

ĐẠI HỌC QUỐC GIA THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH
TRƯỜNG ĐẠI HỌC QUỐC TẾ

ĐỀ ÁN MỞ NGÀNH
NGÀNH THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ (E-COMMERCE)
TRÌNH ĐỘ ĐẠI HỌC
Mã ngành: 7340122

Năm 2025

MỤC LỤC

1. GIỚI THIỆU CHUNG VỀ TRƯỜNG ĐẠI HỌC QUỐC TẾ, KHOA QUẢN TRỊ KINH DOANH	4
2. SỰ CẦN THIẾT MỞ NGÀNH ĐÀO TẠO	6
2.1. Tổng quan ngành E-commerce tại Việt Nam	6
2.2. Nhu cầu nhân lực ngành E-commerce	8
2.3. Lợi thế của Trường Đại học Quốc tế - ĐHQG TPHCM.....	9
2.4. Tính đặc thù và liên thông của chương trình đối với các chương trình đào tạo E-commerce trong hệ thống ĐHQG HCM.....	11
2.4.1. Tính đặc thù.....	11
2.4.2. Tính liên thông trong Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh	12
2.5. Vị trí việc làm của người học sau khi tốt nghiệp.....	13
3. CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO	14
3.1. Thông tin chung.....	14
3.2. Thông tin tuyển sinh và kế hoạch đào tạo.....	14
3.3. Mục tiêu đào tạo.....	15
3.4. Chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo:	17
3.5. Ma trận giữa mục tiêu đào tạo và chuẩn đầu ra	20
3.6. Quy trình đào tạo, điều kiện tốt nghiệp.....	20
3.7. Thang điểm	21
3.8. Khối lượng kiến thức toàn khóa.....	21
3.9. Khung CTĐT chung của nhóm ngành.....	22
3.10. Nội dung chương trình đào tạo	24
3.11. Khả năng liên thông với các CTĐT khác khi xây dựng ngành E-Commerce	31
3.11.1. Mức độ tương ứng với các trường đại học lớn của nước ngoài và trong nước	31
3.11.2. So sánh các môn học trong chương trình đào tạo ngành E-Commerce.....	31
3.12. Dự kiến kế hoạch giảng dạy.....	35
3.13. Ma trận các môn học và chuẩn đầu ra (kỹ năng).....	45
3.14. Mô tả vắn tắt nội dung và khối lượng các môn học.....	48
3.14.1. Kiến thức các môn học Lý luận Chính trị	48
3.14.2. Kiến thức Khoa học xã hội và Nhân văn, Quản trị và Kinh tế.....	50

3.14.3. Kiến thức Toán – Tin học, Khoa học Tự nhiên, Công nghệ và Môi trường	54
3.14.4. Kiến thức các môn Ngoại ngữ.....	55
3.14.5. Kiến thức các môn thuộc kiến thức cơ sở ngành.....	57
3.14.6. Kiến thức các môn thuộc kiến thức chuyên ngành.....	66
3.14.7. Kiến thức các môn Thực tập, Luận văn tốt nghiệp.....	75
3.15. Đội ngũ giảng viên, cán bộ khoa học để mở ngành đào tạo	77
3.16. Cơ sở vật chất để mở ngành đào tạo	78
3.17. Tổ chức bộ máy quản lý để mở ngành đào tạo	79
3.18. Danh sách cố vấn học tập.....	80
3.19. Hướng dẫn thực hiện chương trình	81
3.20. Kế hoạch đảm bảo chất lượng và kiểm định chương trình đào tạo	82
4. PHƯƠNG ÁN, GIẢI PHÁP ĐỀ PHÒNG, NGĂN NGỪA, XỬ LÝ RỦI RO TRONG MỞ NGÀNH ĐÀO TẠO	82
4.1. Nhận diện các rủi ro có thể xảy ra với ngành E-commerce	82
4.2. Nhận diện điểm mạnh trong việc mở và duy trì ngành E-commerce	83
4.3. Các giải pháp xử lý rủi ro	83

PHỤ LỤC:

Phụ lục 1: Văn bản chủ trương mở ngành và thành lập các tổ soạn thảo

Phụ lục 2: Lý lịch khoa học của giảng viên

Phụ lục 3: Đề cương chi tiết các học phần

Phụ lục 4: Xác nhận điều kiện thực tế của Trường Đại học Quốc tế

Phụ lục 5: Biên bản nhận xét của các chuyên gia, các nhà quản lý và đại diện các tổ chức bên ngoài

Phụ lục 6: Biên bản Hội thảo, kết quả khảo sát lấy ý kiến xây dựng chương trình đào tạo

Phụ lục 7: Các chương trình đào tạo ngành Thương mại điện tử ở các nước trên thế giới

Phụ lục 8: Biên bản ghi nhớ hợp tác với các doanh nghiệp, cơ quan hành chính

Phụ lục 9: Mức độ đáp ứng khung năng lực số của chương trình đào tạo

Phụ lục 10: Văn bản thông qua chương trình đào tạo, đề án mở ngành

Phụ lục 11: Văn bản họp Hội đồng thẩm định đề án mở ngành Thương mại điện tử

Phụ lục 12: Văn bản báo cáo giải trình ý kiến của Hội đồng thẩm định

Phụ lục 13: Quyết định ban hành chương trình đào tạo ngành Thương mại điện tử

ĐỀ ÁN
MỞ NGÀNH THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ (E-COMMERCE)
TRÌNH ĐỘ ĐẠI HỌC

1. GIỚI THIỆU CHUNG VỀ TRƯỜNG ĐẠI HỌC QUỐC TẾ, KHOA QUẢN TRỊ KINH DOANH

Trường Đại học Quốc tế là một trong tám trường thành viên của Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh, được thành lập vào tháng 12 năm 2003. Điểm đặc biệt của trường là sử dụng hoàn toàn tiếng Anh trong đào tạo và nghiên cứu, khiến trường trở thành trường đại học công lập đa ngành đầu tiên tại Việt Nam thực hiện điều này. Trường đào tạo hệ chính quy ở cả bậc đại học và sau đại học, chú trọng vào các lĩnh vực mũi nhọn như kinh tế, quản lý, kỹ thuật và công nghệ. Mô hình hoạt động của trường được xây dựng theo tiêu chuẩn quốc tế, từ đội ngũ giảng viên đến giáo trình và chương trình học, đồng thời có sự liên kết với các trường đại học danh tiếng trên thế giới. Trường Đại học Quốc tế đặt mục tiêu trở thành một trong những trường đại học nghiên cứu hàng đầu tại Việt Nam và khu vực, đóng góp vào sự phát triển và hội nhập của đất nước thông qua việc đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao.

Khoa Quản trị Kinh doanh thuộc trường Đại học Quốc tế - ĐHQG TPHCM là đơn vị hàng đầu trong đào tạo các chuyên ngành quản trị kinh doanh chất lượng cao và uy tín trong các trường đại học công lập. Khoa có cơ cấu tổ chức gồm Ban chủ nhiệm khoa (01 Trưởng Khoa), Văn phòng (Tổ thư ký với 6 nhân sự), Bộ môn Marketing (12 giảng viên: 01 GS, 3 PGS, 5 tiến sĩ), Bộ Môn Quản trị Doanh nghiệp (14 giảng viên: 8 tiến sĩ và 01 PGS), Bộ Môn Quản trị khách sạn (7 giảng viên: 2 PGS và 1 tiến sĩ), Bộ Môn Kinh doanh quốc tế (8 giảng viên: 5 tiến sĩ). Sứ mệnh của Khoa là:

- Đào tạo bằng tiếng Anh với chương trình đào tạo chất lượng cao cho các ngành Quản trị Kinh doanh, Kinh doanh Quốc tế, Marketing, và Quản trị Nhà hàng Khách sạn tiên tiến từ bậc đại học đến sau đại học với các chương trình đào tạo đạt kiểm định theo tiêu chuẩn khu vực và quốc tế như AUN-QA, ACBSP.
- Tập trung nghiên cứu và chuyển giao công nghệ trong các lĩnh vực Quản trị Kinh doanh, Kinh doanh Quốc tế, Marketing, và Quản trị Nhà hàng Khách sạn.

Mục tiêu của Khoa tập trung vào các mảng sau:

- Là đơn vị hàng đầu trong đào tạo và nghiên cứu về các ngành Quản trị Kinh doanh, Kinh doanh Quốc tế, Marketing, và Quản trị Nhà hàng Khách sạn tiên tiến trong điều kiện phát triển kinh tế của đất nước và khoa học – kỹ thuật trên thế giới.
- Duy trì chuẩn kiểm định ACBSP và AUN-QA cho tất cả các ngành đào tạo trong 10 năm kế tiếp.
- Dự kiến quy mô sinh viên tuyển mới vào năm 2026: khoảng 740 sinh viên.
- Mở thêm các ngành mới như Thương mại điện tử - E-commerce (mã ngành 7340122), Quản trị Khách sạn (mã ngành 7810201) khi điều kiện cho phép.

Khoa hiện là một trong những đơn vị có số lượng sinh viên đông nhất trường Đại học Quốc tế với 3 cấp đào tạo từ cử nhân, thạc sĩ đến tiến sĩ. Chương trình đào tạo bậc cử nhân của Khoa đã đạt chuẩn kiểm định của mạng lưới các trường đại học Đông Nam Á (AUN-QA) vào các năm 2012 và 2017, và đạt chuẩn kiểm định ACBSP toàn diện của Hoa Kỳ vào năm 2023 có giá trị đến 2033. Với chương trình đào tạo hiện đại theo chuẩn quốc tế và sử dụng tiếng Anh hoàn toàn trong giảng dạy, Khoa Quản trị kinh doanh đã cung ứng nguồn nhân lực chất lượng cao cho nhiều tổ chức trong và ngoài nước. Với sứ mệnh trang bị người học có khả năng ‘tư duy toàn cầu- hành động địa phương’, lý thuyết gắn với thực tiễn, Khoa đang đẩy mạnh các hoạt động đổi mới toàn diện trên các lĩnh vực đào tạo đại học, sau đại học, nghiên cứu và chuyển giao khoa học công nghệ, và tư vấn quản trị.

Khoa Quản trị Kinh doanh đào tạo cử nhân có tác phong làm việc chuyên nghiệp, giàu kiến thức và kỹ năng quản trị kinh doanh cần thiết sẵn sàng đảm nhận các vị trí quan trọng trong các doanh nghiệp trong và ngoài nước, các tập đoàn đa quốc gia, tổ chức phi chính phủ, các viện và trường đại học, cơ quan nhà nước. Sinh viên được rèn luyện các kỹ năng làm việc nhóm, khả năng phản biện, tư duy độc lập, sáng tạo, kỹ năng giao tiếp chuyên nghiệp, kỹ năng quản trị thời gian, khả năng hiểu biết về pháp luật và xã hội, và các kiến thức chuyên môn tiên tiến bằng tiếng Anh trong suốt thời gian học tập tại trường.

Chương trình đào tạo ngành Quản trị Kinh doanh cấp đại học của khoa bao gồm các chuyên ngành Quản trị Doanh nghiệp (Business Management), Kinh doanh Quốc tế (International Business), Marketing, và Quản trị Khách sạn (Hospitality Management). Sau đại học có các chương trình Thạc sĩ Quản trị Kinh doanh (MBA) và chương trình Tiến sĩ.

Toàn bộ các chương trình đào tạo tại Khoa được giảng dạy bởi các giảng viên trong và ngoài nước- những người có trình độ chuyên môn cao, tốt nghiệp từ các trường đại học danh tiếng trên thế giới. Khoa thiết kế chương trình tương thích với các đại học quốc tế lớn như University of Houston (Hoa Kỳ), University of New South Wales (Úc), University of Nottingham (Anh quốc), University of West of England (Anh), Auckland University of Technology... và sử dụng giáo trình của các nhà xuất bản uy tín trên thế giới trong giảng dạy đại học và sau đại học. Sinh viên được học tập trong một môi trường năng động, với phương pháp tiên tiến và cơ sở vật chất tiện nghi, có phòng mô phỏng kinh doanh hiện đại.

Hiện nay, nhiều cựu sinh viên ngành Quản trị Kinh doanh do Khoa Quản trị kinh doanh đào tạo đã và đang làm việc trong các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài, các công ty đa quốc gia, các tập đoàn lớn trong nước trong các lĩnh vực được đào tạo như marketing, nghiên cứu thị trường, quản lý sản xuất, quản trị chất lượng, cung ứng hậu cần, phát triển sản phẩm mới, e-commerce, digital marketing... Ví dụ các công ty hiện nay sinh viên của Khoa đang làm việc như HSBC, ANZ, Unilever, KPMG, Deloitte Touche Tohmatsu, Ernst & Young, Intel, Nokia, AC Nielsen, Ogilvy & Mather... Một số cựu sinh viên tiếp quản doanh nghiệp gia đình, khởi nghiệp bằng cách chung vốn lập công ty cổ phần để thực hiện ý tưởng và chiến lược kinh doanh của riêng mình.

2. SỰ CẦN THIẾT MỞ NGÀNH ĐÀO TẠO

2.1. Tổng quan ngành E-commerce tại Việt Nam

Tầm quan trọng của ngành E-commerce trong nền kinh tế

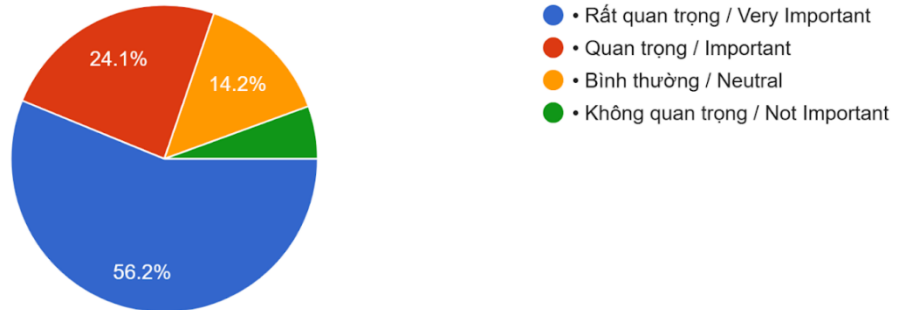
So với thế giới, ngành E-commerce tại Việt Nam vẫn đang trong giai đoạn tăng trưởng nhanh chóng nhưng khởi đầu muộn hơn. Các thị trường lớn như Mỹ, Trung Quốc và châu Âu đã phát triển E-commerce từ đầu những năm 2000, đạt đến giai đoạn bão hòa và tập trung vào tối ưu hóa công nghệ như AI và Big Data. Trong khi đó, Việt Nam mới chỉ thực sự bùng nổ E-commerce từ năm 2015 trở lại đây, nhờ sự lan rộng của internet và smartphone.

Quy mô thị trường toàn cầu E-commerce dự kiến đạt hơn 5 nghìn tỷ USD vào năm 2025, và khu vực Đông Nam Á, bao gồm Việt Nam, là một trong những khu vực tăng trưởng nhanh nhất, với tỷ lệ tăng trưởng kép hàng năm (CAGR) đạt 20-30% (theo báo cáo năm 2025 từ tập đoàn nghiên cứu thị trường IMARC). Đặc biệt, Việt Nam, với dân số trẻ và tỷ lệ sử dụng internet cao, được kỳ vọng sẽ nằm trong top các quốc gia dẫn đầu khu vực về tốc độ phát triển E-commerce. Thật chất, Việt Nam hiện nằm trong top 10 thị trường E-commerce phát triển nhanh nhất thế giới. Trong năm 2023, thị trường đạt quy mô 20,5 tỷ USD và dự kiến đạt 29 tỷ USD vào năm 2025, với tỷ lệ tăng trưởng hàng năm khoảng 25%. So với Thái Lan và Indonesia, Việt Nam có tốc độ tăng trưởng ấn tượng. Cụ thể, Việt Nam đã vượt qua Philippines để trở thành thị trường E-commerce lớn thứ ba Đông Nam Á vào năm 2024, với mức tăng trưởng giá trị hàng hóa bán qua mạng (GMV) cao nhất toàn cầu, đạt 52,9% (theo báo cáo của Momentum Works năm 2024)

Theo kết quả khảo sát của nhóm mở ngành, 80% doanh nghiệp đánh giá ngành E-commerce "Rất quan trọng" và "Quan trọng" đối với nền kinh tế Việt Nam. Thật vậy, theo Sách trắng Thương mại điện tử Việt Nam năm 2024, doanh thu bán lẻ thương mại điện tử Việt Nam năm 2023 ước đạt 20,5 tỷ USD, chiếm 8% doanh thu bán lẻ hàng hóa và dịch vụ tiêu dùng cả nước.

4. Quý doanh nghiệp đánh giá tầm quan trọng của ngành Thương mại điện tử (E-commerce) trong nền kinh tế Việt Nam nói chung như thế nào? How ...erce industry in the overall Vietnamese economy?

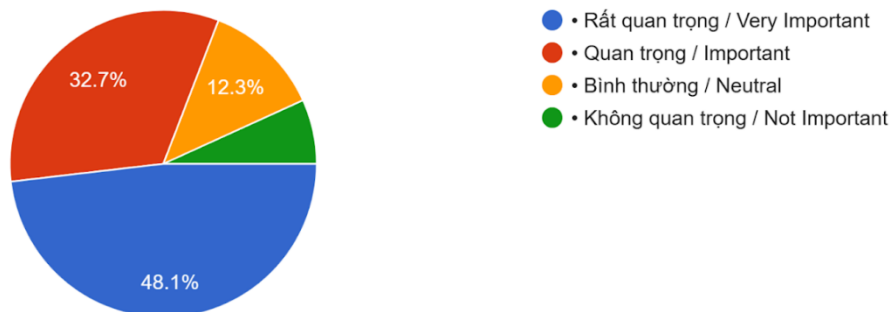
162 responses



Hơn nữa, 75% doanh nghiệp nhận định E-commerce có vai trò quan trọng trong khu vực Đông Nam Bộ – trung tâm kinh tế lớn của cả nước. Tại địa phương, Đông Nam Bộ là trung tâm kinh tế lớn nhất của Việt Nam với hạ tầng phát triển, tập trung nhiều doanh nghiệp lớn trong ngành E-commerce như Shopee, Lazada, Tiki. Điều này tạo ra hệ sinh thái năng động, thúc đẩy sự phát triển mạnh mẽ của lĩnh vực này. Cũng theo báo cáo toàn cảnh thị trường sàn bán lẻ trực tuyến năm 2023 của Metric (nền tảng số liệu E-commerce), có 2,2 tỷ đơn vị sản phẩm được giao thành công trên 5 sàn thương mại điện tử lớn nhất tại Việt Nam (gồm Shopee, Lazada, Tiki, Sendo, Tiktok Shop), tăng 52,3% so với năm 2022. Đây là mức tăng trưởng mạnh nhất trong 3 năm trở lại đây.

5. Quý doanh nghiệp đánh giá tầm quan trọng của E-commerce trong nền kinh tế khu vực Đông Nam Bộ như thế nào? How would your company asse...rce in the economy of the Southeastern region?

162 responses



Xu hướng nhân lực ngành E-commerce

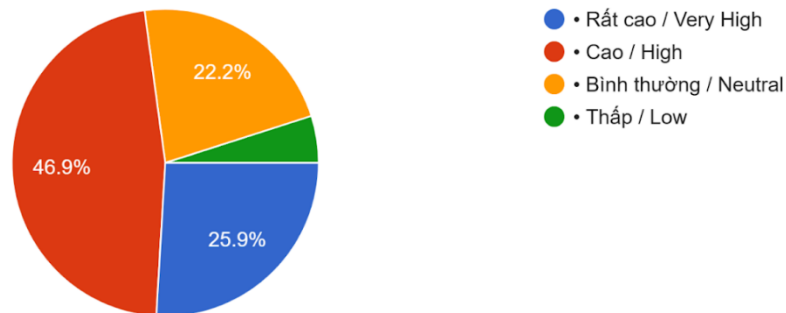
Việt Nam là quốc gia có dân số trẻ, với hơn 50% dân số dưới 35 tuổi. Đây là nhóm lao động có khả năng tiếp cận nhanh với công nghệ và thích ứng với các thay đổi của thị trường. Tuy nhiên, theo báo cáo, tỷ lệ thiếu hụt nhân lực chất lượng cao trong ngành E-commerce vẫn ở mức đáng báo động, với hơn 70% doanh nghiệp gặp khó khăn trong việc tuyển dụng nhân sự có kỹ năng phù hợp (theo khảo sát của Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số, Bộ Công Thương năm 2024).

So sánh với các quốc gia tương đồng trong khu vực như Thái Lan và Indonesia, Việt Nam có lợi thế về quy mô dân số lớn và nền kinh tế đang phát triển nhanh. Tuy nhiên, sự thiếu hụt chương trình đào tạo chuyên sâu về E-commerce khiến các doanh nghiệp phải đầu tư đáng kể vào việc đào tạo lại nhân sự. Tại Thái Lan, nhiều trường đại học đã triển khai các chương trình đào tạo E-commerce từ sớm, đáp ứng tốt hơn nhu cầu thị trường. Trong khi đó, Indonesia, với sự bùng nổ của các nền tảng như Tokopedia và Bukalapak, đang tập trung vào việc xây dựng hệ sinh thái khởi nghiệp và cung cấp các khóa học E-commerce nhằm thu hút nhân tài.

Kết quả khảo sát của nhóm mở ngành từ các chủ doanh nghiệp cũng chỉ ra những điểm rất đáng lưu ý về xu hướng tuyển dụng như sau: 85% doanh nghiệp đánh giá nhu cầu tuyển dụng nhân sự ngành E-commerce hiện tại ở mức cao hoặc rất cao. Bên cạnh đó, trong 5 năm tới, 90% doanh nghiệp dự đoán xu hướng tuyển dụng sẽ tăng, trong đó 60% dự đoán tăng mạnh. Mặc dù có nhiều tiềm năng, hơn 70% doanh nghiệp vẫn gặp khó khăn trong việc tìm kiếm nhân sự có kỹ năng phù hợp. Điều này đòi hỏi cần có các chương trình đào tạo chuyên sâu để đáp ứng nhu cầu thị trường.

8. Quý doanh nghiệp đánh giá xu hướng tuyển dụng nhân sự E-commerce tại Việt Nam hiện tại như thế nào? How does your company assess the current trend of hiring E-commerce personnel in Vietnam?

162 responses



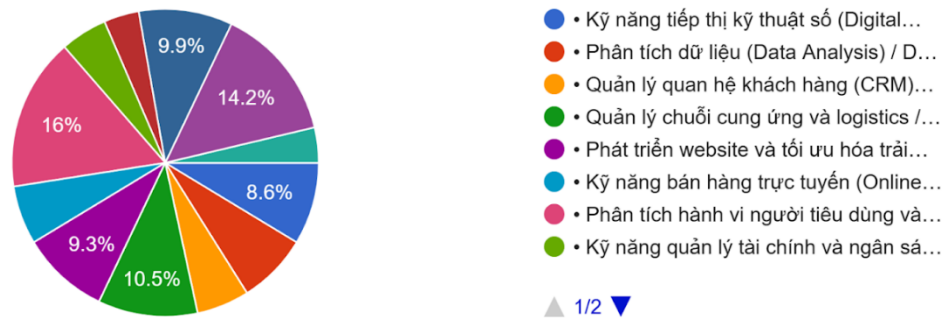
2.2. Nhu cầu nhân lực ngành E-commerce

Ngành E-commerce không chỉ đòi hỏi kiến thức chuyên môn mà còn cần kỹ năng thực hành sâu rộng, đáp ứng sự thay đổi nhanh chóng của thị trường. Đây là lĩnh vực cần nhiều kỹ năng phức tạp hơn các ngành truyền thống, đòi hỏi sự kết hợp giữa công nghệ, kinh doanh và sáng tạo. Các kỹ năng quan trọng nhất được doanh nghiệp nhấn mạnh gồm:

- Phân tích dữ liệu: Khả năng phân tích hành vi người tiêu dùng, dự đoán xu hướng thị trường.
- Phát triển và tối ưu hóa website: Thiết kế giao diện người dùng (UX/UI), tối ưu trải nghiệm khách hàng trực tuyến.
- Quản lý chuỗi cung ứng: Vận hành logistics và quản lý hàng tồn kho hiệu quả.
- Quản lý dự án và lập kế hoạch: Kỹ năng điều phối, triển khai dự án thương mại điện tử.

10. Những kỹ năng nào quý doanh nghiệp cho là quan trọng nhất đối với sinh viên tốt nghiệp ngành E-commerce? What skills does your company consider... lựa chọn phù hợp / Please select all that apply)

162 responses



So với các ngành truyền thống như sản xuất hay bán lẻ, nhân lực ngành E-commerce cần làm chủ công nghệ số và khả năng thích ứng nhanh với xu hướng thị trường. Trong khi các ngành truyền thống thường yêu cầu kỹ năng cứng cụ thể, nhân lực E-commerce phải có kỹ năng tổng hợp: từ lập trình, tiếp thị kỹ thuật số, đến quản lý logistics. Điều này khiến nhu cầu nhân sự ngành này tăng cao nhưng nguồn cung chưa đáp ứng đủ, đặc biệt ở các vị trí yêu cầu chuyên môn cao như phân tích dữ liệu lớn (Big Data Analyst) hay quản lý trải nghiệm khách hàng (Customer Experience Manager).

Các quốc gia tương tự Việt Nam, như Thái Lan và Indonesia, cũng đang đối mặt với thách thức về nhân lực ngành E-commerce. Tuy nhiên, Thái Lan đã đẩy mạnh các chương trình đào tạo liên ngành, trong khi Indonesia ưu tiên phát triển các trung tâm khởi nghiệp để xây dựng đội ngũ nhân lực có kinh nghiệm thực tiễn. Cùng với thực trạng tình trạng đào tạo ngành E-commerce tại Việt Nam còn hạn chế, chủ yếu tập trung ở một số trường đại học lớn, những điều này cho thấy Việt Nam cần tăng cường đào tạo chuyên sâu để đáp ứng nhu cầu tuyển dụng ngày càng cấp thiết.

2.3. Lợi thế của Trường Đại học Quốc tế - ĐHQG TP HCM

Khoa Quản trị Kinh doanh, với hơn hai thập kỷ kinh nghiệm, đã khẳng định vị thế là một trung tâm đào tạo hàng đầu trong lĩnh vực quản trị kinh doanh. Sự thành công của bốn chuyên ngành hiện tại - Quản trị doanh nghiệp, Marketing, Kinh doanh quốc tế và Quản trị nhà hàng khách

sản - là minh chứng rõ ràng cho năng lực và sự linh hoạt của khoa trong việc đáp ứng nhu cầu đa dạng của thị trường lao động. Nền tảng này không chỉ cung cấp kiến thức cốt lõi về quản trị, mà còn rèn luyện cho sinh viên khả năng tư duy chiến lược, kỹ năng giải quyết vấn đề và năng lực thích ứng với môi trường kinh doanh không ngừng biến đổi. Sức mạnh của khoa nằm ở đội ngũ giảng viên chất lượng cao, những người không chỉ có trình độ học thuật xuất sắc mà còn có kinh nghiệm thực tiễn phong phú. Sự kết hợp giữa giảng viên cơ hữu và giảng viên thỉnh giảng từ các doanh nghiệp hàng đầu giúp sinh viên có cái nhìn toàn diện về ngành, từ lý thuyết đến thực tiễn, và sẵn sàng đối mặt với những thách thức trong môi trường làm việc thực tế.

Mạng lưới hợp tác với hơn 20 trường đại học quốc tế là một lợi thế cạnh tranh lớn của Khoa. Mỗi quan hệ này không chỉ tạo điều kiện cho sinh viên tham gia các chương trình trao đổi, học tập và nghiên cứu ở nước ngoài, mà còn giúp Khoa cập nhật liên tục các chương trình đào tạo và phương pháp giảng dạy tiên tiến trên thế giới. Sự quốc tế hóa này giúp sinh viên phát triển tư duy toàn cầu, khả năng làm việc trong môi trường đa văn hóa và mở rộng cơ hội nghề nghiệp trong bối cảnh kinh tế hội nhập. Đặc biệt, Khoa còn thiết lập mối quan hệ hợp tác chặt chẽ với các doanh nghiệp lớn hàng đầu trong nhiều lĩnh vực mà trong đó nhu cầu và ứng dụng của E-commerce được đặt lên hàng đầu, từ đó mang đến cho sinh viên cơ hội thực tập, kiến tập và tham gia các dự án thực tế ngay từ khi còn ngồi trên ghế nhà trường. Điều này không chỉ giúp sinh viên tích lũy kinh nghiệm làm việc thực tế, mà còn mở rộng mạng lưới quan hệ, tăng cơ hội việc làm sau khi tốt nghiệp.

Với những thế mạnh vượt trội về kinh nghiệm, đội ngũ giảng viên, quan hệ quốc tế, liên kết doanh nghiệp và chương trình đào tạo, Khoa Quản trị Kinh doanh hoàn toàn tự tin trong việc đào tạo ra những cử nhân E-commerce xuất sắc, đáp ứng nhu cầu của thị trường lao động trong nước và quốc tế. Sự ra đời của ngành E-commerce không chỉ là một bước tiến quan trọng trong sự phát triển của khoa, mà còn là sự đóng góp thiết thực vào việc xây dựng nguồn nhân lực chất lượng cao cho sự phát triển bền vững của nền kinh tế vùng Đông Nam Bộ nói riêng và Việt Nam nói chung. Trên cơ sở tự đánh giá đó, Khoa Quản trị Kinh doanh – Trường Đại học Quốc tế đăng ký mở chương trình đào tạo Cử nhân ngành E-commerce với các điểm nổi bật so với các chương trình đào tạo khác như sau:

- Giảng dạy hoàn toàn bằng tiếng Anh, định hướng xem xét khả năng thực hiện liên kết quốc tế để cập nhật kiến thức toàn cầu cho người học.
- Chú trọng đào tạo các kỹ năng phân tích, tư duy đặc thù của ngành E-commerce trong bối cảnh toàn cầu hoá.
- Chú trọng phát triển kỹ năng mềm, khả năng sáng tạo trong kinh doanh như một lợi thế cạnh tranh của sinh viên trong môi trường doanh nghiệp.

