



Giới thiệu học phần:

# CÁC CHỦ ĐỀ NÂNG CAO VỀ HỆ THỐNG KINH DOANH ĐIỆN TỬ



- ❑ Mã số học phần: HUET4103;
- ❑ Số tín chỉ: 03 (45 tiết);

- ❑ Chuyên cần, tiểu luận: 40%;
- ❑ Đồ án: 60%.

TS. Phạm Trung Đức | [phamtrungduc@hueuni.edu.vn](mailto:phamtrungduc@hueuni.edu.vn)



# Nội dung

- 1 Giới thiệu môn học;
- 2 Các nội dung chính trình bày;
- 3 Tài liệu tham khảo sử dụng.



# 1. Giới thiệu môn học

- ◆ Các chủ đề nâng cao về hệ thống kinh doanh điện tử là học phần bắt buộc gồm 3 tín chỉ (45 tiết).
- ◆ **Đối tượng:** Sinh viên đại học năm tư thuộc ngành Khoa học dữ liệu và trí tuệ nhân tạo.
- ◆ **Yêu cầu về kiến thức của SV:**
  - ◆ Các kiến thức cơ bản về tin học, mạng máy tính và Internet;
  - ◆ Kiến thức về marketing cơ bản, marketing dịch vụ.
- ◆ **Học phần này có tính chất bổ trợ cho:** Phân tích kinh doanh hỗ trợ ra quyết định (HUET2403).



# 1. Giới thiệu môn học (tt)

- **Kinh doanh điện tử** trong tiếng Anh là **electronic business**, thường viết tắt là **e-business**.
- *Kinh doanh điện tử* là việc tiến hành các quá trình kinh doanh trên internet.
- Có thể hiểu *kinh doanh điện tử* bao gồm bất cứ quá trình nào mà một tổ chức kinh doanh (hoặc là phi lợi nhuận, hoặc tổ chức chính phủ, hoặc có lợi nhuận) thực hiện qua mạng máy tính.
- Các quá trình kinh doanh điện tử này bao gồm:
  - Mua bán hàng hóa và dịch vụ;
  - Phục vụ khách hàng, xử lý thanh toán;
  - Quản lý kiểm soát sản xuất, hợp tác với các đối tác kinh doanh, chia sẻ thông tin, tuyển dụng và hơn thế nữa.



# 1. Giới thiệu môn học (tt)

- **Kinh doanh điện tử** là một thuật ngữ mang ý nghĩa rộng hơn của **thương mại điện tử** (E-Commerce);
- **E-Commerce** chính là “gương mặt đại diện” là lĩnh vực tiếp xúc nhiều nhất với khách hàng, công chúng. Sự hiệu quả của hoạt động E-Business cũng phần nhiều được thể hiện qua hiệu quả từ E-Commerce. Các hoạt động khác sẽ là hậu phương thúc đẩy E-Commerce và E-Commerce sẽ duy trì, phát triển các hoạt động khác. Tất cả tạo nên bức tranh lớn E-Business.



- E-Business có nhiều hoạt động và hệ thống các bộ phận khác nhau. Trong đó, 3 mảng mạnh nhất trong E-Business chính là **E-Commerce**, Logistics và Marketing.

# 1. Giới thiệu môn học (tt)

1. Giới thiệu môn học
2. Nội dung chính môn học;
3. Tài liệu tham khảo sử dụng.



## Kỹ năng cần đạt được



1. Nắm vững những kiến thức cơ bản của TMĐT (khái niệm, lợi ích, framework, các mô hình hoạt động của TMĐT, ...)
2. Nắm vững những kiến thức về cơ sở hạ tầng pháp lý và kỹ thuật để thực hiện hoạt động TMĐT.
3. Hiểu và vận dụng các kiến thức cơ bản về marketing truyền thống vào hoạt động marketing trên web.
4. Nhận biết các hình thức thanh toán phổ biến trong TMĐT hiện nay.

5. Hiểu rõ quy trình thanh toán bằng thẻ trong các giao dịch TMĐT.
6. Tìm hiểu các nguy cơ đe dọa đến an ninh TMĐT và nắm vững một số giải pháp nhằm đảm bảo an toàn trong TMĐT (mã hóa, chữ ký số, chứng thực điện tử).
7. Nắm vững một số kiến thức liên quan khác như: EDI, E-marketplaces, Email marketing, B2B ecommerce, B2C ecommerce, các cổng thanh toán trong TMĐT, ứng dụng TMĐT trong các lĩnh vực khác, ...



## 2. Nội dung chính học phần

**Bài 1. Những kiến thức về thương mại điện tử (TMĐT);**

**Bài 2. Cơ sở pháp lý và hạ tầng cho sự phát triển TMĐT;**

**Bài 3. Marketing trên web;**

**Bài 4. Vấn đề thanh toán trong TMĐT;**

**Bài 5. Vấn đề an ninh trong TMĐT.**



# Bài 1. Những kiến thức cơ bản về TMĐT

## Nội dung sẽ giảng ở lớp (3 tiết):

- ◆ 1.1. Khái niệm về TMĐT
- ◆ 1.2. Các đặc trưng của TMĐT
- ◆ 1.3. Framework cho TMĐT
- ◆ 1.4. Các hình thức hoạt động của TMĐT
- ◆ 1.5. Các loại hình TMĐT
- ◆ 1.6. Lợi ích của TMĐT
- ◆ 1.7. Các điều kiện để phát triển TMĐT
- ◆ 1.8. Những vấn đề còn tồn tại trong TMĐT  
(vấn đề kỹ thuật và phi kỹ thuật)

## ◆ Bài tập/case study (làm ở nhà):

- ◆ **Số lượng:** 02 bài;
- ◆ **Nội dung:** Tìm hiểu một số mô hình TMĐT thông qua các ví dụ (website TMĐT) cụ thể.

