

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày tháng năm 2021

CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO ĐẠI HỌC

- Tên chương trình: Thương mại điện tử (Electronic Commerce)
- Trình độ đào tạo: Đại học
- Ngành đào tạo: Thương mại điện tử
- Loại hình đào tạo: Chính quy tập trung
- Mã ngành đào tạo: 7340122

1. Mục tiêu đào tạo

1.1. Mục tiêu chung

Đào tạo nguồn nhân lực có khả năng lập kế hoạch, phân tích, thiết kế, tư vấn và triển khai các giải pháp Thương mại điện tử nhằm giải quyết các vấn đề kinh doanh, quản lý, chuyển đổi số và đáp ứng nhu cầu xã hội về nguồn nhân lực chất lượng cao trong thời đại công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước và hội nhập quốc tế

1.2. Mục tiêu cụ thể

Mục tiêu I: Đào tạo cử nhân ngành Thương mại điện tử có đầy đủ kiến thức chuyên môn cần thiết trong lĩnh vực thương mại điện tử: nắm vững **ng nghiệp vụ kinh doanh** và thành thạo **công nghệ thông tin** ứng dụng trong kinh doanh, quản lý và ra quyết định dựa trên dữ liệu (Data-driven decision) tại doanh nghiệp

Mục tiêu II: Đào tạo đội ngũ quản lý có kiến thức vững vàng trong **hoạch định, xây dựng và triển khai** hoạt động thương mại điện tử tại doanh nghiệp và khả năng quản lý tại các cơ quan quản lý nhà nước về thương mại điện tử.

Mục tiêu III: Đào tạo đội ngũ những chuyên gia Thương mại điện tử có khả năng **lập kế hoạch, xây dựng, triển khai, đánh giá** các chiến lược thương mại điện tử trong

các doanh nghiệp, có khả năng **nhận biết và giải quyết các vấn đề** của hoạt động **thương mại điện tử** trong **thời đại công nghệ 4.0**.

Mục tiêu IV: Đào tạo những chuyên gia Thương mại điện tử có khả năng lên **kế hoạch, tổ chức, thực hiện, quản trị** quá trình **số hóa dữ liệu, ứng dụng số hóa và chuyển đổi số** toàn bộ quá trình kinh doanh trên nền tảng giải pháp thương mại điện tử trong doanh nghiệp

Mục tiêu V: Đào tạo nguồn nhân lực có phẩm chất đạo đức nghề nghiệp tốt.

1.3. Chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo (CTĐT)

	Chuẩn đầu ra chương trình đào tạo áp dụng CDIO hiện đại nền tảng giáo dục 4.0	Chi chú
1	CÁC KIẾN THỨC VÀ LẬP LUẬN NGÀNH TMĐT	
1.1	KIẾN THỨC KHOA HỌC CƠ BẢN LIÊN QUAN ĐẾN NGÀNH TMĐT	
1.1.1	Toán học	
1.1.2	Tin học	
1.1.3	Kinh doanh và quản lý	
1.1.4	Pháp luật	
1.1.5	Kiến thức về chính trị, xã hội, tâm lý thời đại 4.0	
1.2	KIẾN THỨC CƠ SỞ NGÀNH TMĐT	
1.2.1	Tư duy, phương pháp và kỹ thuật lập trình	
1.2.2	Các phương pháp phân tích thiết kế hệ thống	
1.2.3	Phân tích dữ liệu và khoa học ra quyết định	
1.2.4	Quản lý chuỗi cung ứng trong thời đại 4.0	
1.2.5	Thương mại điện tử	
1.2.6	Kế toán – Tài chính	
1.2.7	An toàn và bảo mật trong thương mại điện tử	
1.2.8	Các kiến thức nền tảng của công nghệ 4.0	
1.3	KIẾN THỨC CHUYÊN NGÀNH TMĐT	
1.3.1	Quản trị Thương mại điện tử	
1.3.2	Pháp luật về Thương mại điện tử	