2.4. Tính đặc thù và liên thông của chương trình đối với các chương trình đào tạo E-commerce trong hệ thống ĐHQG HCM

2.4.1. Tính đặc thù

Định hướng theo doanh nghiệp (Business-driven):

Chương trình được xây dựng gắn liền với thực tiễn hoạt động của doanh nghiệp, chú trọng phát triển năng lực hoạch định chiến lược, quản trị vận hành và ra quyết định dựa trên dữ liệu. Sinh viên được trang bị toàn diện các kiến thức về chiến lược kinh doanh số, marketing điện tử, quản lý chuỗi cung ứng, tài chính số và quản trị thương mại điện tử, nhằm đáp ứng trực tiếp nhu cầu nhân lực chất lượng cao của thị trường trong thời kỳ chuyển đổi số.

Định hướng công nghệ (Tech-enabled):

Chương trình kết hợp hài hòa giữa kiến thức quản trị kinh doanh và công nghệ hiện đại, giúp sinh viên làm chủ các công cụ trí tuệ nhân tạo (AI), phân tích dữ liệu, nền tảng số và hệ thống thông tin thương mại điện tử. Qua đó, người học hình thành năng lực “nhà quản trị hiệu công nghệ” – một năng lực hiếm, có giá trị cao và phù hợp với xu thế phát triển của doanh nghiệp số.

Định hướng toàn cầu (Globally oriented):

Toàn bộ chương trình được giảng dạy bằng tiếng Anh, sử dụng giáo trình và phương pháp đào tạo theo chuẩn quốc tế (AUN-QA, ACBSP). Sinh viên có cơ hội trao đổi học tập, chuyển tiếp với nhiều trường đại học đối tác quốc tế, được rèn luyện tư duy toàn cầu, kỹ năng hội nhập và làm việc trong môi trường đa văn hóa, hướng đến đội ngũ nhân lực số có khả năng cạnh tranh quốc tế.

Định hướng phát triển bền vững (Sustainability-focused):

Trường Đại học Quốc tế (IU) là trường tiên phong tích hợp phát triển bền vững vào đào tạo Thương mại điện tử. Học phần “Quản trị bền vững: Lý thuyết và Thực tiễn” giúp sinh viên hiểu rõ các nguyên tắc kinh doanh có trách nhiệm, biết cân bằng giữa hiệu quả kinh tế, lợi ích xã hội và bảo vệ môi trường. Chương trình hướng tới đào tạo nguồn nhân lực có năng lực thực hành chuyển đổi số xanh (green digital transformation) và đóng góp cho mô hình kinh tế bền vững trong tương lai.

Bảng so sánh sự khác và giống nhau giữa chương trình E-commerce giữa Trường Đại học Quốc tế (IU), Trường Đại học Kinh tế - Luật (UEL), và Đại học Công nghệ Thông tin (UIT):

Tiêu chí	Trường ĐH Quốc tế	Trường ĐH Kinh tế – Luật	Trường ĐH Công nghệ Thông tin
Định hướng đào tạo	Liên ngành: Kinh doanh – Công nghệ – Phát triển bền vững	Kinh doanh & quản trị thương mại số	Công nghệ & kỹ thuật hệ thống TMĐT
Ngôn ngữ giảng dạy	100% tiếng Anh	Tiếng Việt	Tiếng Việt (một số môn tiếng Anh)
Trụ cột chương trình	Business-driven, Tech-enabled, globally oriented, Sustainability-focused	Business-oriented, Law-based, Tech-enabled	Tech-driven
Trọng tâm năng lực	Phân tích dữ liệu, chiến lược số, kinh doanh số, chuyển đổi số bền vững	Marketing, quản trị thương mại, pháp luật TMĐT	Xây dựng, bảo mật, vận hành hệ thống
Chuẩn kiểm định	Quốc tế: AUN-QA, ACBSP	Kiểm định nội bộ ĐHQG	Chuẩn ABET/AUN
Hợp tác quốc tế	>20 trường đối tác, trao đổi và chuyển tiếp	Hạn chế	Hợp tác kỹ thuật trong lĩnh vực CNTT
Môn học đặc trưng	Digital Business Strategy, Digital business, Data Analytics, Quản trị bền vững	Marketing số, Pháp luật TMĐT	Web Security, E-commerce Systems
Mục tiêu đầu ra	Quản trị số toàn cầu, nhân lực TMĐT bền vững	Chuyên viên quản lý TMĐT trong nước	Kỹ sư công nghệ TMĐT

2.4.2. Tính liên thông trong Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh

Chương trình của Trường Đại học Quốc tế được thiết kế mở và công nhận tín chỉ liên thông với các đơn vị cùng hệ thống:

Với Đại học Kinh tế - Luật (UEL): Liên thông học phần về Kinh tế học, Quản trị, Kinh doanh, Pháp luật Thương mại điện tử, ...

Sinh viên có thể học chéo để mở rộng hiểu biết từ chính sách thương mại đến chiến lược kinh doanh số.

Với Đại học Công nghệ Thông tin (UIT): Liên thông học phần về Công nghệ web, AI, Big Data, Security in E-commerce Systems Giúp sinh viên IU tăng cường năng lực công nghệ, còn sinh viên UIT hiểu sâu hơn về vận hành và quản trị nền tảng kinh doanh số.

Mô hình này hình thành chuỗi liên thông “Kinh tế – Công nghệ – Bền vững”, đúng định hướng phát triển liên ngành mà Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh khuyến khích.

2.5. Vị trí việc làm của người học sau khi tốt nghiệp

Trong các doanh nghiệp thương mại điện tử và nền tảng số, sinh viên có thể đảm nhận vai trò quản lý hoặc vận hành sàn Thương mại điện tử tại các tập đoàn và nền tảng lớn như Shopee, Tiki, Lazada, hoặc các doanh nghiệp khởi nghiệp số. Bên cạnh đó, người học có thể làm chuyên viên marketing kỹ thuật số (Digital Marketing Executive), phụ trách truyền thông, tối ưu hóa công cụ tìm kiếm (SEO/SEM) và phân tích dữ liệu hành vi người tiêu dùng để nâng cao hiệu quả kinh doanh. Những vị trí như chuyên viên phân tích dữ liệu (Data Analyst) hay quản lý trải nghiệm khách hàng (Customer Experience Manager) cũng là hướng đi phổ biến, giúp sinh viên vận dụng kỹ năng phân tích và công nghệ để tối ưu trải nghiệm người dùng trên nền tảng trực tuyến.

Đối với các doanh nghiệp sản xuất, bán lẻ và dịch vụ, sinh viên có thể đảm nhiệm vai trò quản lý kênh bán hàng trực tuyến (Online Channel Manager) hoặc chuyên viên chuyển đổi số doanh nghiệp (Digital Transformation Specialist) – những vị trí đang được nhiều doanh nghiệp truyền thống quan tâm trong quá trình tái cấu trúc mô hình kinh doanh. Ngoài ra, chương trình còn cung cấp nền tảng kiến thức vững chắc để sinh viên trở thành quản lý logistics số hoặc chuỗi cung ứng điện tử (Digital Supply Chain/Logistics Manager), có khả năng áp dụng công nghệ vào quản trị vận hành và phân phối hàng hóa hiệu quả trên các nền tảng số.

Trong lĩnh vực công nghệ và tư vấn, sinh viên tốt nghiệp có thể trở thành chuyên viên phân tích nghiệp vụ (Business Analyst) hoặc quản lý sản phẩm/dự án (Product Owner/Project Manager) trong các doanh nghiệp công nghệ, startup, hoặc công ty cung cấp giải pháp phần mềm. Những sinh viên có định hướng chuyên sâu hơn về tư vấn chiến lược có thể làm việc ở vị trí Tư vấn viên chuyển đổi số (Digital Transformation Consultant) hoặc Chuyên viên đổi mới sáng tạo bền vững (Sustainability Innovation Officer), nơi họ có thể ứng dụng kiến thức về công nghệ, dữ liệu và phát triển bền vững để hỗ trợ doanh nghiệp xây dựng mô hình kinh doanh thân thiện với môi trường và xã hội.

Ngoài ra, chương trình còn tạo nền tảng vững chắc cho con đường khởi nghiệp và học thuật. Sinh viên có thể khởi nghiệp trong lĩnh vực công nghệ và kinh doanh số, sáng lập các dự án về nền tảng thương mại điện tử, dịch vụ số hoặc giải pháp công nghệ xanh. Bên cạnh đó, với khả năng tư duy phản biện, kỹ năng nghiên cứu và nền tảng tiếng Anh học thuật, sinh viên có thể theo đuổi con đường giảng dạy và nghiên cứu trong các lĩnh vực như Digital Business, Information Systems hay Sustainability Management, tiếp tục học lên bậc cao học trong nước hoặc quốc tế.

Như vậy, chương trình Thương mại điện tử của Trường Đại học Quốc tế không chỉ trang bị kiến thức chuyên môn và kỹ năng công nghệ, mà còn phát triển cho người học tư duy kinh doanh

toàn cầu và trách nhiệm xã hội, mở ra cơ hội nghề nghiệp phong phú trong cả doanh nghiệp, công nghệ, tư vấn và khởi nghiệp đổi mới sáng tạo bền vững.

3. CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

3.1. Thông tin chung

- Tên ngành đào tạo:

+ Tiếng Việt: Thương mại điện tử

(chuyên ngành Quản trị thương mại điện tử; Kinh doanh số)

+ Tiếng Anh: E-commerce

(specializing in E-commerce management; Digital Business)

- Mã ngành đào tạo: 7340122

- Loại hình đào tạo: Chính quy

- Thời gian đào tạo: 4 năm

- Tên văn bằng sau khi tốt nghiệp:

+ Tiếng Việt: Cử nhân Thương mại điện tử

+ Tiếng Anh: Bachelor of Business in E-commerce

- Địa điểm đào tạo: Trường Đại Học Quốc Tế - Đại Học Quốc Gia TP.HCM

3.2. Thông tin tuyển sinh và kế hoạch đào tạo

a) Đối tượng tuyển sinh

Đối tượng tuyển sinh căn cứ theo quy chế tuyển sinh đại học của Bộ Giáo dục và Đào tạo và Thông tin tuyển sinh hàng năm của Đại học Quốc gia TP.HCM và Thông tin tuyển sinh của trường Đại học Quốc tế

b) Hình thức tuyển sinh

- Phương thức 1: Xét tuyển thẳng (gồm các đối tượng thí sinh đủ điều kiện xét tuyển thẳng, ưu tiên xét tuyển theo Quy chế tuyển sinh của Bộ GD&ĐT; thí sinh đủ điều kiện ưu tiên xét tuyển thẳng, ưu tiên xét tuyển theo Quy định của ĐHQG-HCM).

- Phương thức 2: Xét tuyển dựa trên kết quả kỳ thi Đánh giá Năng lực do ĐHQG-HCM tổ chức,

- Phương thức 3: Xét tuyển dựa trên kết quả kỳ thi Tốt nghiệp THPT.

Trường Đại học Quốc tế thực hiện tuyển sinh theo Quy chế tuyển sinh Đại học ban hành hàng năm bởi Bộ Giáo dục và Đào tạo, căn cứ theo Thông tin tuyển sinh hàng năm của Đại học Quốc gia TP.HCM và Thông tin tuyển sinh của trường Đại học Quốc tế.

c) Tổ hợp môn dự tuyển:

- Toán, Vật Lý, Tiếng Anh
- Toán, Hóa học, Tiếng Anh
- Toán, Lịch sử, Tiếng Anh
- Toán, Địa lí, Tiếng Anh
- Toán, Tiếng Anh, Giáo dục kinh tế và pháp luật
- Ngữ Văn, Toán, Tiếng Anh

Tổ hợp môn dự tuyển sẽ được cập nhật bổ sung theo thông tin tuyển sinh hàng năm của Đại học Quốc gia TP.HCM và Thông tin tuyển sinh của trường Đại học Quốc tế.

d) Dự kiến chỉ tiêu tuyển sinh, quy mô đào tạo

Dự kiến chỉ tiêu tuyển sinh, quy mô đào tạo trong 5 năm đầu của ngành đào tạo:

Năm	2026	2027	2028	2029	2030	Từ 2031 trở đi
Tuyển sinh mới	50	60	70	80	80	80
Quy mô đào tạo	50	110	180	260	270	280

3.3. Mục tiêu đào tạo**a) Mục tiêu chung:**

Những biến động của tình hình thế giới trong những năm vừa qua đã cho thấy thương mại điện tử đã trở thành một phần thiết yếu của nền kinh tế toàn cầu. Ngay cả những công ty nhỏ dựa trên thương mại điện tử cũng hấp dẫn các nhà đầu tư hơn; họ phát triển nhanh hơn và thâm nhập vào thị trường toàn cầu. Khoa Quản trị Kinh doanh – Trường Đại học Quốc tế có sứ mạng dẫn dắt và truyền đạt truyền đạt kiến thức giúp sinh viên phát triển năng lực và các kỹ năng quản trị cần thiết. Dựa trên sứ mạng đó, việc mở ngành E-commerce đóng góp vào sự phát triển của ngành tại Việt Nam thông qua việc đào tạo những cử nhân có nền tảng kiến thức kinh tế - xã hội, kiến thức chuyên môn về ngành E-commerce vững chắc, có khả năng tư duy, sáng tạo, đổi mới và hội nhập quốc tế, có kỹ năng nghề nghiệp, có tác phong chuyên nghiệp, có đạo đức nghề nghiệp, khả năng tự chủ và trách nhiệm với xã hội, và các kỹ năng khác cần thiết trong nghề nghiệp phù hợp với ngành E-commerce.

b) Mục tiêu cụ thể (Program Objectives- POs):

Chương trình đào tạo ngành E-commerce tại Khoa Quản trị Kinh doanh của Trường Đại học Quốc tế cung cấp cho sinh viên khối kiến thức, kỹ năng làm việc theo 02 chuyên ngành: Quản trị Thương mại điện tử và Kinh doanh số. Mục tiêu cụ thể như sau:

Kiến thức

PO1: Trang bị cho người học các kiến thức nền tảng về kinh tế, xã hội, quản lý, pháp luật vào giải quyết vấn đề quản trị và kinh doanh.

PO2: Cung cấp cho người học các lý thuyết, mô hình, phương pháp, kỹ năng liên quan đến quản trị thương mại điện tử và kinh doanh số nhằm nghiên cứu vấn đề, xây dựng kế hoạch và tổ chức triển khai các dự án kinh doanh trên nền tảng số.

Kỹ năng

PO3: Trang bị cho người học khả năng quản trị, tư duy phản biện, đổi mới sáng tạo, khả năng tự học, tự nghiên cứu và các kỹ năng nghề nghiệp nhằm thích ứng và giải quyết các vấn đề của doanh nghiệp như marketing, nhân sự, công nghệ, chuỗi cung ứng, v.v... trong môi trường kinh doanh thay luôn thay đổi.

PO4: Giúp người học sử dụng thành thạo các kỹ năng công nghệ thông tin và kỹ năng số nhằm triển khai các ứng dụng thương mại điện tử và kinh doanh trên nền tảng số.

PO5: Trang bị cho người học phát triển khả năng ngoại ngữ và kỹ năng hội nhập quốc tế nhằm đáp ứng yêu cầu làm việc trong môi trường toàn cầu.

Tự chủ và trách nhiệm

PO6: Có thái độ tốt, mức tự chủ và chịu trách nhiệm cao, có khả năng làm việc độc lập, có đạo đức nghề nghiệp chuyên nghiệp, có trách nhiệm với xã hội và cộng đồng.

Tính kết nối giữa Mục tiêu của chương trình đào tạo và Tâm nhìn- Sứ mạng Trường Đại học Quốc tế với MTGD được quy định tại Luật giáo dục Đại học

	Nội dung	Mục tiêu CTĐT (Program Objectives- POs)
Luật Giáo dục Đại học 2012	Có kiến thức chuyên môn toàn diện, nắm vững nguyên lý, quy luật tự nhiên - xã hội	PO1, PO2
	Có kỹ năng thực hành cơ bản	PO2, PO3, PO4
	Có khả năng làm việc độc lập, sáng tạo và giải quyết những vấn đề thuộc ngành được đào tạo	PO3, PO5, PO6
Tâm nhìn của Trường ĐHQT	Trường ĐHQT phấn đấu trở thành trường đại học theo định hướng nghiên cứu hàng đầu tại Việt Nam và châu Á; là cơ sở giáo dục ngang tầm quốc tế, tự chủ, sáng tạo; là nơi vun đắp và phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao	PO1, PO2, PO3, PO4, PO5, PO6

	cho thị trường lao động trong nước và quốc tế.	
Sứ mạng của Trường ĐHQT	Là CSGD quốc tế, mang bản sắc văn hóa Việt Nam	PO1, PO2, PO3, PO4, PO5, PO6
	CSGD đại học đi tiên phong trong đổi mới cơ chế quản trị đại học theo mô hình tự chủ và tiên tiến.	PO3, PO4, PO5
	Đào tạo chất lượng cao đa ngành – đa lĩnh vực. Đạt chuẩn kiểm định chất lượng giáo dục theo tiêu chuẩn quốc tế/ khu vực cho tất cả các CTĐT.	PO1, PO2, PO4
	Giảng dạy và nghiên cứu thực hiện bằng tiếng Anh là điểm khác biệt nâng tầm quốc tế của nhà trường. Người học được đào tạo và rèn luyện để trở thành công dân toàn cầu và có trách nhiệm với xã hội, dẫn dắt xã hội trong tương lai.	PO5, PO6
	Nghiên cứu cơ bản với hàm lượng tri thức lớn song hành với nghiên cứu ứng dụng, đáp ứng yêu cầu đổi mới sáng tạo và phát triển bền vững của doanh nghiệp, địa phương và xã hội; quan tâm, thúc đẩy các hoạt động kết nối và phục vụ cộng đồng.	PO3, PO5, PO6

3.4. Chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo:

Thang đo Chuẩn đầu ra (PLO) của CTĐT E-commerce	Nội dung chuẩn đầu ra	Trình độ năng lực theo thang Bloom
PLO1	Giải thích các kiến thức nền tảng về kinh tế, xã hội, quản lý, pháp luật vào giải quyết vấn đề kinh doanh và quản trị	Remembering, Understanding
PLO2	Giải thích các lý thuyết, khái niệm, và mô hình kinh doanh và quản trị cốt lõi của thương mại điện tử và kinh doanh trên nền tảng số	Remembering, Understanding

PLO3	Áp dụng và phân tích các mô hình quản trị–kinh doanh để thiết lập, vận hành và tối ưu kênh bán trên sàn TMĐT; ra quyết định dựa trên dữ liệu nhằm đạt mục tiêu hiệu quả về lưu lượng, chuyển đổi và lợi nhuận trong tuân thủ chính sách–pháp lý	Applying, Analyzing and Evaluating
PLO4	Áp dụng kỹ năng quản trị, tư duy phản biện, đổi mới sáng tạo, khả năng tự học, tự nghiên cứu và các kỹ năng nghề nghiệp nhằm thích ứng và giải quyết các vấn đề kinh doanh và quản trị của doanh nghiệp	Applying and Analyzing
PLO5	Áp dụng và phân tích năng lực công nghệ số để thiết kế, triển khai và cải tiến sản phẩm số ở mức khả dụng; đảm bảo vận hành ổn định và trải nghiệm người dùng, đồng thời xác thực mô hình kinh doanh bằng các chỉ số sản phẩm.	Applying, Analyzing and Evaluate
PLO6	Sử dụng khả năng ngoại ngữ và hội nhập quốc tế nhằm đáp ứng yêu cầu làm việc trong môi trường toàn cầu	Applying
PLO7	Thể hiện thái độ và đạo đức nghề nghiệp chuyên nghiệp, mức độ tự chủ cao và có trách nhiệm với xã hội và cộng đồng trong hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp	Understanding

Đối chiếu PLO của CTĐT ngành Thương mại điện tử và PLO theo Khung trình độ Quốc gia Việt Nam - Bậc 6 (theo QĐ số 1982/QĐ-TTg ngày 18 tháng 10 năm 2016 của Thủ tướng Chính phủ)

Chuẩn đầu ra (PLO)	Nội dung Chuẩn đầu ra theo Khung trình độ Quốc gia Việt Nam (bậc 6)	Chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo Ngành E-commerce tại Trường ĐHQT
Kiến thức		
PLO1	- Kiến thức thực tế vững chắc; kiến thức lý thuyết sâu, rộng trong phạm vi của ngành đào tạo.	PLO1, PLO2
PLO2	- Kiến thức cơ bản về khoa học xã hội, khoa học chính trị và pháp luật. - Kiến thức về công nghệ thông tin	PLO1, PLO2

PLO3	<ul style="list-style-type: none"> - Kiến thức cơ bản về lập kế hoạch, tổ chức và giám sát các quá trình trong một lĩnh vực hoạt động cụ thể. - Kiến thức cơ bản về hoạt động chuyên môn 	PLO1, PLO2
Kỹ năng		
PLO4	<ul style="list-style-type: none"> - Kỹ năng phản biện, đánh giá, phân tích và sử dụng các giải pháp thay thế trong điều kiện môi trường không xác định hoặc thay đổi. - Kỹ năng truyền đạt vấn đề và giải pháp tới người khác tại nơi làm việc; chuyển tải, phổ biến kiến thức, kỹ năng trong việc thực hiện những nhiệm vụ cụ thể hoặc phức tạp. - Có năng lực ngoại ngữ bậc 4/6 Khung năng lực ngoại ngữ của Việt Nam. 	PLO3, PLO4, PLO5, PLO6
PLO5	<ul style="list-style-type: none"> - Kỹ năng cần thiết để có thể giải quyết các vấn đề phức tạp. - Kỹ năng dẫn dắt, khởi nghiệp, tạo việc làm cho mình và cho người khác. - Kỹ năng đánh giá chất lượng công việc sau khi hoàn thành và kết quả thực hiện của các thành viên trong nhóm. 	PLO3, PLO4
Mức tự chủ và trách nhiệm		
PLO6	<ul style="list-style-type: none"> - Hướng dẫn, giám sát những người khác thực hiện nhiệm vụ xác định. - Lập kế hoạch, điều phối, quản lý các nguồn lực, đánh giá và cải thiện hiệu quả các hoạt động - Làm việc độc lập hoặc làm việc theo nhóm trong điều kiện làm việc thay đổi, chịu trách nhiệm cá nhân và trách nhiệm đối với nhóm. 	PLO4, PLO6, PLO7
PLO7	<ul style="list-style-type: none"> - Tự định hướng, đưa ra kết luận chuyên môn và có thể bảo vệ được quan điểm cá nhân. 	PLO4

3.5. Ma trận giữa mục tiêu đào tạo và chuẩn đầu ra

Mục tiêu (Program Objectives – PO _i)	Chuẩn đầu ra
PO1: Trang bị cho người học các kiến thức nền tảng về kinh tế, xã hội, quản lý, pháp luật vào giải quyết vấn đề quản trị và kinh doanh.	PLO1, PLO2, PLO3
PO2: Cung cấp cho người học các lý thuyết, mô hình, phương pháp, kỹ năng liên quan đến quản trị thương mại điện tử và kinh doanh số nhằm nghiên cứu vấn đề, xây dựng kế hoạch và tổ chức triển khai các dự án kinh doanh trên nền tảng số.	PLO1, PLO2, PLO3
PO3: Trang bị cho người học khả năng quản trị, tư duy phản biện, đổi mới sáng tạo, khả năng tự học, tự nghiên cứu và các kỹ năng nghề nghiệp nhằm thích ứng và giải quyết các vấn đề của doanh nghiệp như marketing, nhân sự, công nghệ, chuỗi cung ứng, v.v... trong môi trường kinh doanh thay luôn thay đổi.	PLO4, PLO5, PLO6
PO4: Giúp người học sử dụng thành thạo các kỹ năng công nghệ thông tin và kỹ năng số (thông qua năng lực khai thác dữ liệu, giao tiếp số, sáng tạo nội dung, an toàn số, giải quyết vấn đề, ứng dụng AI, phát triển bản thân và công dân số). Qua đó có thể triển khai các ứng dụng thương mại điện tử và kinh doanh trên nền tảng số.	PLO2
PO5: Trang bị cho người học phát triển khả năng ngoại ngữ và kỹ năng hội nhập quốc tế nhằm đáp ứng yêu cầu làm việc trong môi trường toàn cầu.	PLO5
PO6: Có thái độ tốt, mức tự chủ và chịu trách nhiệm cao, có khả năng làm việc độc lập, có đạo đức nghề nghiệp chuyên nghiệp, có trách nhiệm với xã hội và cộng đồng.	PLO6, PLO7

3.6. Quy trình đào tạo, điều kiện tốt nghiệp

Căn cứ theo Quyết định số 1342/QĐ-ĐHQG ngày 30 tháng 9 năm 2022 của Giám đốc Đại học Quốc gia TP.HCM về việc ban hành Quy chế đào tạo trình độ đại học.

Căn cứ theo Quyết định số 719/QĐ-ĐHQT ngày 06 tháng 12 năm 2021 của Hiệu trưởng Trường Đại học Quốc tế về việc ban hành Quy chế đào tạo trình độ đại học theo hệ thống tín chỉ tại trường Đại học Quốc tế thuộc Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh.

Chương trình đào tạo được thiết kế theo đào tạo tín chỉ gồm 08 học kỳ chính thức bao gồm 123 tín chỉ.

Sinh viên được xem xét cấp bằng tốt nghiệp khi thỏa mãn đầy đủ các điều kiện sau:

- Tích lũy đủ học phần, số tín chỉ và hoàn thành các nội dung bắt buộc khác theo yêu cầu của chương trình đào tạo, đạt chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo;
- Điểm trung bình tích lũy của toàn khóa học đạt từ trung bình trở lên;
- Đạt chuẩn đầu ra ngoại ngữ, chứng chỉ GDQP-AN và hoàn thành các học phần GDTC, các điều kiện theo quy định của ĐHQG-TP.HCM và của trường Đại học Quốc tế;
- Tại thời điểm xét tốt nghiệp không bị truy cứu trách nhiệm hình sự hoặc không đang trong thời gian bị kỷ luật ở mức đình chỉ học tập;
- Thực hiện đầy đủ trách nhiệm và nghĩa vụ theo các quy định, quy chế của nhà trường đã được ban hành chính thức.

3.7. Thang điểm

Xếp loại	Thang điểm 100	Điểm chữ	Thang điểm 4
Xuất sắc	Từ 90 đến 100	A+	4,0
Giỏi	Từ 80 đến cận 90	A	3,5
Khá	Từ 70 đến cận 80	B+	3,0
Trung bình khá	Từ 60 đến cận 70	B	2,5
Trung bình	Từ 50 đến cận 60	C	2,0
Yếu	Từ 40 đến cận 50	D+	1,5
Kém	Từ 30 đến cận 40	D	1,0
	Dưới 30	F	0,0

3.8. Khối lượng kiến thức toàn khóa

Tổng số tín chỉ: **123 tín chỉ**, trong đó phân bổ kiến thức như sau (không bao gồm giáo dục thể chất và giáo dục quốc phòng):

TT	Các khối kiến thức ⁽³⁾	Khối lượng			
		Số tín chỉ			Tỷ lệ % (Tổng khối kiến thức/Tổng số tín chỉ)
		Tổng	Lý thuyết	Thực hành	
I	Khối kiến thức giáo dục đại cương	43	43	0	35.0%
	- Bắt buộc: 43 tín chỉ				
	- Tự chọn: 0 tín chỉ				
II	Khối kiến thức cơ sở ngành	46	46	0	37.4%
	- Bắt buộc: 46 tín chỉ				
	- Tự chọn: 0 tín chỉ				
III	Kiến thức chuyên ngành	16	11/14	5/2	13.0%
	- Bắt buộc: 13 tín chỉ				
	- Tự chọn: 3 tín chỉ				
IV	Thực tập, khóa luận tốt nghiệp	18	12	6	14.6%
	Tổng cộng	123	112/115	11/8	100%

Ghi chú: SV chọn 1 trong 2 chuyên ngành (tổng 16 tín chỉ): Chuyên ngành Quản trị Thương mại Điện tử: 11 TC lý thuyết + 5 TC thực hành (Bắt buộc: 13 TC / Tự chọn: 3 TC) hoặc Chuyên ngành Kinh doanh Số: 14 TC lý thuyết + 2 TC thực hành (Bắt buộc: 13 TC / Tự chọn: 3 TC). Số trước dấu "/" là của chuyên ngành Quản trị Thương mại Điện tử, số sau dấu "/" là của chuyên ngành Kinh doanh Số.