## ◆ Nội dung Seminar (3 tiết):

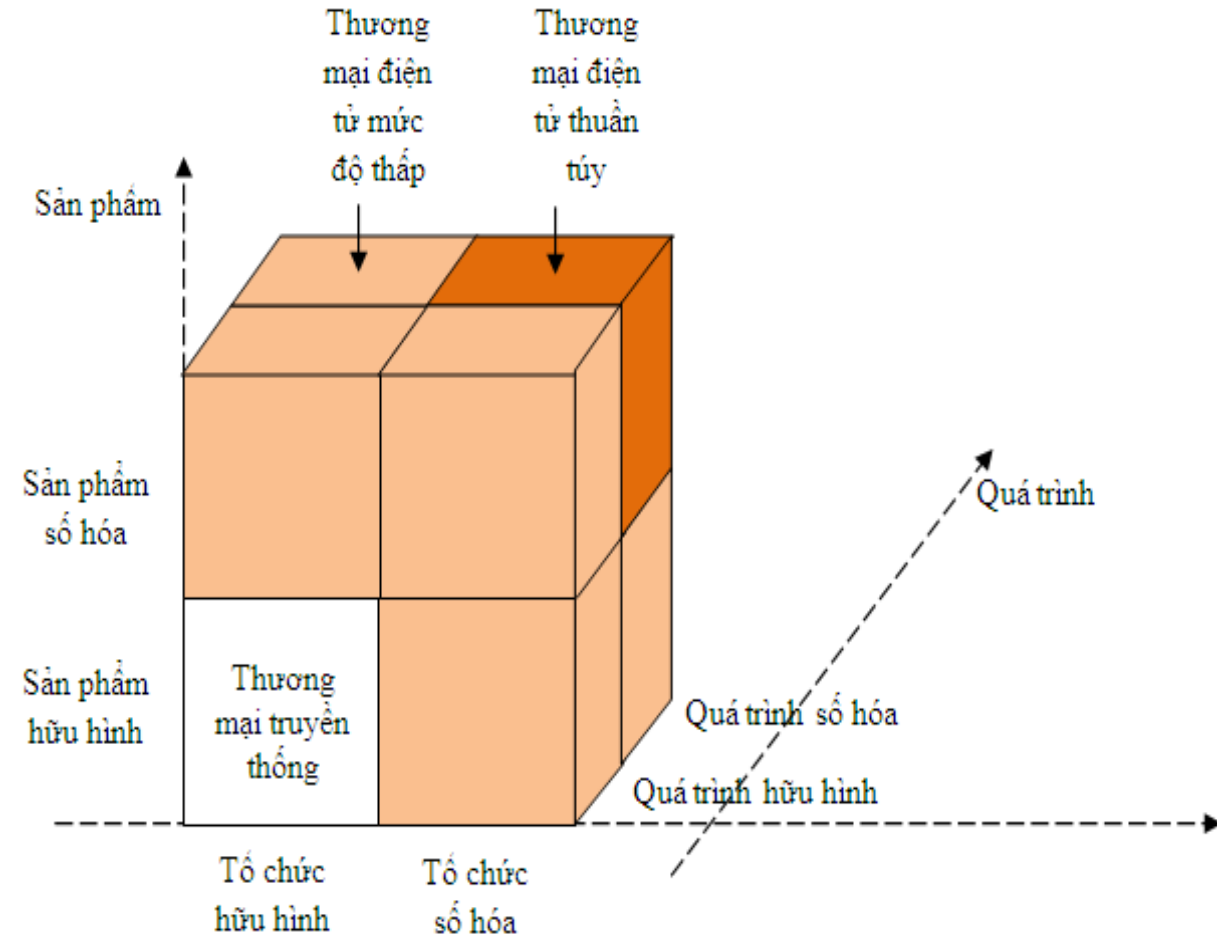
- ◆ Trao đổi dữ liệu EDI;
- ◆ Sàn giao dịch TMĐT.



# Bài 1. Những kiến thức cơ bản về TMĐT (tt)

## 1.1. Khái niệm về TMĐT:

- ◆ Giới thiệu khái niệm về TMĐT theo nhiều khía cạnh khác nhau:
  - ◆ Khía cạnh số hóa ([hình vẽ](#));
  - ◆ Khía cạnh của các hoạt động kinh doanh;
  - ◆ Khía cạnh dịch vụ;
  - ◆ Khía cạnh học tập;
  - ◆ Khía cạnh cộng đồng.



