tích được các vấn đề về thương mại điện tử và trình bày được cách thức giải quyết vấn đề đó theo xu hướng chung của ngành, xu hướng trong nước và quốc tế.
- **CLO5:** Có kỹ năng giao tiếp, thuyết trình, phản biện, tranh luận ;
- **CLO6:** Đạt chuẩn kỹ năng ứng dụng công nghệ thông tin cơ bản (sử dụng thành thạo máy tính, các công cụ tin học văn phòng soạn thảo văn bản, bảng tính, bài trình chiếu và biết tra cứu, tìm kiếm thông tin trên mạng Internet/Web hoặc theo thông tư 03/2014/TT-BTTTT ngày 11 tháng 3 năm 2014).

#### **3.1.3. Về mức độ tự chủ và trách nhiệm**

- **CLO7:** Có năng lực chủ động học tập, nghiên cứu tích lũy kiến thức, kinh nghiệm để nâng cao trình độ chuyên môn, nghiệp vụ
- **CLO8:** Nắm vững được vai trò của lãnh đạo công nghệ thông tin và đội ngũ chuyên trách công nghệ thông tin; Có năng lực lập kế hoạch, phân công, hướng dẫn và giám sát công việc của các thành viên trong nhóm để thực hiện nhiệm vụ;
- **CLO9:** Ý thức được đạo đức nghề nghiệp trong lĩnh vực chuyên môn về hệ thống thông tin (bản quyền, an toàn, dự phòng, bảo mật).

### **3.2. Ma trận đóng góp của CDR học phần tới CDR của Chương trình đào tạo**

<b>CD R của Hộ c phân</b>	<b>Chuẩn đầu ra của Chương trình đào tạo</b>											
	<b>PL O1</b>	<b>PL O2</b>	<b>PL O3</b>	<b>PL O4</b>	<b>PL O5</b>	<b>PL O6</b>	<b>PL O7</b>	<b>PL O8</b>	<b>PL O9</b>	<b>PL O10</b>	<b>PL O11</b>	<b>PL O12</b>
<b>CL O1</b>	X											
<b>CL O2</b>	X											
<b>CL O3</b>				X								
<b>CL O4</b>							X					
<b>CL O5</b>								X				
<b>CL O6</b>										X		

CL O7											X	
CL O8											X	
CL O9												X
Họ c phâ n	3			4			1	5		5	3	2

#### 4. HỌC LIỆU

##### 4.1. Giáo trình

**Nguyễn Văn Hồng, Nguyễn Văn Thoan và các tác giả, 2013, Giáo trình Thương mại điện tử căn bản, NXB Hồng Đức 2013**

##### 4.2. Tài liệu tham khảo bắt buộc

**\* Sách: Sách bài tập và thực hành Thương mại điện tử, 2015, NXB LDXH**

##### 4.3. Tài liệu tham khảo tự chọn

**\* Sách: Laudon, E-commerce, 2014, Pearson (hoặc bản mới hơn)**

#### 4.4. Website (nếu có)

### 5. NỘI DUNG HỌC PHẦN VÀ KẾ HOẠCH GIẢNG DẠY

#### 5.1. Nội dung học phần

Bu ổi	Nội dung (có thể cụ thể đến mục cấp 2)	Phân bổ thời gian				Đóng góp vào CLO
		Giảng dạy trên lớp		Tiểu luận, bài tập lớn, thực tế  (3)	Tự học, chuẩ n bị có hướn g dẫn  (4)	
		Lý thuyế t  (thuy ết giảng)  (1)	Thực hành, thảo luận  (2)			

1	<p><b>Giới thiệu môn học</b></p> <p><b>Chương 1: Tổng quan về Thương mại điện tử</b></p> <p><b>1. Khái niệm chung về Thương mại điện tử</b></p> <p><b>1.1. Sự ra đời và phát triển của Internet</b></p> <p><b>1.2. Khái niệm thương mại điện tử</b></p> <p><b>1.3. Các phương tiện thực hiện thương mại điện tử</b></p> <p><b>1.4. Hệ thống các hoạt động cơ bản trong thương mại điện tử</b></p> <p><b>1.5. Quá trình phát triển thương mại điện tử</b></p> <p><b>1.6. Các vấn đề chiến lược trong thương mại điện tử</b></p> <p><b>2. Đặc điểm, phân loại thương mại điện tử</b></p> <p><b>2.1. Đặc điểm của thương mại điện tử</b></p> <p><b>2. 2. Phân loại thương mại điện tử</b></p> <p><b>3. Lợi ích và hạn chế của thương mại điện tử</b></p>	3	0	0	6	1,2,4,7
---	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---	---	---	---	---------