3.9. Khung CTĐT chung của nhóm ngành

STT	Mã môn	Nhóm ngành/Tên môn	Số tín chỉ	Ghi chú
IU02	NHÓM 2	KINH DOANH - QUẢN LÝ - KINH TẾ		
	<i>Khối kiến thức Kinh tế - Chính trị - Xã hội - Luật</i>			
1	PE015IU	Philosophy of Marxism and Leninism	3	
2	PE016IU	Political economics of Marxism and Leninism	2	
3	PE017IU	Scientific socialism	2	
4	PE018IU	History of Vietnamese Communist Party	2	
5	PE019IU	Ho Chi Minh's Thoughts	2	
6	PE021IU	General Law	3	
7	PE007IU	World Economic Geography	3	Tự chọn 1 trong 4 môn
8	PE010IU	Vietnamese History and Culture		
9	BA197IU	Introduction to Sociology		
10	BA118IU	Introduction to Psychology		
	<i>Khối kiến thức Ngoại ngữ</i>			
11	EN007IU	Writing AE1	2	
12	EN008IU	Listening AE1	2	
13	EN011IU	Writing AE2	2	
14	EN012IU	Speaking AE2	2	
	<i>Giáo dục chung khác</i>			
15	PE008IU	Critical Thinking	3	
16	BA120IU	Business Computing Skills	3	
17	BA117IU	Introduction to Microeconomics	3	
18	BA119IU	Introduction to Macroeconomics	3	
19	BA080IU	Statistics for Business	3	
20	BA003IU	Principle of Marketing	3	
21	BA005IU	Financial Accounting	3	
22	BA016IU	Fundamentals of Financial Management	3	
23	BA256IU	Workshop 1	3	
24	BA081IU	Business Law	3	
25	PT001IU	Physical Training 1	3	
26	PT002IU	Physical Training 2	3	

STT	Mã môn	Nhóm ngành/Tên môn	Số tín chỉ	Ghi chú
27	MP001IU	Military Education		
		Tổng cộng	61	
<i>Khối kiến thức khác ngành</i>				
1	BA123IU	Principles of Management (Cho riêng BA)	3	
2	BA282IU	Math for Business (Cho riêng EFA)	3	

3.10. Nội dung chương trình đào tạo

TT	MSMH	Nội dung chương trình	Loại MH (bắt buộc/tự chọn)	Tín chỉ			
				Tổng cộng	Lý thuyết	Thực hành / Thí nghiệm	Phòng TN (**)
1	Kiến thức giáo dục đại cương			43	43	0	
1.1	Các môn lý luận chính trị:			11	11	0	
	PE015IU	Triết học Mác-Lênin (Philosophy of Marxism and Leninism)	Bắt buộc	3	3	0	
	PE016IU	Kinh tế chính trị Mac-Lenin (Political economics of Marxism and Leninism)	Bắt buộc	2	2	0	
	PE017IU	Chủ nghĩa xã hội khoa học (Scientific socialism)	Bắt buộc	2	2	0	
	PE018IU	Lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam (History of Vietnamese Communist Party)	Bắt buộc	2	2	0	
	PE019IU	Tư tưởng Hồ Chí Minh (Ho Chi Minh's Thoughts)	Bắt buộc	2	2	0	
1.2	Khoa học Xã hội			9	9	0	
	- Bắt buộc			6	6	0	
	BA117IU	Kinh tế vi mô (Introduction to Microeconomics)	Bắt buộc	3	3	0	

TT	MSMH	Nội dung chương trình	Loại MH (bắt buộc/tự chọn)	Tín chỉ			
				Tổng cộng	Lý thuyết	Thực hành / Thí nghiệm	Phòng TN (**)
	BA119IU	Kinh tế vĩ mô (Introduction to Macroeconomics)	Bắt buộc	3	3	0	
	- Tự chọn (chọn 1 trong 4 môn)			3	3	0	
	BA197IU	Xã hội học (Introduction to Sociology)	Tự chọn	3	3	0	
	BA118IU	Tâm lý học (Introduction to Psychology)	Tự chọn	3	3	0	
	PE010IU	Lịch sử và Văn hóa VN (Vietnamese History and Culture)	Tự chọn	3	3	0	
	PE007IU	Địa lý kinh tế thế giới (World Economic Geography)	Tự chọn	3	3	0	
1.3	Nhân văn – Nghệ thuật			6	6	0	
	PE021IU	Pháp luật đại cương (General Law)	Bắt buộc	3	3	0	
	PE008IU	Tư duy phản biện (Critical Thinking)	Bắt buộc	3	3	0	
1.4	Ngoại ngữ			8	8	0	
	EN007IU, EN008IU	Anh văn chuyên ngành 1 (Writing AE1, Listening AE1)	Bắt buộc	4	4	0	
	EN011IU, EN012IU	Anh văn chuyên ngành 2 (Writing AE2, Speaking AE2)	Bắt buộc	4	4	0	
1.5	Toán – Tin học – Khoa học tự nhiên – Công nghệ - Môi trường			9	9	0	
	BA080IU	Thống kê trong kinh doanh (Statistics for Business)	Bắt buộc	3	3	0	

TT	MSMH	Nội dung chương trình	Loại MH (bắt buộc/tự chọn)	Tín chỉ			
				Tổng cộng	Lý thuyết	Thực hành / Thí nghiệm	Phòng TN (**)
	BA168IU	Phương pháp định lượng trong kinh doanh (Quantitative Methods for Business)	Bắt buộc	3	3	0	
	BA120IU	Tin học Quản lý (Business Computing Skills)	Bắt buộc	3	3	0	
1.6	Giáo dục Thể chất:						
	PT001IU	Giáo dục thể chất 1 (Physical Training 1)	Bắt buộc	3	0	3	
	PT002IU	Giáo dục thể chất 2 (Physical Training 2)	Bắt buộc	3	0	3	
1.7	Giáo dục Quốc phòng			4 tuần			
2	Kiến thức giáo dục chuyên nghiệp						
2.1	Kiến thức cơ sở ngành			46	46	0	
	- Bắt buộc			40	40	0	
	BA003IU	Nguyên lý tiếp thị (Principles of Marketing)	Bắt buộc	3	3	0	
	BA005IU	Kế toán tài chính (Financial Accounting)	Bắt buộc	3	3	0	
	BA016IU	Quản trị tài chính (Fundamental of Financial Management)	Bắt buộc	3	3	0	
	BA027IU	Thương mại điện tử (E-commerce)	Bắt buộc	3	3	0	
	BA123IU	Nguyên lý quản trị (Principles of Management)	Bắt buộc	3	3	0	
	BA161IU	Phương pháp nghiên cứu khoa học (Business Research Methods)	Bắt buộc	3	3	0	

TT	MSMH	Nội dung chương trình	Loại MH (bắt buộc/tự chọn)	Tín chỉ			
				Tổng cộng	Lý thuyết	Thực hành / Thí nghiệm	Phòng TN (**)
	BA140IU	Mô phỏng chiến lược kinh doanh (Business Game)	Bắt buộc	3	3	0	
	BA154IU	Sáng lập doanh nghiệp (Entrepreneurship and Small Business Management)	Bắt buộc	3	3	0	
	BA155IU	Quản trị đa văn hóa (Multicultural Management)	Bắt buộc	3	3	0	
	BA169IU	Hệ thống thông tin quản lý (Management Information Systems)	Bắt buộc	3	3	0	
	BA256IU	Thảo luận chuyên đề 1 (Workshop 1)	Bắt buộc	3	3	0	
	BA298IU	Cơ sở lập trình trong kinh doanh (Principle of Programming in Business)	Bắt buộc	2	2	0	
	BA300IU	Workshop 2 in E-commerce (Workshop 2 in E-commerce)	Bắt buộc	2	2	0	
	BA302IU	Quản trị bền vững: lý thuyết và thực tiễn (Sustainable management: Theory and Practices)	Bắt buộc	3	3	0	
	Tự chọn (<i>chọn 2 môn tương đương 6 tín chỉ</i>)			6	6	0	
	BA145IU	Marketing quốc tế (International Marketing)	Tự chọn	3	3	0	
	BA303IU	Quản trị chuỗi cung ứng số (Digital supply chain management)	Tự chọn	3	2	1	

TT	MSMH	Nội dung chương trình	Loại MH (bắt buộc/tự chọn)	Tín chỉ			
				Tổng cộng	Lý thuyết	Thực hành / Thí nghiệm	Phòng TN (**)
	BA304IU	Quản trị nguồn nhân lực trong môi trường số (People management in the Digital age.)	Tự chọn	3	3	0	
	BA084IU	Quản trị xuất – nhập khẩu (Import-export management)	Tự chọn	3	3	0	
	BA305IU	Quản trị chiến lược trong môi trường số (Strategic management in the Digital age)	Tự chọn	3	3	0	
	BA006IU	Giao tiếp trong Kinh doanh (Business Communication)	Tự chọn	3	3	0	
	BA083IU	Hành vi khách hàng (Consumer Behavior)	Tự chọn	3	3	0	
	BA081IU	Luật kinh doanh (Business Law)	Tự chọn	3	3	0	
2.2	Kiến thức chuyên ngành			16	11/14	5/2	
	Chuyên ngành Quản trị thương mại điện tử (E-Commerce management)			16	11	5	
	- Bắt buộc			13	9	4	
	BA306IU	Quản trị dự án Thương mại điện tử (E-commerce project management)	Bắt buộc	3	1	2	
	BA307IU	Công nghệ Thương mại điện tử (E-commerce Technology)	Bắt buộc	2	2	0	
	BA309IU	Công nghệ Blockchain và ứng dụng trong TMĐT. (Blockchain Technology in E-commerce)	Bắt buộc	3	2	1	
	BA310IU	Thực hành quảng cáo điện tử (E-commerce Advertising Practices)	Bắt buộc	2	1	1	

TT	MSMH	Nội dung chương trình	Loại MH (bắt buộc/tự chọn)	Tín chỉ			
				Tổng cộng	Lý thuyết	Thực hành / Thí nghiệm	Phòng TN (**)
	BA148IU	Marketing trong môi trường số (Digital Marketing)	Bắt buộc	3	3	0	
	Tự chọn (<i>chọn 3 tín chỉ từ các danh mục các môn học sau</i>)			3	2	1	
	BA308IU	Phát triển ứng dụng Thương mại điện tử (E-commerce Apps Development)	Tự chọn	3	2	1	
	BA292IU	Kinh doanh trong thời đại số (Digital Business)	Tự chọn	3	2	1	
	BA311IU	Quản trị chuỗi cung ứng toàn cầu (Global supply chain management)	Tự chọn	3	2	1	
	BA312IU	Phân tích kinh doanh (Business Analytics)	Tự chọn	3	3	0	
	BA313IU	Hệ thống thanh toán điện tử (E-payment system)	Tự chọn	3	2	1	
	Chuyên ngành Kinh doanh số (Digital Business)			16	14	2	
	- Bắt buộc			13	11	2	
	BA148IU	Marketing trong môi trường số (Digital Marketing)	Bắt buộc	3	3	0	
	BA289IU	Marketing truyền thông và di động (Social Media and Mobile Marketing)	Bắt buộc	3	2	1	
	BA292IU	Kinh doanh số (Digital Business)	Bắt buộc	3	2	1	
	BA314IU	Trí tuệ nhân tạo (AI) trong kinh doanh (AI for business)	Bắt buộc	2	2	0	
	BA315IU	Chuyển đổi số (Digital Transformation)	Bắt buộc	2	2	0	

TT	MSMH	Nội dung chương trình	Loại MH (bắt buộc/tự chọn)	Tín chỉ			
				Tổng cộng	Lý thuyết	Thực hành / Thí nghiệm	Phòng TN (**)
	Tự chọn (<i>chọn 3 tín chỉ từ các danh mục các môn học sau</i>)			3	3	0	
	BA308IU	Phát triển ứng dụng Thương mại điện tử (E-commerce Apps Development)	Tự chọn	3	2	1	
	BA316IU	Sáng tạo và đổi mới: Lý thuyết và Ứng dụng (Creativity and Innovation: Theory and Practices)	Tự chọn	3	3	0	
	BA296IU	Bán lẻ Đa Kênh (Omnichannel Retailing)	Tự chọn	3	3	0	
	BA312IU	Phân tích kinh doanh (Business Analytics)	Tự chọn	3	3	0	
	BA313IU	Hệ thống thanh toán điện tử (E-payment system)	Tự chọn	3	3	0	
3	Thực tập và làm khóa luận tốt nghiệp			18	12	6	
	BA153IU	Thực tập (Internship)	Bắt buộc	3	0	3	
	BA255IU	Thực tập chuyên sâu (Specialized Internship)	Bắt buộc	3	0	3	
	BA170IU	Luận văn tốt nghiệp (Thesis)	Bắt buộc	12	12	0	
	Tổng cộng kiến thức toàn khóa			123	112/115	11/8	

Ghi chú: Kiến thức chuyên ngành: chuyên ngành Quản trị thương mại điện tử có 11 tín chỉ lý thuyết và 05 tín chỉ thực hành, chuyên ngành Kinh doanh số có 14 tín chỉ lý thuyết và 02 tín chỉ thực hành

3.11. Khả năng liên thông với các CTĐT khác khi xây dựng ngành E-Commerce

3.11.1. Mức độ tương ứng với các trường đại học lớn của nước ngoài và trong nước

Trường đại học	Quốc gia	Bậc đào tạo	Đường dẫn tham khảo chương trình đào tạo	Mức độ tương ứng
Đại học Kinh tế Quốc Dân (NEU)	Việt Nam	Đại học		57.14%
Đại học Kinh tế TP HCM (UEH)	Việt Nam	Đại học	https://tuyensinh.ueh.edu.vn/bai-viet/thuong-mai-dien-tu-dai-hoc-chinh-quy-chuong-trinh-chuan/	48.57%
UNSW	Úc	Đại học	https://www.unsw.edu.au/study/undergraduate/bachelor-of-commerce-computer-science?international=false&undergraduate=true&postgraduate=false&delivery-mode-campus=false&delivery-mode-online=false&study-mode-full-time=false&study-part-time=false&double=false&single=false&commonwealth=false&study-area=Business%20%26%20Commerce&sort=relevance&term=commerce	28.57%
Deakin	Úc	Đại học	https://www.deakin.edu.au/course/bachelor-commerce	31.43%
UMASS	USA	Đại học	https://catalog.umassd.edu/preview_program.php?catoid=79&poid=11384	17.14%
Infrastructure University	Kuala Lumpur	Đại học	https://iukl.edu.my/programme/bachelor-of-business-administration-hons-in-e-commerce/	25.71%

3.11.2. So sánh các môn học trong chương trình đào tạo ngành E-Commerce

TT	Mã MH	Tên MH	NEU	UNSW	Deakin	UMASS	Infra	UEH
1	BA123IU	Nguyên lý quản trị <i>Principles of Management</i>			X			X

TT	Mã MH	Tên MH	NEU	UNSW	Deakin	UMASS	Infra	UEH
2	BA003IU	Nguyên lý Marketing <i>Principles of Marketing</i>	X	X	X	X	X	X
3	BA256IU	Workshop 1						
4	BA155IU	Quản trị đa văn hóa <i>Multicultural Management</i>		X	X			
5	BA298IU	Cơ sở lập trình trong kinh doanh <i>Principle of Programming in Business</i>	X	X		X		X
7	BA140IU	Mô phỏng chiến lược kinh doanh <i>Business Game</i>						
8	BA169IU	Hệ thống thông tin quản lý <i>Management Information Systems</i>	X	X	X	X	X	X
9	BA161IU	Phương pháp nghiên cứu kinh doanh <i>Business Research Methods</i>	X	X				
10	BA302IU	Quản trị bền vững: lý thuyết và thực tiễn <i>Sustainable management: Theory and Practices</i>			X			
11	BA300IU	Workshop 2 in E-commerce						
12	BA027IU	Thương mại điện tử <i>E-commerce</i>	X				X	X
13	BA154IU	Sáng lập doanh nghiệp <i>Entrepreneurship and Small Business Management</i>	X		X		X	X
14	BA145IU	Marketing quốc tế <i>International Marketing</i>		X	X		X	

TT	Mã MH	Tên MH	NEU	UNSW	Deakin	UMASS	Infra	UEH
15	BA303IU	Quản trị chuỗi cung ứng số <i>Digital supply chain management</i>	X					X
16	BA304IU	Quản trị nguồn nhân lực trong môi trường số <i>People management in the Digital age</i>	X	X	X		X	
17	BA084IU	Quản trị xuất – nhập khẩu <i>Import-export management</i>						
18	BA305IU	Quản trị chiến lược trong môi trường số <i>Strategic management in the Digital age</i>	X				X	X
19	BA006IU	Giao tiếp trong Kinh doanh <i>Business Communication</i>	X			X		
20	BA083IU	Hành vi khách hàng <i>Consumer Behavior</i>	X	X				X
21	BA306IU	Quản trị dự án Thương mại điện tử <i>E-commerce project management</i>	X					X
22	BA307IU	Công nghệ Thương mại điện tử <i>E-commerce Technology</i>	X				X	X
23	BA308IU	Phát triển ứng dụng Thương mại điện tử <i>E-commerce Apps Development</i>						X
24	BA309IU	Công nghệ Blockchain và ứng dụng trong TMĐT.						

TT	Mã MH	Tên MH	NEU	UNSW	Deakin	UMASS	Infra	UEH
		<i>Blockchain Technology in E-commerce</i>						
25	BA310IU	Thực hành quảng cáo điện tử <i>E-commerce Advertising Practices</i>						
26	BA148IU	Marketing số <i>Digital Marketing</i>	X	X	X			X
27	BA292IU	Kinh doanh số <i>Digital Business</i>	X					
28	BA311IU	Quản trị chuỗi cung ứng toàn cầu <i>Global supply chain management</i>	X					X
29	BA312IU	Phân tích kinh doanh <i>Business Analytics</i>		X	X	X		X
30	BA313IU	Hệ thống thanh toán điện tử <i>E-payment system</i>						X
31	BA289IU	Marketing Truyền thông xã hội và Di động <i>Social Media and Mobile Marketing</i>	X			X		
32	BA314IU	AI trong kinh doanh <i>AI in business</i>		X				
33	BA315IU	Chuyển đổi số <i>Digital Transformation</i>						
34	BA316IU	Sáng tạo và đổi mới: Lý thuyết và Ứng dụng <i>Creativity and Innovation: Theory and Practices</i>	X	X				
35	BA296IU	Bán lẻ Đa Kênh <i>Omnichannel Retailing</i>	X		X			

3.12. Dự kiến kế hoạch giảng dạy

Bảng phân bổ Kế hoạch giảng dạy theo từng học kỳ (dự kiến)

Học kỳ	Mã MH	Tên MH		Loại MH (bắt buộc/tự chọn)	Tín chỉ			Môn học tiên quyết (TQ)/ Môn học học trước (HT)/ Môn học song hành (SH)
		Tiếng Anh	Tiếng Việt		Tổng cộng	Lý thuyết	Thực hành/Thí nghiệm	
NĂM 1								
I (tổng tín chỉ: 15) – không tính Giáo dục thể chất	PE015IU	Philosophy of Marxism and Leninism	Triết học Mác-Lênin	Bắt buộc	3	3	0	
	PE016IU	Political Economics of Marxism and Leninism	Kinh tế chính trị Mác- Lênin	Bắt buộc	2	2	0	
	BA117IU	Introduction to Microeconomics	Kinh tế vi mô 1	Bắt buộc	3	3	0	
	BA123IU	Principles of Management	Nguyên lý quản trị	Bắt buộc	3	3	0	
	PT001IU	Physical Training 1	Giáo dục thể chất 1	Bắt buộc	3	0	3	
	EN007IU	Writing AE1	Tiếng Anh chuyên ngành 1 (kỹ năng viết)	Bắt buộc	2	2	0	
	EN008IU	Listening AE1	Tiếng Anh chuyên ngành 1 (kỹ năng nghe)	Bắt buộc	2	2	0	
	Tổng cộng					15	15	0
II (tổng tín chỉ: 15) - không tính Giáo dục thể chất	PE017IU	Scientific Socialism	Chủ nghĩa xã hội khoa học	Bắt buộc	2	2	0	HT: PE015IU: Philosophy of Marxism and Leninism, HT: PE016IU: Political Economics of Marxism and Leninism
	PE008IU	Critical Thinking	Tư duy phản biện	Bắt buộc	3	3	0	

Học kỳ	Mã MH	Tên MH		Loại MH (bắt buộc/tự chọn)	Tín chỉ			Môn học tiên quyết (TQ)/ Môn học học trước (HT)/ Môn học song hành (SH)
		Tiếng Anh	Tiếng Việt		Tổng cộng	Lý thuyết	Thực hành/Thí nghiệm	
	BA119IU	Introduction to Macroeconomics	Kinh tế vĩ mô 1	Bắt buộc	3	3	0	
	BA120IU	Business Computing Skills	Tin học quản lý	Bắt buộc	3	3	0	
	PT002IU	Physical Training 2	Giáo dục thể chất 2	Bắt buộc	3	0	3	
	EN011IU	Writing AE2	Tiếng Anh chuyên ngành 2 (kỹ năng viết)	Bắt buộc	2	2	0	HT: EN007IU - Writing AE1
	EN012IU	Speaking AE2	Tiếng Anh chuyên ngành 2 (kỹ năng nói)	Bắt buộc	2	2	0	
Tổng cộng					15	15	0	
For students of inadequate English								
I (tổng tín chỉ: 11) – không tính Giáo dục thể chất	IDIDID	TATC	Tiếng Anh tăng cường					
	IDIDID	TATC	Tiếng Anh tăng cường					
	PE015IU	Philosophy of Marxism and Leninism	Triết học Mác-Lênin	Bắt buộc	3	3	0	
	PE016IU	Political economics of Marxism and Leninism	Kinh tế chính trị Mác- Lênin	Bắt buộc	2	2	0	
	BA117IU	Introduction to Microeconomics	Kinh tế vi mô	Bắt buộc	3	3	0	
	BA123IU	Principles of Management	Nguyên lý quản trị	Bắt buộc	3	3	0	
	PT001IU	Physical Training 1	Giáo dục thể chất 1	Bắt buộc	3	0	3	
	Tổng cộng					11	11	0

Học kỳ	Mã MH	Tên MH		Loại MH (bắt buộc/tự chọn)	Tín chỉ			Môn học tiên quyết (TQ)/ Môn học học trước (HT)/ Môn học song hành (SH)
		Tiếng Anh	Tiếng Việt		Tổng cộng	Lý thuyết	Thực hành/Thí nghiệm	
II (tổng tín chỉ: 15) - không tính Giáo dục thể chất	PE017IU	Scientific socialism	Chủ nghĩa xã hội khoa học	Bắt buộc	2	2	0	HT PE015IU: Philosophy of Marxism and Leninism, HT PE016IU: Political Economics of Marxism and Leninism
	PE008IU	Critical Thinking	Tư duy phản biện	Bắt buộc	3	3	0	
	BA119IU	Introduction to Macroeconomics	Kinh tế vĩ mô	Bắt buộc	3	3	0	
	BA120IU	Business Computing Skills	Tin học quản lý	Bắt buộc	3	3	0	
	PT002IU	Physical Training 2	Giáo dục thể chất 2	Bắt buộc	3	0	3	
	EN007IU	Writing AE1	Tiếng Anh chuyên ngành 1 (kỹ năng viết)	Bắt buộc	2	2	0	
	EN008IU	Listening AE1	Tiếng Anh chuyên ngành 1 (kỹ năng nghe)	Bắt buộc	2	2	0	
	Tổng cộng					15	15	0
Học kỳ hè (tổng tín chỉ: 4)	EN011IU	Writing AE2	Tiếng Anh chuyên ngành 2 (kỹ năng viết)	Bắt buộc	2	2	0	HT: EN007IU - Writing AE1
	EN012IU	Speaking AE2	Tiếng Anh chuyên ngành 2 (kỹ năng nói)	Bắt buộc	2	2	0	
	Tổng cộng					4	4	0
NĂM 2								

Học kỳ	Mã MH	Tên MH		Loại MH (bắt buộc/tự chọn)	Tín chỉ			Môn học tiên quyết (TQ)/ Môn học học trước (HT)/ Môn học song hành (SH)
		Tiếng Anh	Tiếng Việt		Tổng cộng	Lý thuyết	Thực hành/Thí nghiệm	
I (tổng tín chỉ: 20, bao gồm 3 tín chỉ tự chọn)	PE018IU	History of Vietnamese Communist Party	Lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam	Bắt buộc	2	2	0	
	BA003IU	Principles of Marketing	Nguyên lý tiếp thị	Bắt buộc	3	3	0	
	BA080IU	Statistics for Business	Thống kê trong kinh doanh	Bắt buộc	3	3	0	
	BA005IU	Financial Accounting	Kế toán tài chính	Bắt buộc	3	3	0	
	BA027IU	E-commerce	Thương mại điện tử	Bắt buộc	3	3	0	
	BA169IU	Management Information Systems	Hệ thống thông tin quản lý	Bắt buộc	3	3	0	HT: BA120IU- Business Computing Skills
	Choose 01 of 04 courses							
	PE010IU	Vietnamese History and Culture	Lịch sử và văn hóa Việt Nam	Tự chọn	3	3	0	
	PE007IU	World Economic Geography	Địa lý kinh tế thế giới	Tự chọn	3	3	0	
	BA197IU	Introduction to Sociology	Xã hội học	Tự chọn	3	3	0	
	BA118IU	Introduction to Psychology	Tâm lý học	Tự chọn	3	3	0	
Tổng cộng					20	20	0	
II (tổng tín chỉ: 20)	PE021IU	General Law	Pháp luật đại cương	Bắt buộc	3	3	0	
	BA168IU	Quantitative Methods for Business	Phương pháp định lượng trong kinh doanh	Bắt buộc	3	3	0	HT: BA080IU- Statistics for Business
	BA016IU	Fundamentals of Financial Management	Quản trị tài chính	Bắt buộc	3	3	0	
	BA256IU	Workshop 1	Thảo luận chuyên đề 1	Bắt buộc	3	3	0	

Học kỳ	Mã MH	Tên MH		Loại MH (bắt buộc/tự chọn)	Tín chỉ			Môn học tiên quyết (TQ)/ Môn học học trước (HT)/ Môn học song hành (SH)
		Tiếng Anh	Tiếng Việt		Tổng cộng	Lý thuyết	Thực hành/Thí nghiệm	
	BA155IU	Multicultural Management	Quản trị đa văn hóa	Bắt buộc	3	3	0	
	BA140IU	Business Game	Mô phỏng chiến lược kinh doanh	Bắt buộc	3	3	0	HT: BA003IU - Principles of Marketing
	PE019IU	Ho Chi Minh's Thoughts	Tư tưởng Hồ Chí Minh	Bắt buộc	2	2	0	HT: PE015IU - Philosophy of Marxism and Leninism - PE016IU - Political Economics of Marxism and Leninism - PE017IU - Scientific Socialism
Tổng cộng					20	20	0	
NĂM 3								
I (tổng số tín chỉ 17, bao gồm 06 tín chỉ tự chọn)	BA298IU	Principle of Programming in Business	Cơ sở lập trình trong kinh doanh	Bắt buộc	2	2	0	HT: BA080IU - Statistics for Business
	BA154IU	Entrepreneurship and Small Business Management	Sáng lập doanh nghiệp	Bắt buộc	3	3	0	
	BA302IU	Sustainable management: Theory and Practices	Quản trị bền vững: lý thuyết và thực tiễn	Bắt buộc	3	3	0	
		Elective 1	Tự chọn 1	Tự chọn	3	-	-	
		Elective 2	Tự chọn 2	Tự chọn	3	-	-	
	BA153IU	Internship	Thực tập	Bắt buộc	3	0	3	

Học kỳ	Mã MH	Tên MH		Loại MH (bắt buộc/tự chọn)	Tín chỉ			Môn học tiên quyết (TQ)/ Môn học học trước (HT)/ Môn học song hành (SH)
		Tiếng Anh	Tiếng Việt		Tổng cộng	Lý thuyết	Thực hành/Thí nghiệm	
CÁC MÔN TỰ CHỌN (CHỌN 2 MÔN TƯƠNG ĐƯƠNG 6 TÍN CHỈ)								
	BA145IU	International Marketing	Marketing quốc tế	Tự chọn	3	3	0	HT: BA003IU- Principles of Marketing
	BA303IU	Digital supply chain management	Quản trị chuỗi cung ứng số	Tự chọn	3	2	1	
	BA304IU	People management in the Digital age	Quản trị nguồn nhân lực trong môi trường số	Tự chọn	3	3	0	
	BA084IU	Import-export management	Quản trị xuất – nhập khẩu	Tự chọn	3	3	0	
	BA305IU	Strategic management in the Digital age	Quản trị chiến lược trong môi trường số	Tự chọn	3	3	0	
	BA006IU	Business Communication	Giao tiếp trong Kinh doanh	Tự chọn	3	3	0	
	BA083IU	Consumer Behavior	Hành vi khách hàng	Tự chọn	3	3	0	HT: BA003IU- Principles of Marketing
	BA081IU	Business Law	Luật kinh doanh	Tự chọn	3	3	0	HT: PE021IU- General Law
Tổng cộng					17	14	3	
CHUYÊN NGÀNH: QUẢN TRỊ THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ (E-COMMERCE MANAGEMENT)								
II (tổng số tín chỉ 12, bao gồm	BA148IU	Digital Marketing	Marketing trong môi trường số	Bắt buộc	3	3	0	HT: BA003IU- Principles of Marketing
	BA307IU	E-commerce Technology	Công nghệ Thương mại điện tử	Bắt buộc	2	2	0	

