

TP. Hồ Chí Minh, ngày 16 tháng 01 năm 2023

ĐỀ CƯƠNG MÔN HỌC QUẢN TRỊ TÁC NGHIỆP THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

A. THÔNG TIN CHUNG VỀ MÔN HỌC

1. Tên môn học (tiếng Việt) : QUẢN TRỊ TÁC NGHIỆP THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ
2. Tên môn học (tiếng Anh) : Operational Management in E-Commerce
3. Mã số môn học : ITS364
4. Trình độ đào tạo : Đại học
5. Ngành đào tạo áp dụng : Tất cả các ngành đào tạo đại học
6. Số tín chỉ : 2
 - Lý thuyết : 1 tín chỉ (tương đương 15 tiết)
 - Thảo luận và bài tập : 1 tín chỉ (tương đương 15 tiết)
 - Trình bày bài tập nhóm : 0 tín chỉ
 - Khác : Tự học, làm bài tập cá nhân, bài tập nhóm.
7. Phân bổ thời gian :
 - Tại giảng đường : 30 tiết
 - Tự học ở nhà : 60 giờ
 - Trực tuyến : giảng viên có thể bố trí học online nhưng tổng số không quá 30% số tiết của toàn môn học
 - Khác : 0 tiết
8. Khoa quản lý môn học : Khoa Hệ thống thông tin quản lý
9. Môn học trước : Thương mại điện tử
10. Mô tả môn học:

Quản trị tác nghiệp TMĐT là môn học bắt buộc thuộc khối kiến thức chuyên ngành. Môn học này cung cấp những kiến thức cơ bản về quản trị vận hành TMĐT như các mô hình kinh doanh thương mại điện tử, hệ kinh doanh điện tử, chiến lược kinh doanh điện tử, cơ sở hạ tầng cho hệ kinh doanh điện tử, kế hoạch hiện thực hệ kinh doanh điện tử. Bên cạnh đó thông qua các bài tập tình huống sẽ giúp cho người học có thể tìm hiểu về chiến lược kinh doanh điện tử của một tổ chức, cách tổ chức thực hiện hoạt động kinh doanh điện tử, một số nghiên cứu trong lĩnh vực kinh doanh điện tử.
11. Mục tiêu và chuẩn đầu ra của môn học

11.1. Mục tiêu của môn học

Mục tiêu	Mô tả mục tiêu	Nội dung CĐR CTĐT ¹ phân bổ cho môn học	CĐR CTĐT
(a)	(b)	(c)	(d)
CO1	- Khái quát được mô hình kinh doanh của các doanh nghiệp cũng như vai trò của thương mại bán lẻ trong các lĩnh vực	Khả năng vận dụng kiến thức cơ bản về khoa học tự nhiên và khoa học xã hội trong lĩnh vực kinh tế và kỹ thuật	PLO1
CO2	- Thiết kế kế hoạch thực hiện, quy trình vận hành kinh doanh một cửa hàng thương mại điện tử bán lẻ trực tuyến.	Khả năng vận dụng kiến thức nền tảng và chuyên sâu một cách hệ thống để giải quyết các vấn đề chuyên môn trong ngành HTTTQL	PLO6
CO3	- Thực hiện được các nghiệp vụ tạo cửa hàng thương mại điện tử bán lẻ, đưa các sản phẩm, hình ảnh đa phương tiện, nội dung của sản phẩm. Thực hiện được các tác nghiệp quản trị hàng hóa, bán hàng và tiếp thị, chăm sóc khách hàng trong thương mại điện tử bán lẻ	Khả năng tham gia xây dựng và phát triển giải pháp ứng dụng trong ngành HTTTQL	PLO7
CO4	- Áp dụng kiến thức về quản trị bán lẻ trực tuyến	Khả năng vận dụng kiến thức nền tảng và chuyên sâu một	PLO8

¹ Giải thích ký hiệu viết tắt: CĐR – chuẩn đầu ra; CTĐT - chương trình đào tạo.