	<p><b>3.1. Lợi ích của thương mại điện tử</b></p> <p><b>3.2. Hạn chế của thương mại điện tử</b></p>					
<b>2</b>	<p><b>Chương 1: Tổng quan về Thương mại điện tử</b></p> <p><b>4. Ảnh hưởng của thương mại điện tử</b></p> <p><b>4. 1. Tác động đến hoạt động marketing</b></p> <p><b>4. 2. Thay đổi mô hình kinh doanh</b></p> <p><b>5. Cơ sở vật chất, kỹ thuật và pháp lý để phát triển TMĐT</b></p> <p><b>5. 1. Xây dựng cơ sở pháp lý và chính sách (vĩ mô)</b></p> <p><b>5. 2. Phát triển hạ tầng công nghệ thông tin và truyền thông</b></p> <p><b>6. Thực trạng phát triển Thương mại điện tử tại Việt Nam và trên Thế giới</b></p> <p><b>6. 1. Thực trạng phát triển thương mại điện tử trên thế giới</b></p>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>1.5</b>	<b>6</b>	<b>1,2,4,7</b>



	<b>6. 2. Thực trạng phát triển TMDT tại Việt Nam</b>					
<b>3</b>	<b>Chương 2: Giao dịch điện tử</b>  <b>1. Hợp đồng điện tử</b>  <b>1.1. Khái niệm, đặc điểm hợp đồng điện tử</b>  <b>1.2. Ký kết hợp đồng điện tử</b>  <b>1.3. Quy trình thực hiện hợp đồng điện tử</b>  <b>1.4. So sánh hợp đồng điện tử với hợp đồng truyền thống</b>  <b>1.5. Điều kiện hiệu lực của hợp đồng điện tử</b>  <b>1.6. Một số điểm cần lưu ý khi sử dụng hợp đồng điện tử</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>6</b>	<b>1,2,4,56,7</b>

4	<p><b>Chương 2: Giao dịch điện tử</b></p> <p><b>2. Thanh toán điện tử</b></p> <p><b>2.1. Tổng quan về thanh toán điện tử</b></p> <p><b>2.2. Một số hình thức thanh toán điện tử phổ biến</b></p> <p><b>2.3. Case study: Flylady ứng dụng thanh toán điện tử qua PayPal</b></p> <p><b>2.4. Thanh toán đối với thương mại điện tử tại Việt Nam</b></p> <p><b>3. Chữ ký số và dịch vụ chứng thực chữ ký số</b></p> <p><b>3.1. Tổng quan về chữ ký điện tử và chữ ký số</b></p> <p><b>3.2. Chứng thực chữ ký điện tử và dịch vụ chứng thực chữ ký điện tử</b></p> <p><b>3.3. Điều kiện để đảm bảo cho sự phát triển dịch vụ chứng thực CKĐT</b></p>	2	3	3	3,5	1,2,4,56,7
---	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---	---	---	-----	------------

5	<p><b>Chương 3: Marketing điện tử</b></p> <p><b>1.1. Các khái niệm cơ bản về E-marketing</b></p> <p><b>1.2. Các hình thức phát triển cơ bản của marketing điện tử</b></p> <p><b>1.3. Ưu điểm của marketing điện tử so với marketing truyền thống</b></p> <p><b>1.4. Tác động của thương mại điện tử đến hoạt động marketing</b></p> <p><b>1.5. Một số điều kiện cần để áp dụng marketing điện tử thành công</b></p>	3	0	0	6	2,3,4,5, 6,7,8,9
---	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---	---	---	---	---------------------