Học kỳ	Mã MH	Tên MH		Loại MH (bắt buộc/tự chọn)	Tín chỉ			Môn học tiên quyết (TQ)/ Môn học học trước (HT)/ Môn học song hành (SH)	
		Tiếng Anh	Tiếng Việt		Tổng cộng	Lý thuyết	Thực hành/Thí nghiệm		
03 tín chỉ tự chọn)	BA310IU	E-commerce Advertising Practices	Thực hành quảng cáo điện tử	Bắt buộc	2	1	1		
	BA300IU	Workshop 2 in E- commerce	Workshop 2 in E- commerce	Bắt buộc	2	2	0	HT: BA027IU - E-commerce	
		Elective 3	Tự chọn 1	Tự chọn	3	-	-		
	CÁC MÔN TỰ CHỌN (CHỌN 1 MÔN TƯƠNG ĐƯƠNG 3 TÍN CHỈ)								
	BA308IU	E-commerce Apps Development	Phát triển ứng dụng Thương mại điện tử	Tự chọn	3	2	1		
	BA292IU	Digital Business	Kinh doanh trong thời đại số	Tự chọn	3	2	1		
	BA311IU	Global supply chain management	Quản trị chuỗi cung ứng toàn cầu	Tự chọn	3	2	1		
	BA312IU	Business Analytics	Phân tích kinh doanh	Tự chọn	3	3	0		
	BA313IU	E-payment system	Hệ thống thanh toán điện tử	Tự chọn	3	2	1		
	Tổng cộng					12	10	2	
NĂM 4									
I (tổng số tín chỉ 12)	BA161IU	Business Research Methods	Phương pháp nghiên cứu khoa học	Bắt buộc	3	3	0	TQ: BA080IU – Statistics for Business	
	BA306IU	E-commerce project management	Quản trị dự án Thương mại điện tử	Bắt buộc	3	1	2		
	BA309IU	Blockchain Technology in E-commerce	Công nghệ Blockchain và ứng dụng trong TMĐT	Bắt buộc	3	2	1		

Học kỳ	Mã MH	Tên MH		Loại MH (bắt buộc/tự chọn)	Tín chỉ			Môn học tiên quyết (TQ)/ Môn học học trước (HT)/ Môn học song hành (SH)	
		Tiếng Anh	Tiếng Việt		Tổng cộng	Lý thuyết	Thực hành/Thí nghiệm		
	BA255IU	Specialized Internship	Thực tập chuyên sâu	Bắt buộc	3	0	3	TQ: BA153IU - Internship	
Tổng cộng					12	6	6		
II (tổng số tín chỉ 12)	BA170IU	Thesis	Luận văn tốt nghiệp	Bắt buộc	12	12	0	TQ: BA153IU – Internship; BA161IU – Business Research Methods	
Tổng cộng					12	12	0		
CHUYÊN NGÀNH: KINH DOANH SỐ (DIGITAL BUSINESS)									
II (tổng số tín chỉ 12, bao gồm 03 tín chỉ tự chọn)	BA148IU	Digital Marketing	Marketing trong môi trường số	Bắt buộc	3	3	0	HT: BA003IU- Principles of Marketing	
	BA292IU	Digital Business	Kinh doanh trong thời đại số	Bắt buộc	3	2	1		
	BA289IU	Social Media and Mobile Marketing	Marketing truyền thông và di động	Bắt buộc	3	2	1		
		Elective 3	Tự chọn 3	Tự chọn	3	3	0		
	CÁC MÔN TỰ CHỌN (CHỌN 1 MÔN TƯƠNG ĐƯƠNG 3 TÍN CHỈ)								
	BA308IU	E-commerce Apps Development	Phát triển ứng dụng Thương mại điện tử	Tự chọn	3	2	1		
	BA316IU	Creativity and Innovation: Theory and Practices	Sáng tạo và đổi mới: Lý thuyết và Ứng dụng	Tự chọn	3	3	0		
	BA296IU	Omnichannel Retailing	Bán lẻ Đa Kênh	Tự chọn	3	3	0		
BA312IU	Business Analytics	Phân tích kinh doanh	Tự chọn	3	3	0			

Học kỳ	Mã MH	Tên MH		Loại MH (bắt buộc/tự chọn)	Tín chỉ			Môn học tiên quyết (TQ)/ Môn học học trước (HT)/ Môn học song hành (SH)
		Tiếng Anh	Tiếng Việt		Tổng cộng	Lý thuyết	Thực hành/Thí nghiệm	
	BA313IU	E-payment system	Hệ thống thanh toán điện tử	Tự chọn	3	3	0	
Tổng cộng					12	10	2	
NĂM 4								
I (tổng số tín chỉ 12)	BA161IU	Business Research Methods	Phương pháp nghiên cứu khoa học	Bắt buộc	3	3	0	TQ: BA080IU – Statistics for Business
	BA314IU	AI for business	Trí tuệ nhân tạo (AI) trong kinh doanh	Bắt buộc	2	2	0	
	BA315IU	Digital Transformation	Chuyển đổi số	Bắt buộc	2	2	0	
	BA300IU	Workshop 2 in E- commerce	Workshop 2 in E- commerce	Bắt buộc	2	2	0	HT: BA027IU - E-commerce
	BA255IU	Specialized Internship	Thực tập chuyên sâu	Bắt buộc	3	0	3	TQ: BA153IU - Internship
Tổng cộng					12	9	3	
II (tổng số tín chỉ 12)	BA170IU	Thesis	Khóa luận tốt nghiệp		12	12	0	TQ: BA153IU – Internship BA161IU – Business Research Methods
	Tổng cộng					12	12	0
TỔNG CỘNG					123	112/115	11/8	

Ghi chú: Kiến thức chuyên ngành: chuyên ngành Quản trị thương mại điện tử có 11 tín chỉ lý thuyết và 05 tín chỉ thực hành, chuyên ngành Kinh doanh số có 14 tín chỉ lý thuyết và 02 tín chỉ thực hành

3.13. Ma trận các môn học và chuẩn đầu ra (kỹ năng)

Danh sách các môn học được hệ thống theo học kỳ và phân bổ giảng dạy các kỹ năng vào các môn học theo thang đo Bloom:

Mã môn học	Tên môn học	Chuẩn đầu ra (PLOi) (Thang Bloom: 1- ghi nhớ, 2- hiểu, 3- áp dụng, 4- phân tích, 5- đánh giá, 6 sáng tạo)						
		PLO 1	PLO 2	PLO 3	PLO 4	PLO 5	PLO 6	PLO 7
Các môn lý luận chính trị								
PE015IU	Triết học Mác-Lenin	2			2			2
PE016IU	Kinh tế chính trị Mac-Lenin	2			2			2
PE017IU	Chủ nghĩa xã hội khoa học	2			2			2
PE018IU	Lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam	2			2			2
PE019IU	Tư tưởng Hồ Chí Minh	2			2			
Khoa học - Xã hội, Nhân văn – Nghệ thuật								
PE008IU	Tư Duy Phản Biện	2	2	2	2			2
BA117IU	Kinh tế vi mô	2			2			
BA119IU	Kinh tế vĩ mô	2			2			
BA123IU	Nguyên lý quản trị	2	3	3	2			
PE021IU	Pháp luật Đại cương	3			3			3
BA118IU	Tâm lý học	2	2	2	2			2
BA197IU	Xã hội học	2	2	2	2			2
Ngoại ngữ								
EN007IU EN008IU	Anh văn chuyên ngành 1	2	2	2	2		2	2
EN011IU EN012IU	Anh văn chuyên ngành 2	2	2	2	2		2	2
Toán – Tin học – Khoa học tự nhiên – Công nghệ - Môi trường								

BA282IU	Thuật toán trong kinh doanh	2	2	2	2			
BA080IU	Thống kê trong kinh doanh	2	3	3	3			
BA120IU	Tin học quản lý	2	2	2	2	3		
Giáo dục Thể chất:								
PT001IU	Giáo dục thể chất 1	3			3			
PT002IU	Giáo dục thể chất 2	3			3			
Giáo dục Quốc phòng		2			2			2
Kiến thức cơ sở								
BA003IU	Nguyên lý Marketing	2	4	4	2		2	
BA256IU	Workshop 1	2	2	3	3			2
BA155IU	Quản trị đa văn hóa	2	2	2	2			2
BA298IU	Cơ sở lập trình trong kinh doanh		3	3	3	3		
BA140IU	Mô phỏng chiến lược kinh doanh		2	4	4	2		
BA169IU	Hệ thống thông tin quản lý		2	3	3	4		
BA161IU	Phương pháp nghiên cứu kinh doanh		3	4	3	2		
BA300IU	Workshop 2		4	4	4			
BA027IU	Thương mại điện tử		2	4	4	2		
BA301IU	Dự án khởi nghiệp kinh doanh	2	2	4	4		2	2
BA302IU	Quản trị bền vững: lý thuyết và thực tiễn	2	2	4	4		2	2
BA145IU	Marketing quốc tế		3	3	3		3	
BA303IU	Quản trị chuỗi cung ứng số		3	3	3	3	3	
BA304IU	Quản trị nguồn nhân lực trong môi trường số		3	3	3	3		
BA084IU	Quản trị xuất – nhập khẩu		3	3	3			

BA305IU	Quản trị chiến lược trong môi trường số		3	3	3	3		
BA006IU	Giao tiếp trong Kinh doanh		3	3	3		3	
BA083IU	Hành vi khách hàng		3	3	3		3	
Kiến thức ngành chính								
Kiến thức chuyên sâu của hướng Quản trị thương mại điện tử (E-Commerce management) (in nghiêng là các môn tự chọn)								
BA306IU	Quản trị dự án thương mại điện tử		4	4	4			
BA307IU	Công nghệ Thương mại điện tử		4	4	4			
BA308IU	Phát triển ứng dụng thương mại điện tử		4	4	4			
BA309IU	Công nghệ Blockchain và ứng dụng trong TMĐT.		3	3	3	3		
BA310IU	Thực hành quảng cáo điện tử		4	4	4			
BA148IU	Marketing Số		4	4	4			
BA292IU	Kinh doanh số		4	4	4			
BA311IU	Quản trị chuỗi cung ứng toàn cầu		4	4	4			
BA312IU	Phân tích kinh doanh		4	4	4			
BA313IU	Hệ thống thanh toán điện tử		3	3	3	3		
Kiến thức chuyên sâu hướng Kinh doanh số (Digital Business) (in nghiêng là các môn tự chọn)								
BA148IU	Marketing Số		4	4	4			
BA289IU	Marketing Truyền thông Xã hội và Di động		4	4	4			
BA308IU	Phát triển ứng dụng Thương mại điện tử		4	4	4			
BA292IU	Kinh doanh số		4	4	4			
BA314IU	AI trong kinh doanh		3	3	3	3		
BA315IU	Chuyển đổi số		3	3	3	3		
BA316IU	Sáng tạo và đổi mới: Lý thuyết và Ứng dụng		3	3	3	3		

BA296IU	Bán lẻ Đa Kênh		3	3	3	3		
BA312IU	Phân tích kinh doanh		4	4	4			
BA313IU	Hệ thống thanh toán điện tử		3	3	3	3		
Thực tập tốt nghiệp và làm khóa luận								
BA153IU	Thực tập		3	3	2	1	1	2
BA255IU	Thực tập chuyên sâu		3	4	2	1	1	1
BA170IU	Luận văn tốt nghiệp		2	4	3	1	1	1

*1: Remembering, 2: Understanding, 3: Applying, 4: Analysing, 5: Evaluating, 6: Creating

3.14. Mô tả vắn tắt nội dung và khối lượng các môn học

3.14.1. Kiến thức các môn học Lý luận Chính trị

1. PE015IU - Triết học Mác-Lênin (Philosophy of Marxism-Leninism)

Số tín chỉ: 3 tín chỉ (3 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: Không

Mô tả vắn tắt nội dung:

Môn học Những nguyên lý cơ bản của chủ nghĩa Mác – Lênin trang bị cho sinh viên nền tảng lý luận khoa học về thế giới quan và phương pháp luận của chủ nghĩa Mác – Lênin. Nội dung môn học giúp người học hiểu rõ quy luật phát triển xã hội, vai trò của quần chúng nhân dân và sứ mệnh lịch sử của Đảng Cộng sản. Trên cơ sở đó, sinh viên có khả năng tiếp cận hiệu quả các môn học tiếp theo như Tư tưởng Hồ Chí Minh và Đường lối cách mạng của Đảng Cộng sản Việt Nam. Môn học góp phần hình thành thế giới quan khoa học, nhân sinh quan cách mạng và lý tưởng chính trị vững vàng. Qua đó, sinh viên được bồi dưỡng niềm tin, trách nhiệm công dân và ý thức về con đường phát triển của đất nước. Đồng thời, môn học giúp rèn luyện tư duy logic, phản biện và năng lực vận dụng lý luận vào thực tiễn. Đây là nền tảng quan trọng để sinh viên học tập, nghiên cứu và phát triển các khoa học chuyên ngành sau này.

2. PE016IU - Kinh tế chính trị Mác-Lênin (Marxist-Leninist Political Economy)

Số tín chỉ: 2 tín chỉ (2 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: Không. Môn học song hành: PE015IU

Mô tả vắn tắt nội dung:

Môn học Kinh tế chính trị Mác – Lênin trang bị cho sinh viên những kiến thức nền tảng và cốt lõi nhất về các quy luật vận động của nền sản xuất hàng hóa, quan hệ sản xuất, phân phối, trao đổi và tiêu dùng trong nền kinh tế xã hội chủ nghĩa và kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa ở Việt Nam. Nội dung môn học không chỉ giúp người học nắm vững bản chất khoa học và cách mạng của học thuyết kinh tế Mác – Lênin, mà còn hiểu rõ ý nghĩa thực tiễn của nó trong bối cảnh phát triển và hội nhập kinh tế toàn cầu hiện nay. Môn học được thiết kế bảo đảm tính cơ bản, hệ thống và logic nội tại, đồng thời cập nhật những tri thức mới, phản ánh xu hướng chuyển đổi số, kinh tế xanh, kinh tế tri thức và phát triển bền vững. Quá trình giảng dạy hướng tới tăng cường gắn kết giữa lý luận và thực tiễn, giúp sinh viên biết phân tích, đánh giá và vận dụng các quy luật kinh tế vào thực tế Việt Nam. Đồng thời, môn học đề cao tư duy sáng tạo, phản

biện và kỹ năng tự học, tự nghiên cứu, góp phần hình thành phẩm chất của người lao động có tri thức, có trách nhiệm xã hội. Chương trình cũng được thiết kế theo hướng liên thông, tích hợp, tránh trùng lặp với các học phần khác, tạo sự hài hòa trong khối kiến thức lý luận chính trị – kinh tế. Những nội dung đã lỗi thời hoặc mang tính kinh viện được lược bỏ, tinh giản và hiện đại hóa, nhằm giúp sinh viên tiếp cận học thuyết Mác – Lênin một cách năng động, thực tiễn và phù hợp với yêu cầu phát triển của thời đại mới.

3. PE017IU - Chủ nghĩa xã hội khoa học (Scientific socialism)

Số tín chỉ: 2 tín chỉ (2 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: Không. Môn song hành PE015IU: Triết học Mác-Lênin và PE016: Kinh tế chính trị Mác-Lênin

Mô tả vắn tắt nội dung:

Môn học Chủ nghĩa xã hội khoa học trang bị cho sinh viên những nội dung cơ bản, có tính hệ thống và logic về sự ra đời, bản chất, mục tiêu, con đường phát triển và những quy luật phổ biến của quá trình xây dựng chủ nghĩa xã hội. Thông qua việc nghiên cứu các nguyên lý của chủ nghĩa Mác – Lênin về sứ mệnh lịch sử của giai cấp công nhân, nhà nước xã hội chủ nghĩa, và những đặc trưng của xã hội tương lai, sinh viên có được cơ sở lý luận vững chắc để hiểu và phân tích những vấn đề chính trị, kinh tế, văn hóa, xã hội của đất nước trong giai đoạn đổi mới và hội nhập. Môn học giúp người học hình thành thế giới quan khoa học, lập trường tư tưởng vững vàng, và khả năng phân tích, đánh giá, phản biện các hiện tượng xã hội theo quan điểm Mác – Lênin. Đồng thời, sinh viên được rèn luyện kỹ năng vận dụng sáng tạo các tri thức lý luận vào thực tiễn đời sống, góp phần giải quyết hiệu quả những vấn đề nảy sinh trong quá trình phát triển đất nước. Bên cạnh đó, môn học khơi dậy niềm tin, lý tưởng và khát vọng cống hiến của sinh viên đối với sự nghiệp xây dựng chủ nghĩa xã hội ở Việt Nam. Nội dung giảng dạy được thiết kế bảo đảm tính cập nhật, gắn với thực tiễn, giúp người học nhận diện rõ những thách thức và cơ hội mà thời đại số, toàn cầu hóa và chuyển đổi xanh mang lại. Qua đó, môn học góp phần bồi dưỡng phẩm chất chính trị, đạo đức cách mạng và năng lực tư duy khoa học, tạo nền tảng cho sinh viên phát triển toàn diện và hội nhập trong xã hội hiện đại.

4. PE018IU - Lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam (History of Vietnamese Communist Party)

Số tín chỉ: 2 tín chỉ (2 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: Không

Môn học trước: PE015IU, PE016IU; PE017IU

Mô tả vắn tắt nội dung:

Môn học Lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam cung cấp cho sinh viên kiến thức toàn diện và có hệ thống về quá trình hình thành, phát triển và trưởng thành của Đảng qua các giai đoạn lịch sử, từ khi ra đời năm 1930 đến thời kỳ đổi mới, hội nhập và phát triển hiện nay. Thông qua việc nghiên cứu những sự kiện lịch sử tiêu biểu, các Cương lĩnh, Nghị quyết, Văn kiện Đại hội Đảng, sinh viên hiểu rõ vai trò lãnh đạo của Đảng trong sự nghiệp đấu tranh giành độc lập dân tộc, xây dựng và bảo vệ Tổ quốc xã hội chủ nghĩa. Môn học giúp người học nhận thức sâu sắc giá trị, ý nghĩa và tính tất yếu của con đường cách mạng Việt Nam dưới sự lãnh đạo của Đảng, đồng thời hiểu rõ những thành tựu to lớn trong quá trình đổi mới toàn diện đất nước từ năm 1986 đến nay. Đặc biệt, nội dung môn học nhấn mạnh phân tích đường lối đổi mới và hội nhập quốc tế của Đảng trong bối cảnh toàn cầu hóa, kinh tế tri thức và cách mạng công nghiệp 4.0, qua đó giúp sinh viên

nhận diện rõ những cơ hội và thách thức đối với sự nghiệp phát triển đất nước. Môn học không chỉ dừng lại ở việc trang bị tri thức, mà còn bồi dưỡng lập trường, bản lĩnh chính trị, niềm tin và lý tưởng cách mạng cho sinh viên – thế hệ trí thức trẻ của Việt Nam. Bên cạnh đó, sinh viên được rèn luyện phương pháp luận khoa học để phân tích, đánh giá và vận dụng đường lối của Đảng vào thực tiễn nghề nghiệp, đời sống xã hội và công tác chuyên môn sau này. Qua quá trình học tập, môn học góp phần nâng cao ý thức chính trị, tinh thần trách nhiệm công dân và hình thành thế giới quan khoa học, nhân sinh quan cách mạng, giúp sinh viên tự tin hội nhập và đóng góp tích cực vào sự phát triển bền vững của đất nước trong thời kỳ mới.

5. PE019IU - Tư tưởng Hồ Chí Minh (Ho Chi Minh's Thoughts)

Số tín chỉ: 2 tín chỉ (2 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: Không. Môn học song hành: PE018IU; Môn học trước: PE015IU; PE016IU; PE017IU.

Mô tả vắn tắt nội dung:

Môn học Tư tưởng Hồ Chí Minh được cấu trúc khoa học, đảm bảo tính logic và kế thừa trong hệ thống các học phần lý luận chính trị. Ngoài chương mở đầu trình bày mục tiêu, đối tượng, phương pháp nghiên cứu và ý nghĩa học tập môn học, nội dung chính được chia thành bảy chương trọng tâm. Chương 1 giới thiệu về cơ sở hình thành, quá trình phát triển và giá trị lịch sử của Tư tưởng Hồ Chí Minh, giúp sinh viên hiểu rõ nguồn gốc lý luận, thực tiễn và nhân tố chủ quan dẫn đến sự ra đời của hệ thống tư tưởng này. Từ chương 2 đến chương 7, môn học trình bày những nội dung cơ bản của Tư tưởng Hồ Chí Minh theo mục tiêu đào tạo, bao gồm: tư tưởng về độc lập dân tộc và chủ nghĩa xã hội; về Đảng Cộng sản và Nhà nước của dân, do dân, vì dân; về đại đoàn kết dân tộc; về đạo đức, văn hóa và con người; về quốc phòng – an ninh và đối ngoại; cùng những giá trị thời đại của tư tưởng Hồ Chí Minh. Các chương được biên soạn theo hướng gắn lý luận với thực tiễn, giúp sinh viên không chỉ hiểu sâu về nội dung tư tưởng Hồ Chí Minh mà còn biết vận dụng sáng tạo trong nhận thức, hành động và công việc thực tế. Thông qua đó, môn học góp phần hình thành bản lĩnh chính trị, thế giới quan, nhân sinh quan và phương pháp luận khoa học cho sinh viên, định hướng họ trở thành những công dân có lý tưởng, trách nhiệm và khát vọng cống hiến cho đất nước trong thời kỳ đổi mới và hội nhập quốc tế.

3.14.2. Kiến thức Khoa học xã hội và Nhân văn, Quản trị và Kinh tế

1. PE008IU - Tư duy phản biện (Critical Thinking)

Số tín chỉ: 3 tín chỉ (3 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: Không

Mô tả vắn tắt nội dung:

Môn học Kiến thức Khoa học xã hội và Nhân văn, Quản trị và Kinh tế được thiết kế nhằm giúp sinh viên phát triển tư duy phản biện, năng lực phân tích và kỹ năng ra quyết định trong môi trường học thuật và nghề nghiệp hiện đại. Thông qua nội dung học tập, sinh viên được trang bị những kiến thức nền tảng của khoa học xã hội, nhân văn, quản trị và kinh tế, tạo cơ sở cho việc hiểu biết sâu sắc về con người, tổ chức và các quy luật vận động của xã hội và thị trường. Môn học tập trung rèn luyện khả năng tư duy logic, đánh giá và lập luận khách quan, giúp sinh viên nhận diện được những sai lầm trong lý luận, đánh giá độ tin cậy của thông tin, và hình thành kỹ năng đặt câu hỏi phản biện có hệ thống để giải quyết vấn đề. Đặc biệt, sinh viên được giới thiệu các công cụ và phương pháp tư duy hiện đại như tư duy hệ thống, tư duy thiết kế, tư duy biện chứng và phân tích ra quyết định, có thể vận dụng linh hoạt trong học tập, nghiên cứu và công

việc. Môn học còn hướng tới phát triển kỹ năng mềm và năng lực ứng dụng, giúp sinh viên biết cách giao tiếp, thuyết phục, hợp tác và ra quyết định hiệu quả trong các bối cảnh đa ngành. Bằng cách kết hợp giữa lý thuyết và tình huống thực tiễn, môn học khuyến khích sinh viên sáng tạo, thích ứng và phản ứng linh hoạt trước sự thay đổi nhanh chóng của thời đại số. Qua đó, sinh viên hình thành năng lực tư duy phản biện và tư duy đa chiều – những kỹ năng thiết yếu để trở thành công dân toàn cầu có trách nhiệm, sáng tạo và hiệu quả trong xã hội hiện đại.

2. BA117IU - Kinh tế vi mô (Introduction to Microeconomics)

Số tín chỉ: 3 tín chỉ (3 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: Không

Mô tả vắn tắt nội dung:

Môn học Kinh tế vi mô là một trong những học phần nền tảng quan trọng trong khối kiến thức cơ sở ngành, giúp sinh viên hiểu rõ bản chất và quy luật vận động của các hiện tượng kinh tế ở cấp độ vi mô. Môn học trang bị cho người học kiến thức hệ thống về hành vi và quyết định kinh tế của các chủ thể cá nhân trong nền kinh tế, bao gồm người tiêu dùng, doanh nghiệp và thị trường. Sinh viên sẽ được tìm hiểu và vận dụng các khái niệm cốt lõi như khan hiếm, chi phí cơ hội, lợi ích cận biên, cung – cầu và cân bằng thị trường, qua đó hiểu rõ cơ chế hình thành giá cả và vai trò của giá trong phân bổ nguồn lực xã hội. Bên cạnh đó, môn học cung cấp lý thuyết hành vi người tiêu dùng, giúp sinh viên phân tích cách thức con người ra quyết định tiêu dùng dựa trên sở thích, thu nhập và giá cả; đồng thời tiếp cận lý thuyết sản xuất và chi phí, giải thích cách doanh nghiệp lựa chọn đầu vào để tối ưu hóa sản lượng và lợi nhuận. Nội dung môn học còn đi sâu vào phân tích các cấu trúc thị trường khác nhau như cạnh tranh hoàn hảo, độc quyền, cạnh tranh độc quyền và độc quyền nhóm, qua đó giúp sinh viên hiểu được tác động của từng loại thị trường đến giá cả, sản lượng và phúc lợi xã hội. Môn học cũng đề cập đến các thất bại của thị trường như ngoại ứng, hàng hóa công, thông tin bất cân xứng, và vai trò can thiệp của Nhà nước thông qua chính sách thuế, trợ cấp, kiểm soát giá hoặc quy định pháp luật nhằm khắc phục những hạn chế đó. Với việc kết hợp giữa lý thuyết và tình huống thực tiễn, sinh viên không chỉ nắm vững các mô hình kinh tế cơ bản mà còn phát triển năng lực tư duy phân tích, kỹ năng giải quyết vấn đề và ra quyết định trong môi trường kinh doanh thực tế. Những kiến thức này là cơ sở quan trọng để tiếp cận các môn học tiếp theo như Kinh tế vĩ mô, Quản trị doanh nghiệp, Marketing, và Tài chính, đồng thời giúp sinh viên đánh giá hiệu quả kinh tế và hoạch định chính sách hoặc chiến lược kinh doanh hợp lý trong bối cảnh nền kinh tế thị trường hiện đại.

3. BA119IU - Kinh tế vĩ mô (Introduction to Macroeconomics)

Số tín chỉ: 3 tín chỉ (3 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: Không. Môn học trước: BA117IU

Mô tả vắn tắt nội dung:

Môn học Kinh tế vĩ mô cung cấp cho sinh viên nền tảng kiến thức toàn diện về cơ chế vận hành của nền kinh tế ở tầm quốc gia và khu vực, giúp người học hiểu được mối quan hệ tương tác giữa các biến số kinh tế vĩ mô và tác động của chúng đến tăng trưởng và ổn định kinh tế. Sinh viên sẽ nghiên cứu các chủ đề trọng tâm như tổng sản phẩm quốc nội (GDP), lạm phát, thất nghiệp, tăng trưởng kinh tế, chu kỳ kinh doanh, cùng vai trò của chính sách tài khóa và tiền tệ trong việc điều tiết nền kinh tế. Môn học trang bị cho sinh viên các mô hình phân tích vĩ mô cơ bản, giúp họ hiểu rõ cách Chính phủ và Ngân hàng Trung ương sử dụng công cụ chính sách để kiểm soát giá cả, sản lượng và việc làm, hướng tới phát triển bền vững. Bên cạnh đó, sinh viên

được tìm hiểu vai trò của thương mại quốc tế, tỷ giá hối đoái và cân cân thanh toán, qua đó hiểu được sự liên kết giữa nền kinh tế quốc gia với nền kinh tế thế giới trong bối cảnh toàn cầu hóa và hội nhập quốc tế. Thông qua việc phân tích các dữ liệu và chỉ số kinh tế thực tế, sinh viên hình thành kỹ năng tư duy định lượng, tư duy phản biện và năng lực đánh giá chính sách, biết cách đọc hiểu báo cáo kinh tế và diễn biến thị trường. Môn học cũng khuyến khích sinh viên theo dõi, phân tích và dự báo xu hướng kinh tế, từ đó có thể đưa ra các quyết định hợp lý trong hoạt động kinh doanh và quản lý. Với kiến thức thu được, sinh viên không chỉ nắm vững các quy luật vận động của nền kinh tế mà còn có khả năng ứng dụng vào thực tiễn, góp phần vào việc phân tích, hoạch định và đề xuất chính sách kinh tế phù hợp trong môi trường kinh tế hiện đại.

3. BA123IU - Nguyên lý quản trị (Principles of Management)

Số tín chỉ: 3 tín chỉ (3 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: Không

Mô tả vắn tắt nội dung:

Môn học Nguyên lý quản trị cung cấp cho sinh viên cái nhìn toàn diện, hệ thống và hiện đại về khoa học quản trị trong tổ chức, giúp người học hiểu rõ bản chất, vai trò và chức năng của nhà quản lý trong môi trường kinh doanh đầy biến động. Nội dung môn học được cấu trúc xoay quanh bốn chức năng cơ bản của quản trị – lập kế hoạch (planning), tổ chức (organizing), lãnh đạo (leading) và kiểm soát (controlling) – hình thành khung năng lực quản trị cốt lõi cho sinh viên. Sinh viên được trang bị kiến thức về công việc quản trị, kỹ năng quản lý ở các cấp độ chiến lược, trung gian và tác nghiệp, cùng khả năng xây dựng tầm nhìn, ra quyết định và định hướng phát triển tổ chức. Môn học kết hợp hài hòa giữa lý thuyết khoa học quản trị và nghệ thuật lãnh đạo thực tiễn, giúp sinh viên nhận thức được sự linh hoạt và sáng tạo cần có của nhà quản trị trong kỷ nguyên số. Bên cạnh đó, môn học mở rộng sang các lĩnh vực liên quan như ra quyết định, giao tiếp tổ chức, quản trị chiến lược, quản trị nguồn nhân lực, văn hóa doanh nghiệp và quản trị thay đổi, giúp sinh viên hiểu sâu về tính liên kết giữa các chức năng trong tổ chức hiện đại. Các hoạt động học tập như thảo luận nhóm, mô phỏng tình huống, nghiên cứu điển hình và dự án nhỏ giúp sinh viên rèn luyện kỹ năng lãnh đạo, phối hợp, giao tiếp và giải quyết vấn đề trong bối cảnh thực tế. Thông qua môn học, sinh viên phát triển tư duy quản trị toàn diện, khả năng ra quyết định hợp lý, và năng lực thích ứng với thay đổi, chuẩn bị hành trang vững chắc để trở thành nhà quản lý chuyên nghiệp, sáng tạo và có trách nhiệm trong các tổ chức, doanh nghiệp trong nước và quốc tế.