	đề lập kế hoạch, tổ chức, điều hành và kiểm soát các hoạt động kinh doanh bán lẻ trực tuyến của doanh nghiệp	cách hệ thống để giải quyết các vấn đề chuyên môn trong ngành HTTTQL	
--	--	--	--

11.2. Chuẩn đầu ra của môn học (CĐR MH) và sự đóng góp vào chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo (CĐR CTĐT)

CĐR MH	Nội dung CĐR MH	Mức độ theo thang đo của CĐR MH	Mục tiêu môn học	CĐR CTĐT
(a)	(b)	(c)	(d)	(e)
CLO1	Mô tả được vai trò của Quản trị tác nghiệp trong doanh nghiệp và giải thích được các khái niệm cơ bản của chiến lược bán lẻ	3	CO1	PLO1
CLO2	Giải thích được các khái niệm, đặc điểm của bán lẻ trực tuyến, Xác định được mô hình bán lẻ trực tuyến của doanh nghiệp trong thực tế	3	CO1	PLO1
CLO3	Hiểu được vai trò của quản trị bán lẻ trực tuyến trong doanh nghiệp: tối ưu hóa các quy trình nghiệp vụ,	3	CO1	PLO1

	giảm chi phí, tăng hiệu quả kinh doanh...			
CLO4	Lập kế hoạch kinh doanh bán lẻ trực tuyến trong doanh nghiệp phù hợp với nền kinh tế phát triển toàn cầu	3	CO2	PLO6
CLO5	Phân tích được quy trình nghiệp vụ bán lẻ trực tuyến	4	CO3	PLO7
CLO6	Mô hình hoá quy trình nghiệp vụ quản trị bán lẻ trực tuyến trong doanh nghiệp	4	CO3	PLO7
CLO7	Sử dụng được một giải pháp TMĐT để quản trị kinh doanh bán lẻ trực tuyến tại doanh nghiệp	4	CO4	PLO8
CLO8	Triển khai kế hoạch kinh doanh bán lẻ trực tuyến của doanh nghiệp.	4	CO4	PLO8

11.3. Ma trận đóng góp của môn học cho PLO

Mã CĐR CTĐT	PLO1	PLO6	PLO7	PLO8
Mã CĐR MH				
CLO1	3			

CLO2	3			
CLO3	3			
CLO4		3		
CLO5			4	
CLO6			4	
CLO7				4
CLO8				4

12. Phương pháp dạy và học

Triết lý giáo dục “Người học là trung tâm” là nền tảng cho các phương pháp được áp dụng trong môn học để giúp sinh viên chủ động và tích cực học tập. Kết quả học tập dự kiến đạt được thông qua một loạt các hoạt động học tập ở trường và ở nhà.

- Các phương pháp giảng dạy áp dụng tại giảng đường được phối hợp tùy theo nội dung bài giảng là: đàm thoại, thảo luận, nêu vấn đề, thuyết trình. Theo sự dẫn dắt của giảng viên mà sinh viên lắng nghe, ghi chép, trả lời câu hỏi, trình bày thảo luận, giải quyết các vấn đề, ...
- Sinh viên nghiên cứu tài liệu trước khi đến lớp, làm đầy đủ các bài tập ở nhà, tham gia làm bài tập nhóm, các chuẩn bị cho thuyết trình và trả lời câu hỏi,...

Quy định về hình thức giảng dạy: Giảng viên có thể chủ động lựa chọn hình thức giảng dạy là trực tuyến (online) kết hợp trực tiếp (offline), đảm bảo tổng thời gian giảng dạy trực tuyến không vượt quá 30% thời gian giảng dạy của cả môn học.

13. Yêu cầu môn học

- Hoàn thành tất cả bài tập cá nhân và bài tập nhóm.
- Đọc tài liệu môn học theo yêu cầu của giảng viên. Làm bài kiểm tra giữa kỳ và thi cuối kỳ.
- Đối với các bài kiểm tra quá trình và cuối kỳ: Sinh viên vắng thi sẽ bị điểm 0 ngoại trừ trường hợp vắng thi theo quy chế đào tạo của trường Đại học Ngân hàng TP.HCM.

14. Học liệu của môn học

14.1. Giáo trình

[1] Slide bài giảng cung cấp bởi bộ môn Thương Mại Điện Tử - Khoa Hệ Thống Thông Tin Quản Lý.