6	<p><b>Chương 3: Marketing điện tử</b></p> <p><b>2. Ứng dụng marketing điện tử trong doanh nghiệp</b></p> <p><b>2.1. Nghiên cứu thị trường qua mạng</b></p> <p><b>2.2. Phân tích hành vi mua sắm của khách hàng qua mạng</b></p> <p><b>2.3. Phân đoạn thị trường trong marketing điện tử</b></p> <p><b>2.4. Các chiến lược marketing điện tử hỗn hợp (E-marketing mix)</b></p> <p><b>3. Ứng dụng marketing điện tử trong hoạt động xuất nhập khẩu</b></p> <p><b>3.1. Khai thác hệ thống các Trade Points trên Internet để quảng cáo</b></p> <p><b>3.2. Khai thác các sàn giao dịch thương mại điện tử B2B</b></p>	2	3	3	4,5	2,3,4,5, 6,7,8,9
7	Thi giữa kỳ	0	0	0	0	

<p><b>8</b></p>	<p><b>Chương 4: Rủi ro và phòng tránh rủi ro trong thương mại điện tử</b></p> <p><b>1. Tổng quan về an toàn và phòng tránh rủi ro trong thương mại điện tử</b></p> <p><b>1.1. Vai trò của an toàn và phòng tránh rủi ro trong thương mại điện tử</b></p> <p><b>1.2. Rủi ro trong thương mại điện tử tại Việt Nam</b></p> <p><b>1.3. Vai trò của chính sách và quy trình bảo đảm an toàn đối với TMDT</b></p>	<p><b>3</b></p>	<p><b>0</b></p>	<p><b>0</b></p>	<p><b>6</b></p>	<p><b>1,2,3,4, 5,6,7, 8,9</b></p>
<p><b>9</b></p>	<p><b>Chương 4: Rủi ro và phòng tránh rủi ro trong thương mại điện tử</b></p> <p><b>2. Rủi ro chính trong thương mại điện tử</b></p> <p><b>2.1. Một số rủi ro chính doanh nghiệp có thể gặp phải trong thương mại điện tử</b></p>	<p><b>2</b></p>	<p><b>1</b></p>	<p><b>0</b></p>	<p><b>4,5</b></p>	<p><b>1,2,3,4, 5,6,7, 8,9</b></p>

	<b>2.2. Một số dạng tấn công chính vào các website thương mại điện tử</b>					
<b>10</b>	<p><b>Chương 4: Rủi ro và phòng tránh rủi ro trong thương mại điện tử</b></p> <p><b>3. Xây dựng kế hoạch an ninh cho thương mại điện tử</b></p> <p><b>3.1. Những biện pháp cơ bản nào đảm bảo an toàn cho giao dịch TMĐT</b></p> <p><b>3.2. Các biện pháp cơ bản nhằm đảm bảo an toàn cho hệ thống TMĐT</b></p> <p><b>3.3. Một số biện pháp khác nhằm đảm bảo an toàn cho hệ thống TMĐT</b></p>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>4,5</b>	<b>1,2,3,4, 5,6,7, 8,9</b>

11	<p><b>Chương 5: Ứng dụng thương mại điện tử trong doanh nghiệp</b></p> <p><b>1. Xây dựng hệ thống thương mại điện tử trong doanh nghiệp</b></p> <p><b>1.1. Lưu trữ website thương mại điện tử</b></p> <p><b>1.2. Phần mềm giải pháp thương mại điện tử cho doanh nghiệp</b></p> <p><b>1.3. Một số giải pháp thương mại điện tử cho doanh nghiệp lớn</b></p> <p><b>2. Triển khai dự án thương mại điện tử trong doanh nghiệp</b></p> <p><b>2.1. Các phương pháp triển khai dự án thương mại điện tử trong doanh nghiệp</b></p> <p><b>2.3. Quy trình mua và triển khai phần mềm thương mại điện tử</b></p> <p><b>2.4. Kỹ năng quản lý dự án thương mại điện tử trong doanh nghiệp</b></p>	3	0	0	6	1,2,3,4, 5,6,7, 8,9
----	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---	---	---	---	---------------------------