4. PE021IU - Pháp luật Đại cương (General Law)

Số tín chỉ: 3 tín chỉ (3 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: Không

Mô tả vắn tắt nội dung:

Môn học Pháp luật đại cương được thiết kế nhằm trang bị cho sinh viên hệ thống kiến thức nền tảng và khái quát về pháp luật Việt Nam, giúp người học hiểu rõ bản chất, vai trò và chức năng của pháp luật trong đời sống xã hội. Thông qua môn học, sinh viên được giới thiệu cấu trúc và nguyên tắc vận hành của hệ thống pháp luật Việt Nam, cũng như mối quan hệ giữa Nhà nước, công dân và các tổ chức trong khuôn khổ pháp lý. Nội dung môn học bao gồm các lĩnh vực pháp luật cơ bản, như Hiến pháp, Hành chính, Dân sự, Hình sự, Lao động, Kinh doanh và Thương mại, giúp sinh viên nắm được các quy định chủ yếu điều chỉnh quyền, nghĩa vụ và trách nhiệm pháp lý của cá nhân, tổ chức trong xã hội. Ngoài ra, môn học còn giúp sinh viên hiểu rõ các nguyên tắc

cơ bản của nhà nước pháp quyền xã hội chủ nghĩa, cơ chế ban hành và thực thi pháp luật, cũng như tác động của pháp luật đối với kinh tế, chính trị, văn hóa và đời sống xã hội. Thông qua các ví dụ thực tiễn và tình huống pháp lý cụ thể, sinh viên sẽ rèn luyện kỹ năng phân tích, đánh giá và giải quyết các vấn đề pháp lý cơ bản, từ đó hình thành tư duy pháp lý logic, khách quan và chuẩn mực. Môn học cũng nhấn mạnh đến nhận thức về quyền và nghĩa vụ công dân, đặc biệt trong các quan hệ giữa con người với con người, giữa cá nhân với tổ chức và với cơ quan nhà nước. Với vai trò là môn học nền tảng, Pháp luật đại cương không chỉ giúp sinh viên hiểu biết và tuân thủ pháp luật trong đời sống hằng ngày, mà còn tạo cơ sở vững chắc để học tốt các môn pháp luật chuyên ngành, đồng thời nâng cao ý thức trách nhiệm, đạo đức nghề nghiệp và năng lực hành động đúng pháp luật trong môi trường học tập, làm việc và khởi nghiệp.

5. BA118IU - Tâm lý học (Introduction to Psychology)

Số tín chỉ: 3 tín chỉ (3 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: Không

Mô tả vắn tắt nội dung:

Môn học Tâm lý học giúp sinh viên hiểu rõ bản chất của hành vi và các quá trình tâm lý con người, đồng thời hình thành năng lực vận dụng tri thức tâm lý vào học tập, làm việc và cuộc sống. Môn học giới thiệu những nguyên tắc, lý thuyết cơ bản và phương pháp nghiên cứu khoa học trong tâm lý học, tạo nền tảng cho việc tiếp cận và phân tích các hiện tượng tâm lý một cách khách quan, khoa học. Nội dung môn học bao quát các lĩnh vực cốt lõi của khoa học tâm lý, bao gồm tâm lý học phát triển, giúp người học hiểu quá trình hình thành và biến đổi của tâm lý qua các giai đoạn đời người; tâm lý học nhận thức, nghiên cứu quá trình tri giác, trí nhớ, tư duy và ra quyết định; tâm lý học học tập, tìm hiểu cơ chế hình thành hành vi và thói quen; tâm lý học động cơ và cảm xúc, phân tích yếu tố thúc đẩy hành động con người; tâm lý học nhân cách, khám phá đặc điểm cá tính, giá trị và xu hướng hành vi; cùng tâm lý học xã hội, nghiên cứu sự tương tác giữa cá nhân và nhóm trong đời sống xã hội. Bên cạnh đó, môn học giúp sinh viên tiếp cận các trường phái tâm lý hiện đại như hành vi, nhận thức, phân tâm học, nhân văn và sinh học, qua đó phát triển năng lực tư duy đa chiều và khả năng phân tích hành vi con người trong bối cảnh đa dạng văn hóa – xã hội. Sinh viên được rèn luyện kỹ năng quan sát, phân tích và dự đoán hành vi, học cách nhận diện và điều chỉnh cảm xúc, đồng thời nâng cao kỹ năng giao tiếp, làm việc nhóm, quản lý con người và giải quyết xung đột. Những tri thức tâm lý học này đặc biệt hữu ích đối với sinh viên trong việc phát triển năng lực tự nhận thức, đồng cảm, lãnh đạo và thích ứng, giúp họ trở thành những cá nhân hiểu mình, hiểu người, hành xử nhân văn và chuyên nghiệp trong môi trường học tập, công việc và xã hội hiện đại.

6. BA197IU - Xã hội học (Introduction to Sociology)

Số tín chỉ: 3 tín chỉ (3 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: Không

Mô tả vắn tắt nội dung:

Môn học Xã hội học cung cấp cho sinh viên những kiến thức nền tảng, có hệ thống về bản chất, cấu trúc và quy luật vận động của xã hội, giúp người học hiểu rõ mối quan hệ giữa cá nhân, nhóm và các thiết chế xã hội trong đời sống cộng đồng. Môn học giới thiệu các khái niệm cơ bản và lý thuyết xã hội học chủ yếu như cấu trúc xã hội, tầng lớp xã hội, văn hóa, chuẩn mực và giá trị xã hội, xã hội hóa, bất bình đẳng xã hội, biến đổi xã hội và toàn cầu hóa. Thông qua việc tiếp cận các trường phái lý thuyết tiêu biểu – chức năng luận, xung đột luận, tương tác biểu trưng,

hiện tượng học và lý thuyết hệ thống – sinh viên được rèn luyện tư duy phân tích xã hội một cách khoa học và khách quan, biết cách lý giải các hiện tượng xã hội phức tạp trong bối cảnh hiện đại. Môn học cũng trang bị phương pháp nghiên cứu xã hội học cơ bản như khảo sát, phỏng vấn, quan sát và phân tích dữ liệu, giúp sinh viên có khả năng thu thập và xử lý thông tin xã hội một cách hệ thống và logic. Bên cạnh đó, sinh viên sẽ được phân tích các chủ đề thực tiễn như đô thị hóa, toàn cầu hóa, bình đẳng giới, nghèo đói, di cư lao động, ảnh hưởng của truyền thông đại chúng, và tác động của công nghệ đến đời sống xã hội. Qua đó, môn học giúp sinh viên nhận thức sâu sắc mối liên hệ giữa con người và môi trường xã hội, hiểu rõ động lực của sự thay đổi xã hội và vai trò của cá nhân trong tiến trình phát triển. Những kiến thức xã hội học này đặc biệt hữu ích đối với sinh viên trong việc hiểu rõ văn hóa tổ chức, hành vi tập thể, môi trường kinh doanh và quản trị con người, từ đó phát triển tư duy phản biện, năng lực quan sát, và khả năng thích ứng trong xã hội toàn cầu hóa. Môn học góp phần hình thành nền tảng nhân văn và ý thức trách nhiệm xã hội, giúp sinh viên trở thành những công dân có hiểu biết, có năng lực tư duy độc lập và sẵn sàng đóng góp tích cực cho sự phát triển bền vững của cộng đồng và đất nước.

3.14.3. Kiến thức Toán – Tin học, Khoa học Tự nhiên, Công nghệ và Môi trường

1. BA080IU - Thống kê trong kinh doanh (Statistics for business)

Số tín chỉ: 3 tín chỉ (3 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: Không

Mô tả vắn tắt nội dung:

Môn học Thống kê trong Kinh doanh trang bị cho sinh viên nền tảng kiến thức và kỹ năng phân tích dữ liệu cần thiết để đưa ra quyết định trong môi trường kinh doanh hiện đại dựa trên cơ sở định lượng và bằng chứng. Môn học giới thiệu các khái niệm, kỹ thuật và quy trình thống kê cơ bản, từ thu thập, xử lý đến phân tích và diễn giải dữ liệu, giúp sinh viên hiểu rõ vai trò của thống kê trong hoạch định chiến lược, đánh giá hiệu quả hoạt động và dự báo xu hướng thị trường. Nội dung môn học bao gồm các chủ đề chính sau: Thống kê mô tả: trình bày cách tóm tắt và mô tả dữ liệu bằng bảng biểu, biểu đồ, các đại lượng đo lường xu hướng trung tâm và độ phân tán, giúp sinh viên phân tích đặc điểm tổng quát của dữ liệu. Xác suất và các phân bố xác suất: cung cấp nền tảng để hiểu các yếu tố ngẫu nhiên trong kinh doanh và mô hình hóa chúng thông qua các phân bố rời rạc và liên tục. Phân bố mẫu và ước lượng khoảng tin cậy: giúp sinh viên suy luận về tổng thể từ mẫu dữ liệu, hiểu sai số mẫu và xây dựng khoảng tin cậy cho các tham số thống kê. Kiểm định giả thuyết thống kê: giới thiệu các kỹ thuật kiểm định cho trung bình, tỷ lệ, phương sai và so sánh các nhóm dữ liệu, hỗ trợ sinh viên khi đánh giá các quyết định kinh doanh dựa trên bằng chứng. Phân tích phương sai (ANOVA): giúp so sánh nhiều nhóm dữ liệu để xác định sự khác biệt có ý nghĩa thống kê. Hồi quy đơn và hồi quy bội: cung cấp công cụ mô hình hóa và dự đoán mối quan hệ giữa các biến kinh doanh, từ đó hỗ trợ dự báo và ra quyết định chiến lược.

2. BA168IU - Phương pháp định lượng trong kinh doanh (Quantitative Methods for Business)

Số tín chỉ: 3 tín chỉ (3 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: Không; **Môn học trước:** BA080IU - Thống kê trong kinh doanh (Statistics for business)

Mô tả vắn tắt nội dung:

Môn học Phương pháp định lượng trong kinh doanh trang bị cho sinh viên nền tảng tư duy toán học ứng dụng và các công cụ phân tích định lượng phục vụ cho việc ra quyết định trong quản

trị, kinh tế và tài chính. Môn học giúp sinh viên hiểu và vận dụng các kỹ thuật toán học cơ bản để mô hình hóa các vấn đề trong kinh doanh, từ đó phân tích phương án, tối ưu hóa nguồn lực và lựa chọn giải pháp hiệu quả. Nội dung môn học giới thiệu các lý thuyết và khái niệm trọng tâm của: mô hình hóa các hệ thống và phân tích thông tin trong doanh nghiệp, tối ưu hóa: cung cấp các công cụ tìm phương án tối ưu trong điều kiện ràng buộc, đặc biệt hữu ích trong quản trị sản xuất, logistics, lập kế hoạch tài chính, và phân bổ nguồn lực. Lập trình tuyến tính: áp dụng mô hình toán học để giải quyết các bài toán tối ưu hóa trong kinh doanh như giảm chi phí, tối đa hóa lợi nhuận, tối ưu hóa vận tải và phân phối. Thông qua các bài tập thực hành và tình huống ứng dụng, sinh viên học cách: Xác định vấn đề kinh doanh và mô hình hóa thành bài toán định lượng. Áp dụng công cụ toán học để phân tích và tìm lời giải. Diễn giải kết quả và chuyển hóa thành giải pháp quản trị có tính khả thi.

3. BA120IU - Tin học quản lý (Business Computing Skills)

Số tín chỉ: 3 tín chỉ (3 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: Không

Mô tả vắn tắt nội dung:

Môn học Tin học quản lý trang bị cho sinh viên kiến thức nền tảng về công nghệ thông tin và cách ứng dụng các công cụ số trong hoạt động quản trị và xử lý thông tin của doanh nghiệp. Nội dung môn học giúp sinh viên hiểu được vai trò của hệ thống thông tin quản lý, cách lưu trữ, truy xuất, xử lý và trình bày dữ liệu phục vụ ra quyết định. Bên cạnh kiến thức lý thuyết, môn học chú trọng phát triển kỹ năng sử dụng thành thạo các phần mềm văn phòng cơ bản như Microsoft Word (soạn thảo và định dạng văn bản chuyên nghiệp), Microsoft Excel (tổ chức dữ liệu, lập bảng, xây dựng biểu đồ và sử dụng công thức để phân tích dữ liệu), Microsoft PowerPoint (thiết kế slide thuyết trình hiệu quả), và sử dụng thư điện tử trong giao tiếp công việc. Ngoài ra, sinh viên được làm quen với khái niệm an toàn thông tin, lưu trữ dữ liệu đám mây và làm việc nhóm trực tuyến, từ đó tăng khả năng làm việc linh hoạt trong môi trường số hóa. Việc rèn luyện các kỹ năng này giúp sinh viên nâng cao năng suất, cải thiện khả năng xử lý thông tin, giao tiếp chuyên nghiệp, và tạo bước chuẩn bị quan trọng để học tốt các học phần nâng cao liên quan đến hệ thống thông tin và quản trị trong doanh nghiệp.

3.14.4. Kiến thức các môn Ngoại ngữ

1. EN008IU - Tiếng anh chuyên ngành 1 (Kỹ năng nghe AE1) (Academic English 1 – Listening skill)

Số tín chỉ: 2 tín chỉ (2 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: Không

Mô tả vắn tắt nội dung:

Môn học Tiếng Anh chuyên ngành 1 (Kỹ năng nghe AE1) được thiết kế nhằm giúp sinh viên phát triển kỹ năng nghe – ghi chép tiếng Anh một cách hiệu quả, tạo nền tảng quan trọng để sinh viên có thể theo dõi và tiếp thu nội dung các học phần chuyên môn được giảng dạy bằng tiếng Anh trong toàn bộ chương trình đào tạo mà không gặp trở ngại về ngôn ngữ. Môn học tập trung rèn luyện các kỹ năng nghe hiểu trọng tâm, nhận diện ý chính, ghi chú nhanh, dự đoán nội dung, phân tích cấu trúc bài giảng và tóm tắt thông tin. Nội dung bài học được xây dựng xoay quanh nhiều chủ đề học thuật và thực tiễn như kinh doanh, khoa học, xã hội, văn hóa và nhân văn, giúp sinh viên mở rộng vốn từ vựng, nắm được cách diễn đạt học thuật và tiếp cận tiếng Anh trong bối cảnh đa ngành. Phương pháp giảng dạy kết hợp giữa thuyết giảng, hướng dẫn kỹ thuật

nghe – ghi chép, luyện tập theo tình huống thực tế và làm việc nhóm nhằm tăng tính tương tác và khả năng vận dụng kiến thức. Thông qua môn học, sinh viên không chỉ nâng cao năng lực nghe hiểu tiếng Anh học thuật mà còn hình thành tư duy ngôn ngữ linh hoạt, thói quen tự học và sử dụng tiếng Anh như một công cụ học tập, chuẩn bị tốt cho các môn chuyên ngành và môi trường làm việc quốc tế sau này.

2. EN007IU - Tiếng anh chuyên ngành 1 (Kỹ năng viết AE1) (Academic English 1- Writing skill)

Số tín chỉ: 2 tín chỉ (2 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: Không

Mô tả vắn tắt nội dung:

Môn học Tiếng Anh chuyên ngành 1 (Kỹ năng viết – AE1) được thiết kế nhằm trang bị cho sinh viên nền tảng kỹ năng viết học thuật vững chắc, phục vụ cho việc học tập và nghiên cứu trong môi trường đại học cũng như chuẩn bị cho các học phần tiếng Anh nâng cao tiếp theo. Môn học hướng dẫn sinh viên chuyển hóa ý tưởng thành bố cục và đoạn văn hoàn chỉnh, sử dụng các chức năng diễn đạt học thuật như: mô tả quá trình, trình bày quan hệ nhân – quả, so sánh – đối chiếu, phân tích – tranh luận và tổng hợp ý tưởng trong viết tiểu luận. Trong suốt khóa học, sinh viên được yêu cầu đọc và phân tích các văn bản tiếng Anh học thuật ở trình độ đại học nhằm rèn luyện tư duy đọc phản biện, khả năng xác định luận điểm, luận cứ và phương pháp lập luận. Trên cơ sở đó, sinh viên học cách phản hồi và diễn đạt ý tưởng bằng văn bản một cách chính xác, mạch lạc, có tổ chức và mang tính học thuật. Môn học đồng thời hướng dẫn các kỹ năng viết thiết yếu như: brainstorming (tìm và phát triển ý tưởng), lập dàn ý, ghi chú, diễn đạt lại thông tin (paraphrasing), kiểm tra lỗi (proofreading) và biên tập bản thảo (editing) nhằm hoàn thiện phong cách viết chuyên nghiệp. Bên cạnh phát triển kỹ năng viết, sinh viên còn được khuyến khích hình thành thói quen tự học, tư duy phản biện và khả năng sử dụng tiếng Anh như một công cụ học thuật. Môn học cũng đóng vai trò là nền tảng chuẩn bị cho học phần Tiếng Anh chuyên ngành 2 (AE2 – Kỹ năng viết), trong đó sinh viên sẽ nâng cao khả năng lập luận, phân tích tài liệu và viết tiểu luận học thuật ở mức độ phức tạp hơn. Thông qua môn học, sinh viên xây dựng được phong cách viết chặt chẽ, rõ ràng, có tính logic và thuyết phục, phục vụ hiệu quả cho việc học các môn chuyên ngành và tham gia môi trường làm việc quốc tế trong tương lai.

3. EN012IU - Tiếng anh chuyên ngành 2 (Kỹ năng nói) (Academic English 2 – Speaking skill)

Số tín chỉ: 2 tín chỉ (2 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: Không

Mô tả vắn tắt nội dung:

Môn học Tiếng Anh chuyên ngành 2 (Kỹ năng nói) tập trung phát triển kỹ năng thuyết trình và giao tiếp học thuật bằng tiếng Anh, coi đây là năng lực thiết yếu giúp sinh viên thành công trong học tập và nghề nghiệp tương lai. Trong bối cảnh hội nhập và môi trường làm việc quốc tế, khả năng trình bày ý tưởng rõ ràng, tự tin và thuyết phục bằng tiếng Anh được xem là lợi thế cạnh tranh quan trọng. Tuy nhiên, việc thuyết trình trước đám đông, đặc biệt là bằng ngôn ngữ không phải tiếng mẹ đẻ, có thể gây khó khăn và tạo áp lực tâm lý. Do đó, môn học được thiết kế nhằm trang bị cho sinh viên kiến thức, kỹ thuật và bước thực hành chuẩn mực để xây dựng sự tự tin và khả năng trình bày hiệu quả. Nội dung môn học bao quát các khía cạnh chính của việc thuyết

trình bằng tiếng Anh, bao gồm: Lập kế hoạch và cấu trúc bài thuyết trình (mở bài, phát triển nội dung, kết luận); Sử dụng ngôn ngữ và từ vựng học thuật phù hợp với từng chủ đề và đối tượng người nghe; Thiết kế và sử dụng phương tiện hỗ trợ trực quan (PowerPoint, hình ảnh, số liệu, biểu đồ) một cách hợp lý và thẩm mỹ; Kỹ năng diễn đạt phi ngôn ngữ như ngữ điệu, ánh mắt, tư thế, cử chỉ và biểu cảm để tăng sức thuyết phục; Kỹ năng điều phối, xử lý câu hỏi và phản hồi từ người nghe trong bối cảnh học thuật hoặc chuyên môn. Ngoài ra, môn học khuyến khích sinh viên luyện tập thường xuyên thông qua các bài thuyết trình cá nhân và nhóm, phản biện đồng đẳng và nhận xét từ giảng viên nhằm cải thiện phong cách trình bày. Đây là bước chuẩn bị quan trọng để sinh viên tham gia các môn học chuyên ngành bằng tiếng Anh cũng như hòa nhập vào bối cảnh nghề nghiệp toàn cầu trong tương lai.

4. EN011IU - Tiếng anh chuyên ngành 2 (Kỹ năng viết) (Academic english 2-Writing skill)

Số tín chỉ: 2 tín chỉ (2 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: Không; Môn học trước: EN007IU – Writing AE1

Mô tả vắn tắt nội dung:

Môn học này cung cấp những kiến thức cơ bản về việc viết một bài báo nghiên cứu, đặc biệt là vai trò của tổng quát hoá, định nghĩa, phân loại, và cấu trúc của một bài báo nghiên cứu khoa học cho sinh viên học ở trình độ đại học. Môn học cũng cung cấp cho sinh viên với những phương pháp phát triển và trình bày sự tranh luận, so sánh và đối chiếu. Sinh viên được yêu cầu làm việc trên những công việc được giao để tối đa hoá việc giao tiếp với giảng viên bằng phương pháp viết và hi vọng sinh viên sẽ trở thành người viết có đủ năng lực trong một loại cụ thể: bài báo nghiên cứu khoa học. Bởi vì kỹ năng viết là một phần của kỹ năng chính yếu của đọc và viết ở nơi mà đọc phục vụ như là đầu vào để châm ngòi sự viết, môn học này được thiết kế để làm quen sinh viên mà ngôn ngữ chính không phải là tiếng anh với cơ sở lý thuyết học thuật trong việc học chuyên ngành của họ bằng cách cho sinh viên đọc một cách phản biện đối với tài liệu đến từ những chủ đề khác nhau từ khoa học tự nhiên ví dụ như sinh học tới khoa học xã hội và nhân văn như là giáo dục, ngôn ngữ học và tâm lý học.

3.14.5. Kiến thức các môn thuộc kiến thức cơ sở ngành

1. BA003IU - Nguyên lý Marketing (Principles of Marketing)

Số tín chỉ: 3 tín chỉ (3 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: Không

Mô tả vắn tắt nội dung:

Môn học Nguyên lý Marketing (Principles of Marketing) cung cấp cho sinh viên những kiến thức nền tảng và toàn diện về hoạt động tiếp thị trong doanh nghiệp, qua đó giúp sinh viên hiểu rõ vai trò của Marketing trong việc tạo ra giá trị cho khách hàng và xây dựng lợi thế cạnh tranh trên thị trường. Môn học giới thiệu hệ thống khái niệm cơ bản của Marketing, từ việc xác định nhu cầu và mong muốn của thị trường cho đến thiết kế và triển khai chiến lược Marketing hiệu quả. Nội dung môn học tập trung vào việc phân tích hành vi khách hàng (cả khách hàng cá nhân và khách hàng tổ chức), quy trình ra quyết định mua hàng và các yếu tố tâm lý – xã hội ảnh hưởng đến hành vi tiêu dùng. Sinh viên được tiếp cận mô hình STP (Segmentation – Targeting – Positioning) để hiểu rõ cách thức doanh nghiệp phân đoạn thị trường, lựa chọn thị trường mục tiêu và định vị thương hiệu một cách chiến lược. Bên cạnh đó, môn học trình bày sâu về Marketing

Mix (4Ps) bao gồm: Sản phẩm (Product): phát triển, khác biệt hóa, thương hiệu, bao bì, vòng đời sản phẩm. Giá (Price): chiến lược định giá, cạnh tranh giá, tâm lý giá, điều chỉnh giá. Phân phối (Place): hệ thống kênh phân phối, chuỗi cung ứng, bán lẻ – thương mại điện tử. Xúc tiến (Promotion): quảng cáo, PR, khuyến mãi, marketing trực tiếp và truyền thông số. Môn học cũng giúp sinh viên nhận diện và phân tích các yếu tố môi trường Marketing (kinh tế, xã hội – văn hóa, công nghệ, chính trị – pháp lý, cạnh tranh...). Đây là môn học nền tảng quan trọng để sinh viên tiếp tục học các học phần chuyên sâu như Hành vi khách hàng, Truyền thông Marketing, Quản trị thương hiệu, Marketing số, và phát triển năng lực làm việc trong các doanh nghiệp hiện đại.

2. BA256IU - Workshop 1

Số tín chỉ: 3 tín chỉ (3 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: Không

Mô tả vắn tắt nội dung:

Môn học Workshop 1 được thiết kế nhằm giúp sinh viên phát triển kỹ năng mềm và hình thành thái độ học tập – làm việc chuyên nghiệp ngay từ giai đoạn đầu của chương trình đại học. Đây là học phần mang tính trải nghiệm thực tiễn cao, tạo cầu nối giữa kiến thức học thuật và yêu cầu thực tế của môi trường doanh nghiệp hiện nay. Mỗi buổi workshop không chỉ cung cấp kiến thức, mà còn tạo môi trường tương tác trực tiếp giữa sinh viên và diễn giả, qua đó sinh viên được đặt câu hỏi, thảo luận, trao đổi quan điểm và học hỏi kinh nghiệm thực tiễn. Song song với thuyết trình, các diễn giả sẽ đưa ra nhiệm vụ nhóm, bài tập tình huống và dự án nhỏ, giúp sinh viên thực hành ngay các kỹ năng đã được giới thiệu, nâng cao khả năng phối hợp, trình bày và ra quyết định trong nhóm. Thông qua môn học, sinh viên sẽ: Hiểu rõ kỳ vọng của nhà tuyển dụng đối với nguồn nhân lực trẻ, Rèn luyện sự tự tin trong giao tiếp và thuyết trình, Xây dựng tinh thần làm việc chuyên nghiệp, trách nhiệm và chủ động, Phát triển kỹ năng làm việc nhóm và kỹ năng lãnh đạo tiềm năng, Định hướng kế hoạch học tập và phát triển bản thân trong suốt chương trình đại học. Như vậy, Workshop 1 đóng vai trò nền tảng quan trọng, hỗ trợ sinh viên chuyển đổi từ môi trường học phổ thông sang đại học một cách tự tin, đồng thời chuẩn bị tư duy, kỹ năng và thái độ phù hợp cho hành trình học tập và công việc trong tương lai.

3. BA155IU - Quản trị đa văn hóa (Multicultural Management)

Số tín chỉ: 03 tín chỉ (03 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: Không; Môn học trước: BA003IU - Nguyên lý tiếp thị (Principles of Marketing)

Mô tả vắn tắt nội dung:

Môn học Quản trị đa văn hóa (Multicultural Management) giúp sinh viên hiểu sâu về vai trò của văn hóa trong môi trường kinh doanh toàn cầu, nơi các tổ chức phải tương tác và ra quyết định trong bối cảnh đa dạng về ngôn ngữ, giá trị, niềm tin, phong tục và hành vi. Khóa học bắt đầu bằng việc khám phá khái niệm văn hóa, các thành tố cấu thành văn hóa như giá trị – thái độ, chuẩn mực xã hội, tôn giáo, hệ thống giáo dục, ngôn ngữ, nghi lễ và phong tục, từ đó làm rõ tác động của văn hóa đến tư duy, hành vi và phương thức làm việc của con người. Sinh viên được tiếp cận các mô hình phân loại văn hóa nổi tiếng (Hofstede, Hall, Trompenaars, GLOBE...), qua đó hiểu cách so sánh và đánh giá sự khác biệt văn hóa giữa các quốc gia và khu vực. Khóa học phân tích môi trường kinh doanh đa văn hóa hiện nay, nơi doanh nghiệp phải đối mặt với nhiều hệ giá trị và phong cách giao tiếp khác nhau trong hoạt động quản trị, sản xuất, tiếp thị và thương mại quốc tế. Nội dung môn học đi sâu vào vai trò của văn hóa trong các chức năng quản trị quốc

tế, bao gồm: Lập kế hoạch và ra quyết định trong bối cảnh đa văn hóa; Thiết kế cơ cấu tổ chức phù hợp với môi trường quốc tế; Tuyển dụng, đào tạo, đánh giá và đãi ngộ nhân sự đa quốc tịch; Ứng xử trong thương lượng, đàm phán và hợp tác quốc tế; Xây dựng thương hiệu, quảng cáo và truyền thông xuyên văn hóa; Quản trị chuỗi cung ứng, xuất nhập khẩu và vận hành sản xuất toàn cầu

4. BA298IU - Cơ Sở Lập trình trong Kinh doanh (Principle of Programming in Business)

Số tín chỉ: 02 tín chỉ (2 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: BA080IU - Thống kê trong kinh doanh (Statistics for Business)

Mô tả vắn tắt nội dung:

Khóa học này giới thiệu các khái niệm lập trình cơ bản và ứng dụng thực tiễn của chúng trong việc giải quyết các vấn đề kinh doanh. Sinh viên sẽ học các nguyên lý lập trình thiết yếu bằng Python, một ngôn ngữ đa năng được sử dụng rộng rãi trong phân tích kinh doanh và khoa học dữ liệu. Khóa học tập trung vào việc phát triển kỹ năng thực tế thông qua các bài tập lập trình thực hành và các nghiên cứu tình huống kinh doanh, giúp sinh viên tự động hóa các công việc thường xuyên, phân tích dữ liệu kinh doanh và phát triển các ứng dụng kinh doanh cơ bản.