14.2. Tài liệu tham khảo

[1] Barry R. Berman& Joel R. Evans, Retail Management: A Strategic Approach, Global Edition (13th) Pearson Education, 2018.

[2] Marc J Schniederjans, Qing Cao, Jason H Triche: E-Commerce Operations Management, 2nd Edition, 2013

[3] Chaffey, *E-Business and E-Commerce Management: Strategy, Implementation and Practice*, 4th edition, 2009.

[4] Trần Thị Thập, Quản trị kinh doanh bán lẻ trực tuyến, NXB Thông tin và Truyền Thông, 2018

B. PHƯƠNG THỨC ĐÁNH GIÁ MÔN HỌC

1. Các thành phần đánh giá môn học

Thành phần đánh giá	Phương thức đánh giá	Các CĐR MH	Trọng số
A.1. Đánh giá quá trình	A.1.1. Chuyên cần	CLO1,CLO2, CLO3	10%

	A.1.2. Bài tập nhóm	CLO4, CLO5 CLO6, CLO7, CLO8	20%
	A.1.3. Kiểm tra giữa kỳ	CLO1, CLO2, CLO3	20%
A.2. Đánh giá cuối kỳ	A.2 Thi cuối kỳ	CLO1, CLO2, CLO3, CLO4	50%

2. Nội dung và phương pháp đánh giá

A.1. Đánh giá quá trình

A.1.1. Chuyên cần

Điểm chuyên cần được tính theo thang điểm 10, là trung bình cộng của hai cột điểm:

- Điểm danh cá nhân trong từng buổi học hoặc thông qua danh sách đăng nhập nếu học online.
- Tham gia vào bài giảng tại lớp hoặc trên LMS (nếu học online) theo yêu cầu của giảng viên hoặc chủ động tham gia ý kiến xây dựng bài.

A.1.2. Bài tập nhóm (Hiện thực kinh doanh thương mại điện tử bán lẻ):

Nhóm sinh viên từ 3-5 sinh viên

Bài tập 01: Xây dựng chiến lược kinh doanh bán lẻ trực tuyến

Nhóm sinh viên xây dựng chiến lược kinh doanh bán lẻ trực tuyến cho sản phẩm của một công ty do nhóm sinh viên tự giả định để thực hiện

Bài tập 02: Phân tích và thiết kế hệ thống quản trị bán lẻ trực tuyến

Nhóm sinh viên thực hiện phân tích và thiết kế các chức năng của 1 hệ thống quản trị bán lẻ trực tuyến phù hợp với sản phẩm trong phần chiến lược kinh doanh của nhóm

Bài tập 03: Hiện thực kinh doanh thương mại điện tử bán lẻ trên các nền tảng phổ biến: WOOCommere, Shopify, Haravan...

Sau các bài thực hành các nhóm tổng hợp lại thành một bài báo cáo để trình bày trước lớp.

A.1.3. Kiểm tra giữa kỳ

Bài kiểm tra được xây dựng bởi giảng viên giảng dạy theo bài kiểm tra tự luận với Case study để sinh viên phân tích và thực hiện nội dung tập trung vào bài học Lập kế hoạch kinh doanh trực tuyến.

Thời gian: 75 phút

A.2. Thi cuối kỳ

Đề thi được chọn ngẫu nhiên từ ngân hàng đề thi môn TMĐT. Đề thi có 3 câu hỏi tự luận, mỗi câu 3-4 điểm.

Bài thi kiểm tra hiểu biết tổng hợp toàn bộ môn học.