1.3.3	Marketing điện tử	
1.3.4	Quản lý và phân tích dữ liệu trong Thương mại điện tử	
1.3.5	Các công cụ thương mại điện tử	
1.3.6	Phát triển, triển khai ứng dụng Thương mại điện tử	
1.3.7	Các mô hình tích hợp quy trình kinh doanh với các giải pháp thương mại điện tử	
2	KỸ NĂNG, PHẨM CHẤT CÁ NHÂN VÀ NGHỀ NGHIỆP	
2.1	CÓ KHẢ NĂNG LẬP LUẬN, PHÂN TÍCH VÀ GIẢI QUYẾT VẤN ĐỀ TMĐT	
2.1.1	Kỹ năng về tính toán, tổng hợp và khai thác thông tin hiệu quả	
2.1.2	Tư duy thiết kế (khả năng trình bày và phát triển quy trình, công việc nhiệm vụ để đạt hiệu quả mong muốn)	
2.1.3	Kỹ năng quản trị sự quá tải thông tin	
2.1.4	Hình thành chiến lược giải quyết vấn đề (Giải pháp và khuyến nghị)	
2.2	CÓ KHẢ NĂNG THỬ NGHIỆM, NGHIÊN CỨU VÀ KHÁM PHÁ TRI THỨC	
2.2.1	Xây dựng, kiểm định và bảo vệ giả thuyết	
2.2.2	Sử dụng các kỹ thuật khảo sát	
2.2.3	Kỹ năng tiếp cận và khai thác hiệu quả các phương tiện - công nghệ mới.	
2.2.4	Phân tích dữ liệu	
2.3	CÓ KHẢ NĂNG TƯ DUY TẦM HỆ THỐNG	
2.3.1	Hiểu những kiến thức cơ bản và phương pháp của tư duy hệ thống	
2.3.2	Áp dụng kiến thức liên ngành để giải quyết vấn đề	
2.3.3	Khả năng giải quyết vấn đề	
2.4	CÓ NHẬN THỨC VỀ TƯ TƯỞNG, THÁI ĐỘ VÀ TINH THẦN HỌC TẬP	

2.4.1	Sáng tạo và sẵn sàng ra quyết định chấp nhận rủi ro	
2.4.2	Kiên trì, sẵn sàng và quyết tâm, tháo vát và linh hoạt	
2.4.3	Tư duy, linh hoạt, thích ứng và sáng tạo	
2.4.4	Sự tự nhận thức và tích hợp kiến thức liên ngành	
2.4.5	Học tập và rèn luyện suốt đời	
2.4.6	Khả năng tổ chức và quản lý thời gian	
2.5	ĐẠO ĐỨC, CÔNG BẰNG VÀ CÁC TRÁCH NHIỆM KHÁC	
2.5.1	Có đạo đức nghề nghiệp, trung thực và trách nhiệm xã hội toàn cầu	
2.5.2	Có tầm nhìn và định hướng trong cuộc sống	
2.5.3	Cập nhật kiến thức và thông tin trong lĩnh vực kinh doanh, quản lý và Thương mại điện tử	
2.5.4	Khả năng hội nhập, chấp nhận sự khác biệt và công bằng	
2.5.5	Chịu áp lực cao, tin cậy và gắn bó với tổ chức	
3	LÀM VIỆC NHÓM VÀ GIAO TIẾP	
3.1	LÀM VIỆC NHÓM	
3.1.1	Kỹ năng làm việc nhóm	
3.1.2	Kỹ năng làm việc đa ngành và đa văn hóa	
3.2	GIAO TIẾP	
3.2.1	Kỹ năng giao tiếp đa phương tiện trong thời đại 4.0	
3.2.2	Thuyết trình	
3.2.3	Đàm phán, thỏa hiệp và giải quyết xung đột trong môi trường toàn cầu	
3.2.4	Trí tuệ xã hội (social intelligence): kỹ năng kết nối nhiều người khác nhau để giao tiếp, thăm dò và dự đoán sự phản ứng trong công việc	
3.3	GIAO TIẾP BẰNG NGOẠI NGỮ (TOEIC 4 kỹ năng)	

