BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC CẦN THƠ

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập – Tự do – Hạnh Phúc

ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

1. Tên học phần: Thương mại điện tử (eCommerce)

- **Mã số học phần:** KT337
- **Số tín chỉ học phần:** 02 tín chỉ
- **Số tiết học phần:** 30 tiết lý thuyết,

2. Đơn vị phụ trách học phần:

- **Khoa: Kinh doanh quốc tế**
- **Trường: 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	CĐR CTĐT
4.1	Vận dụng được kiến thức về thương mại điện tử, các mô hình thương mại điện tử và kiến thức lập kế hoạch kinh doanh điện tử	3.1.3
4.2	Khả năng khai thác thông tin, phân tích và lập kế hoạch kinh doanh điện tử	3.2.1
4.3	Thuyết trình hiệu quả, phát triển khả năng giao tiếp, thực hiện tốt việc quản lý nhóm và làm việc nhóm	3.2.2
4.4	Phong cách làm việc chuyên nghiệp, có ý thức tự học và tự nghiên cứu để làm việc và phát triển bản thân	3.3

5. Chuẩn đầu ra của học phần:

CĐR HP	Nội dung chuẩn đầu ra	Mục tiêu	CĐR CTĐT
	Kiến thức		
CO1	Vận dụng kiến thức tổng quan về thương mại điện tử	4.1	3.1.3
CO2	Hiểu biết về cơ sở hạ tầng, mô hình hoạt động thương mại điện tử, thanh toán điện tử và marketing điện tử	4.1	3.1.3
CO3	Phân tích và lập kế hoạch kinh doanh thương mại điện tử	4.1	3.1.3
	Kỹ năng		
CO4	Thuần thục kỹ năng khai thác thông tin trên Internet để thực hiện quá trình kinh doanh trên mạng Internet	4.2	3.2.1

CĐR HP	Nội dung chuẩn đầu ra	Mục tiêu	CĐR CTĐT
	Kiến thức		
CO5	Có khả năng tự học, tự nghiên cứu và tiếp thu các kiến thức mới liên quan đến ứng dụng thương mại điện tử	4.2	3.2.1
CO6	Có kỹ năng hoạch định và triển khai kế hoạch Marketing điện tử	4.2	3.2.1
CO7	Có kỹ năng thuyết trình, giao tiếp và phối hợp làm việc nhóm	4.3	3.2.2
CO8	Có năng lực tự học, làm việc có kế hoạch	4.3	3.2.2
	Thái độ/Mức độ tự chủ và trách nhiệm		
CO9	Tiếp thu chuẩn mực đạo đức kinh doanh; có ý thức tổ chức làm việc chuyên nghiệp, coi trọng văn hóa trong ứng xử, có ý thức tự học và tự nghiên cứu.	4.4	3.3

6. Mô tả tóm tắt nội dung học phần:

Nội dung của môn học tập trung vào những kiến thức tổng quan về thương mại điện tử, cách thức giao dịch trong thương mại điện tử và một số nghiệp vụ cơ bản trong kinh doanh điện tử.

7. Cấu trúc nội dung học phần:

7.1. Lý thuyết

	Nội dung	Số tiết	CĐR HP
Chương 1.	**Tổng quan về thương mại điện tử**	**4**	CO1, CO5
1.1.	Khái niệm thương mại điện tử, kinh doanh điện tử		
1.2.	Thị trường điện tử		
1.3.	Cấu trúc của thương mại điện tử		
1.4.	Phân loại các giao dịch thương mại điện tử		
1.5.	Lợi ích và hạn chế của thương mại điện tử		
Chương 2.	**Cơ sở hạ tầng, dịch vụ hỗ trợ thương mại điện tử**	**4**	CO2, CO5, CO9
2.1.	Môi trường pháp lý		
2.2.	Hạ tầng kỹ thuật, công nghệ		
2.3.	Hạ tầng thanh toán		
2.4.	An toàn thông tin trong giao dịch thương mại điên tử		
Chương 3.	**Một số mô hình thương mại điện tử tiêu biểu**	4	CO2, CO5
3.1.	Thương mại điện tử giữa doanh nghiệp và doanh nghiệp (B2B)		
3.2.	Thương mại điện tử giữa doanh nghiệp và người tiêu dùng (B2C)		
3.3.	Chính phủ điện tử (G2G, G2B, G2C)		
3.4.	Các mô hình khác		

	Nội dung	Số tiết	CĐR HP
Chương 4.	**Marketing điện tử (eMarketing)**	4	CO2, CO4, CO5, CO9
4.1.	Hành vi khách hàng trực tuyến		
4.2.	Tổng quan về marketing điện tử		
4.3.	So sánh marketing truyền thống và marketing điện tử		
4.4.	Lợi ích và hạn chế của marketing điện tử		
4.5.	Các hình thức marketing điện tử		
Chương 5.	**Thanh toán điện tử**	4	CO2, CO5, CO9
5.1.	Các phương thức thanh toán điện tử		
5.2.	Khái niệm và phân loại thẻ thanh toán		
5.3.	Cơ chế thanh toán qua mạng		
5.4.	Rủi ro trong thanh toán điện tử		
5.5.	Một số mô hình thanh toán điện tử tại Việt Nam		
Chương 6.	**Lập kế hoạch kinh doanh thương mại điện tử**	10	CO3, CO4, CO5,CO6, CO7, CO8
6.1.	Chuẩn bị kinh doanh thương mại điện tử		
6.2.	Ứng dụng thương mại điện tử đối với các ngành khác nhau		
6.3.	Lập kế hoạch kinh doanh thương mại điện tử		

8. Phương pháp giảng dạy:

- Giảng viên trình bày các bài giảng, hướng dẫn và giải đáp trực tiếp các câu hỏi, tình huống sau mỗi bài giảng.
- Sinh viên thực hiện bài tập nhóm và báo cáo nhóm.