12	<p><b>Chương 5: Ứng dụng thương mại điện tử trong doanh nghiệp</b></p> <p>7. Xây dựng website và quản lý website thương mại điện tử và bán hàng trực tuyến</p> <p>7.1 Các công nghệ xây dựng website thương mại điện tử</p> <p>7.2. Máy chủ web, Hệ quản trị cơ sở dữ liệu, Ngôn ngữ lập trình web</p> <p>7.3. Cài đặt và quản lý website thương mại điện tử</p> <p>7.4. Cài đặt và quản lý cửa hàng trực tuyến</p> <p>7.5. Nâng cấp và phát triển website thương mại điện tử</p> <p>7.6. Thực hành sử dụng hợp đồng điện tử và thanh toán điện tử B2C</p>	2	1	3	4,5	1,2,3,4, 5,6,7, 8,9
----	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---	---	---	-----	---------------------------



<p><b>13</b></p>	<p><b>Chương 6: Luật điều chỉnh thương mại điện tử</b></p> <p><b>1. Khái quát khung pháp lý về thương mại điện tử trên thế giới</b></p> <p><b>1.1. Luật mẫu về thương mại điện tử của UNCITRAL</b></p> <p><b>1.2. Luật mẫu về chữ ký điện tử của UNCITRAL</b></p> <p><b>1.3. Công ước của Liên hợp quốc về sử dụng chứng từ điện tử trong hợp đồng thương mại quốc tế</b></p> <p><b>2. Khung pháp lý về thương mại điện tử của một số nước và khu vực</b></p> <p><b>2.1. Khung pháp lý về thương mại điện tử của Hoa Kỳ</b></p> <p><b>2.2. Khung pháp lý về thương mại điện tử của Singapore</b></p> <p><b>3. Khung pháp lý về thương mại điện tử của Việt Nam</b></p>	<p><b>2</b></p>	<p><b>3</b></p>	<p><b>0</b></p>	<p><b>4,5</b></p>	<p><b>1,2,3,4, 5,6,7, 8,9</b></p>
------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------	-----------------	-----------------	-------------------	-----------------------------------

	<b>3.1. Luật công nghệ thông tin</b> <b>3.2. Luật giao dịch điện tử</b>					
<b>14</b>	<b>Thuyết trình</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>4,5</b>	<b>2,75</b>	<b>5,6,7, 8,9</b>
<b>15</b>	<b>Thuyết trình</b> <b>Tổng kết</b> <b>Ôn tập cuối kỳ</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>4,5</b>	<b>2,75</b>	<b>5,6,7, 8,9</b>
<b>Tổng cộng (tiết)</b>		<b>30</b>	<b>15</b>	<b>22,5</b>	<b>67,5</b>	

## 5.2. Kế hoạch giảng dạy

<b>Buổi</b>	<b>Hoạt động dạy và học</b>	<b>Số giờ</b>	<b>Nội dung chính</b>	<b>Đóng góp vào CLO</b>
-------------	-----------------------------	---------------	-----------------------	-------------------------

1	Lý thuyết	3	<p><b>1. Khái niệm chung về Thương mại điện tử</b></p> <p><b>1.1. Sự ra đời và phát triển của Internet</b></p> <p><b>1.2. Khái niệm thương mại điện tử</b></p> <p><b>1.3. Các phương tiện thực hiện thương mại điện tử</b></p> <p><b>1.4. Hệ thống các hoạt động cơ bản trong thương mại điện tử</b></p> <p><b>1.5. Quá trình phát triển thương mại điện tử</b></p> <p><b>1.6. Các vấn đề chiến lược trong thương mại điện tử</b></p> <p><b>2. Đặc điểm, phân loại thương mại điện tử</b></p> <p><b>2.1. Đặc điểm của thương mại điện tử</b></p> <p><b>2. 2. Phân loại thương mại điện tử</b></p>	1,2,4,7
	Thực hành, thảo luận	0	<p><b>3. Lợi ích và hạn chế của thương mại điện tử</b></p> <p><b>3.1. Lợi ích của thương mại điện tử</b></p> <p><b>3.2. Hạn chế của thương mại điện tử</b></p>	

