

BỘ TÀI CHÍNH
TRƯỜNG ĐẠI HỌC - TÀI CHÍNH QUẢN TRỊ KINH DOANH



ĐỀ CƯƠNG GIẢNG DẠY HỌC PHẦN
(Dành cho bậc Đại học)

HỌC PHẦN: INTERNET VÀ THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

Số tín chỉ: 3 (2,1)

Bộ môn: Tin học

Khoa: Hệ thống thông tin quản lý

Hưng Yên, tháng năm 2016

ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN INTERNET VÀ THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

1. Khoa: HỆ THỐNG THÔNG TIN QUẢN LÝ

2. Thông tin chung về giảng viên

TT	Họ và tên	Năm sinh	Chức danh, học hàm, học vị	Nơi tốt nghiệp	Chuyên môn	Giảng chính/kiêm chức	Điện thoại, email
1	Đỗ Minh Nam	1979	Thạc sỹ	ĐHKHTN - ĐHQGHN	Toán – Tin ứng dụng	Chủ biên	
2	Phạm Thị Chanh	1988	Thạc sỹ	Đại học Công nghệ - ĐHQGHN	Tin học	Thành viên	

3. Thông tin chung về học phần

- Tên học phần: **INTERNET VÀ THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ**
- Tên tiếng anh: INTERNET AND E-COMMERCE
- Mã học phần: **004250**
- Số tín chỉ: 3

4. Điều kiện tiên quyết: Tin học cơ bản, tin học ứng dụng.

5. Đối tượng áp dụng

- Ngành đào tạo: Ngành hệ thống thông tin quản lý, các ngành kinh tế
- Bắt buộc/tự chọn: Tự chọn
- Trình độ: Đại học
- Hệ đào tạo chính quy

6. Phân bố thời gian:

- Lý thuyết: 30
- Thực hành: 15

7. Mục tiêu của học phần

a. Kiến thức

Học phần cung cấp các kiến thức liên quan đến lĩnh vực thương mại điện tử ứng với 2 khối kiến thức chủ yếu: phân tích - thiết kế nhằm xây dựng 1 hệ thống thương mại điện tử cơ bản và các đặc trưng của những nghiệp vụ như việc quản trị tài chính, quản trị marketing,... trong hệ thống này. Nếu khối kiến thức đầu tiên chủ yếu là sự vận dụng các kiến thức có được từ các môn học trong lĩnh vực công nghệ thông tin (Cơ sở dữ liệu, lập trình máy tính, mạng máy tính và truyền thông, và các kiến thức về kinh tế,...) để dẫn dắt sinh viên tự thực hiện một hệ thống giao dịch mua bán trên mạng đơn giản, thì ở khối kiến thức thứ hai sinh viên lại tiếp cận hệ thống thương mại điện tử với tư cách nhà quản lý. Do vậy các kiến thức như: tổng quan về thương mại điện tử, giao dịch trong thương mại điện tử, luật thương mại điện tử, kỹ thuật marketing trong thương mại điện tử, dự án phát triển website thương mại điện tử, cách đánh giá giá trị một hệ thống thương mại điện tử, phân tích tài chính một hệ thống thương mại điện tử. đồng thời thử nghiệm thực hành một hệ thống website thương mại điện tử thông qua một công cụ ứng dụng phát triển website nhanh chóng, học phần cũng cung cấp khung pháp lý cho việc thực hiện thương mại điện tử ở một số nước và Việt Nam... sẽ được cụ thể hóa cùng với các bài tập tình huống đưa ra khi giảng viên yêu cầu sinh viên thực hiện theo nhóm ở nhà và thảo luận ở trên lớp.

b. Kỹ năng

- Có cơ sở lý thuyết cơ bản về thương mại điện tử để tìm hiểu chuyên sâu về các mảng trong thương mại điện tử như các mô hình hoạt động, các hình thức giao dịch, thanh toán điện tử, tiếp thị điện tử, vấn đề rủi ro, vấn đề an toàn, cơ sở hạ tầng về xã hội, pháp lý, và kỹ thuật, các công cụ xây dựng website thương mại, những ứng dụng của thương mại điện tử ở hiện tại và tương lai trong các lĩnh vực khác nhau.

