

CHUẨN ĐẦU RA
TRÌNH ĐỘ ĐÀO TẠO: CAO ĐẲNG
NGÀNH/NGHỀ ĐÀO TẠO: THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

(Kèm quyết định số: 159/QĐ-CĐCNTT, ngày 11...tháng...năm... của Hiệu trưởng Trường Cao Đẳng Công nghệ Thông tin TP.HCM)

1. Mục tiêu đào tạo:

PO1: Kiến thức và kỹ năng chuyên môn TMĐT

- Sinh viên nắm vững kiến thức cơ bản về Xã hội, Kinh tế, Pháp luật liên quan đến ngành Thương mại điện tử.
- Sinh viên thực hiện thành thạo các nghiệp vụ chuyên môn TMĐT như vận hành gian hàng, tối ưu nội dung – hình ảnh, chăm sóc khách hàng số, quản lý đơn hàng và phân tích dữ liệu bán hàng.
- Sinh viên khả năng sáng tạo giải pháp nhằm tối ưu hiệu quả kinh doanh trên các nền tảng TMĐT.

PO2: Kỹ năng ngoại ngữ và công nghệ số

- Sinh viên sử dụng tiếng Anh căn bản chuyên ngành TMĐT để giao tiếp và cập nhật xu hướng quốc tế.
- Sinh viên ứng dụng tốt các phần mềm tin học, công cụ số và hệ thống quản trị TMĐT như CMS, CRM, phân tích dữ liệu và quảng cáo số.

PO3: Kỹ năng mềm trong môi trường số

- Sinh viên vận dụng hiệu quả kỹ năng thuyết trình, làm việc nhóm, lãnh đạo, đàm phán trong hoạt động kinh doanh trực tuyến.
- Sinh viên tổ chức và điều phối công việc trong môi trường TMĐT đa nền tảng và tốc độ cao.

PO4: Trách nhiệm xã hội và đạo đức nghề nghiệp số

- Sinh viên chấp hành quy định pháp luật trong kinh doanh online, bảo mật thông tin, quyền riêng tư và chuẩn mực thương mại điện tử
- Sinh viên có tinh thần trách nhiệm với công việc, với doanh nghiệp và cộng đồng số.

PO5: Thái độ nghề nghiệp và khả năng tự học

- Sinh viên hình thành thái độ nghiêm túc, chuyên nghiệp, phù hợp với môi trường kinh doanh trực tuyến.
- Sinh viên chủ động học tập suốt đời để thích ứng với sự thay đổi nhanh của công nghệ và thị trường TMĐT.

2. Chuẩn đầu ra chương trình đào tạo:

Cấp 1	Cấp 2	Cấp 3	Diễn giải chi tiết
1. Tư duy (tư duy chung và tư duy ngành nghề)	1.1. Tư duy phân tích và giải quyết vấn đề	1.1.1. Phân tích dữ liệu chuyên sâu	- Sinh viên phân tích được dữ liệu và thông tin liên quan đến hoạt động Thương mại điện tử, từ đó nhận diện vấn đề, xác định nguyên nhân và đưa ra các giải pháp tối ưu.
		1.1.2. Vận dụng công cụ, phương pháp phân tích	- Sinh viên sử dụng thành thạo các công cụ và phương pháp phân tích dữ liệu như Google Analytics, Facebook Insights, và các công cụ khác, tối ưu được chi phí và hiệu quả của chiến dịch.
	1.2. Tư duy hệ thống	1.2.1. Đánh giá hệ thống kênh bán hàng Thương mại điện tử	- Sinh viên kết nối được và tương tác giữa các kênh bán hàng Thương mại điện tử như SEO, SEM, Email Marketing, và Social Media.
		1.2.2. Tích hợp các kênh để xây dựng chiến lược toàn diện	- Sinh viên hiểu cách mỗi kênh Thương mại điện tử tác động đến nhau và tối ưu hóa được chiến lược tổng thể.
	1.3. Tư duy chiến lược	1.3.1. Lập kế hoạch bán hàng trên sàn giao dịch Thương mại điện tử	- Sinh viên lập được kế hoạch chiến lược dài hạn, phát triển và điều chỉnh kế hoạch bán hàng qua các sàn giao dịch Thương mại điện tử để đáp ứng nhu cầu thị trường và đạt hiệu quả cao.
		1.3.2. Dự báo xu hướng và hành vi khách hàng	- Sinh viên dự báo được các xu hướng ngành, nhận biết rủi ro và phát triển các phương án dự phòng hiệu quả.
	1.4. Tư duy sáng tạo và đổi mới	1.4.1. Sáng tạo nội dung và chiến dịch sản Thương mại điện tử	- Sinh viên sáng tạo thiết kế nội dung, chiến dịch quảng cáo, và giải pháp tiếp cận khách hàng mới lạ, thu hút.
		1.4.2. Đổi mới công nghệ và phương pháp tiếp cận khách hàng	- Sinh viên phát triển kỹ năng đổi mới để đáp ứng nhu cầu thay đổi nhanh chóng của ngành Thương mại điện tử.

	1.5. Tư duy toàn cầu	1.5.1. Hiểu thị trường quốc tế trong lĩnh vực Thương mại điện tử	- Sinh viên phân tích được các yếu tố quốc tế ảnh hưởng đến hoạt động Thương mại điện tử như chính sách, văn hoá và quy định pháp luật trong bối cảnh toàn cầu.
		1.5.2. Áp dụng chiến lược đa quốc gia và tuân thủ tiêu chuẩn toàn cầu	- Sinh viên vận dụng kiến thức Thương mại điện tử vào môi trường đa quốc gia, tuân thủ tiêu chuẩn quốc tế để tối ưu hiệu quả và giảm thiểu rủi ro.
2. Kiến thức	2.1. Kiến thức chung về kinh tế, xã hội	2.1.1. Hiểu kiến thức chung về kinh tế và xã hội	- Sinh viên nắm vững kiến thức nền tảng về kinh tế học, pháp luật, và các yếu tố xã hội, hiểu môi trường kinh doanh và phân tích được cách các yếu tố này ảnh hưởng đến hoạt động Thương mại điện tử.
		2.1.2. Phân tích dữ liệu và xu hướng thị trường	- Sinh viên phân tích được dữ liệu và xu hướng thị trường, ra quyết định phù hợp với chiến lược trên sàn giao dịch Thương mại điện tử.
	2.2. Hiểu cơ bản về quản trị doanh nghiệp, marketing	2.2.1. Hiểu về quản trị doanh nghiệp và chiến lược tiếp thị	- Sinh viên hiểu các kiến thức cơ bản về quản trị doanh nghiệp và chiến lược tiếp thị để tổ chức và quản lý chiến dịch hiệu quả.
		2.2.2. Hiểu về ngân sách quảng cáo và phân tích tài chính trong marketing	- Sinh lập được ngân sách quảng cáo, phân tích chi phí và đánh giá hiệu quả tài chính trong các chiến dịch sàn giao dịch Thương mại điện tử.
	2.3. Hiểu kiến thức chuyên môn lĩnh vực Thương mại điện tử	2.3.1. Hiểu về các kênh tiếp thị kỹ thuật số như SEO, SEM, Social Media	- Sinh viên sử dụng kênh tiếp thị kỹ thuật số như SEO, SEM, Social Media để đạt mục tiêu tiếp thị.
		2.3.2. Hiểu biết chuyên sâu về tối ưu hóa SEO và quản lý chiến dịch quảng cáo	- Sinh viên vận dụng các kỹ thuật tối ưu hóa SEO, quản lý chiến dịch quảng cáo trên Google Ads và các nền tảng khác.