3.3.1	Giao tiếp bằng tiếng Anh (TOEIC 4 kỹ năng: Nghe, đọc 500; Nói viết 221 hoặc các chứng chỉ khác tương đương)	
4	NĂNG LỰC THỰC HÀNH Ý TƯỞNG, THIẾT KẾ, TRIỂN KHAI VÀ VẬN HÀNH TRONG DOANH NGHIỆP TMĐT TOÀN CẦU	
4.1	NHẬN THỨC VỀ BỐI CẢNH TMĐT TOÀN CẦU	
4.1.1	Phân tích được tác của TMĐT đối với môi trường và xã hội	
4.1.2	Nắm bắt được bối cảnh xã hội của lĩnh vực TMĐT	
4.1.3	Phát triển một quan điểm toàn cầu về Thương mại điện tử dựa trên bối cảnh lịch sử và văn hóa	
4.2	BỐI CẢNH DOANH NGHIỆP TMĐT TRONG MÔI TRƯỜNG TOÀN CẦU	
4.2.1	Quản trị chuyển đổi số	
4.2.2	Xác định chiến lược, mục tiêu, và kế hoạch kinh doanh của doanh nghiệp	
4.2.3	Nhận diện cơ hội kinh doanh thông qua mô hình kinh doanh TMĐT	
4.2.4	Các mô hình cơ cấu tổ chức và văn hóa của doanh nghiệp	
4.3	HÌNH THÀNH Ý TƯỞNG MÔ HÌNH VÀ GIẢI PHÁP THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ	
4.3.1	Khảo sát hiện trạng	
4.3.2	Xác định nhu cầu và thiết lập các mục tiêu kinh doanh của doanh nghiệp	
4.3.3	Xác định chức năng, nguyên lý và kiến trúc của hệ thống thương mại điện tử	
4.3.4	Xác định các vấn đề liên quan đến phát triển và quản lý dự án tích hợp	
4.4	THIẾT KẾ	
4.4.1	Xây dựng chiến lược kinh doanh Thương mại điện tử	
4.4.2	Lập kế hoạch thực hiện chiến lược kinh doanh	

4.4.3	Lập kế hoạch xây dựng nguồn lực doanh nghiệp	
4.4.4	Lập kế hoạch quản lý vận hành, kiểm tra và đánh giá giải pháp Thương mại điện tử	
4.5	THỰC HIỆN	
4.5.1	Triển khai quá trình thực hiện số hóa dữ liệu	
4.5.2	Tích hợp hệ thống thương mại điện tử	
4.5.3	Thử nghiệm và đánh giá hệ thống	
4.6	VẬN HÀNH	
4.6.1	Quản lý vận hành dự án tích hợp ứng dụng công nghệ trong chuyển đổi số	
4.6.2	Lên kế hoạch đào tạo và thủ tục thực hiện (Huấn luyện và vận hành)	
4.6.3	Quản lý vận hành hệ thống Thương mại điện tử	
4.6.4	Hỗ trợ phát triển và bảo trì hệ thống	

2. Thời gian đào tạo: 4 năm với 8 học kỳ

3. Khối lượng kiến thức toàn khóa:

130 tín chỉ không kể khối kiến thức giáo dục thể chất, giáo dục quốc phòng và ngoại ngữ.

4. Đối tượng tuyển sinh

- Theo Quy chế tuyển sinh đại học, cao đẳng hệ chính quy ban hành hiện hành của Bộ Giáo dục và Đào tạo.
- Khối tuyển sinh: Theo quy định tuyển sinh hằng năm của Trường Đại học Kinh tế - Luật

5. Quy trình đào tạo, điều kiện tốt nghiệp

Việc tổ chức đào tạo và quản lý đào tạo được thực hiện theo Quy chế đào tạo Đại học hiện hành của Đại học Quốc gia TP. Hồ Chí Minh và Trường Đại học Kinh tế - Luật.

5.1. Quy trình đào tạo

Quy trình đào tạo được chia làm 8 học kỳ:

- Khối kiến thức giáo dục đại cương và cơ sở khối ngành: học kỳ 1, học kỳ 2, học kỳ 3, học kỳ 4.