Thời gian làm bài thi: 60 phút, được sử dụng tài liệu

3. Các rubrics đánh giá

A.1. Đánh giá quá trình

A.1.1. Chuyên cần

Bảng tiêu chí đánh giá (rubric)

Tiêu chí đánh giá	Trọng số	Thang điểm				
		Từ 0 đến 3,9	Từ 4,0 đến 5,4	Từ 5,5 đến 6,9	Từ 7,0 đến 8,4	Từ 8,5 đến 10
Tần suất hiện diện của sinh viên	40%	Hiện diện dưới 40% số buổi học	Hiện diện trên 50% số buổi học	Hiện diện trên 60% số buổi học	Hiện diện trên 70% số buổi học	Hiện diện trên 80% số buổi học

Sự tham gia vào quá trình học tập tại giảng đường	60%	không tham gia vào quá trình thảo luận về nội dung bài học trong suốt học phần	tham gia thụ động vào quá trình thảo luận về nội dung bài học trong suốt học phần	tham gia chủ động vào quá trình thảo luận về nội dung bài học trong suốt học phần	chủ động tham gia tích cực vào quá trình thảo luận về nội dung bài học trong suốt học phần	chủ động tham gia rất tích cực vào quá trình thảo luận về nội dung bài học trong suốt thời học phần
---	-----	--	---	---	--	---

A.1.2. Bài kiểm tra cá nhân giữa kỳ

Rubric sau đây được dùng để chấm cho từng câu hỏi trong bài kiểm tra.

Tiêu chí đánh giá	Trọng số	Thang điểm				
		Từ 0 đến 3,9	Từ 4,0 đến 5,4	Từ 5,5 đến 6,9	Từ 7,0 đến 8,4	Từ 8,5 đến 10
Cơ sở lý luận (nền tảng/lý thuyết khoa học)	40%	Không sử dụng lý luận khoa học liên quan	Có sử dụng nhưng chưa đúng lý luận khoa học liên quan	Trình bày lý luận khoa học liên quan, nhưng chưa đủ sức thuyết phục	Sử dụng đúng lý luận khoa học liên quan, có sức thuyết phục	Sử dụng chính xác, rất thuyết phục về lý luận khoa học liên quan

Tổ chức lập luận để giải quyết vấn đề	40%	Không có logic trong lập luận; thiếu minh chứng	Lập luận còn lỏng lẻo; minh chứng thiếu tính thuyết phục	Lập luận và minh chứng có thể chấp nhận được	Lập luận tương đối chặt chẽ; minh chứng thuyết phục	Lập luận chặt chẽ; minh chứng thuyết phục
Văn phong bài kiểm tra	20%	Hành văn tối nghĩa ở các phần nội dung chính	Hành văn lung củng khiến cho người đọc khó có thể hiểu nội dung	Hành văn lung củng nhưng người đọc vẫn có thể hiểu nội dung	Hành văn tốt, đôi khi có lỗi diễn đạt	Hành văn rõ ràng, mạch lạc

A.1.3. Bài tập nhóm

Bảng tiêu chí đánh giá (rubric)

Tiêu chí đánh giá	Trọng số	Thang điểm				
		Từ 0 đến 3,9	Từ 4,0 đến 5,4	Từ 5,5 đến 6,9	Từ 7,0 đến 8,4	Từ 8,5 đến 10
Cấu trúc bài báo cáo	10%	Tiểu luận thiếu một trong	Tiểu luận thiếu	Tiểu luận thiếu phần danh	Tiểu luận thiếu	Tiểu luận có đủ tất cả các phần

			hai phần: phần cơ sở lý luận khoa học liên quan; danh sách tác giả	phần kết luận	mục tài liệu tham khảo, danh mục bảng - hình	mục lục tự động	theo quy định
Giới thiệu vấn đề	10%	Không trình bày được tính cấp thiết (tầm quan trọng..) của vấn đề	Trình bày không đúng về tính cấp thiết (tầm quan trọng..) của vấn đề	Trình bày được nhưng chưa đủ về tính cấp thiết (tầm quan trọng..) của vấn đề	Trình bày được về tính cấp thiết (tầm quan trọng..) của vấn đề nhưng chưa thuyết phục người đọc	Phân tích rõ ràng, rất thuyết phục về tính cấp thiết (tầm quan trọng..) của vấn đề	
Cơ sở lý luận (nền tảng/lý thuyết khoa học)	20%	Không sử dụng lý luận khoa học liên quan	Có sử dụng nhưng chưa đúng lý luận khoa	Trình bày lý luận khoa học liên quan, nhưng	Sử dụng đúng lý luận khoa học liên quan, có sức	Sử dụng chính xác, rất thuyết phục về lý luận	