		2.3.3. Hiểu cách xây dựng chiến lược marketing toàn cầu	- Sinh viên xây dựng được chiến lược marketing toàn cầu, đáp ứng các yêu cầu quốc tế và văn hóa địa phương.
		2.3.4. Hiểu về thương mại điện tử và chuyển đổi số trong tiếp thị	- Sinh viên tích hợp được thương mại điện tử và chuyển đổi số để tối ưu hóa hiệu quả tiếp thị.
		2.3.5. Hiểu về quản trị rủi ro và an toàn dữ liệu trong Thương mại điện tử	- Sinh viên hiểu về quản trị rủi ro dữ liệu, bảo mật được thông tin và an toàn trong các chiến dịch sàn Thương mại điện tử.
3. Kỹ năng chuyên môn/ nghề nghiệp	3.1. Vận dụng kiến thức thực hiện công việc chuyên môn đạt hiệu quả	3.1.1. Lập được kế hoạch và quản lý chiến dịch Thương mại điện tử	- Sinh viên lập được kế hoạch và quản lý được các chiến dịch sàn Thương mại điện tử toàn diện, bao gồm từ nghiên cứu đối tượng đến triển khai và đo lường.
		3.1.2. Vận dụng công cụ quảng cáo và quản lý ngân sách	- Sinh viên vận dụng hiệu quả các công cụ như Google Ads, Facebook Ads, TikTok Ads để tối ưu hóa ngân sách và hiệu quả chiến dịch.
		3.1.3. Quản lý nội dung và các kênh truyền thông	- Sinh viên quản lý và phát triển được nội dung phù hợp trên các kênh truyền thông như mạng xã hội, email marketing và các nền tảng khác.
		3.1.4. Quản lý được dự án thương mại điện tử	- Sinh viên lập được kế hoạch, phân bổ được nguồn lực, giám sát tiến độ và đánh giá hiệu quả của các dự án Thương mại điện tử.
		3.2.1. Phân tích và dự báo xu hướng Marketing trong sàn thương mại điện tử	- Sinh viên vận dụng các công cụ phân tích dữ liệu như Google Analytics để dự báo được xu hướng và hành vi khách hàng.

	3.2. Sáng tạo trong thực hành nghề nghiệp Thương mại điện tử	3.2.2. Phân tích, tối ưu hóa chi phí và đo lường hiệu quả chiến dịch	- Sinh viên phân tích được chi phí, đo lường được hiệu quả và tối ưu hóa chiến dịch sàn thương mại điện tử dựa trên dữ liệu thực tế.
		3.2.3. Áp dụng quy trình pháp lý và tiêu chuẩn quốc tế trên sàn giao dịch thương mại điện tử	- Sinh viên vận dụng các tiêu chuẩn pháp lý và quy định quốc tế trong quảng cáo số, bảo vệ dữ liệu và an toàn thông tin.
		3.2.4. Đàm phán và xây dựng quan hệ đối tác trong môi trường số	- Sinh viên thực hiện đàm phán và xây dựng mối quan hệ hợp tác với các đối tác trong môi trường số để đạt được mục tiêu chung.
4. Kỹ năng công nghệ thông tin	4.1. Quản lý và phân tích dữ liệu	4.1.1. Xử lý được dữ liệu trong sàn giao dịch thương mại điện tử	- Sinh viên thực hiện hiệu quả các công việc: thu thập, xử lý và phân tích dữ liệu từ các nền tảng Digital Marketing như Google Analytics, Facebook Insights, và các công cụ tương tự.
		4.1.2. Thực hiện quản lý và bảo mật thông tin	- Sinh viên nhận biết được các rủi ro về an ninh mạng, bảo mật được thông tin, bao gồm quản lý quyền truy cập và bảo vệ dữ liệu khách hàng trong môi trường số.
	4.2. Sử dụng thành thạo các công cụ và hệ thống quản lý hiện đại	4.2.1. Vận dụng được các công cụ hỗ trợ tự động hóa và tối ưu hóa chiến dịch	- Sinh viên sử dụng hiệu quả các công cụ tự động hóa quy trình Digital Marketing, như email marketing automation hoặc các công cụ tối ưu hóa quảng cáo.
		4.2.2. Vận dụng được các phần mềm chuyên ngành Digital Marketing	- Sinh viên sử dụng thành thạo các phần mềm chuyên ngành Digital Marketing, bao gồm CRM, quản lý chiến dịch quảng cáo, và các hệ thống theo dõi hiệu suất.
		4.2.3. Khai thác dữ liệu lớn (Big Data) và AI trong Digital Marketing	- Sinh viên có kiến thức cơ bản về Big Data và AI để tận dụng các công nghệ phân tích dữ liệu nhằm tối ưu hóa chiến lược Digital Marketing và giám sát hiệu quả theo thời gian thực.


5. Kỹ năng ngoại ngữ	5.1. Giao tiếp bằng ngoại ngữ	5.1.1. Giao tiếp cơ bản và chuyên ngành bằng tiếng Anh	- Sinh viên có khả năng giao tiếp bằng tiếng Anh ở mức độ cơ bản và chuyên ngành để thực hiện tốt các công việc trong lĩnh vực thương mại điện tử, bao gồm trao đổi qua email, hội thoại trực tiếp, và giao tiếp trong các cuộc họp, đàm phán với đối tác quốc tế.
		5.1.2. Đàm phán và thương thảo bằng tiếng Anh	- Sinh viên có khả năng đàm phán và thương thảo bằng tiếng Anh để thương lượng với đối tác quốc tế về ngân sách, nội dung chiến dịch, thời gian thực hiện, và các chi tiết hợp đồng.
	5.2. Sử dụng thành thạo ngoại ngữ trong công việc chuyên môn	5.1.3. Lắng nghe và ghi chú trong cuộc họp và hội thảo quốc tế	- Sinh viên có khả năng lắng nghe và hiểu các cuộc họp, hội thảo chuyên ngành hoặc hội nghị quốc tế về Thương mại điện tử bằng tiếng Anh, ghi chú chính xác để nắm bắt thông tin và ý kiến từ các bên.
		5.2.1. Đọc hiểu tài liệu chuyên ngành Digital Marketing bằng tiếng Anh	- Sinh viên có khả năng đọc hiểu và nắm bắt thông tin từ các tài liệu chuyên ngành Digital Marketing, báo cáo hiệu suất, hợp đồng quảng cáo, và các quy định pháp lý bằng tiếng Anh.
		5.2.2. Thích ứng với ngôn ngữ và văn hóa Thương mại điện tử quốc tế	- Sinh viên thông thạo ngôn ngữ và am hiểu về văn hóa làm việc, tập quán kinh doanh thương mại điện tử của các đối tác quốc tế để giao tiếp hiệu quả và xây dựng mối quan hệ hợp tác lâu dài.
		5.2.3. Ứng dụng ngoại ngữ trong công nghệ và phần mềm Digital Marketing	- Sinh viên biết cách sử dụng các phần mềm Digital Marketing (như CRM, marketing automation tools) có giao diện bằng tiếng Anh, đọc hiểu các hướng dẫn sử dụng và xử lý các vấn đề kỹ thuật phát sinh.
	6. Kỹ năng mềm	6.1. Kỹ năng giao tiếp	6.1.1. Kỹ năng thuyết trình

		6.1.2. Kỹ năng đàm phán và thuyết phục	- Sinh viên biết cách xây dựng lập luận, lắng nghe, và đưa ra các đề xuất phù hợp trong việc thương thảo các chiến lược thương mại điện tử.
		6.1.3. Kỹ năng làm việc nhóm và hợp tác	- Sinh viên biết cách hỗ trợ, phối hợp và tận dụng sức mạnh của các thành viên khác trong nhóm để hoàn thành các dự án Digital Marketing hiệu quả.
	6.2. Kỹ năng quản lý	6.2.1. Kỹ năng quản lý thời gian	- Sinh viên biết cách sắp xếp công việc ưu tiên, lập kế hoạch và phân bổ thời gian hiệu quả cho từng nhiệm vụ trong các chiến dịch sàn thương mại điện tử.
		6.2.2. Kỹ năng lãnh đạo	- Sinh viên có thể trở thành người dẫn dắt nhóm, biết cách lập kế hoạch, phân công công việc, khuyến khích đồng đội, và giải quyết xung đột trong quá trình thực hiện các dự án Digital Marketing.
7. Thái độ	7.1. Kỷ luật, trách nhiệm và cam kết	7.1.1. Thực hiện kỷ luật và tuân thủ quy định	- Sinh viên có thái độ kỷ luật, biết tuân thủ quy định của tổ chức, các nguyên tắc và các quy chuẩn trong quản lý chiến dịch sàn thương mại điện tử.
		7.1.2. Chịu trách nhiệm và cam kết với công việc	- Sinh viên có tinh thần trách nhiệm cao, cam kết hoàn thành các nhiệm vụ được giao đúng hạn và đảm bảo chất lượng chiến dịch Digital Marketing.
	7.2. Trung thực, liêm chính và ý thức trách nhiệm xã hội	7.2.1. Trung thực, liêm chính	- Sinh viên có thái độ trung thực trong báo cáo, minh bạch trong việc phân tích dữ liệu và đảm bảo tuân thủ các nguyên tắc đạo đức nghề nghiệp thương mại điện tử.
		7.2.2. Ý thức trách nhiệm xã hội	- Sinh viên có ý thức bảo vệ quyền lợi khách hàng, cam kết xây dựng chiến lược sàn giao dịch thương mại điện tử bền vững và thân thiện với môi trường.
	7.3. Cầu thị và hợp tác	7.3.1. Cầu thị và biết lắng nghe	- Sinh viên sẵn sàng tiếp thu ý kiến, góp ý từ đồng nghiệp và cấp trên, qua đó cải thiện và hoàn thiện kỹ năng Digital Marketing.

