



ĐỀ CƯƠNG MÔN HỌC
IS334 – THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

1. THÔNG TIN CHUNG (General information)

Tên môn học (tiếng Việt): Thương mại điện tử

Tên môn học (tiếng Anh): E-Commerce

Mã môn học: IS334.....

Thuộc khối kiến thức: Chuyên ngành

Khoa/Bộ môn phụ trách: Hệ thống thông tin

Giảng viên biên soạn: Ths. Đỗ Duy Thanh

Email: thanhdd@uit.edu.vn

Số tín chỉ: 3

TC lý thuyết :3 TC thực hành : 0

Lý thuyết: (tiết) 45

Thực hành: (tiết)

Tự học: (tiết) 30

Môn học trước:

2. MÔ TẢ MÔN HỌC (Course description)

Qua môn học sinh viên nắm được các công cụ để triển khai TMĐT như xây dựng website thương mại điện tử, thanh toán điện tử, công cụ làm Marketing trực tuyến. Ngoài ra sinh viên học được cách thức hoạch định kế hoạch kinh doanh TMĐT bao gồm mô hình kinh doanh và chiến lược kinh doanh điện tử, kiểm soát thực thi kế hoạch này.

3. MỤC TIÊU MÔN HỌC (Course Goals)

Bảng 1.

Mục tiêu	Mô tả	Chuẩn đầu ra trong CTĐT
G1	Hiểu tổng thể về TMĐT Hiểu rõ sự tương tác của TMĐT đối với các hoạt động kinh doanh còn lại của doanh nghiệp Hiểu rõ tác động của TMĐT trong việc thúc đẩy nền kinh tế.	LO2 (2.7), LO7 (7.1)

	Hiểu về một số quy định căn bản của pháp luật trong nước và quốc tế liên quan đến lĩnh vực TMĐT	
G2	Nâng cao khả năng chuẩn bị và thuyết trình đồ án TMĐT	LO5 (5.5, 5.6)
G3	Hiểu rõ khái niệm chiến lược và chiến lược kinh doanh điện tử. Xây dựng và phân tích các chiến lược kinh doanh điện tử	LO3 (3.2)
G4	Hiểu rõ các mô hình kinh doanh điện tử.	LO2 (2.7)
G5	Xây dựng được một ứng dụng web trong TMĐT	LO2 (4.1)

4. CHUẨN ĐẦU RA MÔN HỌC (Course learning outcomes)

Bảng 2. (NT: Nhận thức, KN: Kỹ năng, TD: Thái độ)

CĐRMH [1]	LOs [2]	Mô tả CĐRMH [3]	Cấp độ CĐR Môn học [4]
G1	2.7 7.1	Hiểu vai trò và vị trí của TMĐT trong hoạt động kinh doanh. Hiểu rõ từng thành phần cấu thành TMĐT, vai trò và tương tác của nó đối với các thành phần khác. Hiểu rõ vai trò của TMĐT trong việc thúc đẩy việc xúc tiến các hoạt động kinh doanh không giới hạn địa lý, quốc gia, thời gian. Hiểu rõ về cấu trúc và ý nghĩa pháp lý của bộ luật thương mại điện tử Việt Nam, các nghị định, thông tư tiêu biểu của chính phủ. Hiểu về một số quy định của quốc tế trong lĩnh vực TMĐT	NT2
G2	5.5 5.6	Vận dụng kỹ năng chuẩn bị và trình bày để báo cáo kết quả đồ án môn học một cách mạch lạc rõ ràng	KN3
G3	3.2	Có khả năng phân tích các yếu tố nội lực của doanh nghiệp Có khả năng phân tích các yếu tố cạnh tranh trong môi trường TMĐT	NT3
G4	2.7	Hiểu rõ các mô hình kinh doanh điện tử: B2B, B2C, C2C Phân tích mô hình kinh doanh của doanh nghiệp	NT2
G5	4.1	Xây dựng các ứng dụng liên quan đến TMĐT. Phân tích đánh giá các hệ thống TMĐT.	KN3

5. NỘI DUNG MÔN HỌC, KẾ HOẠCH GIẢNG DẠY (Course content, Lesson plan)

a. Lý thuyết

Bảng 3.