	<b>Tiểu luận, bài tập lớn, thực tế</b>	<b>0</b>		
	<b>Tự học, chuẩn bị có hướng dẫn</b>	<b>6</b>	<b>Phân tích bài tập tình huống</b>	
	<b>Kiểm tra, đánh giá</b>		<b>1.5. Quá trình phát triển thương mại điện tử</b>  <b>1.6. Các vấn đề chiến lược trong thương mại điện tử</b>	
<b>2</b>	<b>Lý thuyết</b>	<b>3</b>	<b>4. Ảnh hưởng của thương mại điện tử</b>  <b>4. 1. Tác động đến hoạt động marketing</b>  <b>4. 2. Thay đổi mô hình kinh doanh</b>  <b>5. Cơ sở vật chất, kỹ thuật và pháp lý để phát triển TMĐT</b>  <b>5. 1. Xây dựng cơ sở pháp lý và chính sách (vĩ mô)</b>  <b>5. 2. Phát triển hạ tầng công nghệ thông tin và truyền thông</b>	<b>1,2,4,7</b>

	<b>Thực hành, thảo luận, Tiểu luận, bài tập lớn, thực tế</b>	<b>2.5</b>	<p><b>6. Thực trạng phát triển Thương mại điện tử tại Việt Nam và trên Thế giới</b></p> <p>6. 1. Thực trạng phát triển thương mại điện tử trên thế giới</p> <p><b>6. 2. Thực trạng phát triển TMDT tại Việt Nam</b></p>	
	<b>Tự học, chuẩn bị có hướng dẫn</b>	<b>6</b>	<b>Phân tích bài tập tình huống</b>	
	<b>Kiểm tra, đánh giá</b>	<b>5. Cơ sở vật chất, kỹ thuật và pháp lý để phát triển TMDT</b>		
<b>3</b>	<b>Lý thuyết</b>	<b>3</b>	<p><b>1. Hợp đồng điện tử</b></p> <p>1.1. Khái niệm, đặc điểm hợp đồng điện tử</p> <p>1.2. Ký kết hợp đồng điện tử</p> <p>1.3. Quy trình thực hiện hợp đồng điện tử</p> <p>1.4. So sánh hợp đồng điện tử với hợp đồng truyền thống</p>	<b>1,2,4,5,6,7</b>
	<b>Thực hành, thảo luận, Tiểu luận, bài</b>	<b>0</b>	<p>1.5. Điều kiện hiệu lực của hợp đồng điện tử</p> <p>1.6. Một số điểm cần lưu ý khi sử dụng hợp đồng điện tử</p>	

	<b>tập lớn, thực tế</b>			
	<b>Tự học, chuẩn bị có hướng dẫn</b>	<b>6</b>	<b>Phân tích bài tập tình huống</b>	
	<b>Kiểm tra, đánh giá</b>	<b>1.3. Quy trình thực hiện hợp đồng điện tử</b>		
<b>4</b>	<b>Lý thuyết</b>	<b>2</b>	<b>2. Thanh toán điện tử</b> <b>2.1. Tổng quan về thanh toán điện tử</b> <b>2.2. Một số hình thức thanh toán điện tử phổ biến</b> <b>2.3. Case study: Flylady ứng dụng thanh toán điện tử qua PayPal</b> <b>2.4. Thanh toán đối với thương mại điện tử tại Việt Nam</b> <b>3. Chữ ký số và dịch vụ chứng thực chữ ký số</b> <b>3.1. Tổng quan về chữ ký điện tử và chữ ký số</b>	<b>1,2,4,5,6,7</b>
	<b>Thực hành, thảo luận, Tiểu luận, bài</b>	<b>6</b>	<b>3.2. Chứng thực chữ ký điện tử và dịch vụ chứng thực chữ ký điện tử</b>	