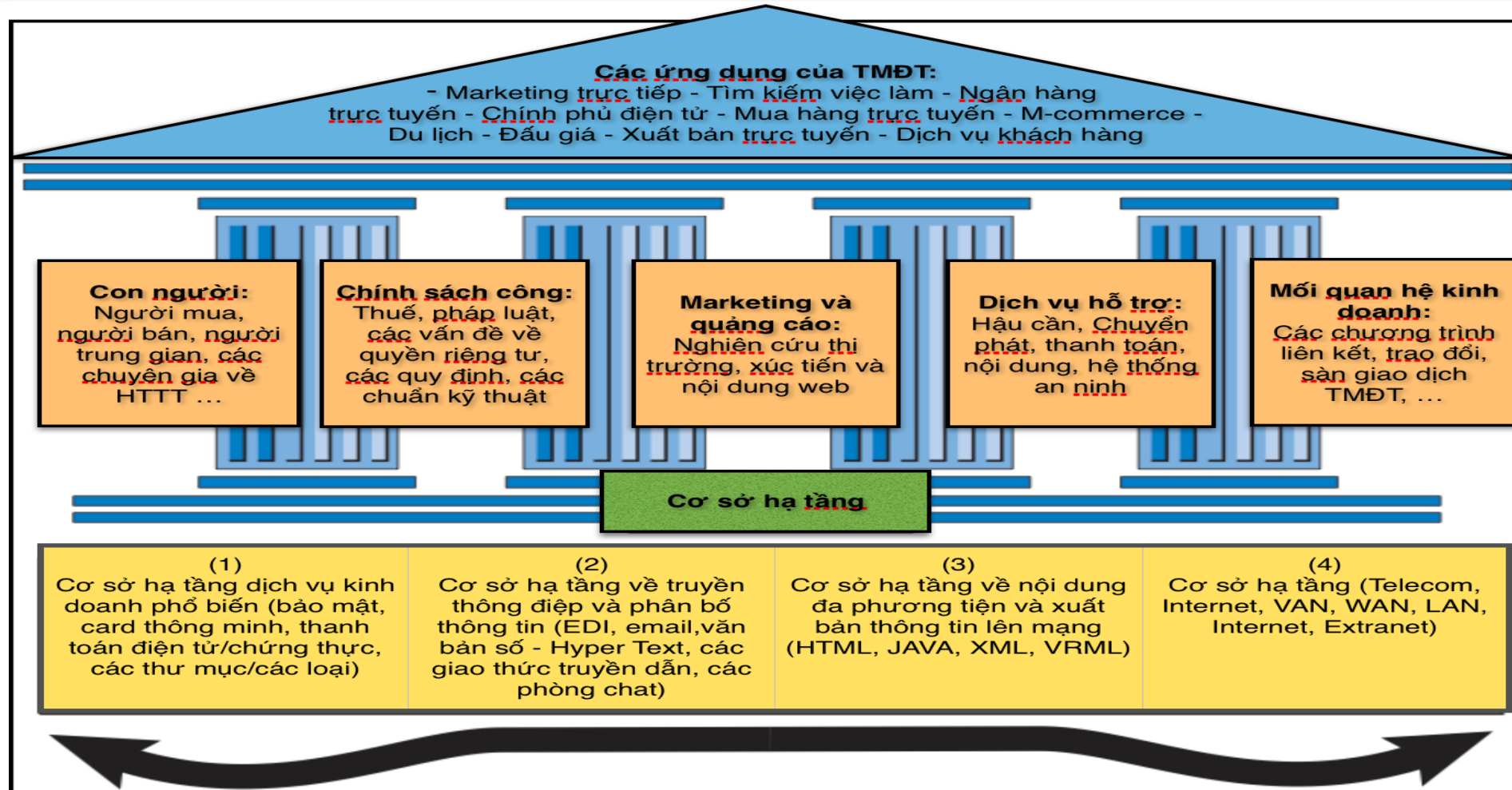
# Bài 1. Những kiến thức cơ bản về TMĐT (tt)

## 1.2. Các đặc trưng của TMĐT

- So sánh tiến trình mua bán, TMĐT và TM truyền thống.

## 1.3. Framework cho TMĐT:

- Tổng hợp nhiều hoạt động, đơn vị, tổ chức và công nghệ như hình.





# Bài 1. Những kiến thức cơ bản về TMĐT (tt)

## 1.4. Các hình thức hoạt động của TMĐT:

- ◆ 1.4.1. Thư điện tử
- ◆ **1.4.2. Trao đổi dữ liệu EDI (Seminar)**
- ◆ 1.4.3. Thanh toán điện tử
- ◆ 1.4.4. Truyền dung liệu
- ◆ 1.4.5. Quảng cáo trực tuyến
- ◆ 1.4.6. Bán hàng trực tuyến
- ◆ **1.4.7. Sàn giao dịch TMĐT (Seminar)**

## 1.5. Các loại hình của TMĐT:

- ◆ B2B, B2C, B2B2C, C2B, C2C
- ◆ Mobile commerce, IntraBusines EC
- ◆ E-learning, E-Government

## 1.6. Lợi ích của TMĐT:

- ◆ Đối với doanh nghiệp
- ◆ Đối với khách hàng
- ◆ Đối với xã hội

# Bài 1. Những kiến thức cơ bản về TMĐT (tt)

## 1.7. Các điều kiện phát triển TMĐT:

- ◆ Hạ tầng về công nghệ
- ◆ Hạ tầng về pháp lý
- ◆ Hạ tầng về nhân lực
- ◆ Nhận thức của toàn xã hội
- ◆ An toàn, bảo mật
- ◆ Sở hữu trí tuệ
- ◆ Bảo vệ người tiêu dùng

## 1.8. Những vấn đề còn tồn tại trong TMĐT:

- ◆ Vấn đề về kỹ thuật
- ◆ Vấn đề về phi kỹ thuật





## Bài 2. Hạ tầng pháp lý và kỹ thuật cho sự phát triển của TMĐT

- ◆ Nội dung giảng dạy ở lớp (3 tiết):

- ◆ 2.1. Cơ sở hạ tầng kỹ thuật cho việc phát triển TMĐT

- ◆ 2.1.1. Mạng máy tính và Internet

- ◆ 2.1.2. Trang mạng và cơ sở dữ liệu

- ◆ Nội dung SV tự nghiên cứu ở nhà:

- ◆ 2.2. Cơ sở hạ tầng pháp lý cho việc phát triển TMĐT

- ◆ Luật TMĐT ở Việt Nam, các vấn đề về bí mật cá nhân và bảo vệ thông tin cá nhân, sở hữu trí tuệ, giải quyết tranh chấp, ...