		7.3.2. Tinh thần hợp tác và làm việc nhóm	- Sinh viên có thái độ tôn trọng, hỗ trợ và phối hợp nhịp nhàng với đồng nghiệp và đối tác để đảm bảo chiến dịch sàn thương mại điện tử hoạt động hiệu quả.
--	--	---	---

3. Chuẩn đầu ra chương trình đào tạo (PLO - Program Learning Outcomes) và Chuẩn đầu ra môn học (CLO – Course Learning Outcomes) trong mối quan hệ với Mục tiêu đào tạo (PO):

Chuẩn đầu ra (PLO)	Đáp ứng mục tiêu (PO)	CLO	Trình độ năng lực
PLO1 - Sinh viên nắm vững các khái niệm, quy định, nguyên tắc cơ bản của hệ thống Pháp luật Việt Nam. - Hiểu rõ các giá trị tư tưởng và triết lý chính trị nền tảng của Việt Nam, đặc biệt là tư tưởng Hồ Chí Minh và triết học Mác-Lênin. Từ đó có lập trường tư tưởng, chính trị đúng đắn, vững vàng áp dụng trong công việc và đời sống. - Sinh viên hiểu các kiến thức cơ bản về Quốc phòng An ninh, kỹ năng quân sự, rèn luyện thể lực để có sự hiểu biết đúng đắn về tình hình kinh tế - xã hội của Đất Nước và có kiến thức, kỹ năng để thực hiện nghĩa vụ bảo vệ Tổ Quốc.	PO1, PO4	CLO1(Pháp luật): - Sinh viên nắm vững các khái niệm, quy định, các nguyên tắc cơ bản của hệ thống Pháp luật Việt Nam. Từ đó có tư duy và hành động thượng tôn pháp luật.	- Nhận biết được cấu trúc, chức năng của các cơ quan trong bộ máy Nhà Nước và các tổ chức chính trị, chính trị xã hội ở Việt Nam; các thành tố của hệ thống pháp luật và các loại văn bản quy phạm pháp luật của Việt Nam. - Vận dụng được các kiến thức được học về pháp luật lao động; phòng, chống tham nhũng; bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng vào việc xử lý các vấn đề liên quan trong các công việc và cuộc sống.
		CLO2 (Giáo dục chính trị) - Nắm vững các khái niệm cơ bản về hệ thống chính trị và nhà nước, bao gồm cấu trúc, chức năng và vai trò của các cơ quan quyền lực nhà nước và tổ chức chính trị. - Biết được các kiến thức về các tư tưởng	- Vận dụng được được các kiến thức chung được học về quan điểm, đường lối, chính sách của Đảng và Nhà nước vào giải quyết các vấn đề của cá nhân, xã hội và các vấn đề khác trong quá trình học tập, lao động, hoạt động hàng ngày và tham gia xây dựng, bảo vệ Tổ quốc

			<p>chính trị lớn trên thế giới, bao gồm tư tưởng Marx-Lenin, tư tưởng Hồ Chí Minh, cũng như các tư tưởng và hệ thống chính trị khác.</p>	
			<p>CLO3 (Giáo dục Quốc phòng và An ninh)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nắm vững các kiến thức cơ bản về quốc phòng, an ninh, kỹ năng quân sự cơ bản và ý thức trách nhiệm trong việc bảo vệ tổ quốc. - Sinh viên có khả năng thực hiện các kỹ năng quân sự và an ninh trong các tình huống thực tế. 	<ul style="list-style-type: none"> - Hiểu được các nguyên tắc cơ bản về quốc phòng, an ninh, pháp luật liên quan, và tầm quan trọng của việc xây dựng ý thức trách nhiệm bảo vệ tổ quốc. - Biết thực hiện các kỹ năng quân sự cơ bản, như điều lệnh đội ngũ, bắn súng, phòng thủ dân sự, sơ cấp cứu, và xử lý các tình huống an ninh quốc gia cơ bản.
			<p>CLO4 (Giáo dục thể chất)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cải thiện sức khỏe thể chất, nâng cao thể lực và tăng cường khả năng vận động thông qua các hoạt động thể dục thể thao. - Phát triển các tố chất thể lực cơ bản như sức bền, sức mạnh, tốc độ, linh hoạt và khéo léo thông qua các bài tập và hoạt động thể chất đa dạng. 	<ul style="list-style-type: none"> - Tự tập luyện, rèn luyện đúng các yêu cầu về kỹ thuật, quy định của môn cầu lông, điền kinh và thể dục cơ bản. - Áp dụng vào thi đấu cũng như tổ chức được giải đấu ở các môn điền kinh và cầu lông.
PLO2	- Sinh viên có kiến thức cơ bản về nguyên lý vận hành của nền kinh tế dựa trên cung cầu của thị trường. Từ đó, có sự hiểu biết đúng đắn về các nhân tố	PO1, PO2, PO3, PO4	<p>CLO5 (Kinh tế vi mô)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hiểu rõ các nguyên lý và mô hình cơ bản của kinh tế vi mô, bao gồm cung cầu, hành vi người tiêu dùng, lý thuyết sản 	<ul style="list-style-type: none"> - Nắm vững khái niệm về cung, cầu, co giãn, tối ưu hóa lợi ích, chi phí cận biên, và các loại thị trường (cạnh tranh hoàn hảo, độc quyền, v.v.).

<p>của nền kinh tế tác động đến ngành Thương mại điện tử.</p> <p>- Sinh viên có hiểu biết cơ bản về quản trị doanh nghiệp, cách thức tổ chức, các phương pháp quản trị doanh nghiệp. Từ đó có nhận thức và hành động đúng đắn trong công việc.</p> <p>- Sinh viên hiểu được các kiến thức cơ bản về marketing, làm nền tảng cho các hoạt động của doanh nghiệp thương mại điện tử sau này.</p> <p>- Sinh viên hiểu được kiến thức cơ bản về kế toán doanh nghiệp, làm nền tảng để quản trị tốt tình hình tài chính của doanh nghiệp, đặc biệt là doanh nghiệp thương mại điện tử.</p> <p>- Sinh viên sử dụng thành thạo các ứng dụng tin học văn phòng vào công việc và cuộc sống.</p>	<p>xuất trong doanh nghiệp và cấu trúc thị trường; biết áp dụng kiến thức để phân tích các vấn đề kinh tế cơ bản.</p>	<p>- Áp dụng các mô hình kinh tế vi mô để giải quyết các bài toán thực tế như tính giá cân bằng, phân tích tác động của các chính sách thuế, hoặc dự báo hiệu quả sản xuất.</p>
	<p>CLO6 (Kỹ năng mềm 1)</p> <p>- Sinh viên phát triển được kỹ năng mềm cần thiết để thực hiện chiến dịch Digital Marketing hiệu quả.</p> <p>- Nắm được các kỹ năng giao tiếp, thuyết trình, lập luận và làm việc nhóm. Thực hành quản lý thời gian và phối hợp nhóm hiệu quả. Phát triển thái độ chủ động, hợp tác và tự tin trong công việc</p>	<p>- Sinh viên nắm được các kỹ năng thuyết trình, lập luận, làm việc nhóm và quản lý thời gian.</p> <p>- Sinh viên hiểu tầm quan trọng của kỹ năng giao tiếp, làm việc nhóm và thuyết trình trong Digital Marketing.</p>
	<p>CLO7(Kỹ năng mềm 2)</p> <p>- Nâng cao khả năng quản lý dự án, làm việc nhóm và giao tiếp chuyên nghiệp trong môi trường Digital Marketing</p> <p>- Nắm được kỹ năng đàm phán, thương thảo và giải quyết xung đột. Thực hành phối hợp nhóm và lãnh đạo dự án. Phát triển thái độ chủ động, hợp tác và trách nhiệm trong công việc.</p>	<p>- Sinh viên nắm được kỹ năng đàm phán, thương thảo, phối hợp nhóm và lãnh đạo dự án</p> <p>- Sinh viên hiểu cách xây dựng mối quan hệ, đàm phán và giải quyết xung đột trong môi trường làm việc.</p>
	<p>CLO8 (Thương mại điện tử)</p> <p>- Hiểu được cách đánh giá hệ thống kênh</p>	<p>- Thu thập, phân tích dữ liệu TMĐT và đánh giá hiệu quả hoạt động kinh doanh trên nền tảng số. Vận dụng các phương</p>