Khóa học được tổ chức thành ba giai đoạn: Cơ bản về Lập trình: Giai đoạn này bao gồm các khái niệm lập trình cơ bản, cú pháp và cấu trúc chương trình, cung cấp nền tảng cho các ứng dụng kinh doanh. Cấu trúc Dữ liệu và Lưu trữ Điều khiển: Giới thiệu các cấu trúc dữ liệu thiết yếu và cơ chế lưu trữ điều khiển để tổ chức và xử lý dữ liệu kinh doanh một cách hiệu quả. Xử lý Dữ liệu Kinh doanh: Tập trung vào các kỹ thuật xử lý, phân tích và trực quan hóa dữ liệu kinh doanh bằng các thư viện Python.

5. BA140IU - Mô phỏng chiến lược kinh doanh (Business Game)

Số tín chỉ: 3 tín chỉ (0 lý thuyết + 3 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: Không; Môn học trước: BA003IU – Nguyên lý Marketing (Principles of Marketing)

Mô tả vắn tắt nội dung:

Môn học này được thiết kế để giúp sinh viên ứng dụng tốt hơn các lý thuyết tiếp thị đã biết và đã học cũng như các chiến lược quản lý vào thực tế bằng cách triển khai và sử dụng phần mềm MarkStrat trong suốt môn học. Hàng tuần, sinh viên buộc phải thực hành tại phòng thí nghiệm để đưa ra chiến lược và nộp cho người hướng dẫn thông qua máy chủ trực tuyến MarkStrat nhằm kích thích hoạt động thị trường và bắt đầu giai đoạn kinh doanh mới. Học sinh cũng được khuyến khích thực hiện công việc nhóm của mình động não để đưa ra các chiến lược sáng tạo giúp nhóm của mình giành chiến thắng trong trò chơi kinh doanh mỗi tuần. Cụ thể hơn, môn học này nhằm giúp sinh viên:

- Giải thích sự phụ thuộc lẫn nhau của các hoạt động kinh doanh trong việc xây dựng một chiến lược thành công
- Hiểu mối quan hệ giữa hành động của công ty và hành động cạnh tranh trong việc tạo ra hiệu quả tài chính
- Giải thích mối quan hệ giữa các công cụ phân tích cụ thể và các quyết định kinh doanh
- Sử dụng phân tích và dữ liệu để tạo ra những kỳ vọng hợp lý về các chiến lược dự định (đặc biệt là chiến lược tiếp thị) và hình thành các giải thích về các chiến lược đã ban hành

- Hiệu tác động của những thành kiến như lỗi phân bổ và tính bày đàn đối với chiến lược và sự phát triển của công ty..

6. BA169IU - Hệ thống thông tin quản lý (Management Information Systems)

Số tín chỉ: 03 tín chỉ (3 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: Không; Môn học trước: BA120IU - Tin học quản lý (Business Computing Skills)

Mô tả vắn tắt nội dung:

Môn học Hệ thống thông tin quản lý (Management Information Systems) cung cấp cho sinh viên kiến thức nền tảng về vai trò của dữ liệu, thông tin và công nghệ trong quá trình quản trị và ra quyết định của tổ chức hiện đại. Khóa học làm rõ mối quan hệ giữa dữ liệu – thông tin – tri thức, cách thu thập, xử lý, lưu trữ và phân phối thông tin trong doanh nghiệp, đồng thời giới thiệu các hệ thống thông tin chủ yếu như TPS, MIS, DSS, ERP, CRM và SCM. Trên cơ sở đó, môn học nhấn mạnh góc nhìn quản lý trong việc thiết kế và ứng dụng hệ thống thông tin nhằm tối ưu hóa quy trình, hỗ trợ điều hành và tạo lợi thế cạnh tranh. Khóa học cũng đề cập các xu hướng công nghệ mới như trí tuệ nhân tạo, dữ liệu lớn, điện toán đám mây, blockchain, thương mại điện tử, chuyển đổi số và an toàn thông tin. Thông qua bài tập tình huống và thảo luận, sinh viên phát triển khả năng phân tích nhu cầu hệ thống, đánh giá hiệu quả, đề xuất giải pháp công nghệ phù hợp và hiểu được những thách thức trong triển khai hệ thống thông tin. Đây là môn học nền tảng để sinh viên tiếp tục học các học phần nâng cao liên quan đến phân tích hệ thống, cơ sở dữ liệu, thương mại điện tử và chuyển đổi số trong doanh nghiệp.

7. BA161IU - Phương pháp nghiên cứu kinh doanh (Business Research Methods)

Số tín chỉ: 03 tín chỉ (03 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: BA080IU - Thống kê trong kinh doanh (Statistics for Business)

Mô tả vắn tắt nội dung:

Môn học Phương pháp nghiên cứu kinh doanh (Business Research Methods) trang bị cho sinh viên kiến thức và kỹ năng toàn diện về quá trình nghiên cứu khoa học trong lĩnh vực kinh doanh, giúp sinh viên hiểu rõ cách thức xây dựng, triển khai và trình bày một nghiên cứu có tính học thuật và ứng dụng thực tiễn. Khóa học bắt đầu bằng việc hướng dẫn sinh viên xác định vấn đề và hình thành câu hỏi nghiên cứu, xây dựng mục tiêu và giả thuyết nghiên cứu, từ đó lựa chọn mô hình nghiên cứu và thiết kế nghiên cứu phù hợp. Môn học giới thiệu các phương pháp thu thập dữ liệu như khảo sát, phỏng vấn, quan sát, nghiên cứu tài liệu và dữ liệu thứ cấp; đồng thời hướng dẫn các kỹ thuật chọn mẫu và xây dựng bảng hỏi đảm bảo độ tin cậy và giá trị. Cuối cùng, môn học hướng dẫn sinh viên viết báo cáo nghiên cứu khoa học, trình bày kết quả một cách rõ ràng, logic và học thuật, đồng thời biết cách trích dẫn tài liệu theo chuẩn quốc tế. Thông qua môn học, sinh viên phát triển tư duy hệ thống, khả năng giải quyết vấn đề dựa trên bằng chứng và kỹ năng đánh giá, phản biện các nghiên cứu kinh doanh, đây là nền tảng quan trọng để thực hiện khóa luận tốt nghiệp và các dự án nghiên cứu trong nghề nghiệp tương lai.

8. BA300IU - Workshop 2 in e-commerce

Số tín chỉ: 2 tín chỉ (2 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: Không

Mô tả vắn tắt nội dung:

Khóa học được thiết kế nhằm trang bị cho sinh viên các kỹ năng mềm, kiến thức thực tiễn và thái độ phù hợp, hỗ trợ sinh viên hiểu về môi trường làm việc chuyên nghiệp trong tương lai,

đặc biệt là trong lĩnh vực marketing. Khóa học gồm 8 buổi do các diễn giả khách mời là giám đốc/quản lý hoặc chuyên gia có ít nhất 5 năm kinh nghiệm trong lĩnh vực của họ đảm nhận. Diễn giả sẽ trình bày các chủ đề liên quan theo phương pháp khoa học, hệ thống để khuyến khích sinh viên học hỏi kỹ năng và kiến thức từ thực tiễn doanh nghiệp. Khóa học nhấn mạnh sự kết nối giữa kiến thức lý thuyết được giảng dạy tại trường đại học với kiến thức thực tiễn từ ngành thông qua các chủ đề liên quan đến marketing, bao gồm nhưng không giới hạn ở quản trị thương hiệu, mối quan hệ giữa khách hàng và các agency, họp bàn giao việc và họp tổng kết, quy trình làm việc, đặt mục tiêu cá nhân, v.v.

9. BA027IU - Thương mại điện tử (E-commerce)

Số tín chỉ: 03 tín chỉ (3 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: Không

Mô tả vắn tắt nội dung:

Môn học Thương mại điện tử (E-commerce) cung cấp cho sinh viên nhận thức toàn diện về hoạt động kinh doanh trong môi trường số, trong đó Internet và công nghệ thông tin đóng vai trò trung tâm trong việc tạo ra, phân phối và trao đổi giá trị. Môn học trình bày các mô hình kinh doanh điện tử (B2C, B2B, C2C, C2B), tầm quan trọng của sự hiện diện trực tuyến và các yếu tố xây dựng một hệ thống bán hàng trực tuyến hiệu quả. Nội dung bao gồm thiết kế và vận hành website thương mại điện tử, thanh toán điện tử và bảo mật giao dịch, quản lý nội dung và dữ liệu khách hàng, cùng ứng dụng các công cụ Digital Marketing như SEO, SEM và truyền thông mạng xã hội để thu hút và chăm sóc khách hàng. Ngoài ra, môn học còn đề cập quản lý chuỗi cung ứng và hậu cần trong TMĐT, xử lý đơn hàng, pháp lý và đạo đức kinh doanh trực tuyến. Thông qua thực hành và bài tập mô phỏng, sinh viên được rèn luyện kỹ năng phân tích thị trường, thiết lập nền tảng kinh doanh trực tuyến và vận hành chiến lược thu hút khách hàng. Môn học giúp sinh viên xây dựng tư duy chiến lược số và các kỹ năng cần thiết để phát triển và quản lý doanh nghiệp trong bối cảnh kinh tế số hiện đại.

10. BA154IU - Sáng lập doanh nghiệp (Entrepreneurship and Small Business Management)

Số tín chỉ: 03 tín chỉ (3 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: Không

Mô tả vắn tắt nội dung:

Môn học Sáng lập doanh nghiệp (Entrepreneurship and Small Business Management) cung cấp cho sinh viên cái nhìn thực tế và toàn diện về quá trình hình thành, phát triển và quản trị một dự án kinh doanh khởi nghiệp, đặc biệt là doanh nghiệp nhỏ và vừa. Khóa học giới thiệu những khái niệm cốt lõi về tinh thần khởi nghiệp, đặc điểm của nhà sáng lập, cách nhận diện và đánh giá cơ hội kinh doanh, cùng phương pháp xây dựng mô hình kinh doanh khả thi thông qua các công cụ như Business Model Canvas và Lean Startup. Sinh viên được hướng dẫn cách nghiên cứu thị trường, xác định khách hàng mục tiêu, phát triển và kiểm chứng ý tưởng sản phẩm – dịch vụ, xây dựng chiến lược thâm nhập thị trường và kế hoạch tăng trưởng. Bên cạnh lý thuyết, môn học khuyến khích tư duy sáng tạo, khả năng giải quyết vấn đề linh hoạt và rèn luyện kỹ năng thuyết trình dự án (pitching) thông qua các bài tập nhóm, nghiên cứu tình huống và phản biện. Khóa học phù hợp không chỉ với sinh viên mong muốn khởi nghiệp mà còn hữu ích cho những người dự định làm việc trong các tổ chức hỗ trợ đổi mới sáng tạo, doanh nghiệp tăng trưởng nhanh hoặc môi trường kinh doanh sáng tạo. Kết thúc môn học, sinh viên có khả năng phân tích cơ hội thị

trường, xây dựng mô hình kinh doanh vững chắc và phát triển tư duy khởi nghiệp chủ động, nhạy bén và linh hoạt trong bối cảnh kinh tế năng động.

11. BA302IU - Quản trị bền vững: Lý thuyết và thực tiễn (Sustainable management: Theory and Practices)

Số tín chỉ: 03 tín chỉ (3 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: Không

Mô tả vắn tắt nội dung:

Khóa học về Quản lý Bền vững: Lý thuyết và Thực tiễn nhằm trang bị cho cá nhân kiến thức và kỹ năng để giải quyết các thách thức về môi trường, xã hội và kinh tế một cách chiến lược và đạo đức. Khóa học đi sâu vào các khuôn khổ lý thuyết của sự bền vững, khám phá các nguyên tắc chính như trách nhiệm của doanh nghiệp, sự tham gia của các bên liên quan và tối ưu hóa tài nguyên. Sinh viên được khuyến khích phân tích một cách phản biện các thách thức về bền vững và phát triển các giải pháp sáng tạo phù hợp với các tiêu chuẩn bền vững toàn cầu. Các ứng dụng thực tiễn được nhấn mạnh, giúp người tham gia triển khai các thực hành bền vững trong các lĩnh vực như tiếp thị, lãnh đạo, quản lý nhân sự, chiến lược hoặc quản lý đổi mới. Bằng cách thúc đẩy tư duy chiến lược, lãnh đạo và quan điểm toàn cầu, khóa học chuẩn bị cho người học khả năng tích hợp các thực tiễn bền vững vào quá trình ra quyết định trong tổ chức, hướng tới một tương lai kiên cường và thịnh vượng.

12. BA145IU - Marketing Quốc tế (International Marketing)

Số tín chỉ: 03 tín chỉ (03 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: Không; Môn học trước: BA003IU - Nguyên lý tiếp thị (Principles of Marketing)

Mô tả vắn tắt nội dung:

Môn học Marketing Quốc tế (International Marketing) trang bị cho sinh viên kiến thức cập nhật và tư duy phân tích về các thách thức và cơ hội trong hoạt động tiếp thị trên thị trường toàn cầu, nơi các Tập đoàn Đa quốc gia (MNCs) phải đưa ra quyết định chiến lược trong bối cảnh khác biệt về văn hóa, chính trị, luật pháp, kinh tế và công nghệ giữa các quốc gia. Khóa học tập trung vào việc nghiên cứu môi trường văn hóa và động lực thị trường quốc tế, giúp sinh viên hiểu cách thức các giá trị văn hóa, hành vi tiêu dùng, chuẩn mực xã hội và truyền thông quốc tế ảnh hưởng đến chiến lược marketing của doanh nghiệp. Sinh viên được hướng dẫn quy trình đánh giá và lựa chọn thị trường mục tiêu toàn cầu, xác định mức độ chuẩn hóa (standardization) hoặc thích ứng địa phương (local adaptation) trong chiến lược marketing, từ đó xây dựng chiến lược cạnh tranh phù hợp trong bối cảnh quốc tế. Khóa học đi sâu vào phát triển chiến lược Marketing Mix ở quy mô toàn cầu (4Ps quốc tế), bao gồm thiết kế sản phẩm cho nhiều thị trường khác nhau, xây dựng chiến lược định giá phù hợp với điều kiện kinh tế – tỷ giá, quản trị hệ thống phân phối xuyên biên giới và thiết kế các hoạt động truyền thông – quảng bá phù hợp với văn hóa sở tại. Ngoài ra, khóa học còn hướng dẫn sinh viên kỹ năng đàm phán và hợp tác trong môi trường kinh doanh quốc tế, làm việc với khách hàng, đối tác, nhà phân phối và cơ quan quản lý ở các quốc gia khác nhau. Thông qua phân tích tình huống thực tế và các dự án nhóm, sinh viên phát triển khả năng tư duy chiến lược toàn cầu, nhạy cảm văn hóa, ra quyết định trong bối cảnh biến động quốc tế và triển khai kế hoạch marketing hiệu quả trên thị trường thế giới.

13. BA303IU - Quản trị chuỗi cung ứng số (Digital supply chain management)

Số tín chỉ: 03 tín chỉ (2 lý thuyết + 1 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: Không

Mô tả vắn tắt nội dung:

Môn học Quản trị Chuỗi Cung Ứng Số (Digital Supply Chain Management) giúp sinh viên hiểu rõ các khái niệm và đặc trưng của chuỗi cung ứng trong bối cảnh chuyển đổi số, nơi dữ liệu, kết nối và tự động hóa đóng vai trò trung tâm. Khóa học trình bày cách các công nghệ như IoT, Trí tuệ nhân tạo (AI), Big Data, Blockchain, Cloud Computing, RFID và các hệ thống ERP/SCM được ứng dụng nhằm nâng cao khả năng hiển thị chuỗi cung ứng, dự báo nhu cầu, quản lý hàng tồn kho, tối ưu vận chuyển và phân phối. Sinh viên cũng được tiếp cận mô hình vận hành chuỗi cung ứng trong thương mại điện tử và logistics thông minh, phân tích tác động của công nghệ đến hiệu quả vận hành, rủi ro và năng lực cạnh tranh. Thông qua bài tập tình huống và dự án nhóm, sinh viên rèn luyện kỹ năng phân tích hệ thống, tư duy dữ liệu và ra quyết định trong môi trường nhiều biến động. Kết thúc môn học, sinh viên có thể thiết kế và đề xuất giải pháp tối ưu hóa chuỗi cung ứng số phù hợp với bối cảnh doanh nghiệp hiện đại và nhu cầu thị trường toàn cầu.

14. BA304IU - Quản trị Nguồn Nhân lực trong môi trường số (People Management in the Digital Age)

Số tín chỉ: 03 tín chỉ (3 lý thuyết + 0 thực hành)

Môn học trước: BA123IU - Nguyên lý quản trị (Principles of Management)

Mô tả vắn tắt nội dung:

Khóa học này sẽ trang bị cho sinh viên sự hiểu biết nâng cao về các thực tiễn quản lý nguồn nhân lực trong kỷ nguyên số. Khóa học sẽ mang đến cho sinh viên cơ hội khám phá các xu hướng cách mạng và công nghệ đột phá, nhằm cung cấp cho các giám đốc nhân sự, nhà quản lý, chuyên gia và tổng quát viên tương lai một hướng dẫn toàn diện và dựa trên bằng chứng về các công nghệ hiện tại giúp nâng cao, kích hoạt, đổi mới và trao quyền cho nguồn nhân lực. Những hiểu biết thực tiễn, các nghiên cứu tình huống thực tế, mẹo và công cụ, cùng với các khuyến nghị sẽ được thảo luận trong khóa học để hướng dẫn sinh viên qua từng công nghệ chính và giải quyết các vấn đề chiến lược và triển khai quan trọng.

15. BA084IU - Quản trị xuất - nhập khẩu (IMPORT - EXPORT MANAGEMENT)

Số tín chỉ: 03 tín chỉ (3 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: Không; Môn học trước: BA068IU-Kinh tế quốc tế (International Economics)

Mô tả vắn tắt nội dung:

Môn học cung cấp cho sinh viên kiến thức toàn diện về hoạt động thương mại quốc tế và quản lý các giao dịch xuất nhập khẩu. Nội dung môn học bao gồm các quy trình và thủ tục xuất nhập khẩu, các phương thức thanh toán quốc tế, quản lý rủi ro trong thương mại quốc tế, và các quy định pháp lý liên quan đến hoạt động xuất nhập khẩu. Sinh viên sẽ được trang bị kiến thức về incoterms, chứng từ xuất nhập khẩu, logistics quốc tế, hải quan và các chiến lược phát triển thị trường xuất khẩu. Môn học kết hợp lý thuyết với các tình huống thực tế, giúp sinh viên phát triển kỹ năng đàm phán, lập kế hoạch và điều phối các hoạt động xuất nhập khẩu hiệu quả.

16. BA305IU - Quản trị Chiến lược trong môi trường số (Strategic Management in the Digital Age)

Số tín chỉ: 03 tín chỉ (3 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: BA123IU - Nguyên lý quản trị (Principles of Management)

Mô tả vắn tắt nội dung:

Môn học cung cấp cho sinh viên hiểu biết sâu sắc về các nguyên lý, khung lý thuyết và ứng dụng thực tiễn của quản trị chiến lược trong bối cảnh chuyển đổi số. Môn học tập trung vào phân tích môi trường kinh doanh số, xây dựng và triển khai chiến lược cạnh tranh, phát triển mô hình kinh doanh sáng tạo trong thời đại công nghệ. Sinh viên sẽ học cách các doanh nghiệp phát triển và duy trì lợi thế cạnh tranh bền vững thông qua đổi mới số, chuyển đổi số và tận dụng các công nghệ mới nổi như trí tuệ nhân tạo, big data và điện toán đám mây. Thông qua nghiên cứu tình huống và dự án thực tế, sinh viên sẽ phát triển tư duy chiến lược và khả năng ra quyết định để dẫn dắt tổ chức thành công trong thời đại số.

17. BA006IU - Giao tiếp trong kinh doanh (Business Communication)

Số tín chỉ: 03 tín chỉ (3 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: Không

Mô tả vắn tắt nội dung:

Môn học Giao tiếp trong kinh doanh (Business Communication) cung cấp cho sinh viên nền tảng toàn diện về kỹ năng giao tiếp chuyên nghiệp trong môi trường làm việc hiện đại, nơi mà hiệu quả giao tiếp có ảnh hưởng trực tiếp đến năng suất, hình ảnh cá nhân và sự thành công của tổ chức. Khóa học tập trung phát triển năng lực giao tiếp trong thời đại số, giúp sinh viên hiểu cách lựa chọn phương tiện giao tiếp phù hợp (email, mạng xã hội, họp trực tuyến, hệ thống quản lý công việc...) và sử dụng ngôn ngữ chuyên nghiệp trong mọi tình huống công việc. Một nội dung quan trọng của môn học là kỹ năng viết văn bản kinh doanh, bao gồm soạn thảo email, thông báo, báo cáo, bản ghi nhớ, thư trao đổi với đối tác và khách hàng. Sinh viên sẽ học cách diễn đạt thông tin rõ ràng, logic, thuyết phục và phù hợp với đối tượng người nhận, đồng thời nắm vững các nguyên tắc về phong cách chuyên nghiệp và chuẩn mực ngôn ngữ trong môi trường doanh nghiệp. Khóa học còn cung cấp kiến thức và hướng dẫn thực hành chuẩn bị hồ sơ nghề nghiệp, bao gồm viết CV, thư xin việc, hồ sơ năng lực, xây dựng hồ sơ LinkedIn và kỹ thuật phỏng vấn xin việc, giúp sinh viên tự tin tham gia thị trường lao động sau khi tốt nghiệp. Thông qua thảo luận, bài tập tình huống và các hoạt động mô phỏng chuyên nghiệp, sinh viên sẽ phát triển tư duy giao tiếp chiến lược, khả năng ứng dụng linh hoạt trong thực tế và năng lực tạo dựng mối quan hệ hiệu quả trong môi trường kinh doanh năng động.

18. BA083IU - Hành vi khách hàng (Consumer behavior)

Số tín chỉ: 03 tín chỉ (03 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: Không; Môn học trước: BA003IU - Nguyên lý tiếp thị (Principles of Marketing)

Mô tả vắn tắt nội dung:

Môn học Hành vi khách hàng (Consumer Behavior) được thiết kế nhằm giúp sinh viên hiểu sâu về cách thức và lý do con người đưa ra các quyết định mua sắm, từ đó vận dụng kiến thức này để xây dựng chiến lược marketing hiệu quả. Khóa học giới thiệu các khái niệm, mô hình và lý thuyết nền tảng của hành vi người tiêu dùng, bao gồm quá trình ra quyết định mua hàng, nhận thức nhu cầu, tìm kiếm thông tin, đánh giá lựa chọn, hành vi sau mua và sự trung thành thương hiệu. Môn học phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi tiêu dùng, chẳng hạn như yếu tố cá nhân (động cơ, nhận thức, thái độ, tính cách, lối sống), yếu tố xã hội (gia đình, bạn bè, nhóm tham khảo, văn hóa và tiểu văn hóa), cũng như ảnh hưởng của tâm lý học, kinh tế học và xã hội học trong hành vi mua sắm. Ngoài ra, khóa học giúp sinh viên hiểu tác động của công nghệ số và

truyền thông xã hội đến hành vi khách hàng trong môi trường trực tuyến hiện nay, bao gồm hiện tượng FOMO, xu hướng tiêu dùng trải nghiệm, đánh giá trực tuyến và hành vi mua hàng qua mạng. Thông qua phân tích tình huống thực tiễn và các dự án nhóm, sinh viên học cách nghiên cứu và phân khúc khách hàng, xây dựng chân dung khách hàng (customer persona), thiết kế trải nghiệm khách hàng (customer journey) và đề xuất các chiến lược marketing cá nhân hóa. Môn học giúp sinh viên phát triển tư duy lấy khách hàng làm trung tâm, từ đó nâng cao khả năng ra quyết định marketing và thấu hiểu khách hàng trong môi trường kinh doanh cạnh tranh và thay đổi nhanh chóng.

19. BA005IU - Kế toán tài chính (Financial Accounting)

Số tín chỉ: 03 tín chỉ (03 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: Không

Mô tả vắn tắt nội dung:

Môn học Kế toán tài chính (Financial Accounting) cung cấp cho sinh viên nền tảng về vai trò của kế toán như một hệ thống thông tin được thiết kế để nhận dạng, ghi nhận, xử lý và truyền đạt thông tin tài chính phục vụ cho việc ra quyết định trong doanh nghiệp. Khóa học giới thiệu các nguyên tắc và chuẩn mực kế toán cơ bản, cách vận dụng phương pháp ghi sổ kép (nợ – có), sử dụng tài khoản kế toán, sổ nhật ký, sổ cái và thực hiện chu kỳ kế toán từ ghi nhận giao dịch đến lập báo cáo tài chính. Nội dung môn học bao gồm xử lý các nghiệp vụ liên quan đến tiền mặt, các khoản phải thu, hàng tồn kho, tài sản cố định, khấu hao, các khoản vay và chi phí lãi vay, các khoản phải trả, chi phí trả trước và chi phí dồn tích, từ đó giúp sinh viên hiểu cách đánh giá, phân loại và trình bày thông tin tài chính một cách chính xác và minh bạch. Bên cạnh việc hướng dẫn lập Bảng cân đối kế toán, Báo cáo kết quả kinh doanh và Báo cáo lưu chuyển tiền tệ, môn học còn phát triển kỹ năng phân tích số liệu tài chính, từ đó hỗ trợ sinh viên hình thành tư duy kế toán và khả năng sử dụng thông tin tài chính để đưa ra quyết định kinh doanh hợp lý.

20. BA016IU - Quản trị tài chính (Fundamental of Financial Management)

Số tín chỉ: 03 tín chỉ (03 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: Không

Mô tả vắn tắt nội dung:

Môn học Quản trị tài chính (Fundamental of Financial Management) trang bị cho sinh viên những khái niệm nền tảng và công cụ cơ bản trong quản lý tài chính doanh nghiệp, giúp sinh viên hiểu và vận dụng các nguyên tắc tài chính trong việc ra quyết định kinh doanh. Nội dung môn học giới thiệu vai trò của nhà quản trị tài chính, mục tiêu tối đa hóa giá trị doanh nghiệp, dòng tiền và giá trị theo thời gian của tiền, phân tích và đánh giá rủi ro – lợi nhuận, cấu trúc tài sản và nguồn vốn, chi phí sử dụng vốn, phân tích báo cáo tài chính, quản lý vốn lưu động, và hoạch định ngân sách vốn. Môn học đóng vai trò cốt lõi trong chương trình quản trị kinh doanh, đồng thời tạo nền tảng để sinh viên theo học các môn chuyên sâu hơn như Tài chính doanh nghiệp, Đầu tư tài chính, Thị trường tài chính – tiền tệ, Phân tích tài chính và Quản trị rủi ro. Thông qua bài tập, tình huống thực tiễn và mô phỏng, sinh viên phát triển tư duy định lượng, khả năng phân tích tài chính và kỹ năng ra quyết định tài chính, phục vụ hiệu quả cho các vị trí công việc trong doanh nghiệp, ngân hàng và tổ chức tài chính.

21. BA081IU - Luật kinh doanh (Business Law)

Số tín chỉ: 03 tín chỉ (03 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: Không; **Môn học trước:** PE021IU - Pháp luật Đại cương (General Law)

Mô tả vắn tắt nội dung:

Môn học Luật kinh doanh (Business Law) trang bị cho sinh viên nền tảng kiến thức pháp lý cần thiết để hiểu và vận dụng trong môi trường kinh doanh, nơi các giao dịch và quan hệ thương mại luôn chịu sự điều chỉnh chặt chẽ của pháp luật. Khóa học giới thiệu tổng quan về hệ thống pháp luật và môi trường pháp lý tác động đến cá nhân, thương nhân và doanh nghiệp, giúp sinh viên nắm rõ vai trò của pháp luật trong bảo vệ quyền lợi, đảm bảo sự minh bạch, công bằng và hạn chế rủi ro trong kinh doanh. Nội dung môn học bao gồm các hình thức tổ chức doanh nghiệp theo quy định pháp luật (doanh nghiệp tư nhân, công ty trách nhiệm hữu hạn, công ty cổ phần...), quyền và nghĩa vụ của chủ sở hữu, thành viên và cổ đông, cơ chế quản trị doanh nghiệp và trách nhiệm pháp lý liên quan. Bên cạnh đó, môn học đi sâu vào luật hợp đồng, bao gồm nguyên tắc giao kết, điều kiện có hiệu lực, thực hiện hợp đồng, vi phạm nghĩa vụ và các chế tài áp dụng khi có tranh chấp; giúp sinh viên hiểu cách xây dựng hợp đồng rõ ràng, hợp pháp và hạn chế rủi ro trong giao dịch thương mại. Kết thúc môn học, sinh viên có khả năng hiểu và tuân thủ pháp luật khi ra quyết định, biết cách phòng ngừa rủi ro pháp lý, xây dựng hợp đồng và quản lý tranh chấp một cách hiệu quả, từ đó nâng cao tính chuyên nghiệp và đạo đức trong hoạt động kinh doanh.