	tập lớn, thực tế		<b>3.3. Điều kiện để đảm bảo cho sự phát triển dịch vụ chứng thực CKĐT</b>	
	Tự học, chuẩn bị có hướng dẫn	<b>3.5</b>	<b>Một số hình thức thanh toán điện tử phổ biến</b>	
	<b>Kiểm tra, đánh giá</b>			
<b>5</b>	<b>Lý thuyết</b>	<b>3</b>	<p><b>1.1. Các khái niệm cơ bản về E-marketing</b></p> <p><b>1.2. Các hình thức phát triển cơ bản của marketing điện tử</b></p> <p><b>1.3. Ưu điểm của marketing điện tử so với marketing truyền thống</b></p>	<b>2,3,4,5, 6,7,8,9</b>
	<b>Thực hành, thảo luận, Tiểu luận, bài tập lớn, thực tế</b>	<b>0</b>	<p><b>1.4. Tác động của thương mại điện tử đến hoạt động marketing</b></p> <p><b>1.5. Một số điều kiện cần để áp dụng marketing điện tử thành công</b></p>	
	Tự học, chuẩn bị có hướng dẫn	<b>6</b>	<b>Phân tích bài tập tình huống</b>	

	Kiểm tra, đánh giá	1.2. Các hình thức phát triển cơ bản của marketing điện tử		
6	Lý thuyết	2	<p>2. Ứng dụng marketing điện tử trong doanh nghiệp</p> <p>2.1. Nghiên cứu thị trường qua mạng</p> <p>2.2. Phân tích hành vi mua sắm của khách hàng qua mạng</p> <p>2.3. Phân đoạn thị trường trong marketing điện tử</p> <p>2.4. Các chiến lược marketing điện tử hỗn hợp (E-marketing mix)</p> <p>3. Ứng dụng marketing điện tử trong hoạt động xuất nhập khẩu</p>	2,3,4,5, 6,7,8,9
	Thực hành, thảo luận, Tiểu luận, bài tập lớn, thực tế	6	<p>3.1. Khai thác hệ thống các Trade Points trên Internet để quảng cáo</p> <p>3.2. Khai thác các sàn giao dịch thương mại điện tử B2B</p>	
	Tự học, chuẩn bị có hướng dẫn	4.5	Phân tích bài tập tình huống	



	<b>Kiểm tra, đánh giá</b>	<b>3. Ứng dụng marketing điện tử trong hoạt động xuất nhập khẩu</b>		
<b>7</b>	<b>Lý thuyết</b>	<b>0</b>		
	<b>Thực hành, thảo luận, Tiểu luận, bài tập lớn, thực tế</b>	<b>0</b>		
	<b>Tự học, chuẩn bị có hướng dẫn</b>	<b>0</b>		
	<b>Kiểm tra, đánh giá</b>	<b>Nội dung các chương 1,2,3</b>		
<b>8</b>	<b>Lý thuyết</b>	<b>3</b>	<b>1. Tổng quan về an toàn và phòng tránh rủi ro trong thương mại điện tử</b>  <b>1.1. Vai trò của an toàn và phòng tránh rủi ro trong thương mại điện tử</b>  <b>1.2. Rủi ro trong thương mại điện tử tại Việt Nam</b>	<b>1,2,3,4,</b> <b>5,6,7,</b> <b>8,9</b>

	<b>Thực hành, thảo luận, Tiểu luận, bài tập lớn, thực tế</b>	<b>0</b>	<b>1.3. Vai trò của chính sách và quy trình bảo đảm an toàn đối với TMDT</b>	
	<b>Tự học, chuẩn bị có hướng dẫn</b>	<b>6</b>		
	<b>Kiểm tra, đánh giá</b>	<b>Rủi ro trong thương mại điện tử tại Việt Nam</b>		
<b>9</b>	<b>Lý thuyết</b>	<b>2</b>	<b>2. Rủi ro chính trong thương mại điện tử</b>  <b>2.1. Một số rủi ro chính doanh nghiệp có thể gặp phải trong thương mại điện tử</b>	<b>1,2,3,4, 5,6,7, 8,9</b>
	<b>Thực hành, thảo luận, Tiểu luận, bài tập lớn, thực tế</b>	<b>1</b>	<b>2.2. Một số dạng tấn công chính vào các website thương mại điện tử</b>	
	<b>Tự học, chuẩn bị có hướng dẫn</b>	<b>4.5</b>	<b>Phân tích bài tập tình huống</b>	