			<p>TMĐT và vận dụng tư duy hệ thống.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Biết lập kế hoạch kinh doanh và dự báo hành vi khách hàng. - Hiểu được kiến thức nền tảng kinh tế – quản trị – marketing. - Phân tích và đánh giá hiệu quả chiến dịch, tối ưu chi phí. 	<p>pháp phân tích để nhận diện xu hướng thị trường TMĐT.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Xây dựng kế hoạch bán hàng trên sàn TMĐT theo quy trình chuẩn. Sử dụng dữ liệu để dự báo hành vi khách hàng trong môi trường số. - Trình bày kiến thức kinh tế – xã hội căn bản. Giải thích các khái niệm quản trị, marketing và ngân sách quảng cáo. - Phân tích dữ liệu thị trường và chiến lược tiếp thị liên quan TMĐT. - Phân tích hiệu quả marketing trên sàn TMĐT. - Sinh viên biết tối ưu chi phí – theo dõi và đánh giá hiệu suất. Áp dụng quy trình pháp lý cơ bản trong TMĐT. Hợp tác trong đàm phán với đối tác TMĐT.
			<p>CLO9 (Quản trị học)</p> <ul style="list-style-type: none"> -Hiểu được cách thức tổ chức, điều hành một doanh nghiệp. - Hiểu được các phương pháp quản trị doanh nghiệp. 	<ul style="list-style-type: none"> - Hiểu rõ các nguyên lý quản trị cơ bản, bao gồm các phong cách quản trị, quy trình ra quyết định, và vai trò của quản trị trong hoạt động kinh doanh. - Có khả năng áp dụng các phương pháp quản trị như lập kế hoạch chiến lược, thiết kế cơ cấu tổ chức, và xây dựng kế hoạch kiểm soát hiệu quả để giải quyết các vấn đề quản lý cơ bản trong doanh nghiệp.

			<p>CLO10 (Marketing căn bản)</p> <p>- Hiểu được các khái niệm cơ bản, vai trò và nguyên tắc của marketing trong kinh doanh, bao gồm nghiên cứu thị trường, phân khúc khách hàng, định vị sản phẩm, và phát triển chiến lược marketing mix (4P: Product, Price, Place, Promotion). Sinh viên có thể áp dụng kiến thức để xây dựng và triển khai các hoạt động tiếp thị cơ bản.</p> <p>- Có khả năng phân tích thị trường, hành vi khách hàng và các yếu tố cạnh tranh, đánh giá hiệu quả của các chiến lược marketing, và đề xuất giải pháp cải thiện nhằm nâng cao hiệu quả tiếp thị</p>	<p>- Nắm được các khái niệm cơ bản trong marketing như nghiên cứu thị trường, phân khúc thị trường, định vị sản phẩm, hành vi khách hàng, và marketing mix (4P); vai trò của marketing trong việc tạo giá trị cho khách hàng và doanh nghiệp; các phương pháp và công cụ cơ bản để thu thập và phân tích dữ liệu thị trường.</p> <p>- Có thể thực hiện các bước cơ bản trong nghiên cứu thị trường, bao gồm thu thập, phân tích và diễn giải dữ liệu; xây dựng chiến lược marketing mix (4P) phù hợp với một sản phẩm hoặc dịch vụ cụ thể; triển khai các hoạt động quảng bá và khuyến mãi đơn giản, phù hợp với ngân sách và mục tiêu kinh doanh.</p>
			<p>CLO11 (Nguyên lý kế toán)</p> <p>-Nắm vững các khái niệm, nguyên tắc cơ bản và quy trình kế toán, bao gồm ghi chép sổ sách, lập báo cáo tài chính, và xử lý các nghiệp vụ kế toán cơ bản.</p>	<p>- Hiểu rõ các nguyên tắc kế toán cơ bản như nguyên tắc cơ sở dồn tích, nguyên tắc nhất quán, và các khái niệm tài sản, nợ phải trả, vốn chủ sở hữu, doanh thu và chi phí.</p> <p>- Áp dụng các nguyên tắc để ghi nhận các giao dịch kinh tế vào sổ sách kế toán, lập bảng cân đối kế toán, báo cáo kết quả kinh doanh, và báo cáo lưu chuyển tiền tệ.</p>

			<p>CLO12 (Tin học)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sử dụng thành thạo các ứng dụng tin học văn phòng như Microsoft Office và Google Workspace. - Hiểu kiến thức cơ bản về cấu trúc hệ thống máy tính, thông tin trong máy tính và ứng dụng tin học, đồng thời rèn luyện kỹ năng sử dụng Word, Excel, PowerPoint và các công cụ tìm kiếm như Google. 	<ul style="list-style-type: none"> - Thành thạo sử dụng các phần mềm văn phòng như Microsoft Word, Excel, PowerPoint, Internet hoặc các phần mềm trong đưng. - Kỹ năng tạo và chỉnh sửa tài liệu văn bản, bảng tính và bài thuyết trình chuyên nghiệp.
			<p>CLO13 (Thương mại điện tử)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hiểu kiến thức cơ bản về Thương mại điện tử, sự cần thiết của thương mại điện tử trong nền kinh tế hiện đại, nhận định được điều kiện cần thiết để kinh doanh trên internet 	<ul style="list-style-type: none"> - Hiểu được đặc trưng của Thương mại điện tử, phân biệt được các mô hình Thương mại điện tử, hiểu được lợi ích của thương mại điện tử, nhận định được các thách thức và cơ hội của Thương mại điện tử.
PLO3	<ul style="list-style-type: none"> - Sinh viên hiểu rõ về các nghiệp vụ trong Thương mại điện tử từ chuỗi cung ứng, vận tải, giao nhận, bảo hiểm và thanh toán. - Sinh viên thực hiện đúng các quy trình nghiệp vụ quản trị chuỗi cung ứng, vận tải, giao nhận, bảo hiểm và thanh toán trong thương mại điện tử. - Sinh viên có khả năng giao tiếp hiệu quả bằng tiếng Anh trong môi 	PO1, PO3, PO4.	<p>CLO14 (Thanh toán quốc tế)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hiểu rõ quy trình thanh toán hợp đồng thương mại hàng hóa quốc tế; hiểu về các phương tiện thanh toán quốc tế; hiểu về bộ chứng từ trong thanh toán quốc tế. - Phân tích được các lợi ích và hạn chế, rủi ro của từng phương thức thanh toán quốc tế. 	<ul style="list-style-type: none"> - Thực hiện đúng quy trình thanh toán quốc tế cho một lô hàng cụ thể. Chuẩn bị được bộ chứng từ trong thanh toán quốc tế. - Xác định và xử lý được các bất hợp lệ của bộ chứng từ. - Xử lý được các tình huống phát sinh trong thanh toán quốc tế.