- Có kỹ năng kỹ thuật cài đặt và quản trị một số website cho doanh nghiệp vừa và nhỏ như trang web bán hàng, trang web quản trị nội dung số,... để từ đó sinh viên có thể tự tìm hiểu về ngôn ngữ lập trình xây dựng website.

- Giúp sinh viên bước đầu định hướng nghiên cứu theo hướng các cách làm thương mại điện tử và chuẩn bị kiến thức cho sinh viên tìm hiểu định hướng nghề nghiệp sau khi tốt nghiệp, để sinh viên trong thời gian học tại trường có hướng tự nghiên cứu theo một trong các hướng nghề nghiệp về thương mại điện tử tại các công ty làm thương mại điện tử tại Việt Nam.

c. Thái độ

- Có tính cần cù, chịu khó để tìm hiểu các tài liệu cập nhật kiến thức về các mảng khác nhau của thương mại điện tử, sáng tạo trong công việc; Rèn luyện tác phong làm việc khoa học, chuẩn xác.

- Có tính cầu thị trong học hỏi và tìm hiểu kiến thức chuyên môn trong lĩnh vực thương mại điện tử và ứng dụng vào các lĩnh vực khác nhau.

- Cần cù và chịu khó tham gia nhóm làm bài tập để tự thực hành cài đặt và quản trị website theo kế hoạch kinh doanh điện tử mà nhóm thực hiện ở bài tại nhà.

8. Nội dung tóm tắt học phần

Thương mại điện tử là hệ quả tất yếu của công nghệ thông tin trong thời điểm hiện nay và tương lai. Sự hiểu biết tổng quan về thương mại điện tử sẽ giúp sinh viên có tầm nhìn về xu thế và tầm quan trọng của nó trong tương lai. Học phần sẽ đề cập đến những khái niệm căn bản, các luật lệ, tính hợp pháp, cơ sở hạ tầng của thương mại điện tử là web, Internet và khung pháp lý, đồng thời hiểu biết tổng quan về các công cụ xây dựng thương mại điện tử và cụ thể ở một ứng dụng xây dựng website thương mại điện tử đơn giản, tiếp theo trong học phần cung cấp các hình thức giao dịch, thanh toán và tính bảo mật trong thương mại điện tử, chữ ký số và chữ ký điện tử. Các vấn đề liên quan đến việc tổ chức, quản trị, marketing, mua hàng và bán hàng trong thương mại điện tử cũng sẽ được trình bày nhằm giúp sinh viên có thể nắm bắt và ứng dụng trong thực tế ở cấp độ cơ bản nhất.

9. Phương pháp giảng dạy

a. Phương pháp giảng dạy áp dụng: Nghe giảng, thuyết trình, pháp vấn, thảo luận nhóm và thực hành bài tập trên lớp.

b. Phương tiện giảng dạy: Kịch bản môn học, bài giảng, các tài liệu tham khảo, máy chiếu, máy tính, bảng, phấn

c. Yêu cầu đối với giảng viên:

- Bằng cấp: Thạc sỹ trở lên

d. Yêu cầu đối với người học

- Lên lớp nghe giảng: > 80%
- Làm bài tập ở lớp, ở nhà, tích cực tham gia thảo luận trên nhóm
- Có đủ bài kiểm tra thường xuyên và bài kiểm tra giữa học phần
- Tham dự kỳ thi hết học phần
- Có giáo trình, tài liệu học tập đầy đủ
- Tham gia thực hành đầy đủ theo nhóm ở nhà.

10. Thang điểm đánh giá: 10, làm tròn đến một chữ số thập phân

11. Đánh giá học phần: (Theo Quy chế đào tạo hệ chính quy theo hệ thống tín chỉ ban hành kèm theo Quyết định số 493/QĐ-ĐHTCQTKD ngày 21/05/2013 của Hiệu trưởng Trường Đại học Tài chính- Quản trị kinh doanh)

- Điểm chuyên cần : 10%
- Kiểm tra thường xuyên : 10 %
- Kiểm tra giữa kỳ : 10 %
- Thi hết môn : 70%
- Hình thức thi hết môn : Tự luận hoặc dạng bài tập lớn về thương mại điện tử mà một nhóm làm đề báo cáo giảng viên chấm thi trực tiếp + phỏng vấn.