## Bài 2. Hạ tầng pháp lý và kỹ thuật cho sự phát triển của TMĐT (tt)

### 2.1.1. Mạng máy tính và Internet

- ◆ 2.1.1. Một số khái niệm cơ bản về mạng máy tính
- ◆ 2.1.2. Phần mềm và phần cứng mạng
- ◆ 2.1.3. Internet và các dịch vụ trên Internet
- ◆ 2.1.4. Mạng Intranet, Extranet và VPN

### 2.1.2. Trang mạng và cơ sở dữ liệu

- ◆ 2.1.2.1. Cấu trúc cơ sở của TMĐT (mô hình giao dịch TMĐT)
- ◆ 2.1.2.2. Trang mạng (website)
  - ◆ Khái niệm, cách vận hành, lợi ích ...
- ◆ 2.1.2.3. Cơ sở dữ liệu
  - ◆ Khái niệm cơ sở dữ liệu
  - ◆ Các loại cơ sở dữ liệu cho hoạt động kinh doanh TMĐT
  - ◆ Giới thiệu đôi nét về kho dữ liệu

## Bài 2. Hạ tầng pháp lý và kỹ thuật cho sự phát triển của TMĐT (tt)



### MÔ HÌNH GIAO DỊCH TRÊN THỊ TRƯỜNG ĐIỆN TỬ



Mạng TMĐT (Cơ sở hạ tầng)

Yêu cầu về thông tin sản phẩm dịch vụ  
Yêu cầu mua hàng  
Thanh toán, tư vấn thanh toán  
Góp ý, phản hồi

Hoàn thành yêu cầu mua hàng  
Yêu cầu thay đổi về mua hàng

**Thị trường điện tử**  
(Người kiểm soát giao dịch)

Phản hồi đối với yêu cầu  
Hoàn thiện mua hàng  
Thông báo lịch vận chuyển

Trả lời thông tin theo yêu cầu  
Thừa nhận việc mua hàng  
Thông báo vận chuyển  
Phân phối, vận chuyển  
Thừa nhận việc thanh toán

Thông báo trả tiền  
Chuyển tiền điện tử



NH thực hiện việc chuyển tiền

Chuyển tiền điện tử



NH người bán/Người cung cấp





## Bài 3. Marketing trên web

### ◆ Nội dung giảng dạy ở lớp (3 tiết):

- ◆ 3.1. Các chiến lược marketing trên web
- ◆ 3.2. Giao tiếp với các phân đoạn thị trường khác nhau
  - ◆ 3.2.1. Sự tin tưởng và lựa chọn phương tiện
  - ◆ 3.2.2. Phân đoạn thị trường
  - ◆ 3.2.3. Mối quan hệ khách hàng và phân đoạn theo vòng đời của khách hàng
  - ◆ 3.2.4. Chiến lược thu hút, chuyển đổi và duy trì mối quan hệ khách hàng
- ◆ 3.3. Quảng cáo trực tuyến

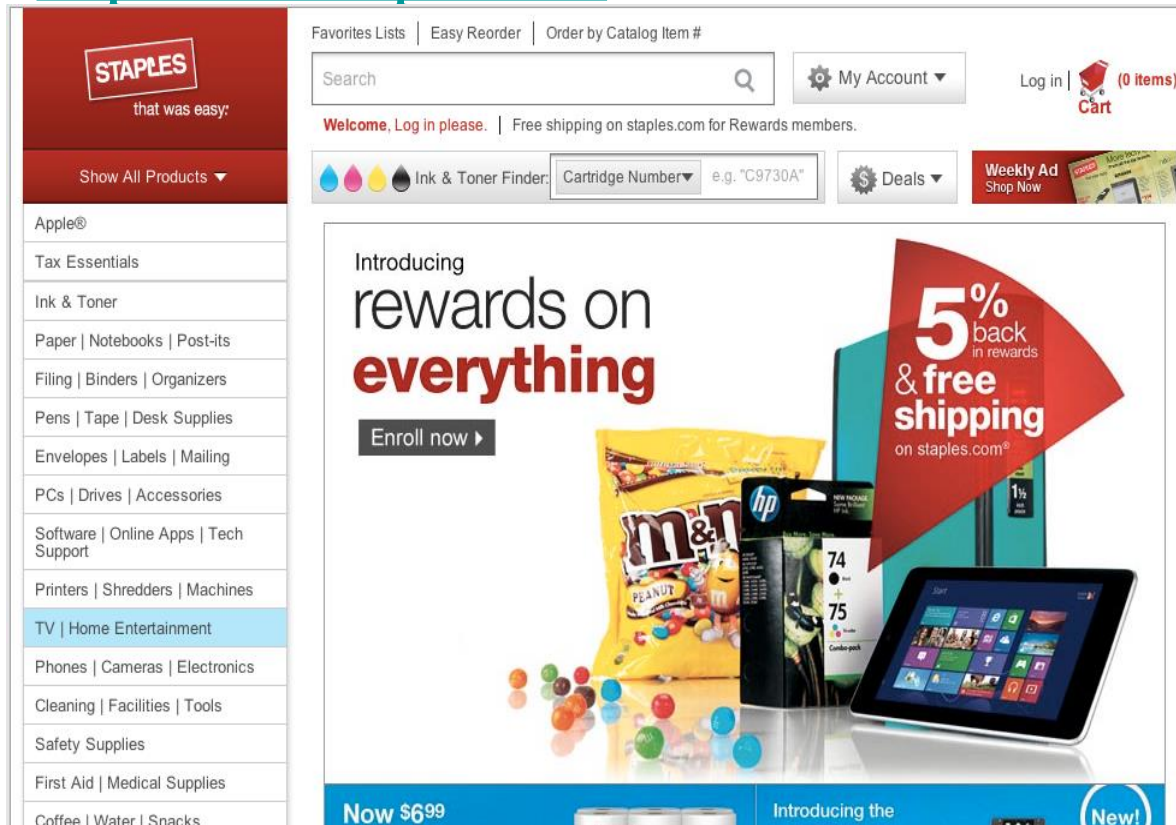
### ◆ Nội dung SV seminar (3 tiết):