			học liên quan	chưa đủ sức thuyết phục	thuyết phục	khoa học liên quan
Tổ chức lập luận để giải quyết vấn đề	20%	Không có logic trong lập luận; thiếu minh chứng	Lập luận còn lỏng lẻo; minh chứng thiếu tính thuyết phục	Lập luận và minh chứng có thể chấp nhận được	Lập luận tương đối chặt chẽ; minh chứng thuyết phục	Lập luận chặt chẽ; minh chứng thuyết phục
Văn phong khoa học	10%	Hành văn tối nghĩa ở các phần nội dung chính	Hành văn lung cung khiến cho người đọc khó có thể hiểu nội dung	Hành văn lung cung nhưng người đọc vẫn có thể hiểu nội dung	Hành văn tốt, đôi khi có lỗi diễn đạt	Hành văn rõ ràng, mạch lạc
Lỗi đạo văn	10%	Trên 50%	Từ 46%- 50%	Từ 31%- 45%	Từ 15%- 30%	Dưới 15%
Hình thức	10%	Không định dạng	Có lỗi: không căn lề,	Có lỗi: Không định	Có lỗi: thiếu đánh số	Định dạng đúng

		theo bất cứ tiêu chí nào	không thống nhất định dạng đoạn văn, sai khổ giấy	dạng toàn văn bản, không thống nhất font chữ	trang; thiếu bìa hoặc trình bày bìa sai quy định	tất cả các tiêu chí yêu cầu
Báo cáo bài nhóm (chỉ chấm cho nhóm đạt tiêu chuẩn để báo cáo)						
+ Kỹ năng thuyết trình	5%	Không thể báo cáo được bài tiểu luận	Báo cáo bài kém thuyết phục; tương tác chưa tốt; quản lý thời gian chưa tốt	Báo cáo bài lỗi cuốn, thuyết phục; tương tác chưa tốt; quản lý thời gian chưa tốt	Báo cáo bài lỗi cuốn, thuyết phục; tương tác tốt; quản lý thời gian chưa tốt	Báo cáo bài lỗi cuốn, thuyết phục; tương tác tốt; quản lý thời gian tốt
+ Trả lời câu hỏi	5%	Không trả lời được	Trả lời đầy đủ, rõ ràng,	Trả lời đầy đủ, rõ	Trả lời đầy đủ, rõ ràng,	Trả lời đầy đủ, rõ

		các câu hỏi đặt hỏi đúng	và thỏa đáng cho chỉ dưới 1/2 các câu hỏi đặt hỏi đúng	ràng, và thỏa đáng từ 1/2 các câu hỏi đặt hỏi đúng trở lên; các câu còn lại chưa có hướng trả lời	và thỏa đáng từ 1/2 các câu hỏi đặt hỏi đúng trở lên; các câu còn lại có hướng trả lời chấp nhận được	ràng, và thỏa đáng cho tất cả các câu hỏi đặt hỏi đúng
--	--	-----------------------------------	--	--	--	---

A.2. Bài thi cuối kỳ

Rubric sau đây được dùng để chấm cho các ý đáp án phải trả lời cho từng câu hỏi của đề thi.

Tiêu chí đánh giá	Trọng số	Thang điểm	
		0	0,5
Cơ sở khoa học của ý đáp án	50%	Không trình bày rõ	Trình bày rõ
Nội dung ý đáp án	50%	Không trình bày rõ	Trình bày rõ

C. NỘI DUNG CHI TIẾT GIẢNG DẠY

Thời lượng (tiết)	Nội dung giảng dạy chi tiết	CĐR MH	Hoạt động dạy và học	Phương pháp đánh giá	Học liệu
(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)
2	Chương 1. Tổng quan về Quản trị bán lẻ 1.1. Thương mại bán lẻ 1.1.1 Khái niệm 1.1.2. Đặc điểm của Thương mại bán lẻ 1.1.3 Mô hình kinh doanh bán lẻ và các loại hình kinh doanh bán lẻ 1.1.4 Vai trò của thương mại bán lẻ 1.1.5 Ngành kinh doanh bán lẻ	CLO1	Trực tiếp (offline) hay trực tuyến (online) GIẢNG VIÊN: - Giới thiệu môn học, phương pháp học, yêu cầu môn học, cách đánh giá. - Giảng bài mới: phương pháp thuyết trình, pp đàm thoại các khái niệm, đặc điểm, lợi ích TMĐT. - Tổ chức thảo luận về các cơ hội và thách thức của TMĐT.	A.1.1 A.1.2	[1], [2], [3]