<p>trường Digital Marketing, bao gồm trao đổi qua email, đàm phán, và giao tiếp trong các cuộc họp quốc tế.</p> <p>- Sinh viên nhận biết, phân tích các điểm tích cực và hạn chế trong các hoạt động nghiệp vụ. Từ đó, đề xuất giải pháp nhằm gia tăng hiệu quả hoạt động thương mại điện tử.</p>	<p>CLO15 (Thanh toán điện tử)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hiểu được tầm quan trọng của thanh toán điện tử. - Hiểu rõ quy trình thanh toán điện tử trong thương mại điện tử. - Vận dụng được các kiến thức thanh toán điện tử vào nghề nghiệp và cuộc sống. 	<ul style="list-style-type: none"> - Hiểu được lợi ích của thanh toán điện tử. - Phân biệt được thanh toán điện tử và thanh toán trực tuyến. - Thực hiện đúng quy trình của các hình thức thanh toán điện tử (thẻ, ví điện tử, séc, chuyển khoản, ...) - Đảm bảo được an toàn trong thanh toán điện tử.
	<p>CLO16 (Chuyên đề hoạch định chiến lược kinh doanh thương mại điện tử)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Phân tích & đánh giá vấn đề chiến lược trong TMĐT. - Vận dụng kiến thức chuyên môn để thiết kế chiến lược. - Sử dụng công nghệ và phân tích dữ liệu phục vụ hoạch định chiến lược 	<ul style="list-style-type: none"> - Sinh viên phân tích được dữ liệu, thông tin thị trường, đánh giá bối cảnh kinh doanh và xác định vấn đề chiến lược trong thương mại điện tử. - Sinh viên áp dụng kiến thức TMĐT, quản trị, marketing số, hành vi khách hàng... để xây dựng kế hoạch chiến lược khả thi. - Sinh viên khai thác công cụ phân tích dữ liệu, nền tảng Digital Marketing, hệ thống thông tin để hỗ trợ quá trình hoạch định chiến lược.
	<p>CLO17(Tiếng Anh 1)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Giúp sinh viên xây dựng nền tảng ngôn ngữ chuyên ngành, tạo khả năng trao đổi thông tin, hợp tác quốc tế. Giúp phát triển tư duy ngôn ngữ, kỹ năng giao tiếp cơ bản, và rèn luyện khả năng thích ứng với môi trường chuyên môn quốc tế ngay từ đầu. 	<ul style="list-style-type: none"> - Sinh viên nắm được kỹ năng giao tiếp, đọc hiểu, đàm phán cơ bản bằng tiếng Anh trong công việc. - Sinh viên hiểu được quan trọng của giao tiếp tiếng Anh trong môi trường Digital Marketing, cách đọc hiểu tài liệu chuyên ngành.

			<p>CLO18 (Tiếng Anh chuyên ngành thương mại điện tử)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tư duy phân tích và giải quyết vấn đề trong TMĐT. - Sinh viên vận dụng các thuật ngữ tiếng anh chuyên ngành TMĐT. 	<ul style="list-style-type: none"> - Sinh viên vận dụng tiếng Anh chuyên ngành để phân tích, diễn giải và trình bày vấn đề trong lĩnh vực thương mại điện tử. - Sinh viên giải thích được các khái niệm và quy trình cơ bản về SEO, quảng cáo trực tuyến và digital marketing bằng tiếng Anh. - Thực hiện được các hoạt động giao tiếp TMĐT bằng tiếng Anh: email thương mại, trao đổi khách hàng, xử lý khiếu nại.
			<p>CLO19 (Chuỗi cung ứng toàn cầu)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sinh viên hiểu biết chuyên sâu về chuỗi cung ứng quốc tế trong thương mại điện tử. - Vận dụng được các kiến thức để thực hiện các chức năng quản trị chuỗi cung ứng toàn cầu. - Giải quyết được các vấn đề phát sinh cụ thể 	<ul style="list-style-type: none"> - Sinh viên phân biệt, so sánh được chuỗi cung ứng quốc tế và chuỗi cung ứng nội địa. - Phân tích, đánh giá các nhân tố tác động đến chuỗi cung ứng quốc tế trong thương mại điện tử. - Sinh viên thực hiện đúng các chức năng trong chuỗi cung ứng. - Giải quyết được các tình huống phát sinh cụ thể liên quan đến chuỗi cung ứng quốc tế. - Có các kiến nghị, đề xuất nhằm nâng cao hiệu quả của chuỗi cung ứng.
			<p>CLO20 (Quản trị thương mại điện tử)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hiểu và phân tích các yếu tố cơ bản trong quản trị TMĐT. 	<ul style="list-style-type: none"> - Phân tích được các yếu tố nền tảng của TMĐT, bao gồm các mô hình kinh doanh TMĐT, các yếu tố ảnh hưởng đến sự phát triển của TMĐT, và cách TMĐT tương tác

✓
 ỨNG
 ẮNG
 THÔNG
 PHỔ
 MINH

			<ul style="list-style-type: none"> - Áp dụng các chiến lược marketing trong TMĐT. - Quản lý các hoạt động bán hàng và chăm sóc khách hàng trong TMĐT 	<p>với các mô hình kinh doanh truyền thống.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Áp dụng các chiến lược marketing trực tuyến để quảng bá sản phẩm/dịch vụ trong môi trường TMĐT, bao gồm SEO, SEM, marketing qua mạng xã hội, email marketing và các công cụ phân tích. - Sinh viên thực hiện được việc quản lý đơn hàng, các công cụ thanh toán điện tử, quản lý kho hàng, quy trình giao hàng, chăm sóc khách hàng qua các kênh trực tuyến, xây dựng hệ thống hỗ trợ khách hàng.
PLO4	<ul style="list-style-type: none"> - Sinh viên có khả năng lập website hoạt động phù hợp, hiệu quả với lĩnh vực thương mại điện tử. Thiết lập, quản lý được các nội dung cho website. - Đảm bảo được an toàn trong giao dịch thương mại điện tử. 	PO1, PO3, PO4.	<p>CLO21 (Thiết kế giao diện web)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Thực hiện được cách thức hiệu chỉnh tối ưu hóa hình ảnh cho web. - Biết cách sử dụng phần mềm Figma để hiệu chỉnh ảnh và thiết kế giao diện web Biết cách thiết kế banner, poster động với phần mềm Photoshop và Flash. - Tạo các hiệu ứng hoạt ảnh mượt mà giữa các trạng thái của các đối tượng hoặc màn hình trong prototype, giúp trải nghiệm người dùng trở nên mượt mà và trực quan hơn. 	<ul style="list-style-type: none"> - Sinh viên sử dụng thành thạo phần mềm Figma để hiệu chỉnh ảnh và thiết kế giao diện Web. - Học viên thiết kế giao diện một ứng dụng web hoàn chỉnh, sử dụng tất cả các công cụ và kỹ thuật đã học để tạo ra một sản phẩm hoàn chỉnh, có thể sử dụng cho các trang web hoặc ứng dụng thực tế.

			<p>CLO22 (Chuyên đề lập kế hoạch digital marketing)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Lập kế hoạch, tư duy chiến lược kinh doanh thương mại điện tử. - Sáng tạo nội dung truyền thông số, triển khai quy trình quản trị marketing. 	<ul style="list-style-type: none"> - Sinh viên phân tích, lập mục tiêu KPIs, và xây dựng được bản kế hoạch, chiến lược tổng thể, hoàn chỉnh dựa trên dữ liệu thị trường và mục tiêu doanh nghiệp. - Sinh viên thiết kế nội dung truyền thông số (content, key message, visual direction) phục vụ chiến dịch Digital Marketing. - Xây dựng timeline, phân nhiệm và giám sát tiến độ chiến dịch Digital Marketing. - Sinh viên trình bày, mô tả và vận dụng kiến thức hệ sinh thái TMĐT trong thiết kế chiến dịch Digital Marketing. Áp dụng quy trình quản trị marketing vào việc xây dựng chiến dịch Digital Marketing, xây dựng giải pháp tối ưu landing page, tối ưu nội dung, tối ưu chuyển đổi (CRO) cho chiến dịch Digital Marketing.
			<p>CLO23 (Chuyên đề thiết kế web)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sinh viên có kiến thức chuyên sâu về thiết kế web tĩnh, web động, xây dựng được ứng dụng web hoàn chỉnh. Sinh viên thành thạo ngôn ngữ HTML, Javascript, CSS, ... và các công cụ lập trình web 	<ul style="list-style-type: none"> - Thành thạo việc tìm kiếm, thu thập, tổng hợp, phân tích, trình bày đề giải quyết các bài toán liên quan đến thiết kế Web. - Áp dụng thành thạo các kỹ thuật để thiết kế được giao diện Web có đáp ứng với công cụ HTML và CSS. - Áp dụng thành thạo các kỹ thuật với Javascript để