- ◆ Email marketing
- ◆ Quản trị mối quan hệ khách hàng - CRM

## 2.3.1. Các chiến lược marketing trên web

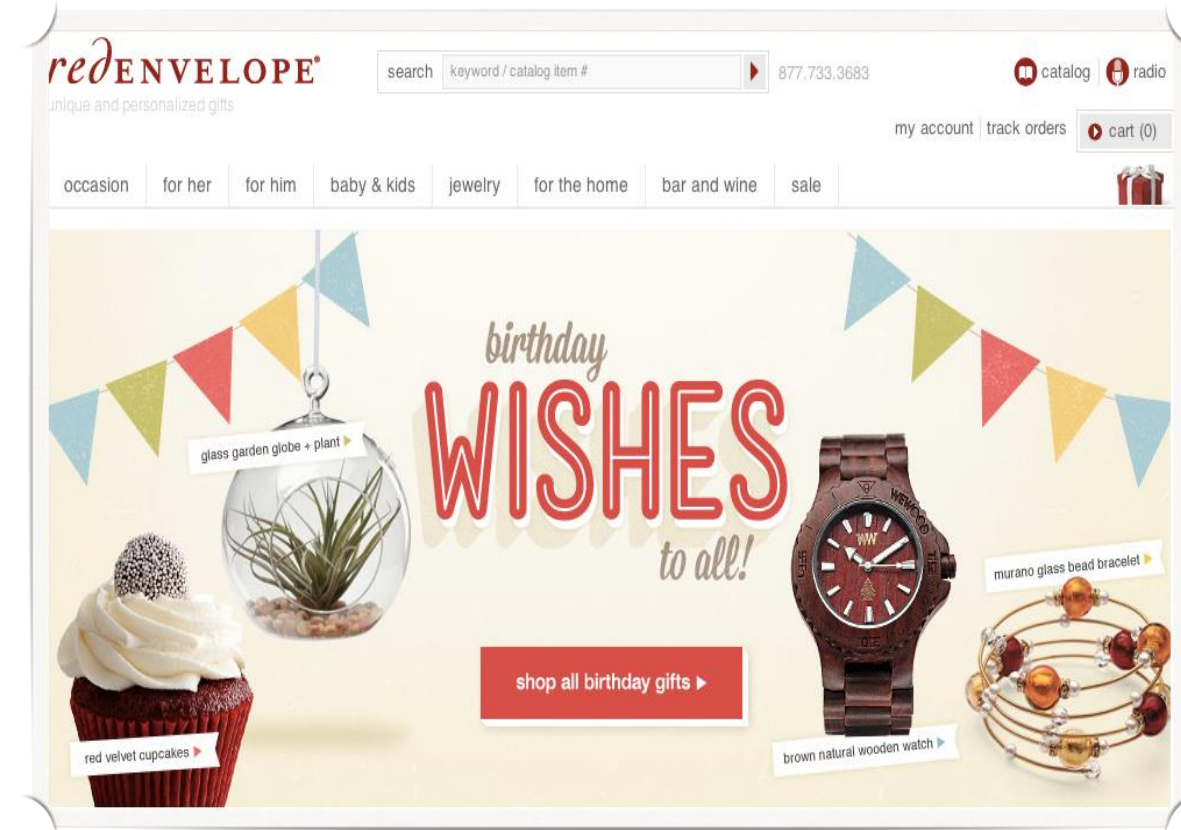
- Marketing dựa trên sản phẩm

<http://www.staples.com>