	1.2 Quản trị hoạt động thương mại bán lẻ 1.2.1 Hoạch định chiến lược bán lẻ 1.2.2 Quản trị kỹ thuật và nghiệp vụ thương mại bán lẻ		- Giải đáp các câu hỏi của sinh viên. - Giao sinh viên nghiên cứu trước chương tiếp theo. - Giao Bài tập cá nhân: Nhận dạng các mô hình kinh doanh TMĐT trong thực tiễn ở VN. SINH VIÊN: - Nghe giảng - Trả lời câu hỏi của giảng viên - Tham gia thảo luận. - Nêu câu hỏi thắc mắc(nếu có).		
3	Chương 2. Bán lẻ trực tuyến 2.1. Khái niệm bán lẻ trực tuyến 2.1.1. Định nghĩa về bán lẻ trực tuyến 2.1.2. Ưu điểm của bán lẻ trực tuyến 2.2 Đặc điểm của bán lẻ trực tuyến	CLO2 CLO3	Trực tiếp (offline) hay trực tuyến (online) GIẢNG VIÊN: - Giảng bài mới: phương pháp diễn giảng 8 thành phần trong mô hình kinh doanh TMĐT.	A.1.1 A.1.2 A.1.3	[1] , [2], [3]

2.2.1 Bán lẻ trực tuyến so với bán lẻ truyền thống 2.2.2 Đặc điểm hàng hóa trong bán lẻ trực tuyến 2.3 Các mô hình bán lẻ trực tuyến 2.3.1 Nhà bán lẻ theo đơn đặt hàng qua thư tín chuyển sang trực tuyến 2.3.2 Bán lẻ trực tuyến trực tiếp từ nhà sản xuất 2.3.3 Nhà bán lẻ trực tuyến thuần túy 2.3.4 Nhà bán lẻ hỗn hợp 2.3.5 Bán lẻ trên “phố Internet” 2.4 Quy trình bán lẻ trực tuyến 2.4.1 Mô hình tổng quan quy trình bán lẻ trực tuyến		- Tổ chức thảo luận về việc ứng dụng các lợi điểm của TMĐT vào mỗi thành phần trong mô hình KD> - Giải đáp các câu hỏi của sinh viên. - Giao sinh viên nghiên cứu trước chương tiếp theo. - Giao Bài tập nhóm: tự chọn và phân thảo 1 mô hình kinh doanh TMĐT và sẽ thuyết trình ở buổi 9. SINH VIÊN: - Nghe giảng - Trả lời câu hỏi của giảng viên - Tham gia thảo luận. - Nêu câu hỏi thắc mắc(nếu có)		
--	--	--	--	--

	2.4.2 Các hoạt động cụ thể trong quy trình bán lẻ trực tuyến 2.5 Phân phối bán lẻ trực tuyến 2.5.1 Sự thuận tiện đối với khách hàng 2.5.2 Giá trị và lợi ích cho khách hàng 2.5.3 Chi phí đối với khách hàng 2.5.4 Truyền thông và quan hệ khách hàng 2.5.5 Danh mục hàng hóa 2.5.6 Chăm sóc khách hàng và dịch vụ khách hàng				
5	Chương 3: Quản trị bán lẻ trực tuyến 3.1 Lập kế hoạch kinh doanh bán lẻ trực tuyến 3.1.1 Tổng quan về kế hoạch kinh doanh và kế hoạch kinh doanh bán lẻ trực tuyến	CLO5 CLO6	Trực tiếp (offline) hay trực tuyến (online) GIẢNG VIÊN:. - Giảng bài mới: phương pháp thuyết trình, pp đàm thoại.	A.1.1 A.1.2 A.1.3	[1], [2], [3]

