

ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

1. Tên học phần: Kinh doanh quốc tế (International Business)

- Mã số học phần: KT316
- Số tín chỉ học phần: 3 tín chỉ
- Số tiết học phần: 30 tiết lý thuyết, 30 tiết thực hành

2. Đơn vị phụ trách học phần:

- Bộ môn: Kinh doanh quốc tế
- Khoa: Kinh tế

3. Điều kiện:

- Điều kiện tiên quyết: Không
- Điều kiện song hành: Không

4. Mục tiêu của học phần:

| Mục tiêu | Nội dung mục tiêu | CDR CTĐT |
|----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| 4.1 | Kiến thức về chiến lược kinh doanh quốc tế và phân tích môi trường vi mô và vĩ mô trong chiến lược kinh doanh quốc tế | 2.1.3a |
| 4.2 | Khả năng phân tích các bước trong chiến lược kinh doanh quốc tế; khả năng, phân tích môi trường vĩ mô và vi mô trong chiến lược kinh doanh quốc tế để đề xuất các chiến lược phù hợp khi thực hiện kinh doanh quốc tế | 2.2.1.b |
| 4.3 | Kỹ năng làm việc nhóm, thuyết trình, đọc hiểu được các thuật ngữ tiếng Anh chuyên ngành | 2.2.2a, b, c |
| 4.4 | Trách nhiệm, chuẩn xác, đạo đức với công việc xây dựng chiến lược kinh doanh quốc tế | 2.3b, c |

5. Chuẩn đầu ra của học phần:

| CDR HP | Nội dung chuẩn đầu ra | Mục tiêu | CDR CTĐT |
|--------|-----------------------------------------------------------------------------------|----------|----------|
| | Kiến thức | | |
| CO1 | Trình bày được những đặc điểm cơ bản về kinh doanh quốc tế | 4.1 | 2.1.3a |
| CO2 | Trình bày được đặc điểm và chiến lược kinh doanh toàn cầu của công ty đa quốc gia | 4.1 | 2.1.3a |
| CO3 | Trình bày được ảnh hưởng của thể chế, văn hóa, và đạo | 4.1 | 2.1.3a |

| CDR HP | Nội dung chuẩn đầu ra | Mục tiêu | CDR CTĐT |
|---------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|-----------------|
| | Kiến thức | | |
| | đức đến chiến lược kinh doanh quốc tế | | |
| CO4 | Trình bày được vai trò của môi trường cạnh tranh ngành đến chiến lược kinh doanh quốc tế | 4.1 | 2.1.3a |
| CO5 | Trình bày vai trò của nguồn lực doanh nghiệp và chuỗi giá trị trong kinh doanh quốc tế | 4.1 | 2.1.3a |
| CO6 | Trình bày các hình thức gia nhập thị trường nước ngoài và đặc điểm của các hình thức gia nhập thị trường nước ngoài trong kinh doanh quốc tế | 4.1 | 2.1.3a |
| | Kỹ năng | | |
| CO7 | Phân tích đặc điểm và chiến lược kinh doanh toàn cầu của công ty đa quốc gia | 4.2 | 2.2.1 a |
| CO8 | Phân tích đặc điểm môi trường vi mô vĩ mô và hình thức gia nhập thị trường | 4.2 | 2.2.1a |
| CO9 | Tính toán chỉ số môi trường kinh doanh | 4.2 | 2.2.1b |
| CO10 | Làm việc hiệu quả trong một nhóm | 4.3 | 2.2.1b |
| CO11 | Trình bày trước đám đông bằng phương tiện trình chiếu | 4.3 | 2.2.2b |
| | Thái độ/Mức độ tự chủ và trách nhiệm | | |
| CO12 | Hoàn thành các công việc phân tích và tính toán chỉ số khoảng cách văn hóa quốc gia được phân giao đúng thời hạn | 4.4 | 2.3b, c |

6. Mô tả tóm tắt nội dung học phần:

Học phần này cung cấp cho người học kiến thức và kỹ năng phân tích về đặc điểm chiến lược kinh doanh quốc tế của các công ty, môi trường vĩ mô, vi mô trong chiến lược kinh doanh quốc tế. Thêm vào đó, ảnh hưởng của môi trường văn hóa, thể chế, đạo đức đến chiến lược kinh doanh quốc tế cũng được tìm hiểu trong học phần này. Đồng thời, đặc điểm và hình thức gia nhập thị trường nước ngoài của công ty được nghiên cứu trong học phần này.