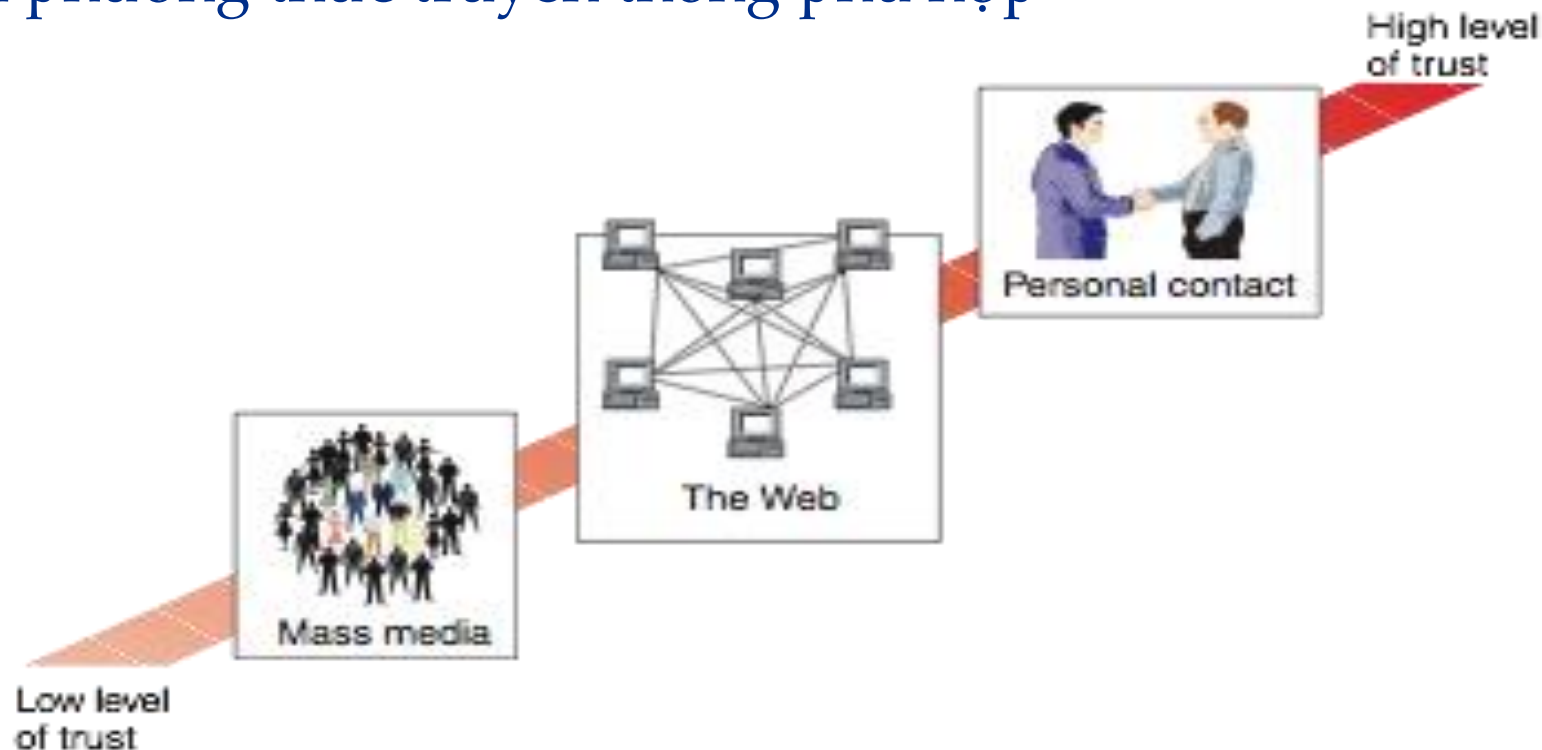
- Marketing dựa trên khách hàng

[911gifts.com](http://911gifts.com) - RED ENVELOPE



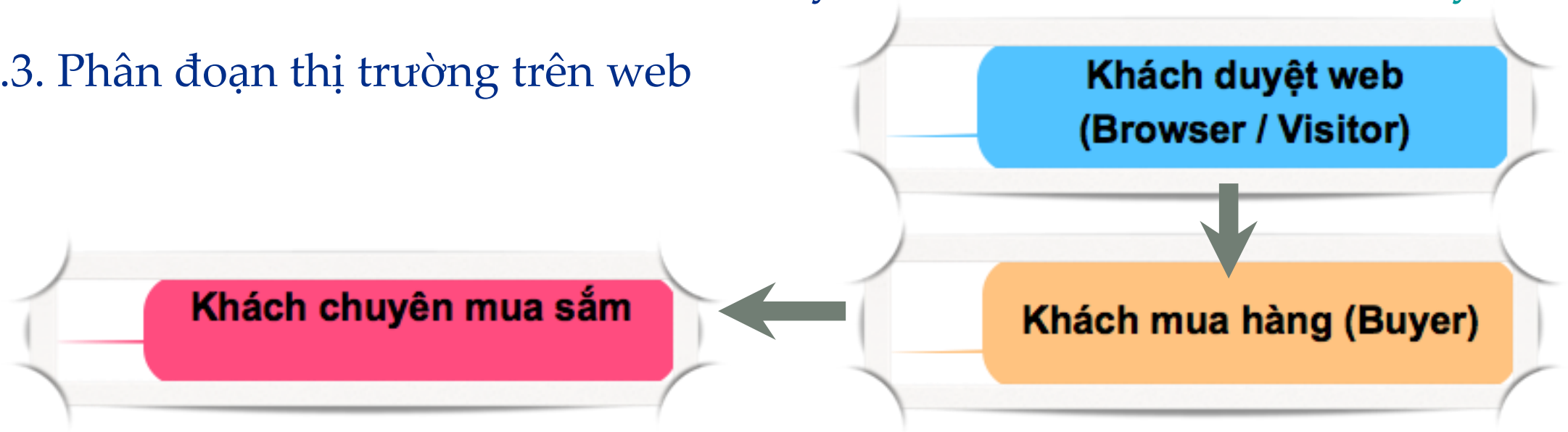
## 3.2.1. Sự tin tưởng và lựa chọn phương tiện