Tuần/ Thời lượng	Nội dung	Ghi chú/Mô tả hoạt động	CĐR MH	Thành phần đánh giá
1	Chương 1 : Tổng quan về TMDT 1.1 Vai trò và chức năng của TMDT 1.2 Các ứng dụng của TMDT 1.3 Kiến trúc hạ tầng của TMDT	- Giảng giải	G 1	A4
2,3	Chương 2 : Xây dựng website bán hàng 2.1 Kiến trúc và chức năng của website bán hàng 2.2 Quy trình xây dựng và phát triển website bán hàng 2.3 Các yếu tố đánh giá tính hiệu dụng và hiệu quả.	- Giảng giải - Minh họa bằng phần mềm xây dựng website bán hàng	G 1	A4
4,5	Chương 3 : E-Marketing 2.1 Quản trị Marketing căn bản 2.2 Chiến lược E-Marketing	- Giảng giải	G 3	A4
6	Chương 3 : E-Marketing (tiếp tục) 2.3 SEO 2.4 Social Marketing 2.5 Mobile Marketing 2.6 E-Mail Marketing	- Giảng giải - Minh họa bằng phần mềm SEO, E- Mail Marketing	G 3, G 5	A4
7	Seminar. Các chủ đề seminar được giáo viên cho ra đầu học kỳ. Sinh viên tìm hiểu về các chủ đề mang tính thời sự hoặc nền tảng liên quan đến TMDT.	- Nhóm trình bày seminar - Giảng viên đặt câu hỏi cho nhóm & cho lớp	G 1 G 2	A1
8	Chương 4 : TMDT mô hình B2B 3.1 ERP 3.2 CRM & SRM 3.3 E-Procurement, E-Auction 3.4 SCM	- Giảng giải - Minh họa bằng phần mềm ERP, CRM	- G 1 - G 4 G 5	A4
9	Chương 5 : Kiến trúc hạ tầng của TMDT 4.1 Internet & Intranet 4.2 Các ứng dụng web 4.3 EDI 4.4 Hệ thống thanh toán điện tử	- Giảng giải	G 1	A4

10,11	Chương 6 : An toàn & bảo mật thông tin cho giao dịch TMĐT 5.1 Căn bản về mật mã học 5.2 TLS, SSL, HTTPS 5.3 Chữ ký điện tử 5.4 Các nguy cơ trong TMĐT và chính sách an toàn, bảo mật thông tin	- Giảng giải	G 1	A4
12	Chương 7 : Thanh toán điện tử 7.4 Các phương thức thanh toán điện tử 7.5 Bảo mật cho thanh toán điện tử	- Giảng giải - Minh họa các phương thức thanh toán: chuyển khoản, ví điện tử, thẻ tín dụng.	G 1	A4
13	Chương 8 : Luật IT & TMĐT Giới thiệu một số khái niệm và quy định pháp luật trong nước và quốc tế về IT và TMĐT	- Giảng giải	G 1	A4
14	Báo cáo đồ án môn học	- Nhóm trình bày seminar - Giảng viên đặt câu hỏi cho nhóm & cho lớp	G 1 G 2 G 3 G 5	A1
15	Tổng kết & ôn tập	Giải đáp, nêu các hiểu nhầm thường gặp. Sinh viên đặt câu hỏi		

6. ĐÁNH GIÁ MÔN HỌC (Course assessment)

Bảng 5.

Thành phần đánh giá [1]	CDRMH (Gx) [2]	Tỷ lệ (%) [3]
A1. Quá trình: (Seminar+ Đồ án MH)	G1, G2, G3, G5	50%
A4. Thi lý thuyết cuối kỳ	G1, G3, G4, G5	50%

7. QUY ĐỊNH CỦA MÔN HỌC (Course requirements and expectations)

- SV dành nhiều thời gian để chủ động trong việc tự học và tự tìm hiểu thêm các tài liệu liên quan dưới sự hướng dẫn của GV, làm đồ án môn học, thuyết trình.
- Sinh viên vắng quá 30% số buổi học trên lớp sẽ không được tham dự thi lý thuyết cuối kỳ.
- Hình thức thi cuối kỳ: tự luận.

8. TÀI LIỆU HỌC TẬP, THAM KHẢO

1. Giáo trình Công nghệ thông tin trong Thương mại điện tử, Nguyễn Đình Thuân , Đỗ Duy Thanh, Lê Thị Bích Khoa, NXB ĐH QG HCM, 2015.
2. Electronic Commerce – Gary P.Schneider 11th Edition.
3. E-Business & E-Commerce Management – Dave Chaffey
4. E-Business & E-Commerce – Andreas Meier, Henrik Stormer
5. E-Commerce – Kenneth C. Laudon

9. PHẦN MỀM HAY CÔNG CỤ HỖ TRỢ THỰC HÀNH

1. Odoo
2. Wordpress
3. Joomla
4. Magento

Trưởng khoa/ bộ môn

(Ký và ghi rõ họ tên)

Giảng viên

(Ký và ghi rõ họ tên)

DANH SÁCH ĐỀ TÀI ĐỒ ÁN MÔN HỌC

I. Nội dung đề tài

1. Cửa hàng online (Online Shop)

Chi tiết:

- Tìm hiểu về quy trình xây dựng một website bán hàng online
- Tìm hiểu về chuẩn mực một website TMDT.
- Phân tích điểm mạnh, điểm yếu của loại hình kinh doanh online và kinh doanh bình thường.
- Vai trò của Online Shop trong tổng thể hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.