7. Cấu trúc nội dung học phần:

7.1. Lý thuyết

| | Nội dung | Số tiết | CDR HP |
|------------------|--------------------------------------------------------------|----------------|---------------|
| Chương 1. | Tổng quan về kinh doanh quốc tế | 3 | |
| 1.1. | Khái niệm về kinh doanh quốc tế | 1 | CO1, CO7 |
| 1.2. | Kinh doanh quốc tế và kinh doanh toàn cầu | 1 | CO1, CO7 |
| 1.3. | Những vấn đề liên quan đến kinh doanh quốc tế | 1 | CO1 |
| Chương 2. | Công ty đa quốc gia và chiến lược kinh doanh toàn cầu | 3 | |
| 2.1. | Công ty đa quốc gia | 1 | CO2 |
| 2.2. | Chiến lược và chiến lược kinh doanh toàn cầu | 1 | CO2, CO7, |

| | Nội dung | Số tiết | CDR HP |
|------------------|-------------------------------------------------------------------------|----------------|-------------------------|
| | | | CO12 |
| 2.3. | Các quyết định khi kinh doanh quốc tế | 1 | CO2, CO7, CO12 |
| Chương 3. | Vai trò của thể chế, văn hóa và đạo đức trong kinh doanh quốc tế | 6 | |
| 3.1. | Thể chế | 1 | CO3, CO7, CO8 |
| 3.2. | Hệ thống chính trị và pháp luật trong kinh doanh quốc tế | 1 | CO3, CO7, CO8, CO9 |
| 3.3. | Vai trò của văn hóa trong kinh doanh quốc tế | 2 | CO3, CO7, CO8, CO8, CO9 |
| 3.4. | Vai trò của đạo đức trong kinh doanh quốc tế | 1 | CO3, CO7, CO8 |
| Chương 4. | Môi trường cạnh tranh ngành | 6 | |
| 4.1. | Các định nghĩa về cạnh tranh trong ngành | 1 | CO4, CO7, CO8 |
| 4.2. | Phân tích cơ cấu ngành | 2 | CO4, CO7, CO8 |
| 4.3. | Các chiến lược cạnh tranh tổng quát | 1 | CO4, CO7, CO8 |
| 4.4. | Thảo luận và phân tích tình huống | 1 | CO4, CO7, CO10 |
| Chương 5. | Nguồn lực và khả năng của doanh nghiệp | 6 | |
| 5.1. | Các khái niệm về nguồn lực và khả năng của doanh nghiệp | 1 | CO5, CO8 |
| 5.2. | Nguồn gốc của lợi thế cạnh tranh bền vững | 2 | CO5, CO8 |
| 5.3. | Chuỗi giá trị và chuỗi giá trị của doanh nghiệp | 2 | CO5, CO8 |
| Chương 6. | Gia nhập thị trường nước ngoài của công ty | 6 | |
| 6.1. | Lý do gia nhập thị trường nước ngoài của công ty | 1 | CO6, CO8 |
| 6.2. | Phân tích ngành, nguồn lực và thể chế | 2 | CO6, CO8 |
| 6.3. | Phân tích mô hình gia nhập thị trường nước ngoài | 2 | CO6, CO8 |
| | Tổng | 30 | |

7.2. Thực hành

| | Nội dung | Số tiết | CDR HP |
|--------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|-----------------------------------------------------|
| Thực hành 1 | Khảo sát thực tế và phân tích tình huống chiến lược kinh doanh của một công ty có vốn đầu tư nước ngoài hoặc xuất nhập khẩu (có thực hành trên máy tính tại phòng Lab) | 9 | CO1; CO2; CO3; CO4; CO5; CO7; CO8; CO10; CO11; CO12 |
| Thực | Khảo sát thực tế và phân tích tình huống gia nhập thị | 9 | CO1; CO2; |

| | Nội dung | Số tiết | CĐR HP |
|----------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|----------------------------------------------------------------|
| hành 2 | trường tại một công ty có vốn đầu tư nước ngoài hoặc xuất nhập khẩu (có thực hành trên máy tính tại phòng Lab) | | CO3; CO4,; CO5; CO6; CO8; CO9; CO10; CO11; CO12 |
| Thực hành 3 | Thực hành trên máy tính trên Excel để xác định chỉ số khoảng cách văn hóa quốc gia. (có thực hành trên máy tính tại Phòng Lab) | 12 | CO1, CO2, CO3, CO8, CO9, CO10, CO12 |
| | Tổng | 30 | |

8. Phương pháp giảng dạy

- Giảng viên giải thích các bài giảng lý thuyết;
- Giảng viên hướng dẫn sinh viên tham quan thực tế và kỹ năng phân tích tình huống thực tế;
- Giảng viên hướng dẫn sinh viên thực hành trên máy tính tại phòng Lab;
- Sinh viên thảo luận nhóm, cá nhân thuyết trình và phản hồi câu hỏi trước lớp với sự chủ trì của giảng viên;
- Sinh viên phân tích tình huống.