3.14.6. Kiến thức các môn thuộc kiến thức chuyên ngành

Chuyên ngành: Quản trị thương mại điện tử - E-commerce management): Các học phần bắt buộc

1. BA306IU - Quản trị Dự Án Thương Mại Điện Tử (E-commerce project management)

Số tín chỉ: 03 tín chỉ (3 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: Không

Mô tả vắn tắt nội dung:

Môn học Quản trị Dự án Thương mại Điện tử (E-commerce Project Management) cung cấp cho sinh viên kiến thức và kỹ năng thực tiễn liên quan đến việc lập kế hoạch, tổ chức, triển khai, giám sát và đánh giá các dự án trong lĩnh vực thương mại điện tử. Khóa học giới thiệu quy trình quản lý dự án theo chuẩn quốc tế, bao gồm xác định mục tiêu dự án, phân tích yêu cầu, xây dựng phạm vi và cấu trúc công việc (WBS), lập ngân sách, phân bổ nguồn lực, lập tiến độ và thiết lập hệ thống giám sát tiến độ. Sinh viên được tiếp cận với các phương pháp quản lý dự án kỹ thuật số như Agile, Scrum và Kanban, giúp thích ứng linh hoạt với môi trường công nghệ thay đổi nhanh. Ngoài ra, môn học chú trọng đánh giá rủi ro dự án, quản lý thay đổi, quản lý chất lượng và truyền thông nội bộ, đồng thời hướng dẫn sử dụng các công cụ công nghệ hỗ trợ như Jira, Trello, Asana, Microsoft Project hoặc các hệ thống tích hợp trong nền tảng thương mại điện tử. Thông qua bài tập nhóm và mô phỏng dự án thực tế, sinh viên được rèn luyện kỹ năng phối hợp nhóm, giải quyết vấn đề, ra quyết định dựa trên dữ liệu và trình bày kết quả dự án. Kết thúc môn học, sinh viên có thể xây dựng và quản lý một dự án thương mại điện tử hoàn chỉnh, từ ý tưởng đến triển khai, đánh giá hiệu quả và tối ưu hóa, góp phần hình thành tư duy quản trị theo hướng phân tích, linh hoạt và am hiểu công nghệ trong môi trường kinh doanh số.

2. BA307IU - Công nghệ Thương mại điện tử (E-commerce Technology)

Số tín chỉ: 02 tín chỉ (2 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: Không

Mô tả vắn tắt nội dung:

Môn học Công Nghệ Thương Mại Điện Tử (E-commerce Technology) trang bị cho sinh viên kiến thức toàn diện về nền tảng công nghệ và hệ thống kỹ thuật hỗ trợ cho hoạt động kinh doanh trực tuyến trong môi trường số. Khóa học giới thiệu cơ sở hạ tầng công nghệ của thương mại điện tử, bao gồm mô hình máy khách – máy chủ, kiến trúc website thương mại điện tử, hệ quản trị cơ sở dữ liệu, máy chủ web, mạng và bảo mật hệ thống, hệ thống thanh toán điện tử, công nghệ xác thực người dùng, mã hóa dữ liệu và các tiêu chuẩn bảo mật trong giao dịch trực tuyến. Bên cạnh đó, môn học phân tích cách tích hợp các công nghệ này với hệ thống quản lý chuỗi cung ứng, CRM, ERP và các dịch vụ đám mây nhằm tối ưu hóa hiệu quả vận hành. Khóa học cũng giới thiệu các xu hướng công nghệ mới như AI trong gợi ý sản phẩm, chatbot chăm sóc khách hàng, IoT trong quản lý hàng hóa, dữ liệu lớn (Big Data) trong phân tích hành vi người dùng và Blockchain trong thanh toán và truy xuất nguồn gốc. Thông qua thực hành, mô phỏng và các dự án nhỏ, sinh viên sẽ rèn luyện kỹ năng xây dựng, đánh giá và triển khai hệ thống thương mại điện tử, từ đó hiểu cách công nghệ được ứng dụng để nâng cao trải nghiệm khách hàng, tối ưu quy trình kinh doanh và tạo lợi thế cạnh tranh trong nền kinh tế số.

3. BA308IU - Phát triển ứng dụng Thương mại điện tử (E-commerce Apps Development):

Số tín chỉ: 02 tín chỉ (0 lý thuyết + 2 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: Không

Mô tả vắn tắt nội dung:

Khóa học này cung cấp một sự hiểu biết có hệ thống về thương mại điện tử thông qua việc khám phá bối cảnh, các khái niệm cơ bản, mô hình kinh doanh và các nguyên tắc cốt lõi thông qua phân tích lý thuyết và ứng dụng thực tiễn. Tập trung vào các mô hình thương mại điện tử, khóa học tích hợp phân tích toán học, kiến trúc hệ thống và chiến lược vận hành để giúp sinh viên phát triển phương pháp có cấu trúc trong việc phát triển và quản lý thương mại điện tử. Khóa học nghiên cứu các hệ sinh thái xã hội, kỹ thuật và đổi mới của thương mại điện tử, nhấn mạnh kiến trúc nền tảng, hoạt động kinh doanh và chiến lược kỹ thuật số. Thông qua các nghiên cứu tình huống và phương pháp phân tích, sinh viên sẽ học cách áp dụng các khung lý thuyết vào các tình huống thực tế, giúp họ xây dựng và tối ưu hóa các ứng dụng thương mại điện tử hiệu quả, có thể mở rộng và dựa trên dữ liệu trong một bối cảnh kỹ thuật số phát triển nhanh chóng.

4. BA309IU - Công nghệ Blockchain và ứng dụng trong TMĐT (Blockchain Technology in E-commerce)

Số tín chỉ: 2 tín chỉ (2 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: Không

Mô tả vắn tắt nội dung:

Khóa học này khám phá công nghệ blockchain trong thương mại điện tử, bao gồm các khái niệm cơ bản, cơ chế kỹ thuật và ứng dụng kinh doanh của nó. Sinh viên sẽ tìm hiểu về giao dịch, cơ chế đồng thuận, hợp đồng thông minh và các nguyên lý mã hóa, đồng thời phân tích

các nền tảng blockchain lớn như Bitcoin, Ethereum và các mạng riêng. Khóa học nghiên cứu tác động của blockchain đối với thương mại điện tử, bao gồm thanh toán kỹ thuật số an toàn, minh bạch chuỗi cung ứng, ngăn chặn gian lận và đổi mới mô hình kinh doanh. Thông qua các nghiên cứu tình huống và dự án thực hành, sinh viên sẽ có được kỹ năng để đánh giá, phát triển và triển khai các giải pháp blockchain trong môi trường thương mại điện tử, chuẩn bị cho các vai trò trong phát triển blockchain, thương mại kỹ thuật số và chiến lược kinh doanh.

5. BA310IU - Thực hành quảng cáo điện tử (E-commerce Advertising Practices)

Số tín chỉ: 02 tín chỉ (1 lý thuyết + 1 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: Không

Mô tả vắn tắt nội dung:

Môn học Thực hành quảng cáo điện tử (E-commerce Advertising Practices) cung cấp cho sinh viên kiến thức và kỹ năng thực tế trong việc xây dựng và triển khai các chiến dịch quảng cáo trong môi trường thương mại điện tử, nơi quảng cáo trực tuyến đóng vai trò quan trọng trong việc thu hút khách hàng, tăng nhận diện thương hiệu và thúc đẩy doanh số. Ngoài ra, khóa học cung cấp các công cụ và kỹ thuật tối ưu hóa chiến dịch, bao gồm thử nghiệm A/B, điều chỉnh giá thầu, lựa chọn định dạng quảng cáo, tối ưu trang đích (landing page) và cải thiện trải nghiệm người dùng trong hành trình mua sắm. Sinh viên cũng được làm quen với các hệ thống đo lường và phân tích hiệu suất chiến dịch, chẳng hạn như Google Analytics, Meta Business Suite và các công cụ báo cáo quảng cáo, nhằm đánh giá mức độ hiệu quả thông qua các chỉ số như CPC, CTR, CPA, ROAS và chuyển đổi. Thông qua bài tập thực hành, case study và dự án mô phỏng chiến dịch quảng cáo, sinh viên sẽ có cơ hội tự triển khai và tối ưu hóa một chiến dịch quảng cáo thực tế, rèn luyện kỹ năng tư duy chiến lược, xử lý dữ liệu và ra quyết định dựa trên phân tích kết quả. Kết thúc môn học, sinh viên có thể lập kế hoạch, thực thi và đánh giá một chiến dịch quảng cáo điện tử hoàn chỉnh, sẵn sàng áp dụng vào môi trường kinh doanh số chuyên nghiệp.

6. BA148IU - Marketing trong môi trường số (Digital Marketing)

Số tín chỉ: 03 tín chỉ (3 lý thuyết + 0 thực hành)

Môn học trước: BA003IU - Nguyên lý Tiếp thị (Principles of Marketing)

Mô tả vắn tắt nội dung:

Môn học Marketing trong môi trường số (Digital Marketing) cung cấp cho sinh viên hiểu biết toàn diện về chiến lược tiếp thị trong bối cảnh chuyển đổi số, nơi hành vi người tiêu dùng, phương tiện truyền thông và công cụ tiếp thị đều thay đổi mạnh mẽ dưới tác động của công nghệ. Khóa học tập trung phân tích các nền tảng và kênh truyền thông trực tuyến, bao gồm mạng xã hội, công cụ tìm kiếm, website, thiết bị di động, nền tảng nội dung số, thương mại điện tử và môi trường truyền thông tương tác. Sinh viên được học cách thiết kế và đánh giá các chiến dịch Digital Marketing, từ việc xác định mục tiêu, lựa chọn kênh, phát triển nội dung, thu hút khách hàng đến tối ưu hóa hiệu quả chiến dịch theo thời gian thực. Nội dung môn học bao gồm nghiên cứu hành vi người tiêu dùng trong kỷ nguyên số, cách công nghệ thay đổi quá trình tìm kiếm thông tin, ra quyết định và tương tác với thương hiệu. Khóa học khám phá tiếp thị xã hội và truyền thông tạo nội dung (blog, diễn đàn, wiki, video platforms, mạng xã hội), cũng như các công nghệ truyền thông mới như mobile marketing, nội dung

tương tác và công nghệ hiển thị cá nhân hóa. Thông qua case study thực tế, workshop xây dựng chiến lược nội dung, và dự án nhóm phát triển chiến dịch Digital Marketing, sinh viên sẽ hình thành tư duy chiến lược số, kỹ năng sáng tạo nội dung, năng lực phân tích dữ liệu và khả năng điều hành chiến dịch truyền thông trực tuyến – những năng lực thiết yếu để làm việc trong doanh nghiệp, cơ quan truyền thông, agency hoặc môi trường marketing hiện đại.

Chuyên ngành Quản trị thương mại điện tử - E-commerce management): Các học phần tự chọn

1. BA292IU - Kinh doanh số (Digital Business)

Số tín chỉ: 3 tín chỉ (2 lý thuyết + 1 thực hành)

Điều kiện tiên quyết:

Mô tả vắn tắt nội dung: Sự xuất hiện của nền kinh tế số đã mở ra những cơ hội mới cho các doanh nghiệp, đồng thời tạo ra các hình thức cạnh tranh mới trong cả các lĩnh vực "truyền thông" và các lĩnh vực mới của nền kinh tế. Nhiều tổ chức ngày càng trở nên "số hóa" hơn để nắm bắt giá trị từ các đổi mới sáng tạo, cắt giảm chi phí, nâng cao hiệu suất và cung cấp các dịch vụ mới. Việc xác định các công nghệ đa dạng có thể tích hợp trong các doanh nghiệp, kết hợp với việc phát triển các chiến lược số mới, là yếu tố then chốt đối với sự thành công của doanh nghiệp, mặc dù điều này thường có thể là một nhiệm vụ phức tạp. Các nhà quản lý cần phải hiểu được khả năng của các công nghệ số, nhưng cũng cần phải hiểu bối cảnh tổ chức trong đó chúng sẽ được tích hợp. Mô-đun này cung cấp cái nhìn về sự xuất hiện của doanh nghiệp số, các khái niệm chính, công nghệ và tổ chức chiến lược. Sinh viên sẽ phát triển một kế hoạch chiến lược cho một doanh nghiệp "truyền thông" có thể áp dụng các công nghệ và chiến lược số và sẽ trình bày kế hoạch đó như một buổi thuyết trình kinh doanh. Mô-đun này sẽ đặc biệt hữu ích đối với sinh viên có kế hoạch làm việc trong các doanh nghiệp số hoặc làm việc trong các công ty tư vấn quản lý.

2. BA311IU - Quản trị Chuỗi cung ứng Toàn cầu (Global Supply Chain Management)

Số tín chỉ: 03 tín chỉ (2 lý thuyết + 1 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: Không

Mô tả vắn tắt nội dung:

Môn học Quản trị Chuỗi Cung ứng Toàn cầu (Global Supply Chain Management) trang bị cho sinh viên hiểu biết toàn diện về khái niệm, vai trò và cấu trúc của chuỗi cung ứng, đặc biệt là trong bối cảnh toàn cầu hóa và thương mại điện tử phát triển mạnh mẽ. Khóa học bắt đầu bằng việc phân biệt chuỗi cung ứng nội địa và chuỗi cung ứng toàn cầu, giúp sinh viên nhận diện các đặc điểm, thách thức và cơ hội trong việc quản lý dòng nguyên vật liệu, thông tin và tài chính xuyên biên giới. Môn học tập trung vào thiết kế mạng lưới chuỗi cung ứng toàn cầu, bao gồm lựa chọn địa điểm nhà máy, kho bãi, trung tâm phân phối, lựa chọn nhà cung cấp quốc tế, cơ chế hợp tác xuyên quốc gia và quản trị quan hệ với các đối tác trong chuỗi. Nội dung khóa học còn bao phủ các quyết định lập kế hoạch và vận hành, bao gồm dự báo nhu cầu, lập kế hoạch sản xuất, quản lý tồn kho quốc tế, logistics và vận chuyển xuyên biên giới, tối ưu hóa chi phí và đảm bảo mức dịch vụ khách hàng. Sinh viên sẽ phân tích rủi ro trong chuỗi cung ứng toàn cầu, như rủi ro chính trị, biến động tỷ giá, thay đổi chính sách thương mại, gián đoạn vận tải hay thiên tai, và học cách xây dựng chiến lược giảm thiểu rủi ro và tăng cường khả năng chống chịu (resilience). Kết

thúc môn học, sinh viên có khả năng đánh giá, thiết kế và quản lý chuỗi cung ứng toàn cầu một cách hiệu quả, đồng thời hiểu rõ vai trò của chuỗi cung ứng trong việc tạo lợi thế cạnh tranh và nâng cao năng lực vận hành cho doanh nghiệp trên thị trường quốc tế.

3. BA312IU - Phân tích kinh doanh (Business Analytics)

Số tín chỉ: 3 tín chỉ (3 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: Không

Mô tả vắn tắt nội dung:

Khóa học đại học về Phân tích Dữ liệu Kinh doanh cho Tiếp thị được thiết kế để trang bị cho sinh viên những kỹ năng và kiến thức cần thiết để áp dụng những thông tin dựa trên dữ liệu vào các quyết định tiếp thị. Sau khi hoàn thành khóa học, sinh viên sẽ có thể áp dụng phân tích mô tả, dự báo và đề xuất để phân tích dữ liệu tiếp thị và cung cấp những thông tin có thể hành động để đưa ra quyết định tốt hơn. Sinh viên sẽ học cách thu thập, xác thực và tổ chức dữ liệu tiếp thị, sử dụng các công cụ thống kê và phần mềm để rút ra những thông tin có ý nghĩa. Mục tiêu chính là phát triển các chiến lược tiếp thị dựa trên dữ liệu thông qua việc giải thích kết quả từ phân tích dữ liệu và tạo ra các giải pháp khả thi cho các vấn đề tiếp thị. Sinh viên sẽ có thể tận dụng dữ liệu để đưa ra quyết định tiếp thị, cải thiện sự tương tác với khách hàng và tối ưu hóa các chiến dịch tiếp thị. Khóa học sẽ cung cấp nền tảng vững chắc về phân tích thống kê, trực quan hóa dữ liệu và phân tích tiếp thị, chuẩn bị sinh viên cho các nghề nghiệp trong phân tích tiếp thị, tiếp thị kỹ thuật số và các lĩnh vực liên quan. Cuối cùng, khóa học nhằm mục đích trao quyền cho sinh viên với những kỹ năng phân tích cần thiết để thành công trong lĩnh vực tiếp thị dựa trên dữ liệu ngày nay.

4. BA313IU - Hệ Thống Thanh Toán Điện Tử (E-payment System)

Số tín chỉ: 03 tín chỉ (2 lý thuyết + 1 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: Không

Mô tả vắn tắt nội dung:

Môn học Hệ Thống Thanh Toán Điện Tử (E-payment System) cung cấp cho sinh viên cái nhìn toàn diện về nền tảng và cơ chế vận hành của các hệ thống thanh toán trong môi trường số, nơi giao dịch được thực hiện nhanh chóng, chính xác và an toàn thông qua các công nghệ hiện đại. Khóa học bắt đầu với việc giới thiệu cơ sở hạ tầng công nghệ hỗ trợ thanh toán điện tử, bao gồm hệ thống mạng, máy chủ, tổ chức xử lý thanh toán, cổng thanh toán (Payment Gateway), hệ thống ngân hàng lõi (Core Banking) và các chuẩn giao tiếp dữ liệu trong tài chính. Sinh viên được tìm hiểu nguyên lý hoạt động và đặc điểm của các phương thức thanh toán điện tử khác nhau, như thanh toán thẻ tín dụng và thẻ ghi nợ, ví điện tử, chuyển khoản ngân hàng trực tuyến, thanh toán qua mã QR, mobile banking, hệ thống POS, và các nền tảng thanh toán trong thương mại điện tử. Môn học cũng xem xét các mô hình thanh toán mới nổi như dịch vụ thanh toán qua ứng dụng di động, công nghệ không tiếp xúc (NFC), thanh toán qua mạng xã hội và tiền điện tử (cryptocurrency) cùng công nghệ blockchain. Bên cạnh đó, khóa học nhấn mạnh yếu tố bảo mật và an toàn thông tin trong thanh toán, giúp sinh viên hiểu cách dữ liệu được mã hóa, xác thực, chống gian lận và tuân thủ các tiêu chuẩn an ninh như PCI DSS, SSL/TLS và xác thực đa yếu tố (MFA). Sinh viên cũng được học về môi trường pháp lý và khung quản lý hoạt động thanh toán điện tử, bao gồm quy định của Ngân hàng Nhà nước Việt Nam và các thông lệ quốc tế, nhằm đảm bảo sự tuân thủ và an toàn trong quá trình triển khai dịch vụ. Thông qua các bài tập tình huống,

phân tích mô hình vận hành thực tế và dự án nhóm, sinh viên sẽ rèn luyện kỹ năng đánh giá ưu – nhược điểm của từng phương thức thanh toán, lựa chọn giải pháp phù hợp với từng loại hình doanh nghiệp và đề xuất chiến lược ứng dụng thanh toán điện tử nhằm tối ưu hiệu quả giao dịch, giảm chi phí, nâng cao trải nghiệm khách hàng và tăng sức cạnh tranh doanh nghiệp trong nền kinh tế số.

Chuyên ngành: Kinh doanh số - Digital Business: các học phần bắt buộc

1. BA148IU - Marketing trong môi trường số (Digital Marketing)

Số tín chỉ: 03 tín chỉ (3 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: Nguyên lý Tiếp thị (Principles of Marketing)

Mô tả vắn tắt nội dung:

Khóa học này cung cấp cái nhìn sâu sắc về tiếp thị từ góc độ phân tích các chiến dịch trực tuyến, cũng như nghiên cứu sự tương tác giữa các công nghệ mới nổi và thay đổi hành vi người tiêu dùng. Trong khóa học này, tiếp thị xã hội (bao gồm blog, wiki và mạng xã hội), công nghệ truyền thông mới (nền tảng di động, game, thực tế ảo, máy đọc sách điện tử) và các chiến thuật đo lường và quảng bá trực tuyến (SEO, chỉ số quảng cáo) sẽ được khám phá. Mục tiêu chính của khóa học này là cung cấp cho sinh viên một sự hiểu biết toàn diện về cách tích hợp tiếp thị và truyền thông trực tuyến với các hình thức tiếp thị và truyền thông truyền thống.

2. BA289IU - Marketing Truyền thông xã hội & Di động (Social Media & Mobile Marketing)

Số tín chỉ: 03 tín chỉ (2 lý thuyết + 1 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: Không

Mô tả vắn tắt nội dung:

Khóa học này bao gồm các chiến lược quảng cáo, tiếp thị và truyền thông trong bối cảnh truyền thông mới của mạng xã hội. Bạn sẽ làm quen với các dịch vụ mạng xã hội lớn như Facebook, Twitter, Google+, LinkedIn và các dịch vụ khác, cũng như các công cụ tiếp thị của chúng có thể mang lại giá trị đáng kể cho doanh nghiệp. Bạn sẽ học cách xây dựng các chiến lược tiếp thị mạng xã hội thành công và theo dõi hiệu quả của chúng. Trong khóa học này, bạn cũng sẽ tìm hiểu về các ứng dụng tiếp thị trong bối cảnh di động. Khóa học sẽ nghiên cứu hành vi người tiêu dùng trên di động – xu hướng và mức độ sử dụng, và cách phát triển một chiến lược di động. Bạn sẽ tìm hiểu về các công ty sử dụng các chiến dịch SMS, mã QR, Internet di động và ứng dụng di động. Bạn cũng sẽ thảo luận về quảng cáo di động, tìm kiếm di động và đo lường các chỉ số chiến dịch di động và ROI.

3. BA308IU - Phát triển ứng dụng Thương mại điện tử (E-commerce Apps Development)

Số tín chỉ: 02 tín chỉ (0 lý thuyết + 2 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: Không

Mô tả vắn tắt nội dung:

Khóa học này cung cấp một sự hiểu biết có hệ thống về thương mại điện tử thông qua việc khám phá bối cảnh, các khái niệm cơ bản, mô hình kinh doanh và các nguyên tắc cốt lõi thông qua phân tích lý thuyết và ứng dụng thực tiễn. Tập trung vào các mô hình thương mại điện tử, khóa học tích hợp phân tích toán học, kiến trúc hệ thống và chiến lược vận hành để giúp sinh viên

phát triển phương pháp có cấu trúc trong việc phát triển và quản lý thương mại điện tử. Khóa học nghiên cứu các hệ sinh thái xã hội, kỹ thuật và đổi mới của thương mại điện tử, nhấn mạnh kiến trúc nền tảng, hoạt động kinh doanh và chiến lược kỹ thuật số. Thông qua các nghiên cứu tình huống và phương pháp phân tích, sinh viên sẽ học cách áp dụng các khung lý thuyết vào các tình huống thực tế, giúp họ xây dựng và tối ưu hóa các ứng dụng thương mại điện tử hiệu quả, có thể mở rộng và dựa trên dữ liệu trong một bối cảnh kỹ thuật số phát triển nhanh chóng.

4. BA292IU - Kinh doanh số (Digital Business)

Số tín chỉ: 3 tín chỉ (2 lý thuyết + 1 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: Không

Mô tả vắn tắt nội dung:

Sự xuất hiện của nền kinh tế số đã mở ra những cơ hội mới cho các doanh nghiệp, đồng thời tạo ra các hình thức cạnh tranh mới trong cả các lĩnh vực "truyền thống" và các lĩnh vực mới của nền kinh tế. Nhiều tổ chức ngày càng trở nên "số hóa" hơn để nắm bắt giá trị từ các đổi mới sáng tạo, cắt giảm chi phí, nâng cao hiệu suất và cung cấp các dịch vụ mới. Việc xác định các công nghệ đa dạng có thể tích hợp trong các doanh nghiệp, kết hợp với việc phát triển các chiến lược số mới, là yếu tố then chốt đối với sự thành công của doanh nghiệp, mặc dù điều này thường có thể là một nhiệm vụ phức tạp. Các nhà quản lý cần phải hiểu được khả năng của các công nghệ số, nhưng cũng cần phải hiểu bối cảnh tổ chức trong đó chúng sẽ được tích hợp. Mô-đun này cung cấp cái nhìn về sự xuất hiện của doanh nghiệp số, các khái niệm chính, công nghệ và tổ chức chiến lược. Sinh viên sẽ phát triển một kế hoạch chiến lược cho một doanh nghiệp "truyền thống" có thể áp dụng các công nghệ và chiến lược số và sẽ trình bày kế hoạch đó như một buổi thuyết trình kinh doanh. Mô-đun này sẽ đặc biệt hữu ích đối với sinh viên có kế hoạch làm việc trong các doanh nghiệp số hoặc làm việc trong các công ty tư vấn quản lý.

5. BA314IU - Trí tuệ nhân tạo (AI) trong kinh doanh (AI in Business)

Số tín chỉ: 2 tín chỉ (2 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: Không

Mô tả vắn tắt nội dung:

Khóa học này khám phá việc tích hợp Trí Tuệ Nhân Tạo (AI) vào hoạt động kinh doanh, tập trung vào tác động của nó đối với việc ra quyết định, tự động hóa, tương tác với khách hàng và các chiến lược kinh doanh kỹ thuật số. Các chủ đề chính bao gồm ứng dụng học máy, phân tích dựa trên AI, hệ thống gợi ý, chatbot và đạo đức AI trong kinh doanh. Khóa học sẽ đặc biệt chú trọng vào cách AI nâng cao hiệu quả, cá nhân hóa và đổi mới trong thương mại điện tử và các nền tảng kỹ thuật số. Khóa học sẽ được giảng dạy thông qua các bài giảng tương tác, nghiên cứu tình huống, bài tập thực hành và các dự án nhóm, khuyến khích tư duy phản biện và ứng dụng AI thực tế trong các bối cảnh kinh doanh.

6. BA315IU - Chuyển đổi số (Digital transformation)

Số tín chỉ: 03 tín chỉ (2 lý thuyết + 1 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: Không

Mô tả vắn tắt nội dung:

Khóa học này khám phá chuyển đổi số và tác động của nó đối với xã hội, tổ chức và nền kinh tế. Khóa học nghiên cứu ảnh hưởng của số hóa đối với cấu trúc, chiến lược, tương tác giữa các bên liên quan và giá trị đề xuất. Sinh viên sẽ học cách nhận diện các thách thức và cơ hội phát sinh từ số hóa và phát triển các chiến lược giải quyết vấn đề bằng cách sử dụng các công cụ số.

Các chủ đề chính bao gồm quản lý dữ liệu, vai trò của dữ liệu trong xã hội và các phương pháp định lượng để khai thác giá trị từ dữ liệu. Khóa học cũng bao gồm các công nghệ số mới nổi và ứng dụng của chúng trong việc giải quyết các vấn đề thực tế. Cuối khóa học, sinh viên sẽ có được kiến thức thực tế về các công cụ số, phương pháp và kỹ thuật có liên quan đến cả khu vực công và khu vực tư. Khóa học được chia thành bốn giai đoạn: Chuyển đổi số và xã hội: Giai đoạn lý thuyết này cung cấp nền tảng về vai trò của chuyển đổi số trong việc định hình các hệ sinh thái tự nhiên, xã hội và tổ chức, khám phá các trụ cột chính của nó. Vai trò của dữ liệu: Bao gồm tầm quan trọng của dữ liệu, công nghệ lưu trữ, khung pháp lý và các công nghệ mới nổi như AI và Học máy. Ứng dụng thực tiễn: Tập trung vào kinh nghiệm thực hành với quản lý dữ liệu, công cụ số và phương pháp định lượng để giải quyết vấn đề. Tác động đối với tổ chức: Xem xét cách các công cụ số ảnh hưởng đến chiến lược tổ chức, hoạt động hàng ngày và các nghề nghiệp mới nổi.

Chuyên ngành: Kinh doanh số - Digital Business: Các học phần tự chọn

1. BA316IU - Sáng tạo và đổi mới: Lý thuyết và Ứng dụng (Creativity and Innovation: Theory and Practices)

Số tín chỉ: 3 tín chỉ (3 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: Không

Mô tả vắn tắt nội dung:

Khóa học này đi sâu vào bản chất đa diện của sáng tạo và đổi mới, dựa mạnh vào nghiên cứu đương đại và các lý thuyết đã được xác lập. Sinh viên sẽ khám phá các khái niệm cơ bản nền tảng cho tư duy sáng tạo và hành động đổi mới. Khóa học sẽ bắt đầu bằng việc phân tích các định nghĩa khác nhau về sáng tạo, xem xét cách nó khác biệt nhưng vẫn tương tác với đổi mới. Tiếp theo, chúng ta sẽ phân tích các khung lý thuyết nổi bật cố gắng giải thích các quá trình nhận thức, động lực và xã hội liên quan đến những nỗ lực sáng tạo. Điều này bao gồm việc khám phá sự tương tác giữa các đặc điểm tính cách, trí tuệ và các yếu tố môi trường thúc đẩy hoặc cản trở sáng tạo. Hơn nữa, chúng ta sẽ xem xét các ứng dụng thực tiễn của sáng tạo và đổi mới trong các lĩnh vực đa dạng. Sinh viên sẽ đánh giá một cách phản biện các phương pháp nghiên cứu được sử dụng để nghiên cứu sáng tạo và tham gia vào các cuộc thảo luận về những thách thức trong việc đánh giá và nuôi dưỡng tiềm năng sáng tạo. Khóa học cũng sẽ xem xét vai trò của sáng tạo trong giải quyết vấn đề, lãnh đạo và phát triển tổ chức. Một phần quan trọng của khóa học sẽ được dành để hiểu quá trình phát triển của sáng tạo suốt cuộc đời và tác động của các bối cảnh văn hóa xã hội đối với biểu đạt sáng tạo. Chúng ta cũng sẽ nghiên cứu mối quan hệ giữa sáng tạo và các cấu trúc liên quan, như sức khỏe tâm thần, và những cân nhắc đạo đức phát sinh trong việc theo đuổi các giải pháp đổi mới. Thông qua sự kết hợp của các tài liệu đọc, thảo luận và bài tập thực hành, sinh viên sẽ có được hiểu biết toàn diện về cơ sở lý thuyết và những tác động thực tiễn của sáng tạo và đổi mới.