12. Tài liệu tham khảo

a. Tài liệu bắt buộc

[1] Nội dung kịch bản “Internet và Thương mại điện tử” – Trường Đại học Tài chính – Quản trị Kinh doanh.

[2] PGS.TS. NGUYỄN Văn Hồng, TS. Nguyễn Văn Thoan, *Giáo trình thương mại điện tử căn bản*, NXB Hồng Đức, 2012.

b. Tài liệu tham khảo

[3] website: <http://www.joomla.com>

[4] PGS.TS. Nguyễn Văn Minh, *Giáo trình thương mại điện tử căn bản*, NXB Thống kê, 2011.

[5] TS. Trần Văn Hòe, *Giáo trình thương mại điện tử căn bản*, NXB Đại học Kinh tế Quốc dân, 2008.

[6] Larry Ulman, *Effortless e-Commerce with PHP and MySQL* , 2010.

[7] Suhreed Sarkar, *Joomla! E-Commerce with VirtueMart*, Published by Packt Publishing Ltd, 2009.

13. Nội dung chi tiết học

MỤC LỤC

LỜI NÓI ĐẦU

DANH MỤC HÌNH VẼ

DANH MỤC BẢNG BIỂU

CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN VỀ THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

1.1. Khái niệm chung về thương mại điện tử

1.1.1. Sự ra đời và phát triển của Internet

1.1.2. Khái niệm thương mại điện tử

1.1.3. Các phương tiện thực hiện thương mại điện tử

1.1.4. Hệ thống các hoạt động cơ bản trong thương mại điện tử

1.1.5. Quá trình phát triển thương mại điện tử

1.1.6. Các vấn đề chiến lược trong thương mại điện tử

1.2. Đặc điểm và phân loại thương mại điện tử

1.3. Lợi ích và hạn chế của thương mại điện tử

1.4. Ảnh hưởng của thương mại điện tử

1.5. Cơ sở vật chất, kỹ thuật và pháp lý để phát triển thương mại điện tử

1.5.1. Xây dựng cơ sở pháp lý và chính sách ở tầm vĩ mô

1.5.2. Phát triển hạ tầng công nghệ thông tin và truyền thông

1.5.3. Xây dựng hạ tầng kiến thức – chính sách về đào tạo nhân lực

1.5.4. Xây dựng hệ thống bảo mật trong thương mại điện tử

1.5.5. Xây dựng hệ thống thanh toán điện tử

1.5.6. Xây dựng chiến lược và mô hình kinh doanh

1.5.7. Xây dựng nguồn nhân lực cho thương mại điện tử

Chương 2: GIAO DỊCH ĐIỆN TỬ

2.1. Hợp đồng điện tử

2.1.1. Khái niệm, đặc điểm hợp đồng điện tử

2.1.2. Ký kết hợp đồng điện tử

2.1.3. Quy trình thực hiện hợp đồng điện tử

2.1.4. So sánh hợp đồng điện tử với hợp đồng truyền thông

2.1.5. Điều kiện hiệu lực của hợp đồng điện tử

2.1.6. Một số điểm cần lưu ý khi sử dụng hợp đồng điện tử

2.2. Thanh toán điện tử

2.2.1 Tổng quan về thanh toán điện tử

2.2.2. Một số hình thức thanh toán điện tử chủ yếu

2.2.3. Phân tích một số tình huống thanh toán điện tử

2.3. Chữ ký số và dịch vụ chứng thực chữ ký số

2.3.1. Tổng quan về chữ ký điện tử và chữ ký số

2.3.2. Chứng thực chữ ký điện tử và dịch vụ chứng thực chữ ký điện tử

2.3.3. Điều kiện để đảm bảo cho sự phát triển dịch vụ chứng thực chữ ký điện tử

2.4. An toàn và phòng tránh rủi ro trong thương mại điện tử

2.4.1. Rủi ro chính trong thương mại điện tử

2.4.2. Xây dựng kế hoạch an ninh cho thương mại điện tử

2.4.3. Phân tích bài tập tình huống

Chương 3: MARKETING ĐIỆN TỬ

3.1. Tổng quan về marketing điện tử

3.1.1. Các khái niệm cơ bản về E-marketing

3.1.2. Các hình thức phát triển cơ bản của marketing điện tử

3.1.3. Ưu điểm của marketing điện tử so với marketing truyền thống