9. Nhiệm vụ của sinh viên:

Sinh viên phải thực hiện các nhiệm vụ như sau:

- Tham dự tối thiểu 80% số tiết học lý thuyết.
- Tham gia đầy đủ 100% giờ thực hành và có báo cáo kết quả.
- Thực hiện đầy đủ các bài tập nhóm/bài tập và được đánh giá kết quả thực hiện.
- Sinh viên tham gia thảo luận, đặt câu hỏi, tham gia các buổi thuyết trình và phản hồi câu hỏi.
- Tham dự thi kết thúc học phần.
- Chủ động tổ chức thực hiện giờ tự học.

10. Đánh giá kết quả học tập của sinh viên:

10.1. Cách đánh giá

Sinh viên được đánh giá tích lũy học phần như sau:

| TT | Điểm thành phần | Quy định | Trọng số | CĐR HP |
|----|-----------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|-------------------------------------|
| 1 | Điểm cá nhân | Cá nhân tham dự ít nhất 54 tiết (24 tiết lý thuyết và 30 tiết thực hành) | 5% | CO1; CO2; CO3; CO4; CO12 |
| | | Hoàn thành ít nhất 01 bài tập | 15% | CO8; CO12 |
| 2 | Điểm nhóm | Nhóm chuẩn bị bài thuyết trình, mỗi cá nhân phải thuyết trình và tham gia thảo luận nhóm, phản hồi câu hỏi | 15% | CO3; CO6; CO10; CO11; CO12 |
| | | Các thành viên nhóm tham gia 100% để hoàn thành 01 đề án thực | 15% | |

| TT | Điểm thành phần | Quy định | Trọng số | CDR HP |
|----|----------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|---------------------------------------------------------|
| | | hành trên Excel | | |
| 3 | Điểm thi kết thúc học phần | - Thi viết tự luận (60 phút đến 90 phút) - Tham dự đủ 80% tiết lý thuyết và 100% giờ thực hành - Bắt buộc dự thi | 50% | CO1; CO2; CO3; CO4; CO5; CO6; CO7; CO8; CO9 |

10.2. Cách tính điểm

- Điểm đánh giá thành phần và điểm thi kết thúc học phần được chấm theo thang điểm 10 (từ 0 đến 10), làm tròn đến một chữ số thập phân.
- Điểm học phần là tổng điểm của tất cả các điểm đánh giá thành phần của học phần nhân với trọng số tương ứng. Điểm học phần theo thang điểm 10 làm tròn đến một chữ số thập phân, sau đó được quy đổi sang điểm chữ và điểm số theo thang điểm 4 theo quy định về công tác học vụ của Trường.

11. Tài liệu học tập:

| Thông tin về tài liệu | Số đăng ký cá biệt |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|
| [1] Tài liệu chính: (1) Giáo trình Kinh doanh quốc tế (Võ Văn Dứt, Phan Anh Tú, Trương Khánh Vĩnh Xuyên, Đinh Thị Lệ Trinh, Phạm Lê Đông Hậu, 2020. Nhà xuất bản Đại học Cần Thơ, Tái bản lần thứ nhất). ISBN: 978-604-965-425-1. (2) Khoảng cách quốc gia trong nghiên cứu kinh doanh quốc tế: Lý thuyết và bằng chứng thực nghiệm tại Việt Nam; Võ Văn Dứt & cộng sự, 2023. Nhà xuất bản Đại học Cần Thơ). | MOL.091231; MON.065128 |

12. Hướng dẫn sinh viên tự học:

| Tuần | Nội dung | Lý thuyết (tiết) | Thực hành / thực tế (tiết) | Nhiệm vụ của sinh viên |
|------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|----------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | Chương 1: Tổng quan về kinh doanh quốc tế 1.1. Khái niệm về kinh doanh quốc tế 1.2. Kinh doanh quốc tế và kinh doanh toàn cầu 1.3. Những vấn đề khác liên quan đến kinh doanh quốc tế | 3 | 3 | -Nghiên cứu trước: +Tài liệu [1]: Chương 1 -Thành lập nhóm (sinh viên tự chọn thành viên của nhóm) |