	<b>Kiểm tra, đánh giá</b>	<b>Rủ ro chính trong thương mại điện tử</b>		
<b>10</b>	<b>Lý thuyết</b>	<b>2</b>	<b>3. Xây dựng kế hoạch an ninh cho thương mại điện tử</b>  <b>3.1. Những biện pháp cơ bản nào đảm bảo an toàn cho giao dịch TMDT</b>  <b>3.2. Các biện pháp cơ bản nhằm đảm bảo an toàn cho hệ thống TMDT</b>	<b>1,2,3,4, 5,6,7, 8,9</b>
	<b>Thực hành, thảo luận, Tiểu luận, bài tập lớn, thực tế</b>	<b>6</b>	<b>3.3. Một số biện pháp khác nhằm đảm bảo an toàn cho hệ thống TMDT</b>	
	<b>Tự học, chuẩn bị có hướng dẫn</b>	<b>4.5</b>	<b>Thảo luận bài tập tình huống</b>	
	<b>Kiểm tra, đánh giá</b>	<b>3. Xây dựng kế hoạch an ninh cho thương mại điện tử</b>		

11	Lý thuyết	3	<p>1. Xây dựng hệ thống thương mại điện tử trong doanh nghiệp</p> <p>1.1. Lưu trữ website thương mại điện tử</p> <p>1.2. Phần mềm giải pháp thương mại điện tử cho doanh nghiệp</p> <p>1.3. Một số giải pháp thương mại điện tử cho doanh nghiệp lớn</p> <p>2. Triển khai dự án thương mại điện tử trong doanh nghiệp</p> <p>2.1. Các phương pháp triển khai dự án thương mại điện tử trong doanh nghiệp</p>	1,2,3,4, 5,6,7, 8,9
	Thực hành, thảo luận, Tiểu luận, bài tập lớn, thực tế	0	<p>2.3. Quy trình mua và triển khai phần mềm thương mại điện tử</p> <p>2.4. Kỹ năng quản lý dự án thương mại điện tử trong doanh nghiệp</p>	
	Tự học, chuẩn bị có hướng dẫn	6	Phân tích bài tập tình huống	
	Kiểm tra, đánh giá		1. Xây dựng hệ thống thương mại điện tử trong doanh nghiệp	

<b>12</b>	<b>Lý thuyết</b>	<b>2</b>	<p><b>7. Xây dựng website và quản lý website thương mại điện tử và bán hàng trực tuyến</b></p> <p><b>7.1 Các công nghệ xây dựng website thương mại điện tử</b></p> <p><b>7.2. Máy chủ web, Hệ quản trị cơ sở dữ liệu, Ngôn ngữ lập trình web</b></p> <p><b>7.3. Cài đặt và quản lý website thương mại điện tử</b></p> <p><b>7.4. Cài đặt và quản lý cửa hàng trực tuyến</b></p>	<b>1,2,3,4, 5,6,7, 8,9</b>
	<b>Thực hành, thảo luận, Tiểu luận, bài tập lớn, thực tế</b>	<b>4</b>	<p><b>7.5. Nâng cấp và phát triển website thương mại điện tử</b></p> <p><b>7.6. Thực hành sử dụng hợp đồng điện tử và thanh toán điện tử B2C</b></p>	
	<b>Tự học, chuẩn bị có hướng dẫn</b>	<b>4.5</b>	<b>Phân tích bài tập tình huống</b>	
	<b>Kiểm tra, đánh giá</b>	<b>Xây dựng website và quản lý website thương mại điện tử và bán hàng trực tuyến</b>		

13	Lý thuyết	2	<p><b>1. Khái quát khung pháp lý về thương mại điện tử trên thế giới</b></p> <p><b>1.1. Luật mẫu về thương mại điện tử của UNCITRAL</b></p> <p><b>1.2. Luật mẫu về chữ ký điện tử của UNCITRAL</b></p> <p><b>1.3. Công ước của Liên hợp quốc về sử dụng chứng từ điện tử trong hợp đồng thương mại quốc tế</b></p> <p><b>2. Khung pháp lý về thương mại điện tử của một số nước và khu vực</b></p> <p><b>2.1. Khung pháp lý về thương mại điện tử của Hoa Kỳ</b></p> <p><b>2.2. Khung pháp lý về thương mại điện tử của Singapore</b></p> <p><b>3. Khung pháp lý về thương mại điện tử của Việt Nam</b></p>	<p><b>1,2,3,4,</b></p> <p><b>5,6,7,</b></p> <p><b>8,9</b></p>
	Thực hành, thảo luận, Tiểu luận, bài tập lớn, thực tế	3	<p><b>3.1. Luật công nghệ thông tin</b></p> <p><b>3.2. Luật giao dịch điện tử</b></p> <p>Thảo luận về khung pháp lý về thương mại điện tử tại Việt Nam</p>	
	Tự học, chuẩn bị có hướng dẫn	4.5		