				xây dựng ứng dụng Web hoàn chỉnh.
			<p>CLO24 (Hệ thống quản lý nội dung CMS)</p> <p>- Sinh viên được những kiến thức cơ bản về hệ quản trị nội dung (CMS), công cụ WordPress dùng để thiết kế website, cũng như dùng PHP và MySQL để tùy biến thêm các chức năng của website. Người học được rèn luyện các kỹ năng thiết kế website dùng trong hoạt động kinh doanh, website cá nhân dựa trên các công cụ trên.</p>	<p>- Cài đặt được các phần mềm xây dựng website bằng CMS WordPress. Hiểu và vận dụng các thành phần cơ bản trong CMS WordPress để quản trị website.</p> <p>- Hiểu và vận dụng Plugin, Theme trong CMS WordPress để quản trị website. Vận dụng CMS WordPress để xây dựng website tin tức, bán hàng, website cá nhân. Vận dụng HTML, CSS, JavaScript, PHP và MySQL để tùy biến thêm các chức năng của website.</p> <p>- Triển khai được ứng dụng website lên Hosting</p>
			<p>CLO25 (Bảo mật thương mại điện tử)</p> <p>- Sinh viên có kiến thức cơ bản về bảo mật, bảo vệ dữ liệu và thông tin trên web và internet.</p> <p>- Sinh viên hiểu về các phương thức tấn công, các giải pháp bảo vệ ứng dụng web, trình duyệt web, web servers.</p> <p>- Sinh viên áp dụng được các kỹ thuật, công cụ, kỹ năng để có thể thiết kế, tổ hợp và tích</p>	<p>- Sử dụng thành thạo công cụ để tạo trang thương mại điện tử với hệ thống bảo mật căn bản.</p> <p>- Sử dụng công cụ để tấn công trang thương mại điện tử với hệ thống bảo mật căn bản. Từ đó phân tích, đánh giá, đề xuất giải pháp gia tăng bảo mật cho trang thương mại điện tử.</p>

		<p>hợp hiệu quả các thuật toán mã hóa vào trong các ứng dụng bảo mật web, bảo mật mạng trong thương mại điện tử.</p>	
		<p>CLO26 (An ninh mạng và chữ ký số)</p> <p>- Sinh viên có hiểu về nguyên lý của các kỹ thuật an ninh mạng gồm luận lý, kỹ thuật thông qua các công cụ phân tích về các lỗ hổng trong hệ thống mạng; các kỹ thuật bảo mật hạ tầng mạng. Ví dụ như <u>Firewall, IDS/IPS</u>; các kỹ thuật trong bảo mật ứng dụng: remote access security, web security, Email security, buffer overflow.</p> <p>- Sinh viên có khả năng phát triển các ứng dụng xây dựng trên hệ thống mạng ứng dụng trong thương mại điện tử.</p>	<p>- Vận dụng kiến thức về Quản trị và An ninh mạng máy tính để xây dựng giải pháp an ninh và xử lý các lỗi trong quá trình cài đặt và cấu hình. Phân tích và hiện thực các giải pháp an ninh máy tính. Phân loại và trình bày đặc điểm cơ bản các lỗ hổng trong hệ thống mạng.</p> <p>- Vận dụng kiến thức về <u>an ninh mạng</u> để giải quyết vấn đề trong thực tế. Trình bày các nhóm giải pháp sử dụng để phát hiện và phòng chống xâm nhập mạng.</p> <p>- Có ý thức trách nhiệm với cộng đồng, tuân thủ pháp luật và các chuẩn mực đạo đức nghề nghiệp.</p>
		<p>CLO27 (Thiết lập giải pháp an toàn trong thương mại điện tử)</p> <p>- Sinh viên có kiến thức cơ bản về hệ thống giám sát mạng: Các thành phần trong hệ thống giám sát mạng; phương pháp tổ chức triển khai</p>	<p>- Tổ chức thực hiện quy trình và giải pháp an toàn trong thương mại điện tử. Phân tích và phát hiện sớm các sự cố, đề xuất giải pháp khắc phục sự cố.</p>

			<p>một hệ thống giám sát; các giao thức dùng trong giám sát mạng; các công cụ trong giám sát và các hình thức cảnh báo khi có sự cố xảy ra đối với hệ thống mạng.</p>	
PLO5	<ul style="list-style-type: none"> - Sinh viên có kiến thức chuyên sâu về marketing trong kinh doanh thương mại điện tử. - Lên ý tưởng, thực hiện các nội dung marketing trong kinh doanh thương mại điện tử. - Phân tích, đánh giá hiệu quả của chiến dịch marketing, từ đó có các giải pháp quản trị marketing trong thương mại điện tử hiệu quả. 	PO1, PO3, PO4	<p>CLO28 (Chiến lược SEO cho website)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sinh viên được trang bị các kiến thức để có thể hiểu chuyên sâu về SEO. - Nhận thức được tầm quan trọng và vai trò của SEO trong thương mại điện tử. - Thực hiện được chiến dịch SEO hiệu quả. 	<ul style="list-style-type: none"> - Nắm vững các kiến thức nền tảng của SEO. Đánh giá được ưu, nhược điểm của công cụ SEO và ra quyết định, giải pháp sử dụng SEO phù hợp với từng chiến dịch marketing của doanh nghiệp. - Viết được content chuẩn SEO. - Thiết lập cấu trúc internal link, back link giúp tăng cường hiệu quả SEO. - Lập được kế hoạch SEO tổng thể.
			<p>CLO29 (Lập kế hoạch Digital Marketing)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sinh viên hiểu về các bước lập kế hoạch Digital Marketing. - Sinh viên nắm vững các kỹ năng để có thể lập được một số hoạch Digital Marketing hoàn chỉnh. 	<ul style="list-style-type: none"> - Phân tích, đánh giá được sản phẩm, thương hiệu cần thực hiện Digital Marketing, đối thủ cạnh tranh. - Thiết lập được mục tiêu marketing, xây dựng được chân dung khách hàng mục tiêu. - Xác định được hành trình khách hàng của sản phẩm, thương hiệu. - Lên chiến lược Digital Marketing cho các kênh truyền thông. - Thiết lập và phân bổ ngân sách một cách hợp lý, hiệu quả.

				<ul style="list-style-type: none"> - Thiết lập được KPI, đo lường được hiệu quả của chiến dịch Digital Marketing. - Xây dựng được kế hoạch dự phòng. - Triển khai thực hiện một dự án Digital Marketing thực tế.
			<p>CLO30 (Marketing số)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sinh viên hiểu các kiến thức cơ bản về Marketing số như: vai trò của Digital Marketing trong bối cảnh chuyển đổi số, phân biệt Digital Marketing với các khái niệm có liên quan khác. - Sinh viên biết cách lập một kế hoạch Digital Marketing và đo lường hiệu quả của kế hoạch; chiến lược nội dung (content Marketing) và một số công cụ Digital Marketing phổ biến. 	<ul style="list-style-type: none"> - Nhận biết được những vấn đề cơ bản về Marketing số để có thể sẵn sàng thực hiện các hoạt động marketing số cho doanh nghiệp thương mại điện tử. - Thực hiện một chiến dịch Marketing số trong thương mại điện tử. - Phân tích, đánh giá, đo lường hiệu quả của chiến dịch Marketing số. - Đề xuất giải pháp thực hiện Marketing số hiệu quả trong thương mại điện tử.
			<p>CLO31 (Quản trị Marketing)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sinh viên vận dụng các nguyên lý, công cụ để thực hiện quản trị marketing trong doanh nghiệp. 	<ul style="list-style-type: none"> - Sinh viên có thể phân tích, đánh giá được các yếu tố môi trường marketing, đối thủ cạnh tranh và nội lực của doanh nghiệp trong các tình huống. - Sinh viên đánh giá được hoạt động nghiên cứu thị trường, phân khúc, lựa chọn thị trường mục tiêu và quyết định các phương thức thâm nhập thị trường. - Sinh viên sử dụng các