3.1.4. Tác động của thương mại điện tử đến hoạt động marketing

3.1.5. Một số điều kiện cần để áp dụng marketing điện tử thành công

3.2. Ứng dụng marketing điện tử trong doanh nghiệp

3.2.1. Nghiên cứu thị trường qua mạng

3.2.2. Phân tích hành vi mua sắm của khách hàng qua mạng

3.2.3. Phân đoạn thị trường trong marketing điện tử

3.2.4. Các chiến lược marketing điện tử hỗn hợp (E-marketing mix)

3.3. Ứng dụng marketing điện tử trong hoạt động xuất nhập khẩu

3.3.1. Khai thác hệ thống Trade points trên Internet để quảng cáo

3.3.2. Khai thác các sàn giao dịch thương mại điện tử B2B

3.3.3. Tìm hiểu thông tin thị trường qua Sở giao dịch hàng hóa trên Internet

3.3.4. Tìm kiếm thị trường và đối tác trên Internet

3.3.5. Hệ thống thông tin xúc tiến thương mại trên Internet

3.3.6. Các Website thông tin xúc tiến thương mại điện tử điển hình

3.3.7. Một số vấn đề cần lưu ý khi ứng dụng Marketing điện tử

3.3.8. Những lưu ý khi vận dụng marketing điện tử trong xuất nhập khẩu

3.4. Phân tích bài tập tình huống

CHƯƠNG 4: ỨNG DỤNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ TRONG DOANH NGHIỆP

4.1. Xây dựng hệ thống thương mại điện tử trong doanh nghiệp

4.2. Triển khai dự án thương mại điện tử trong doanh nghiệp

4.2.1. Các phương pháp triển khai dự án thương mại điện tử trong doanh nghiệp

4.2.2. Quy trình xây dựng phần mềm ứng dụng thương mại điện tử

4.2.3. Quy trình mua và triển khai phần mềm thương mại điện tử

4.2.4. Kỹ năng quản lý dự án thương mại điện tử trong doanh nghiệp

4.3. Xây dựng kế hoạch kinh doanh điện tử

4.3.1. Tổng quan về kế hoạch kinh doanh điện tử

4.3.2. Cấu trúc kế hoạch kinh doanh điện tử

4.3.3. Mô tả chung về hoạt động kinh doanh: Sứ mạng, tầm nhìn, mục tiêu

4.3.4. Mô hình kinh doanh

4.3.5. Phân tích thị trường

4.3.6. Phân tích cạnh tranh

4.3.7. Tổ chức thực hiện

4.3.8. Phân tích hiệu quả tài chính

4.3.9. Trình bày kế hoạch kinh doanh điện tử một cách hiệu quả

4.4. Xây dựng quản lý website thương mại điện tử và bán hàng trực tuyến

4.4.1. Các công nghệ xây dựng website thương mại điện tử

4.4.2. Máy chủ web, hệ quản trị cơ sở dữ liệu, ngôn ngữ lập trình web

4.4.3. Cài đặt và quản lý website thương mại điện tử

4.4.4. Cài đặt và quản lý cửa hàng trực tuyến

4.4.5. Nâng cấp và phát triển website thương mại điện tử

4.4.6. Thực hành sử dụng hợp đồng điện tử và thanh toán điện tử B2C

TÀI LIỆU THAM KHẢO

14. Phân bổ thời gian

Nội dung	Phân bổ thời gian				Tổng cộng
	Lý thuyết	Thực hành	Bài tập, thảo luận	Tự học, tự nghiên cứu	
Chương 1: TỔNG QUAN VỀ THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ	3	0	0	6	9
Chương 2: GIAO DỊCH ĐIỆN TỬ	6	3	2	22	33
Chương 3: MARKETING ĐIỆN TỬ	3	3	1	14	21
Chương 4: ỨNG DỤNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ TRONG DOANH NGHIỆP	9	9	4	44	66
Ôn tập, thảo luận, tổng kết, kiểm tra	2			4	6
Tổng số	23	15	7	90	135

THÔNG QUA KHOA

Phó trưởng khoa

Đỗ Kim Chi

THÔNG QUA BỘ MÔN

Phó trưởng bộ môn

Đỗ Minh Nam

Hưng yên, ngày 05 tháng 09 năm 2016

Người lập

Đỗ Minh Nam

BAN GIÁM HIỆU DUYỆT