	<b>Kiểm tra, đánh giá</b>	<b>Khung pháp lý về thương mại điện tử của Việt Nam</b>		
<b>14</b>	<b>Lý thuyết</b>	<b>0</b>		<b>5,6,7, 8,9</b>
	<b>Thực hành, thảo luận, Tiểu luận, bài tập lớn, thực tế</b>	<b>4.5</b>		
	<b>Tự học, chuẩn bị có hướng dẫn</b>	<b>2.75</b>		
	<b>Kiểm tra, đánh giá</b>			
<b>15</b>	<b>Lý thuyết</b>	<b>0</b>		<b>5,6,7, 8,9</b>
	<b>Thực hành, thảo luận, Tiểu luận, bài tập lớn, thực tế</b>	<b>4.5</b>		

	<b>Tự học, chuẩn bị có hướng dẫn</b>	<b>2.75</b>		
	<b>Kiểm tra, đánh giá</b>			

## **6. QUY ĐỊNH ĐỐI VỚI HỌC PHẦN**

### **6.1. Nhiệm vụ của sinh viên**

- Nghiên cứu tài liệu và chuẩn bị cho mỗi buổi học trước khi dự lớp.
- Hoàn thành các bài tập được giao.
- Chuẩn bị nội dung thảo luận của học phần.

### **6.2. Quy định về thi cử, học vụ**

- Sinh viên phải dự lớp đầy đủ, đảm bảo tối thiểu 75% các buổi học trên lớp.
- Hoàn thành các nhiệm vụ được giao đối với học phần.
- Theo quy chế đào tạo hiện hành;
- BT có số trang vượt quá yêu cầu bị trừ 30% số điểm
- BT giống nhau đến 50% trừ 1/2 số điểm;
- BT giống nhau trên 50% bị điểm không;
- Những học viên không nhận BT, không nộp hoặc nộp chậm quá quy định đều bị điểm 0.



## 7. PHƯƠNG PHÁP, HÌNH THỨC KIỂM TRA ĐÁNH GIÁ

- Thang điểm: 10.

- Các thành phần đánh giá:

Hình thức		Nội dung đánh giá	Tiêu chí đánh giá	CLO	Trọng số
Đánh giá quá trình	Chuyên cần	Điểm danh, trả lời câu hỏi trên lớp, thảo luận trên lớp	Số lần có mặt trên lớp + tham gia vào bài học	1,2,3,4,9	10%
	Kiểm tra thường xuyên, giữa kỳ	Bài kiểm tra giữa kỳ chương 1,2,3	Kiểm tra ngắn, 30 phút	5,6,7,8	20%
	Tiểu luận	Bài tập nhóm lập kế hoạch kinh doanh điện tử và xây dựng website thương mại điện tử, cửa hàng trực tuyến, thực hành trên lớp, sinh viên làm tại nhà, thuyết trình vào buổi 14, 15.	Báo cáo nhóm	1,2,3,4,5,8	10%

<b>Đánh giá tổng kết</b>	<b>Thi hết học phần</b>	<b>Bài kiểm tra kết thúc học kỳ chương 1,2,3,4,5,6.</b>	<b>Thi offline: Bài kiểm tra lý thuyết Trắc nghiệm + tự luận (50')</b>  <b>Thi online: Trắc nghiệm + Tự luận (50 phút)</b>	<b>1, 4,5,7,9</b>	<b>60%</b>
				<b>Tổng:</b>	<b>100%</b>

**TRƯỞNG BỘ MÔN**

**TRƯỞNG  
TRƯỞNG**

**KHOA/VIỆN**