Phát triển:

- Xây dựng trang web bán ĐTDD. Với đầy đủ các chức năng bao gồm cả thanh toán và gửi hàng.

Điểm cộng (+2/10): tích hợp với hệ thống ERP và CRM, tạo thành tổng thể CRM + Portal + ERP

2. Integrate Online Sale with ERP

Chi tiết:

- Tìm hiểu mối liên quan giữa E-Commerce và E-Business
- Sự tương quan giữa Online-Sale với hệ thống ERP.
- Tìm hiểu về ERP nói chung và minh họa bằng hệ thống OpenERP

Phát triển:

- Cài đặt Magento, Joomla hoặc Wordpress cho Online Store kết hợp với hệ thống OpenERP.

Điểm cộng (+2/10): tích hợp với hệ thống CRM, tạo thành tổng thể CRM + Online Store + ERP

3. Đấu giá, Đấu thầu online

Chi tiết:

- Tìm hiểu về đấu giá và đấu thầu online là gì? Quy trình đấu giá và đấu thầu bình thường và online ra sao?
- Sự tương quan của chúng đối với mô hình doanh nghiệp điện tử (E-Business), cụ thể là với hệ thống ERP

Phát triển:

- Cài đặt hệ thống đấu giá, đấu thầu online. Ví dụ đấu giá và đấu thầu Bất Động Sản

Điểm cộng(+2/10): tích hợp với hệ thống ERP

4. CRM

Chi tiết

- Tìm hiểu về CRM và các hệ thống hỗ trợ.
- Vai trò của CRM đối với tổng thể hoạt động của doanh nghiệp.
- Phân tích điểm mạnh điểm yếu giữa các hệ thống openERP, SugarCRM

Phát triển

- Xây dựng portal cho một cụm Nhà Hàng, Khách Sạn với đầy đủ các chức năng cần thiết
VD: đặt phòng, đặt bàn, liên hệ...
- Tích hợp hệ thống CRM vào trong portal này.

Điểm cộng (+2/10): tích hợp với hệ thống ERP vào tạo thành tổng thể CRM + Portal + ERP

5. Web Marketing & SEO & Email Marketing

Chi tiết:

- Tìm hiểu về Marketing cơ bản
- Tìm hiểu về Web Marketing & SEO & Email Marketing và **quy trình triển khai 1 chiến lược Web-Marketing** (hoạch định, tổ chức, thực thi, kiểm tra ra sao) .
- Điểm tương đồng và khác biệt so với Marketing cơ bản.
- Điểm mạnh, điểm yếu so với Marketing căn bản và các loại hình marketing khác (loại Marketing đề tài 5,6,7).

Phát triển:

- Xây dựng portal cho một cụm Nhà Hàng, Khách Sạn với đầy đủ các chức năng cần thiết
VD: đặt phòng, đặt bàn, liên hệ...
- Triển khai Web Marketing & SEO & Email Marketing trang web này.

Điểm cộng (+2/10): tích hợp với CRM + ERP

- Tham khảo: <http://www.smartinsights.com/digital-marketing-strategy/sostac-model/>

6. Social Media Marketing

Chi tiết:

- Tìm hiểu về Marketing cơ bản
- Tìm hiểu về Social Marketing và **quy trình triển khai 1 chiến lược Social-Marketing** (hoạch định, tổ chức, thực thi, kiểm tra ra sao).
- Điểm tương đồng và khác biệt so với Marketing cơ bản.

- Điểm mạnh, điểm yếu so với Marketing căn bản và các loại hình marketing khác (loại Marketing đề tài 5,6,7).
- Các thức triển khai Social Marketing trên FB, twitter, linkedin

Phát triển:

- Xây dựng portal cho một cụm Nhà Hàng, Khách Sạn với đầy đủ các chức năng cần thiết
VD: đặt phòng, đặt bàn, liên hệ...
- Triển khai Social Marketing cho trang web này.

Điểm cộng (+2/10): tích hợp với CRM + ERP

- Tham khảo: <http://www.smartinsights.com/digital-marketing-strategy/sostac-model/>

7. Mobile Marketing

Chi tiết:

- Tìm hiểu về Marketing cơ bản
- Tìm hiểu về Mobile Marketing và **quy trình triển khai 1 chiến lược Social-Marketing** (hoạch định, tổ chức, thực thi, kiểm tra).
- Điểm tương đồng và khác biệt so với Marketing cơ bản.
- Điểm mạnh, điểm yếu so với Marketing căn bản và các loại hình marketing khác (loại Marketing đề tài 5,6,7).
- Cách thức triển khai Mobile Marketing (Demo trên các thiết bị di động).