				<p>công cụ chiến lược marketing mix như quản trị sản phẩm, giá, phân phối và chiêu thị để thực hiện mục tiêu của doanh nghiệp.</p> <p>- Sinh viên hoạch định và triển khai thực thi, đo lường đánh giá được hoạt động quản trị marketing ở cấp độ chiến lược và chiến thuật cho doanh nghiệp</p>
PLO6	- Sinh viên có tư duy logic, hình thành được kỹ năng lập luận, thuyết phục, phản biện. Ứng dụng trong công việc và đời sống.	PO1, PO3, PO4	<p>CLO 32 (Phân tích dữ liệu trong Thương mại điện tử)</p> <p>- Sinh viên nắm vững các ý nghĩa, tầm quan trọng của việc phân tích dữ liệu trong lĩnh vực Thương mại điện tử.</p> <p>- Sinh viên thực hiện được việc phân tích dữ liệu trong thương mại điện tử, làm nền tảng của việc ra quyết định trong hoạt động của doanh nghiệp thương mại điện tử.</p>	<p>- Nhận thức và giải thích được tầm quan trọng và ý nghĩa của phân tích dữ liệu trong lĩnh vực thương mại điện tử.</p> <p>- Vận dụng các kiến thức được học thực hiện phân tích dữ liệu của doanh nghiệp thương mại điện tử như: phân tích khách hàng, phân tích mua lại, phân tích hành vi, phân tích chuyển đổi, phân tích hiệu quả của các hoạt động tiếp thị trả phí.</p> <p>- Nhận biết được các vấn đề tồn tại trong doanh nghiệp thương mại điện tử thông qua phân tích dữ liệu.</p> <p>- Đề xuất giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động cho doanh nghiệp TMĐT.</p>

<p>PLO7</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Sinh viên ứng dụng các kiến thức đã học để quy hoạch, thiết kế quy trình hoạt động của doanh nghiệp. - Sinh viên thiết kế quy trình, hoạch định chiến lược kinh doanh thương mại điện tử hiệu quả. - Sinh viên vận dụng các kiến thức đã học vào việc 	<p>PO1, PO3, PO4</p>	<p>CLO33 (Chuyên đề phân tích thiết kế quy trình nghiệp vụ doanh nghiệp)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sinh viên có kiến thức tổng quan về các khái niệm, các kỹ thuật, các công cụ và công nghệ liên quan đến phân tích và thiết kế quy trình kinh doanh của tổ chức. 	<ul style="list-style-type: none"> - Áp dụng tư duy hệ thống để phân tích và thiết kế hệ thống tổ chức và các quy trình. - Mô phỏng được quy trình hoặc hệ thống của tổ chức. - Thiết kế được giải pháp về hệ thống thông tin để giải quyết các trường hợp
	<p>thiết lập, vận hành kinh doanh thương mại điện tử thực tế.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nhận định vấn đề, đề xuất giải pháp để giải quyết các vấn đề phát sinh trong thương mại điện tử. 		<ul style="list-style-type: none"> - Sinh viên vận dụng được các phương pháp, công cụ và kỹ thuật thu thập dữ liệu và phân tích yêu cầu cùng với các phương pháp mô hình hóa quy trình kinh doanh. - Sinh viên ứng dụng các kiến thức đã học để thực hiện thu thập dữ liệu hỗ trợ cho việc phân tích và mô tả quy trình kinh doanh, phân tích công việc, thiết kế hệ thống với sơ đồ luồng dữ liệu, sơ đồ thực thể mối quan hệ. 	<p>thực tế của doanh nghiệp hoặc tổ chức.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Thành thực các kỹ năng giải quyết vấn đề và làm việc nhóm.
			<p>CLO34 (Thiết kế hệ thống thương mại điện tử)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sinh viên ứng dụng các kiến thức đã học để thiết kế hệ thống thương mại điện tử hiệu quả, hợp lý, thân thiện với người dùng. - Sinh viên thực hiện được công tác bảo mật, kiểm thử, bảo trì hệ thống thương mại điện tử. 	<ul style="list-style-type: none"> - Phân tích được bối cảnh và các yêu cầu ban đầu của hệ thống. - Phân tích hệ thống thương mại điện tử bao gồm: yêu cầu của các bên liên quan, phân tích, xây dựng mô hình. - Thiết kế được hệ thống thương mại điện tử bao gồm: xây dựng dòng dữ liệu thông tin trong hệ thống, mô hình hóa quy trình nghiệp vụ, thiết kế cơ sở dữ liệu, thiết kế

			<p>kiến trúc hệ thống, lựa chọn công nghệ phù hợp cho từng thành phần của hệ thống, thiết kế giao diện người dùng để tối ưu hóa trải nghiệm của khách hàng.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bảo mật được hệ thống thương mại điện tử. Bao gồm: thực hiện các biện pháp bảo vệ dữ liệu, giao dịch trực tuyến, thiết kế các cơ chế xác thực, mã hóa dữ liệu. - Thực hiện được hiệu quả công tác triển khai, kiểm thử vào bảo trì hệ thống thương mại điện tử.
		<p>CLO35 (Kinh doanh thương mại điện tử)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sinh viên nắm vững kiến thức về thương mại điện tử, nắm vững các mô hình kinh doanh, các cơ hội và bản chất quốc tế của thương mại điện tử. Trình bày được vai trò và sự tác động của thương mại điện tử trong xã hội. - Sinh viên vận dụng các kiến thức được học để xây dựng cơ sở hạ tầng thương mại điện tử, triển khai phương thức bán hàng, marketing trên web, ... - Nhận thức và quản lý rủi ro trong thương mại điện tử 	<ul style="list-style-type: none"> - Phân tích, hoạch định được mô hình thương mại điện tử tích hợp cho một loại hình doanh nghiệp cụ thể, tư vấn được cho doanh nghiệp sử dụng các hệ thống ERP, SCM, CRM thích hợp. - Thiết kế, cài đặt và quản trị một website thương mại điện tử, có khả năng phân tích được chiến lược phát triển và duy trì website; quản lý thực hiện được dự án thương mại điện tử. Cài đặt, vận hành được được một trong các hệ thống sau ERP, SCM, CRM. - Đánh giá ý tưởng các hệ thống thương mại điện tử, thiết kế hệ thống thương mại điện tử.

			<p>CLO36 (Dự án kinh doanh thương mại điện tử)</p> <p>- Vận dụng được kiến thức đã học về lĩnh vực thương mại điện tử để phân tích, nhận định được những đặc điểm trong hoạt động kinh</p>	<p>- Sinh viên có kỹ năng tìm kiếm, khai thác, tổng hợp, phân tích và đánh giá dữ liệu và thông tin thị trường, khách hàng, doanh nghiệp trong giải quyết các vấn đề kinh doanh nói chung và thương mại điện tử nói</p>
			<p>doanh của doanh nghiệp, đề xuất phương hướng, biện pháp đổi mới và hoàn thiện hoạt động kinh doanh, hoạt động quản lý.</p> <p>- Nắm bắt và phân tích được đặc điểm và các xu thế vận động trong kinh tế và kinh doanh nói chung, lĩnh vực TMĐT nói riêng; Bước đầu nắm bắt được những vấn đề cơ bản về tổ chức hoạt động kinh doanh thương mại điện tử và các nhân tố tác động đến hoạt động đó.</p> <p>- Vận dụng được kiến thức và kinh nghiệm về quản trị kinh doanh, thương mại điện tử, công nghệ thông tin để tham gia giải quyết các vấn đề thực tiễn phát sinh trong hoạt động kinh doanh thương mại điện tử, quản trị các hoạt động của một doanh nghiệp thương mại điện tử.</p>	<p>riêng; Áp dụng được vào một vấn đề thực tế tại doanh nghiệp.</p> <p>- Sinh viên triển khai được một dự án kinh doanh thương mại điện tử thực tế.</p> <p>- Phân tích, đánh giá, đề xuất giải pháp nhằm khắc phục hạn chế và gia tăng hiệu quả dự án kinh doanh thương mại điện tử.</p> <p>- Sinh viên triển khai được một dự án kinh doanh thương mại điện tử thực tế.</p> <p>- Phân tích, đánh giá, đề xuất giải pháp nhằm khắc phục hạn chế và gia tăng hiệu quả dự án kinh doanh thương mại điện tử.</p> <p>- Phân tích được môi trường kinh doanh thương mại điện tử.</p> <p>- Hoạch định được chiến lược kinh doanh thương mại điện tử.</p> <p>- Thực thi chiến lược kinh doanh thương mại điện tử thực tế. Giải quyết được các tình huống phát sinh trong chiến lược kinh</p>