- ◆ Xác định khách hàng tiềm năng
- ◆ Lựa chọn phương thức truyền thông phù hợp



## 3.2.2. Phân đoạn thị trường

- ◆ 3.2.2.1. Phân đoạn thị trường là gì?
- ◆ 3.2.2.2. Phân đoạn thị trường theo kiểu truyền thống
  - ◆ Phân đoạn dựa trên 3 tiêu chí: Vị trí địa lý, dữ liệu nhân khẩu học, tâm lý.
- ◆ 3.2.2.3. Phân đoạn thị trường trên web



## 3.2.3. Mối quan hệ khách hàng và phân đoạn theo vòng đời của khách hàng

- 3.2.4. Chiến lược thu hút, chuyển đổi và duy trì khách hàng





## 3.3. Quảng cáo trực tuyến

- ◆ Quảng cáo là gì? Quảng cáo trực tuyến là gì?
- ◆ Ưu điểm của quảng cáo trực tuyến
- ◆ Ứng dụng mô hình vòng đời của khách hàng vào chiến lược quảng cáo trực tuyến
- ◆ Một số hình thức thể hiện thông điệp quảng cáo
- ◆ Một số hình thức thu phí quảng cáo trực tuyến



# Bài 4. Vấn đề thanh toán trong TMĐT

## ◆ Nội dung giảng dạy ở lớp (3 tiết):

- ◆ 4.1. Khái niệm thanh toán và hình thức thanh toán
- ◆ 4.2. Một số chức năng cơ bản của hệ thống thanh toán trực tuyến
- ◆ 4.3. Sử dụng thẻ thanh toán trong TMĐT
- ◆ 4.4. Một số dịch vụ thanh toán điện tử phổ biến khác

## ◆ Nội dung SV seminar (2 tiết):

- ◆ Tìm hiểu một số mô hình thanh toán điện tử ở Việt Nam hiện nay:
  - ◆ Dịch vụ cổng thanh toán điện tử
  - ◆ Ví tiền điện tử
  - ◆ Các doanh nghiệp có tích hợp dịch vụ thanh toán điện tử





## 4.3. Sử dụng thẻ thanh toán trong TMĐT

- ◆ 4.3.1. Khái niệm thẻ thanh toán
- ◆ 4.3.2. Phân loại thẻ thanh toán (*theo công nghệ sản xuất, tính chất thanh toán, phạm vi thanh toán, chủ thể phát hành*)
- ◆ 4.3.3. Giới thiệu 3 loại thẻ thanh toán phổ biến (*thẻ tín dụng, thẻ ghi nợ và thẻ mua hàng*)
- ◆ 4.3.4. Quy trình thanh toán bằng thẻ trong các giao dịch TMĐT



## 4.4. Một số dịch vụ thanh toán điện tử phổ biến khác

- ◆ 4.4.1. Các dịch vụ thanh toán điện tử do ngân hàng cung cấp
  - ◆ 4.4.1.1. Thanh toán qua POS
  - ◆ 4.4.1.2. Máy rút tiền tự động
  - ◆ 4.4.1.3. Internet Banking
  - ◆ 4.4.1.4. Mobile Banking
- ◆ 4.4.2. Các dịch vụ trung gian thanh toán ứng dụng thanh toán điện tử
  - Theo định nghĩa tại Khoản 10, Điều 6 Luật Ngân hàng Nhà nước năm 2010: “**Dịch vụ trung gian thanh toán** là hoạt động làm trung gian kết nối, truyền dẫn và xử lý dữ liệu điện tử các giao dịch thanh toán giữa tổ chức cung ứng dịch vụ thanh toán và người sử dụng dịch vụ thanh toán.”
  - ◆ 4.4.2.1. Dịch vụ chuyển mạch tài chính
  - ◆ 4.4.2.2. Dịch vụ cổng thanh toán điện tử
  - ◆ 4.4.2.3. Dịch vụ ví điện tử



# Bài 5. Vấn đề an ninh trong TMĐT

- ◆ Nội dung giảng dạy ở lớp (3 tiết):

- ◆ 5.1. Sự cần thiết của an ninh TMĐT
- ◆ 5.2. Các khía cạnh của an ninh TMĐT
- ◆ 5.3. Các nguy cơ đe dọa an ninh TMĐT
- ◆ 5.4. Một số giải pháp công nghệ đảm bảo an ninh TMĐT

- ◆ Nội dung SV seminar (4 tiết):

- ◆ Mô hình TMĐT B2C
- ◆ Mô hình TMĐT B2B
- ◆ Ứng dụng của TMĐT vào các lĩnh vực khác (e-government, e-learning, e-care, ...)