3.1.2 Nghiên cứu thị trường 3.1.3 Lựa chọn mô hình kinh doanh bán lẻ trực tuyến 3.1.4 Đội ngũ quản lý 3.1.5 Phân tích tài chính 3.1.6 Quản trị rủi ro 3.1.7 Kế hoạch hành động triển khai hoạt động kinh doanh bán lẻ trực tuyến 3.2 Quản trị các hoạt động bán lẻ trực tuyến 3.2.1 Quản trị vận hành phía back –end 3.2.2 Xúc tiến và truyền thông trong bán lẻ trực tuyến 3.2.3 Quản trị quan hệ khách hàng trong bán lẻ trực tuyến	- Giải đáp các câu hỏi của sinh viên. - Giao sinh viên nghiên cứu trước chương tiếp theo. SINH VIÊN: - Nghe giảng - Trả lời câu hỏi của giảng viên - Tham gia thảo luận. Nêu câu hỏi thắc mắc(nếu có)
--	--

5	Chương 4: Website và hệ thống thông tin bán lẻ trực tuyến 4.1. Phân tích và thiết kế website bán lẻ trực tuyến 4.1.1 Phân tích yêu cầu 4.1.2 Thiết kế chức năng 4.1.3 Thiết kế Cơ sở dữ liệu 4.2 Quản trị website bán lẻ trực tuyến 4.5.2 Thể hiện web di động: Các cân nhắc thiết kế	CLO7	Trực tiếp (offline) hay trực tuyến (online) GIẢNG VIÊN: -Giảng bài mới: phương pháp thuyết trình, pp đàm thoại các khái niệm: domain, hosting, ... - Tổ chức thảo luận về cách đánh giá 1 website TMĐT và liên hệ thực tiễn, so sánh 2 website. - Giải đáp các câu hỏi của sinh viên. - Giao sinh viên nghiên cứu trước chương tiếp theo. - Giao Bài tập cá nhân: So sánh và đánh giá website của BUH và RMIT. - SINH VIÊN: - Nghe giảng - Trả lời câu hỏi của giảng viên - Tham gia thảo luận.	A.1.1 A.1.2 A.1.3	[1], [2], [3]
---	---	------	---	--	---------------

			- Nêu câu hỏi thắc mắc(nếu có)		
13	Bài tập: Xây dựng Website thương mại điện tử bán lẻ Nhóm sinh viên từ 3-5 sinh viên Bài tập 01: Xây dựng chiến lược kinh doanh bán lẻ trực tuyến Nhóm sinh viên xây dựng chiến lược kinh doanh bán lẻ trực tuyến cho sản phẩm của một công ty do nhóm sinh viên tự giả định để thực hiện Bài tập 02: Phân tích và thiết kế hệ thống quản trị bán lẻ trực tuyến. Nhóm sinh viên thực hiện phân tích và thiết kế các chức năng của 1 hệ thống quản trị bán lẻ trực tuyến phù hợp với sản phẩm trong phần chiến lược kinh doanh của nhóm	CLO4 CLO8	Trực tiếp (offline) hay trực tuyến (online) Giảng Viên: Hướng dẫn sinh viên thực hiện xây dựng Website thương mại điện tử bán lẻ theo quy trình Sinh viên: Lắng nghe- ghi chú Thực hành theo hướng dẫn của giảng viên theo nhóm Sinh viên nghiên cứu, trả lời	A.1.3	[1]

	Bài tập 03: Hiện thực kinh doanh thương mại điện tử bán lẻ trên các nền tảng phổ biến: WOOCommere, Shopify, Haravan... Sau các bài tập các nhóm tổng hợp lại thành một bài báo cáo để trình bày trước lớp.				
2	KIỂM TRA GIỮA KỲ		Trực tiếp (offline) hay trực tuyến (online)	A.1.2	

TRƯỞNG BỘ MÔN


Nguyễn Văn Chi

NGƯỜI BIÊN SOẠN


Trần Việt Tâm

TRƯỞNG KHOA


Nguyễn Văn Chi

PGS. HIỆU TRƯỞNG



PHÓ HIỆU TRƯỞNG

PGS., TS. Nguyễn Đức Trung