| Tuần | Nội dung | Lý thuyết (tiết) | Thực hành / thực tế (tiết) | Nhiệm vụ của sinh viên |
|-------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|-----------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2 | Chương 2: Công ty đa quốc gia và chiến lược kinh doanh toàn cầu 2.1. Công ty đa quốc gia | 3 | 0 | -Nghiên cứu trước: +Tài liệu [1]: Chương 1 +Ôn lại nội dung Chương 1 |
| 3 | Chương 2: Công ty đa quốc gia và chiến lược kinh doanh toàn cầu 2.2. Chiến lược và chiến lược kinh doanh toàn cầu 2.3. Các quyết định khi kinh doanh quốc tế | 0 | 3 | -Nghiên cứu trước: +Tài liệu [1]: Chương 1, 6 +Xem lại nội dung Chương 2 |
| 4 | Chương 3: Vai trò của thể chế, văn hóa và đạo đức trong kinh doanh quốc tế 3.1. Thể chế | 3 | 0 | Nghiên cứu trước: +Tài liệu [2]: Chương 1 +Xem lại nội dung Chương 2 |
| 5 | Chương 3: Vai trò của thể chế, văn hóa và đạo đức trong kinh doanh quốc tế 3.2. Hệ thống chính trị và pháp trong kinh doanh quốc tế | 3 | 3 | Nghiên cứu trước: +Tài liệu [2]: Chương 1 +Xem lại nội dung Chương 3 mục 1 và 2 |
| 6 | Chương 3: Vai trò của thể chế, văn hóa và đạo đức trong kinh doanh quốc tế 3.3. Vai trò của văn hóa trong kinh doanh quốc tế 3.4. Vai trò của đạo đức trong kinh doanh quốc tế | 0 | 3 | Nghiên cứu trước: +Tài liệu [1]: Chương 4 + Tài liệu [2] chương 3 +Xem lại nội dung Chương 3 |
| 7 | Chương 4: Môi trường cạnh tranh ngành | 3 | 0 | Nghiên cứu trước: +Tài liệu [1]: Chương 2 +Xem lại nội dung Chương |

| Tuần | Nội dung | Lý thuyết (tiết) | Thực hành / thực tế (tiết) | Nhiệm vụ của sinh viên |
|------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|----------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|
| | 4.1. Mô hình 5 áp lực cạnh tranh ngành của M.Porter | | | 3 |
| 8 | Chương 4: Môi trường cạnh tranh ngành 4.1. Mô hình 5 áp lực cạnh tranh ngành của M.Porter 4.2. Những môi trường ngành tổng quát | 3 | 3 | Nghiên cứu trước: +Tài liệu [1]: Chương 2 +Xem lại nội dung Chương 3 |
| 9 | Chương 4: Môi trường cạnh tranh ngành 4.3. Chiến lược cạnh tranh tổng quát 4.4. Ứng dụng trong chiến lược kinh doanh quốc tế | 0 | 3 | Nghiên cứu trước: +Tài liệu [1]: Chương 2 +Xem lại nội dung Chương 4 mục 1, 2 |
| 10 | Chương 5: Nguồn lực và khả năng của doanh nghiệp 5.1. Đánh giá nguồn lực và khả năng của doanh nghiệp | 3 | 3 | -Nghiên cứu trước: Tài liệu [1]: Chương 3 -Xem lại: Chương 4 |
| 11 | Chương 5: Nguồn lực và khả năng của doanh nghiệp 5.2. Phân tích lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp | 3 | 0 | -Nghiên cứu trước: Tài liệu [1]: Chương 3 -Xem lại: Chương 5 mục 1 |
| 12 | Chương 5: Nguồn lực và khả năng của doanh nghiệp 5.3. Phân tích chuỗi giá trị | 0 | 3 | -Nghiên cứu trước: +Tài liệu [1]: Chương 3 -Xem lại: Chương 5 mục 1 và 2 |
| 13 | Chương 6: Gia nhập thị trường nước ngoài của công ty 6.1. Mô hình xâm nhập thị trường nước ngoài | 3 | 0 | -Nghiên cứu trước: Tài liệu [1]: Chương 6 -Xem lại: Chương 2,3,4 và 5 |
| 14 | Chương 6: Gia nhập thị trường nước ngoài của công ty 6.1. Lý do gia nhập thị trường | 3 | 3 | -Nghiên cứu trước: Tài liệu [1]: Chương 6 -Ôn lại Chương 2,3,4,5,6 |

| Tuần | Nội dung | Lý thuyết (tiết) | Thực hành / thực tế (tiết) | Nhiệm vụ của sinh viên |
|------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|----------------------------|-----------------------------------------------------------------------|
| | nước ngoài của các công ty 6.2. Phân tích ngành, nguồn lực và thể chế | | | |
| 15 | Chương 6: Gia nhập thị trường nước ngoài của công ty 6.2. Phân tích mô hình gia nhập thị trường nước ngoài | 0 | 3 | -Nghiên cứu trước: Tài liệu [1]: Chương 6 -Ôn lại Chương 2,3,4,5,6 |

Cần Thơ, ngày 30 tháng 08 năm 2022

**TL. HIỆU TRƯỞNG
TRƯỞNG KHOA**



Lê Khương Ninh

TRƯỞNG BỘ MÔN



Võ Văn Dứt