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.
- Thực hiện đầy đủ các bài tập nhóm/bài tập và được đánh giá kết quả thực hiện.
- Tham dự kiểm tra giữa học kỳ.
- 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 bài tập nhóm	- Hoàn thành báo cáo bài tập nhóm - Trình bày kết quả thực hiện - Được nhóm xác nhận có tham gia	40%	CO1, CO4, CO5, CO6, CO7, CO8, CO9
2	Điểm thi kết thúc học phần	- Thi viết kết hợp tự luận và trắc nghiệm	60%	CO1, CO2, CO3, CO5,

TT	Điểm thành phần	Quy định	Trọng số	CĐR HP
		- Tham dự đủ 80% tiết học - Phải thực hiện bài tập nhóm/báo cáo - Bắt buộc dự thi		CO6

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] Nguyễn Việt Khôi. (2020). *Giáo trình thương mại điện tử: Từ lý thuyết đến ứng dụng.* NXB Đại học Quốc gia Hà Nội. 658.84/Kh452.	LUAT.013458 LUAT.013461 MOL.092274 MOL.092275 MOL.092276 MOL.092280 MON.066231
[2] Trần Văn Hòe. (2010). *Giáo trình thương mại điện tử căn bản*. NXB Đại học Kinh tế quốc dân. 658.84/H420.	MOL.075944
[3] Laudon, K. C. & Traver, C. G. (2014). *E-commerce: Business, technology, society*. Harlow, England: Pearson. 658.054678/ L372.	KHXH.000748
[4] Turban, E., Outland, J., King, D., Lee, J. K., Liang, T. P., & Turban, D. C. (2018). *Electronic commerce 2018: A managerial and social networks perspective*. Springer International Publishing. Truy cập tại: https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-319-58715-8	Tài liệu điện tử
[5] Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam. *Báo cáo chỉ số Thương mại điện tử Việt Nam.* Truy cập tại: https://vecom.vn/	Tài liệu điện tử
[6] Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số. *Báo cáo Thương mại điện tử Việt Nam.* Truy cập tại: https://idea.gov.vn/?page=document	Tài liệu điện tử

12. Hướng dẫn sinh viên tự học:

Tuần Week	Nội dung Content	Lý thuyết (tiết)	Thực hành (tiết)	Nhiệm vụ của sinh viên Mission of student
1, 2	**Chương 1: Tổng quan về thương mại điện tử** 1.1. Khái niệm thương mại điện tử,	4		Nghiên cứu trước tài liệu [1],

	kinh doanh điện tử 1.2. Thị trường điện tử 1.3. Cấu trúc của thương mại điện tử 1.4. Phân loại các giao dịch thương mại điện tử 1.5. Lợi ích và hạn chế của thương mại điện tử			[2], đọc thêm tài liệu [3] [4] [5] [6]
3, 4	**Chương 2: Cơ sở hạ tầng, dịch vụ hỗ trợ của thương mại điện tử** 2.1 Môi trường pháp lý 2.2 Hạ tầng kỹ thuật, công nghệ 2.3 Hạ tầng thanh toán 2.4 An toàn thông tin trong giao dịch thương mại điên tử	4		Nghiên cứu trước tài liệu [1], [2], đọc thêm tài liệu [3] [4] [5] [6] Ôn lại nội dung chương 1
5, 6	**Chương 3: Một số mô hình thương mại điện tử tiêu biểu** 3.1 Thương mại điện tử giữa doanh nghiệp và doanh nghiệp (B2B) 3.2 Thương mại điện tử giữa doanh nghiệp và người tiêu dùng (B2C) 3.3 Thương mại điện tử giữa người tiêu dùng và người tiêu dùng (C2C) 3.4 Chính phủ điện tử (G2G, G2B, G2C) 3.5 Các mô hình khác	4		Nghiên cứu trước tài liệu [1], [2], đọc thêm tài liệu [3] [4] [5] [6] Ôn lại nội dung chương 2
7, 8	**Chương 4: Marketing điện tử (eMarketing)** 4.1. Hành vi khách hàng trực tuyến 4.2. Tổng quan về marketing điện tử 4.3. So sánh marketing truyền thống và marketing điện tử 4.4. Lợi ích và hạn chế của marketing điện tử 4.5. Các hình thức marketing điện tử	4		Nghiên cứu trước tài liệu [1], [2], đọc thêm tài liệu [3] [4] [5] [6] Ôn lại nội dung chương 3
9, 10	**Chương 5: Thanh toán điện tử** 5.1 Các phương thức thanh toán điện tử 5.2 Khái niệm và phân loại thẻ thanh toán 5.3 Cơ chế thanh toán qua mạng 5.4 Rủi ro trong thanh toán điện tử 5.5 Một số mô hình thanh toán điện tử tại Việt Nam	4		Nghiên cứu trước tài liệu [1], [2], đọc thêm tài liệu [3] [4] [5] [6] Ôn lại nội dung chương 4

11, 12, 13, 14, 15	**Chương 6: Lập kế hoạch kinh doanh thương mại điện tử** 6.1 Chuẩn bị kinh doanh thương mại điện tử 6.2 Ứng dụng thương mại điện tử đối với các ngành khác nhau 6.3 Lập kế hoạch kinh doanh thương mại điện tử	10		Nghiên cứu trước tài liệu [1], [2], đọc thêm tài liệu [3] [4] [5] [6] Ôn lại nội dung chương 5

Cần Thơ, ngày 30 tháng 08 năm 2022

TL. HIỆU TRƯỞNG
TRƯỞNG KHOA

Lê Khương Ninh

TRƯỞNG BỘ MÔN

Võ Văn Dứt