				doanh thương mại điện tử.
			<p>CLO37 (Hoạch định chiến lược kinh doanh thương mại điện tử)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sinh viên phân tích, đánh giá và hoạch định được chiến lược kinh doanh thương mại điện tử hiệu quả. 	<ul style="list-style-type: none"> - Phân tích, đánh giá hiệu quả và đề xuất giải pháp nâng cao hiệu quả chiến lược kinh doanh thương mại điện tử.
			<p>CLO38 (Thương mại di động)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sinh viên hiểu rõ xu hướng phát triển của Thương mại di động (TMDĐ), những tương đồng và khác biệt giữa các hoạt động của TMDĐ với các hoạt động khác của TMĐT. - Sinh viên tạo lập, các ứng dụng tiêu biểu nhất của TMDĐ trong các lĩnh vực kinh doanh khác nhau, cách thức vận hành của những hệ thống kinh doanh trên nền tảng di động và các hình thức thanh toán trong TMDĐ phổ biến trên thế giới hiện nay. 	<ul style="list-style-type: none"> - Sinh viên có khả năng vận hành các hệ thống kinh doanh trên nền tảng di động. - Sử dụng thành thạo các hình thức thanh toán trong Thương mại di động phổ biến hiện nay, tạo tiền đề cho việc thực hiện thành thạo các nghiệp vụ giao dịch trong Thương mại điện tử. - Nhận biết và xử lý các mối đe dọa an toàn thông tin đối với hoạt động TMDĐ và đề xuất được phương pháp bảo vệ.

			<p>CLO39 (Thực tập tốt nghiệp)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Áp dụng được các kiến thức và kỹ năng đã học vào các dự án thực tế trong môi trường làm việc chuyên nghiệp. - Lập được kế hoạch, quản lý thời gian, giải quyết vấn đề và ra quyết định. - Hiểu và tuân thủ các quy trình và quy chuẩn làm việc trong môi trường doanh nghiệp, bao gồm các quy định về bảo mật, an toàn thông tin và đạo đức nghề nghiệp. - Học hỏi từ các kinh nghiệm thực tế, nhận được sự hướng dẫn và phản hồi từ các chuyên gia, giúp họ cải thiện và hoàn thiện kỹ năng chuyên môn của mình. 	<ul style="list-style-type: none"> - Có kinh nghiệm thực tế trong phát triển phần nhận thức cá nhân về chuyên môn của ngành Thương mại điện tử.
PLO8	- Sinh viên sử dụng thành thạo tiếng Anh trong công việc chuyên môn liên quan đến thương mại điện tử và trong cuộc sống.	PO2, PO3, PO4	<p>CLO40 (Tiếng Anh 1)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nắm vững các kỹ năng cơ bản trong tiếng Anh, bao gồm nghe, nói, đọc và viết ở trình độ cơ bản. - Củng cố kiến thức ngữ pháp cơ bản và từ vựng cần thiết để giao tiếp trong các tình huống hàng ngày và học thuật cơ bản. - Phát triển kỹ năng giao tiếp tiếng Anh trong các tình huống hàng ngày như chào hỏi, giới thiệu bản thân, hỏi và trả lời thông tin cá nhân, và 	<ul style="list-style-type: none"> - Kỹ năng Nghe: Nghe hiểu được những từ, cụm từ đơn giản liên quan các chủ đề thường gặp hàng ngày như về thông tin cá nhân, sở thích, các đồ vật trong gia đình, địa điểm tham quan, thể thao... - Kỹ năng Nói: Giới thiệu được thông tin bản thân, mô tả được sở thích và các hoạt động trong thời gian rảnh rỗi, môn thể thao, thức ăn, thức uống yêu thích. - Kỹ năng Đọc: Đọc và phân tích được các đoạn văn ngắn, hiểu đại ý và



			<p>tham gia vào các cuộc trò chuyện cơ bản</p>	<p>thông tin chi tiết thông qua các bài đọc có liên quan các chủ đề giới thiệu bạn bè, các hoạt động trong thời gian rảnh rỗi, thể thao, giải trí, nơi chốn, sở thích.</p> <p>- Kỹ năng Viết: Viết được các câu đơn và câu phức hoàn chỉnh, đúng ngữ pháp và nội dung phù hợp. Sử dụng được những từ, cụm từ để viết 1 đoạn văn ngắn và 1 email thân mật gửi cho một người bạn.</p>
			<p>CLO41 (Tiếng Anh 2) - Củng cố và mở rộng kiến thức ngôn ngữ, bao gồm sự hiểu biết sâu hơn về ngữ pháp, từ vựng phong phú hơn, và kỹ năng nghe nói viết đọc trung bình để tăng khả năng sử dụng tiếng Anh một cách linh hoạt và tự tin trong các tình huống giao tiếp và đọc hiểu phức tạp hơn.</p>	<p>- Kỹ năng Nghe: Nghe hiểu được những từ khóa, ngụ ý liên quan các chủ đề thường gặp hàng ngày như về thông tin cá nhân, sở thích, các đồ vật trong gia đình, địa điểm tham quan, thể thao...</p> <p>- Kỹ năng Nói: Sử dụng những từ, cụm từ, thành ngữ vào câu trả lời. So sánh điểm giống và khác nhau giữa 2 bức tranh.</p> <p>- Kỹ năng Đọc: Đọc và phân tích được các đoạn văn phức tạp hơn, hiểu đại ý và thông tin chi tiết các bài đọc. Nâng cao vốn từ vựng từ các bài đọc và củng cố kỹ năng làm bài ở các dạng gapped-filling, matching eadings, multiple choice...</p> <p>- Kỹ năng Viết: Viết được các mệnh đề, câu phức hoàn chỉnh, đúng ngữ pháp và nội dung phù</p>

			<p>hợp.. Sử dụng được những từ, cụm từ đã học để viết 1 đoạn văn ngắn và 1 email trang trọng.</p>
		<p>CLO42 (Tiếng Anh chuyên ngành Thương mại điện tử)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hiểu được từ vựng, thuật ngữ và cấu trúc câu tiếng Anh liên quan đến lĩnh vực kinh tế và thương mại điện tử. - Sinh viên có thể áp dụng kỹ năng nghe, nói, đọc, và viết để thực hiện các nhiệm vụ cơ bản trong môi trường làm việc quốc tế như giao tiếp thương mại, soạn thảo văn bản kinh tế, và xử lý tài liệu chuyên ngành. - Có khả năng phân tích nội dung từ tài liệu kinh tế bằng tiếng Anh, đánh giá thông tin, và diễn đạt các ý kiến hoặc giải pháp thông qua việc trình bày, soạn thảo, và giao tiếp ở mức độ chuyên sâu. 	<ul style="list-style-type: none"> - Nghe: có khả năng nghe hiểu các hội thoại, bài giảng hoặc các đoạn ghi âm tiếng Anh cơ bản trong lĩnh vực kinh tế và thương mại điện tử, như thảo luận về kế hoạch vận chuyển, phân phối, hoặc báo cáo tài chính. - Nói: có khả năng giao tiếp cơ bản bằng tiếng Anh trong các tình huống kinh doanh, như trình bày ý tưởng, đàm phán, và mô tả các quy trình kinh tế, thương mại điện tử. - Đọc: có thể đọc hiểu các tài liệu kinh tế tiếng Anh cơ bản như email thương mại, hợp đồng, hoặc báo cáo tài chính. - Viết: có thể soạn thảo các tài liệu kinh tế cơ bản bằng tiếng Anh như email thương mại, kế hoạch kinh doanh ngắn gọn, và biên bản cuộc họp.

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 14 tháng 8 năm 2025



ThS. Lê Vũ Hùng

BM/P.ĐT/02/05