## 5.2. Các khía cạnh của an ninh TMĐT

### 5.2. Các khía cạnh của an ninh TMĐT

- 5.2.1. Tính toàn vẹn
- 5.2.2. Chống phủ định
- 5.2.3. Tính xác thực
- 5.2.4. Tính tin cậy
- 5.2.5. Tính riêng tư
- 5.2.6. Tính ích lợi

### 5.3. Các nguy cơ đe dọa an ninh TMĐT

- 5.3.1. Các đoạn mã nguy hiểm (Virus)
- 5.3.2. Tin tặc (Hacker)
- 5.3.3. Cracker

- 5.3.4. Sự lừa đảo
- 5.3.5. Gian lận thẻ tín dụng
- 5.3.6. Sự khước từ dịch vụ
- 5.3.7. Kẻ trộm trên mạng

### 5.4. Một số giải pháp công nghệ đảm bảo an ninh TMĐT

- 5.4.1. Kỹ thuật mã hóa thông tin
- 5.4.2. Mã hóa bí mật
- 5.4.3. Mã hóa công cộng
- 5.4.4. Chữ ký điện tử
- 5.4.5. Chứng thực điện tử



# Một số lưu ý

## • PHÂN BỐ THỜI GIAN

- ◆ Thời gian nghe giảng: 30 tiết (5 chương & ôn tập)
- ◆ Thời gian seminar: 9 tiết dành cho seminar theo nhóm

## • HÌNH THỨC VÀ MỘT SỐ TIÊU CHÍ ĐÁNH GIÁ

- ◆ **Điểm chuyên cần:** 10% (Không phép -1, Có phép -0.5, đi học trễ xem như vắng buổi đó)
- ◆ **Điểm seminar các chủ đề theo từng nhóm:** 30% (10% nộp cá nhân, 20% làm mỗi nhóm)
  - ◆ 60%: Đánh giá quá trình tự nghiên cứu và trình bày trước lớp.
  - ◆ 40%: Điểm khai thác mới (20%) và trả lời câu hỏi được hỏi (20%).
- ◆ **Điểm thưởng:** 2 lần phát biểu tốt được + 1 vào điểm quá trình
- ◆ **Điểm phạt:** Vi phạm các quy định trong giờ học (2 lần nhắc nhở) -1 điểm vào điểm quá trình, nhiều vi phạm quá nhiều lần thì có thể bị **0 điểm quá trình** và không được tham gia dự lớp.



# Một số lưu ý (tt)

- ❖ Ở buổi học đầu tiên:
  - ❖ Lớp phân thành các nhóm, chọn ra nhóm trưởng.
  - ❖ Mỗi nhóm **không quá 05 sinh viên**.
  - ❖ Trưởng nhóm có nhiệm vụ gởi các thông tin sau về nhóm cho giáo viên:
    - ❖ **Tên nhóm**
    - ❖ **Họ và tên đầy đủ** của tất cả các thành viên trong nhóm
    - ❖ **Họ và tên, địa chỉ email, điện thoại của nhóm trưởng**.



# Một số lưu ý (tt)

- ◆ **Thi đồ án:** “Nghiên cứu, phân tích và phát triển hệ thống kinh doanh điện tử ...”
- ◆ **Thời gian:** 30 phút
- ◆ **Nội dung:** Trình bày về những nội dung:
  - ◆ *Những kiến thức được giáo viên giảng dạy trên lớp;*
  - ◆ *và/hoặc Những kiến thức do giáo viên yêu cầu sinh viên tự nghiên cứu ở nhà;*
  - ◆ *và/hoặc Những chủ đề do các nhóm đã seminar trước lớp.*

- ❖ **1. Cấu trúc báo cáo:**
  - Trang bìa, Mục lục, Bảng phân công công việc, Giới thiệu đề tài;
  - Cơ sở lý thuyết, thực tế thiết kế và cài đặt;
  - Kết quả thực nghiệm;
  - Kết luận và hướng phát triển;
  - Tài liệu tham khảo, Phụ lục (nếu có);
- ❖ **2. Quy cách trình bày:**
  - Font chữ: Times New Roman, size 13, giãn dòng: 0,0, single;
  - Căn lề: Trái 2cm, Phải 2cm, Trên 2cm, Dưới 2cm;
  - Số trang tối thiểu: 26 trang (không tính phụ lục);
- ❖ **3. Thuyết trình:**
  - Thời lượng: 15-20 phút/nhóm;
  - Slide trình bày rõ ràng, súc tích;
  - Demo sản phẩm thực tế (nếu có);
  - Q&A nhóm, cá nhân: 5-10 phút.



# 3. Tài liệu tham khảo

1. Giới thiệu môn học;  
2. Nội dung chính môn học;  
3. Tài liệu tham khảo sử dụng.



## TIẾNG VIỆT

- 1. *Giáo trình Thương mại điện tử*, NXB Thống kê (2006), Chủ biên: Trần Văn Hòe, ĐH Kinh tế Quốc Dân HN.
- 2. *Thương mại điện tử cho Doanh nghiệp*, NXB Lao động Xã hội (2006), Bộ Thương mại - Trung tâm Thông tin Thương mại.
- 3. *Báo cáo Thương mại điện tử Việt Nam* - Bộ Thương mại Việt Nam (2004, 2006, 2011, 2012).
- 4. *Giáo trình Thương mại điện tử từ lý thuyết đến ứng dụng*, NXB Đại học quốc gia Hà nội (2020), PGS.TS Nguyễn Việt Khôi.
- 5. *Quản trị dịch vụ thương mại điện tử*, NXB Đại học quốc gia Hà nội (2021), TS. Nguyễn Thu Hà.

## TIẾNG ANH

- 1. *Electronic Commerce - A Managenial Perspective*, Turban, Pearson International Edition (2004).
- 2. Ebook: *E-commerce*, Ncc education, Gary P. Schneider, University of San Diego (2008).
- 3. *Digital Business and E-Commerce Management Strategy, Implementation and Practice*, Dave Chaffey, Pearson Sixth Edition (2015).