Phát triển:

- Xây dựng portal cho một cụm Nhà Hàng, Khách Sạn với đầy đủ các chức năng cần thiết
VD: đặt phòng, đặt bàn, liên hệ...
- Triển khai Mobile Marketing cho trang web này.

Điểm cộng (+2/10): tích hợp với CRM + ERP

- Tham khảo: <http://www.smartinsights.com/digital-marketing-strategy/sostac-model/>

8. System Administrator in consideration of Threats coming from Internet Environment

Tổng quan:

- Tìm hiểu các công việc của một nhà quản trị hệ thống nói chung, và quản trị web nói riêng.
- Nêu ra các loại nguy cơ có thể có gây ảnh hưởng đến hệ thống của Doanh Nghiệp bán hàng trực tuyến. VD: fishing, payment, DDOS...
- Khái niệm và hoạt động của các hệ thống IDS/IPS

Chi tiết:

- Trình bày sơ lược về các phương pháp tấn công DDoS, phân tích kỹ thuật TCP SYNC và kỹ thuật SMURF.
- Trình bày kỹ thuật tấn công tràn bộ đệm (Buffer Overrun) và một số phương án phòng chống
- Sơ lược về phương pháp tấn công SQL Injection và phương pháp phòng chống
- Phương pháp tấn công Cross-site scripting và phương pháp phòng chống

Phát triển:

- Xây dựng “Intrusion Detection System” . Ưu tiên hệ thống open source.
- vd: <http://www.ossec.net/>
<http://suricata-ids.org/features/all-features/>

Điểm cộng: (+2/10)

Demo xây dựng một website, tiến hành tấn công bằng các kỹ thuật ở trên. Dùng hệ thống IDS để phát hiện và ứng phó với tấn công này.

9. Cryptography & Application for E-Commerces & Payment**Tổng quan:**

- Các loại mã hóa, xác thực, chữ ký điện tử & ứng dụng của nó.
- Công nghệ thanh toán điện tử.
- Khái niệm và hoạt động của các hệ thống IDS/IPS

Minh họa chi tiết:

- Trình bày giao thức chữ ký hai lần SET ứng dụng trong thương mại điện tử
- Hoạt động của hệ thống thanh toán Paypal

Phát triển:

- Xây dựng hệ thống kiểm tra các giao dịch thanh toán điện tử, phát hiện ra các giao dịch gian lận. Gợi ý (Automation bằng Data Mining, hoặc hệ thống hỗ trợ nhà quản trị thao tác bằng tay chẳng hạn các report, hoặc Fraud Detection System). Ưu tiên hệ thống open source.
- VD: http://www.maxmind.com/en/ccv_overview
- <http://www.open-rate.com/content/fraud-detection-framework>
- <http://www.slideshare.net/guest4ea866f/fraud-detection-using-picalo>

Điểm cộng: (+2/10):

- Demo xây dựng một website, tiến hành một giao dịch gian lận. Dùng hệ thống của Fraud Detection để lọc ra gian lận này.

10. Data Mining for E-Commerce

Tổng quan

- Tìm hiểu Data Mining.
- Xây dựng hệ thống Data Mining(có thể open source) để hỗ trợ cho công tác hoạch định chiến lược E-Marketing.

Chi tiết

- a. Tìm hiểu về Data Mining
- b. Tìm một bộ dữ liệu kinh doanh mẫu. Benchmarking
- c. Dùng hệ thống Data Mining đã tìm hiểu ở trên, phân tích bộ dữ liệu này.
- d. Rút ra được các parttern của người tiêu dùng. Từ đó đề xuất với bộ phận Marketing.

Điểm cộng: (+2/10):

- Viết thuật toán để cải thiện kết quả hoặc.
- Xây dựng hệ thống Data Warehouse (có open source) làm nền tảng cho Data Mining.
- Big Data

II. Qui định và cách thức nộp bài

1. Qui định:

- Đồ án được làm theo nhóm (nhóm tối đa 5 sinh viên)
- Thang điểm của đồ án: thang 10, tỉ lệ 30% môn học (theo chuẩn đầu ra)
- Điểm cộng của đồ án: tối đa 2, nếu điểm đồ án lớn hơn 10, thì điểm đồ án vẫn là 10.

2. Cách thức nộp bài:

- Nộp quyền báo cáo (30 – 50 trang).
- CD chương trình
- Nộp bài tại văn phòng Khoa Hệ thống Thông tin