2. BA296IU - Bán lẻ Đa kênh (Omnichannel Retailing)

Số tín chỉ: 03 tín chỉ (3 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: Không

Mô tả vắn tắt nội dung:

Môn học Bán lẻ Đa kênh (Omnichannel Retailing) giúp sinh viên hiểu sâu về chiến lược, mô hình tổ chức và phương thức vận hành của các doanh nghiệp bán lẻ trong bối cảnh thị trường hiện đại, nơi khách hàng tương tác với thương hiệu thông qua nhiều kênh cùng lúc. Khóa học giới thiệu khái niệm bán lẻ đa kênh và bán lẻ hợp kênh (omnichannel), trong đó các kênh bán hàng như cửa hàng vật lý, website, ứng dụng di động, sàn thương mại điện tử, mạng xã hội, call center và catalog không hoạt động tách biệt mà được tích hợp nhằm mang lại trải nghiệm liền mạch và nhất quán cho khách hàng. Sinh viên sẽ phân tích hành vi khách hàng trong môi trường đa kênh, bao gồm cách khách hàng tìm kiếm thông tin online nhưng mua tại cửa hàng (ROPO), mua online nhận tại cửa hàng (BOPIS), đổi trả linh hoạt giữa các kênh, và kỳ vọng về trải nghiệm cá nhân hóa liên tục. Khóa học nhấn mạnh vai trò của đồng bộ dữ liệu khách hàng, quản trị thông tin sản phẩm (PIM), hệ thống quản lý kho và đơn hàng (OMS), quản lý chuỗi cung ứng và logistics trong việc đảm bảo hàng hóa luôn sẵn có đúng thời điểm và đúng địa điểm. Ngoài ra, môn học nghiên cứu các chiến lược tiếp thị, định vị và xây dựng trải nghiệm thương hiệu đa kênh, bao gồm quảng cáo thống nhất trên online – offline, gợi ý sản phẩm cá nhân hóa dựa trên phân tích dữ liệu, chương trình khách hàng thân thiết hợp nhất và dịch vụ chăm sóc khách hàng đa điểm chạm. Sinh viên cũng được tìm hiểu các mô hình bán lẻ hiện đại, như showrooming, dropshipping, click-and-collect, flagship store trải nghiệm và tích hợp livestream bán hàng. Thông qua phân tích case study của các nhà bán lẻ lớn (Amazon, Walmart, Uniqlo, Sephora, Thế Giới Di Động, FPT Retail...), bài tập nhóm và mô phỏng chiến lược, sinh viên rèn luyện khả năng thiết kế giải pháp bán lẻ đa kênh, tối ưu quy trình bán hàng, nâng cao trải nghiệm khách hàng và thúc đẩy tăng trưởng doanh thu bền vững. Kết thúc môn học, sinh viên có thể hiểu, đánh giá và xây dựng chiến lược bán lẻ đa kênh hiệu quả, sẵn sàng làm việc trong doanh nghiệp bán lẻ, thương mại điện tử, agency marketing hoặc các tổ chức đang trong quá trình chuyển đổi sang mô hình kinh doanh hợp kênh.

3. BA312IU - Phân tích kinh doanh (Business Analytics)

Số tín chỉ: 3 tín chỉ (3 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: Không

Mô tả vắn tắt nội dung:

Khóa học đại học về Phân tích Dữ liệu Kinh doanh cho Tiếp thị được thiết kế để trang bị cho sinh viên những kỹ năng và kiến thức cần thiết để áp dụng những thông tin dựa trên dữ liệu vào các quyết định tiếp thị. Sau khi hoàn thành khóa học, sinh viên sẽ có thể áp dụng phân tích mô tả, dự báo và đề xuất để phân tích dữ liệu tiếp thị và cung cấp những thông tin có thể hành động để đưa ra quyết định tốt hơn. Sinh viên sẽ học cách thu thập, xác thực và tổ chức dữ liệu tiếp thị, sử dụng các công cụ thống kê và phần mềm để rút ra những thông tin có ý nghĩa. Mục tiêu chính là phát triển các chiến lược tiếp thị dựa trên dữ liệu thông qua việc giải thích kết quả từ phân tích dữ liệu và tạo ra các giải pháp khả thi cho các vấn đề tiếp thị. Việc truyền đạt hiệu quả các thông tin này cũng được nhấn mạnh, với sinh viên học cách trình bày các phát hiện một cách rõ ràng và mạch lạc cả bằng miệng và viết, sử dụng công cụ trực quan hóa dữ liệu để truyền đạt thông tin phức tạp cho các bên liên quan.

Trong suốt khóa học, sinh viên sẽ phát triển kỹ năng giải quyết vấn đề thông qua việc xác định cơ hội kinh doanh cho các giải pháp dựa trên dữ liệu trong bối cảnh tiếp thị và kết nối các vấn đề tiếp thị với các mô hình phân tích. Các cân nhắc đạo đức liên quan đến việc thu thập dữ liệu, quyền riêng tư và sử dụng trong phân tích tiếp thị sẽ được khám phá, đảm bảo rằng sinh viên

áp dụng các nguyên tắc đạo đức trong công việc của mình. Sự hợp tác và làm việc nhóm cũng là các yếu tố quan trọng, với sinh viên làm việc cùng nhau để phân tích dữ liệu tiếp thị và phát triển các giải pháp, phản ánh kinh nghiệm của mình để xác định các lĩnh vực cần cải thiện. Bằng cách đạt được những mục tiêu này, sinh viên sẽ có được hiểu biết toàn diện về cách phân tích dữ liệu kinh doanh có thể nâng cao các chiến lược tiếp thị. Sinh viên sẽ có thể tận dụng dữ liệu để đưa ra quyết định tiếp thị, cải thiện sự tương tác với khách hàng và tối ưu hóa các chiến dịch tiếp thị. Khóa học sẽ cung cấp nền tảng vững chắc về phân tích thống kê, trực quan hóa dữ liệu và phân tích tiếp thị, chuẩn bị sinh viên cho các nghề nghiệp trong phân tích tiếp thị, tiếp thị kỹ thuật số và các lĩnh vực liên quan. Cuối cùng, khóa học nhằm mục đích trao quyền cho sinh viên với những kỹ năng phân tích cần thiết để thành công trong lĩnh vực tiếp thị dựa trên dữ liệu ngày nay.

4. BA313IU - Hệ Thống Thanh Toán Điện Tử (E-payment System)

Số tín chỉ: 03 tín chỉ (3 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: Không

Mô tả vắn tắt nội dung:

Môn học Hệ Thống Thanh Toán Điện Tử (E-payment System) cung cấp cho sinh viên cái nhìn toàn diện về nền tảng và cơ chế vận hành của các hệ thống thanh toán trong môi trường số, nơi giao dịch được thực hiện nhanh chóng, chính xác và an toàn thông qua các công nghệ hiện đại. Khóa học bắt đầu với việc giới thiệu cơ sở hạ tầng công nghệ hỗ trợ thanh toán điện tử, bao gồm hệ thống mạng, máy chủ, tổ chức xử lý thanh toán, cổng thanh toán (Payment Gateway), hệ thống ngân hàng lõi (Core Banking) và các chuẩn giao tiếp dữ liệu trong tài chính. Sinh viên được tìm hiểu nguyên lý hoạt động và đặc điểm của các phương thức thanh toán điện tử khác nhau, như thanh toán thẻ tín dụng và thẻ ghi nợ, ví điện tử, chuyển khoản ngân hàng trực tuyến, thanh toán qua mã QR, mobile banking, hệ thống POS, và các nền tảng thanh toán trong thương mại điện tử. Môn học cũng xem xét các mô hình thanh toán mới nổi như dịch vụ thanh toán qua ứng dụng di động, công nghệ không tiếp xúc (NFC), thanh toán qua mạng xã hội và tiền điện tử (cryptocurrency) cùng công nghệ blockchain. Bên cạnh đó, khóa học nhấn mạnh yếu tố bảo mật và an toàn thông tin trong thanh toán, giúp sinh viên hiểu cách dữ liệu được mã hóa, xác thực, chống gian lận và tuân thủ các tiêu chuẩn an ninh như PCI DSS, SSL/TLS và xác thực đa yếu tố (MFA). Sinh viên cũng được học về môi trường pháp lý và khung quản lý hoạt động thanh toán điện tử, bao gồm quy định của Ngân hàng Nhà nước Việt Nam và các thông lệ quốc tế, nhằm đảm bảo sự tuân thủ và an toàn trong quá trình triển khai dịch vụ. Thông qua các bài tập tình huống, phân tích mô hình vận hành thực tế và dự án nhóm, sinh viên sẽ rèn luyện kỹ năng đánh giá ưu – nhược điểm của từng phương thức thanh toán, lựa chọn giải pháp phù hợp với từng loại hình doanh nghiệp và đề xuất chiến lược ứng dụng thanh toán điện tử nhằm tối ưu hiệu quả giao dịch, giảm chi phí, nâng cao trải nghiệm khách hàng và tăng sức cạnh tranh doanh nghiệp trong nền kinh tế số.

3.14.7. Kiến thức các môn Thực tập, Luận văn tốt nghiệp

1. BA153IU – Thực tập (INTERNSHIP)

Số tín chỉ: 03 tín chỉ (0 lý thuyết + 03 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: Không

Mô tả vắn tắt nội dung:

Môn học Thực tập (Internship) nhằm tạo điều kiện cho sinh viên trải nghiệm môi trường làm việc thực tế, từ đó củng cố và vận dụng những kiến thức, kỹ năng đã học trong chương trình

đào tạo vào các tình huống và nhiệm vụ cụ thể tại doanh nghiệp. Khóa thực tập giúp sinh viên hiểu rõ cách vận hành của tổ chức, cấu trúc công việc, quy trình ra quyết định, văn hóa doanh nghiệp và yêu cầu nghề nghiệp trong lĩnh vực mà sinh viên theo đuổi. Trong quá trình thực tập, sinh viên sẽ được giao các nhiệm vụ phù hợp với chuyên ngành như hỗ trợ phân tích thị trường, phát triển nội dung marketing, chăm sóc khách hàng, xử lý số liệu tài chính, tham gia dự án thương mại điện tử hoặc phối hợp với các phòng ban trong hoạt động quản trị. Bên cạnh việc áp dụng kiến thức chuyên môn, sinh viên còn có cơ hội rèn luyện kỹ năng mềm quan trọng, bao gồm giao tiếp nơi công sở, làm việc nhóm, quản lý thời gian, giải quyết vấn đề và thích nghi với môi trường làm việc chuyên nghiệp. Thực tập cũng giúp sinh viên hiểu rõ kỳ vọng của nhà tuyển dụng, từ đó định hướng rõ hơn con đường sự nghiệp, xác định điểm mạnh – điểm cần cải thiện và xây dựng kế hoạch phát triển cá nhân. Ngoài ra, sinh viên được khuyến khích xây dựng mạng lưới quan hệ nghề nghiệp (networking) thông qua tương tác với đồng nghiệp, quản lý và đối tác trong doanh nghiệp. Cuối kỳ thực tập, sinh viên cần hoàn thành báo cáo thực tập và bài đánh giá kinh nghiệm, thể hiện việc phân tích công việc đã thực hiện, bài học rút ra, kỹ năng phát triển và mối liên hệ giữa lý thuyết và thực tiễn. Như vậy, chương trình thực tập không chỉ là bước chuyển từ học tập sang làm việc, mà còn là cơ hội quan trọng để sinh viên tăng cường năng lực nghề nghiệp, nâng cao tính chuyên nghiệp và chuẩn bị vững vàng cho sự nghiệp trong tương lai.

2. BA255IU - Thực tập chuyên sâu (Specialized Internship)

Số tín chỉ: 03 tín chỉ (0 lý thuyết + 3 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: BA153IU – Thực tập (Internship)

Mô tả vắn tắt nội dung:

Môn học Thực tập Chuyên sâu (Specialized Internship) là một học phần trọng điểm dành cho sinh viên năm cuối, đóng vai trò như cầu nối trực tiếp giữa kiến thức học thuật và thực tiễn nghề nghiệp chuyên môn. Khác với học phần thực tập cơ bản, thực tập chuyên sâu yêu cầu sinh viên tham gia vào các công việc mang tính chuyên môn cao, tương ứng với lĩnh vực mà sinh viên lựa chọn như: quản trị marketing, thương mại điện tử, tài chính, kế toán, quản trị nhân sự, logistics, hoặc quản trị chuỗi cung ứng. Trong quá trình thực tập, sinh viên sẽ được trực tiếp tham gia vào các nhiệm vụ kinh doanh thực tế, chẳng hạn như xây dựng chiến lược marketing, triển khai chiến dịch truyền thông, phân tích thị trường, tối ưu hóa vận hành, lập báo cáo tài chính, phân tích dữ liệu, cải tiến quy trình hay quản lý dự án. Thông qua đó, sinh viên không chỉ áp dụng kiến thức đã học mà còn phát triển khả năng tư duy chiến lược, giải quyết vấn đề, làm việc nhóm, giao tiếp chuyên nghiệp và ra quyết định trong môi trường thực tiễn. Khóa học cũng nhấn mạnh việc phản tư (reflective learning) – sinh viên được yêu cầu quan sát, phân tích và đánh giá những trải nghiệm nghề nghiệp của mình, từ đó rút ra bài học, xác định điểm mạnh – điểm yếu và lập kế hoạch phát triển nghề nghiệp cá nhân. Đồng thời, sinh viên có cơ hội xây dựng mạng lưới quan hệ nghề nghiệp, làm việc với các nhà quản lý, đồng nghiệp và chuyên gia trong ngành, tạo nên tảng thuận lợi cho việc tìm kiếm vị trí làm việc chính thức sau tốt nghiệp. Cuối kỳ, sinh viên phải hoàn thành Báo cáo thực tập chuyên sâu và bài trình bày kết quả thực tập, thể hiện khả năng phân tích, tổng hợp và liên hệ giữa kiến thức lý thuyết và hoạt động thực tiễn. Như vậy, Thực tập Chuyên sâu không chỉ mang lại kinh nghiệm ngành nghề thực tế, mà còn giúp sinh viên tự tin hơn khi bước vào thị trường lao động, nâng cao năng lực cạnh tranh cá nhân và định hình rõ con đường sự nghiệp trong tương lai.

3. BA170IU - Luận văn tốt nghiệp (Thesis)

Số tín chỉ: 12 tín chỉ (0 lý thuyết + 12 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: BA161IU-Phương pháp nghiên cứu trong kinh doanh (Business Research Methods), BA153IU-Thực tập (Internship)

Mô tả vắn tắt nội dung:

Trong khóa học Luận văn Cử nhân, bạn thể hiện sự tiếp thu các năng lực như đã đề cập trong kết quả học tập dự kiến của chương trình Cử nhân thương mại điện tử. Nếu bạn đã đạt được 108 tín chỉ theo tiến độ học tập đã được lên kế hoạch, bạn có thể bắt đầu vào tháng 4 (quý thứ 4); nếu không, bạn sẽ bắt đầu vào tháng 9 (nếu không thể làm như vậy vào tháng 4). Khóa học Luận văn Cử nhân giúp bạn khám phá một chủ đề quan tâm một cách chi tiết và chứng minh việc đạt được kiến thức chuyên sâu và các năng lực như đã đề cập trong kết quả học tập dự kiến của chương trình Cử nhân.

3.15. Đội ngũ giảng viên, cán bộ khoa học để mở ngành đào tạo

Stt	Họ và tên	Năm sinh	Học hàm	Học vị	Ngành
1	Bùi Quang Thông (chủ trì mở ngành)	16/11/1975		Tiến sĩ	Thương mại điện tử
2	Mai Ngọc Khương	07/05/1975	PGS	Tiến sĩ	Quản lý công
3	Nguyễn Hồng Anh	18/06/1974		Tiến sĩ	Kinh doanh quốc tế
4	Bùi Thị Thảo Hiền	03/08/1989		Tiến sĩ	Quản trị chiến lược
5	Nghiêm Thị Bích Hà	04/12/1992		Tiến sĩ	Kinh tế quản lý
6	Lê Thị Kim Trang	18/12/1994		Tiến sĩ	Kinh doanh thông minh
7	Nguyễn Minh Quân	16/08/1983		Thạc sĩ	Luật/Kinh tế
8	Hồ Trung Hiếu	20/07/1994		Thạc sĩ	Quản trị Nhà hàng – khách sạn
9	Phùng Phương Linh	31/07/1983		Thạc sĩ	Quản trị Kinh doanh

Kế hoạch phát triển đội ngũ giảng viên ngành Thương mại điện tử (E-commerce) giai đoạn 2025–2030 tập trung xây dựng đội ngũ giảng viên trình độ cao, giảng dạy bằng tiếng Anh và có kinh nghiệm quốc tế.

Trong 5 năm tới, Khoa Quản trị Kinh doanh – Trường Đại học Quốc tế (IU) dự kiến mở Bộ môn Thương mại điện tử làm nòng cốt triển khai chương trình. Trường Đại học Quốc tế ưu tiên tuyển dụng và phát triển giảng viên có học vị tiến sĩ từ các trường đại học nước ngoài, am hiểu lĩnh vực kinh doanh số, phân tích dữ liệu, chuyển đổi số và phát triển bền vững. Mục tiêu đến năm 2030 đạt 15–20 giảng viên cơ hữu của bộ môn, trong đó 70% có học vị tiến sĩ, 100% có khả năng giảng dạy và nghiên cứu bằng tiếng Anh, và có kinh nghiệm thực tế trong doanh nghiệp hoặc dự án quốc tế. Đồng thời, Trường Đại học Quốc tế khuyến khích giảng viên tham gia nghiên cứu, công bố quốc

tế và hợp tác doanh nghiệp, nhằm xây dựng đội ngũ “Business-driven, Tech-enabled, Globally-oriented, Sustainability-focused”, đáp ứng yêu cầu đào tạo và phát triển bền vững của ngành.

3.16. Cơ sở vật chất để mở ngành đào tạo

TT	Loại phòng	Số lượng	Diện tích sàn xây dựng (m ²)	Ghi chú
1	Hội trường, giảng đường, phòng học các loại, phòng đa năng, phòng làm việc của giáo sư, phó giáo sư, giảng viên của cơ sở đào tạo	135	9,438.38	
1.1.	Hội trường, phòng học lớn trên 200 chỗ	0	-	
1.2.	Phòng học từ 100 - 200 chỗ	8	1,857.6	
1.3.	Phòng học từ 50 - 100 chỗ	53	3,976.38	
1.4.	Số phòng học dưới 50 chỗ	30	1,425	
1.5	Số phòng học đa phương tiện	91	7,258.98	1.5 = 1.1 + 1.2 + 1.3 + 1.4
1.6	Phòng làm việc của giáo sư, phó giáo sư, giảng viên của cơ sở đào tạo	44	2,179.40	Văn phòng Khoa, Bộ môn, phòng Giảng viên
2	Thư viện, trung tâm học liệu	2	1,435	
3	Trung tâm nghiên cứu, phòng thí nghiệm, thực nghiệm, cơ sở thực hành, thực tập, luyện tập	65	4,692.08	
	Tổng	202	15,565.46	

Thuyết minh về cơ sở vật chất phục vụ đào tạo ngành Thương mại điện tử

Cơ sở vật chất của Trường Đại học Quốc tế – ĐHQG TP.HCM hiện đáp ứng đầy đủ các yêu cầu mở ngành Thương mại điện tử, bao gồm hệ thống phòng học, phòng thực hành, phòng máy tính, thư viện điện tử và các nền tảng học tập trực tuyến. Các phòng học được trang bị máy chiếu, bảng tương tác, hệ thống wifi tốc độ cao, đảm bảo điều kiện giảng dạy bằng tiếng Anh và tích hợp công nghệ số.

Bên cạnh các phòng học lý thuyết, Trường có phòng Lab Kinh doanh số (Digital Business Lab) và phòng Máy tính chuyên dụng với phần mềm phục vụ phân tích dữ liệu, mô phỏng thị

trường, thiết kế gian hàng và vận hành TMĐT (Google Analytics, Meta Ads Manager, Shopify, TikTok Shop, v.v.). Các phòng Lab này được Khoa Quản trị Kinh doanh và Bộ môn Thương mại điện tử phối hợp khai thác trong giảng dạy các học phần như *Digital Marketing*, *Business Analytics*, *Quản lý bán hàng đa kênh*, *Customer Experience* và *AI trong kinh doanh*.

Ngoài hạ tầng nội bộ, Trường đã thiết lập mạng lưới cơ sở thực tập bên ngoài với các doanh nghiệp Thương mại điện tử, Logistic và công nghệ thông tin – là môi trường thực hành quan trọng cho sinh viên. Một số đối tác chiến lược hiện nay gồm:

- PropertyGuru Việt Nam (chuyên về nền tảng dữ liệu bất động sản và trải nghiệm khách hàng số);
- Công ty Cổ phần Di chuyển Xanh và Thông minh – GSM (Tập đoàn Vingroup) (thương mại nền tảng và ứng dụng AI trong vận hành dịch vụ);
- Công ty TNHH Sản xuất Thương mại Rạng Đông (quản lý kênh bán hàng đa nền tảng và logistics);
- Công ty TNHH MTV Hùng Đông Xanh (marketing số và phân tích hành vi người tiêu dùng);
- Trường THCS–THPT Hồng Đức (môi trường ứng dụng chuyển đổi số trong giáo dục và đào tạo kỹ năng kinh doanh số cho học sinh).

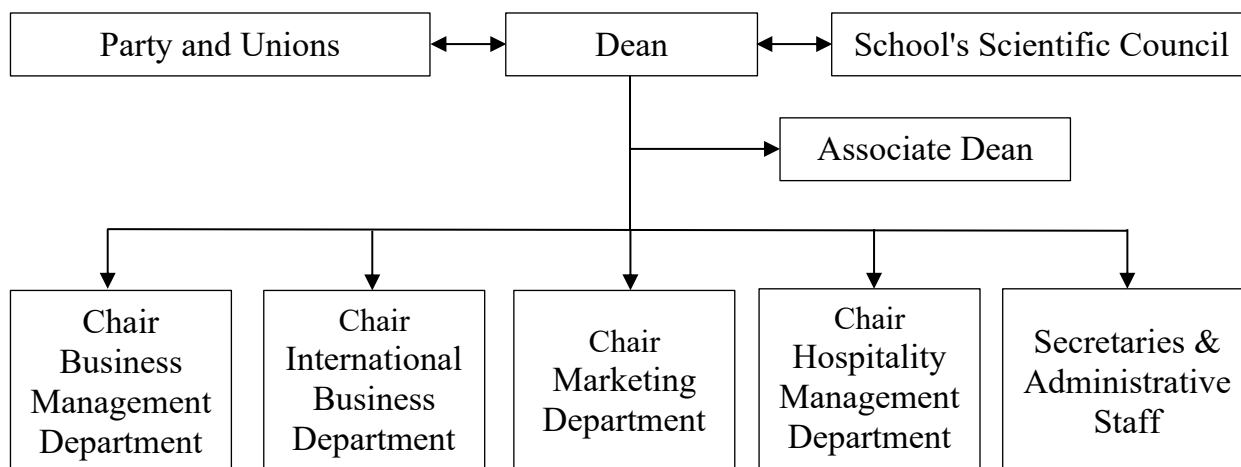
Các doanh nghiệp này cam kết hỗ trợ sinh viên thực tập, tham gia workshop, đề án thực hành và đánh giá năng lực nghề nghiệp. Trường đang triển khai kế hoạch xây dựng phòng Lab mô phỏng vận hành Thương mại điện tử (E-commerce Operation Lab) để sinh viên có thể thực hành quy trình hoàn chỉnh từ khâu thiết lập gian hàng – vận hành đơn hàng – thanh toán – chăm sóc khách hàng, hướng đến mô hình đào tạo “học qua làm” (learning by doing).

Như vậy, cơ sở vật chất hiện tại và các kế hoạch mở rộng trong giai đoạn 2025–2027 hoàn toàn đáp ứng yêu cầu mở ngành Thương mại điện tử, đảm bảo năng lực đào tạo lý thuyết, thực hành và nghiên cứu ứng dụng, đồng thời gắn kết chặt chẽ giữa nhà trường và doanh nghiệp.

3.17. Tổ chức bộ máy quản lý để mở ngành đào tạo

Khoa Quản trị Kinh doanh hiện tại có 49 giảng viên và chuyên viên cơ hữu. Sơ đồ tổ chức của Khoa được thể hiện trong biểu đồ dưới đây.

Ban Chủ nhiệm khoa Khoa Quản trị Kinh doanh gồm Trưởng khoa (PGS.TS Hà Minh Trí). Khoa được tổ chức thành 4 Bộ môn và 1 Văn phòng. Bộ môn Quản trị doanh nghiệp (Trưởng Bộ môn TS Phan Triều Anh), Bộ môn Kinh doanh Quốc tế (Trưởng Bộ môn TS Bùi Quang Thông), Bộ môn Marketing (Trưởng Bộ môn TS Alang Thới) và Bộ môn Quản trị Nhà hàng-KS-DL (Trưởng Bộ môn PGS.TS Phạm Tấn Nhật). Văn phòng khoa gồm 06 chuyên viên (Thư ký) phụ trách công tác giáo vụ, hành chính, quản lý sinh viên. Khoa cũng có các Trợ lý do các giảng viên cơ hữu kiêm nhiệm. Ngoài ra, Khoa QTKD có tổ chức Công Đoàn bộ phận (thuộc Công đoàn BP 7), Tổ đảng thuộc Chi bộ 5. Hội Đồng Khoa học của Khoa gồm 15 thành viên, trong đó 05 thành viên đến từ các tổ chức doanh nghiệp bên ngoài.



3.18. Danh sách cố vấn học tập

Stt	Họ và tên	Năm sinh	Học hàm	Học vị	Ngành
1	Nguyễn Hồng Anh	18/06/1974		Tiến sĩ	Kinh doanh quốc tế
2	Bùi Thị Thảo Hiền	03/08/1989		Tiến sĩ	Quản trị chiến lược
3	Nghiêm Thị Bích Hà	04/12/1992		Tiến sĩ	Kinh tế quản lý
4	Lê Thị Kim Trang	18/12/1994		Tiến sĩ	Kinh doanh thông minh
5	Nguyễn Minh Quân	16/08/1983		Thạc sĩ	Luật/Kinh tế
6	Hồ Trung Hiếu	20/07/1994		Thạc sĩ	Quản trị Nhà hàng – khách sạn
7	Phùng Phương Linh	31/07/1983		Thạc sĩ	Quản trị kinh doanh

Các giảng viên làm công tác cố vấn học tập của ngành Thương mại Điện tử đều tốt nghiệp sau đại học trình độ Thạc sĩ trở lên tại các trường đại học ở nước ngoài và có tối thiểu từ trên một năm kinh nghiệm giảng dạy, làm cố vấn học tập cho sinh viên khoa Quản trị Kinh doanh. Cố vấn học tập đáp ứng đầy đủ theo Quyết định số 748/QĐ-ĐHQG ngày 08 tháng 9 năm 2022 về việc ban hành Quy định Công tác Cố vấn học tập tại Trường Đại học Quốc tế thuộc Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh, cụ thể công tác cố vấn học tập cho sinh viên gồm:

1. Hiểu và nắm rõ các quy chế của Bộ Giáo dục và Đào tạo; các Quy chế, Quy định, Thông báo của Trường liên quan việc học tập và sinh hoạt của SV.

2. Phối hợp cùng các đơn vị chức năng trong việc phổ biến, hướng dẫn, giải đáp và nhắc nhở SV thực hiện các Quy chế, Quy định, Thông báo của Nhà trường, đặc biệt là các văn bản liên quan đến xử lý học vụ, thực hiện nghĩa vụ học phí, tham gia bảo hiểm y tế. Đối với trường hợp SV có những vấn đề, thắc mắc ngoài phạm vi trách nhiệm của CVHT hoặc CVHT không giải đáp được thì hướng dẫn SV đến những đơn vị có trách nhiệm để được giải đáp.

3. Tư vấn cho SV của lớp phụ trách xây dựng kế hoạch học tập cho toàn khóa học; đăng ký học phần ở từng học kỳ một cách hợp lý để có thể hoàn thành đúng thời gian thiết kế của khóa học.

Theo dõi tình hình, kết quả học tập của SV theo từng học kỳ để tư vấn cho SV đăng ký và điều chỉnh kế hoạch học tập cho phù hợp.

4. Thực hiện công tác đánh giá điểm rèn luyện của SV theo quy định.

5. Khuyến khích, tạo điều kiện cho SV tham gia các hoạt động học thuật, nghiên cứu khoa học, rèn luyện kỹ năng, tiếp cận doanh nghiệp và các hoạt động văn, thể, mỹ lành mạnh, bổ ích.

6. Tiếp sinh viên:

a) Công bố thông tin liên lạc cá nhân với SV như email, điện thoại và các kênh thông tin khác (nếu có).

b) Bố trí và thông tin công khai lịch tiếp SV (theo học kỳ chính) tối thiểu 01 tiết chuẩn/tháng.

7. Giám sát kết quả học tập, tiến độ học tập. Cảnh báo kết quả học tập cho SV, CVHT liên hệ trực tiếp với phụ huynh SV để thông báo tình hình học tập nếu SV có học lực yếu trong học kỳ.

8. Nắm bắt tình hình SV gặp khó khăn về học tập, kinh tế, tâm lý và chuyển cho Phòng Công tác sinh viên hỗ trợ kịp thời cho SV; tư vấn cho SV khi có nguyện vọng bảo lưu, thôi học: lập hồ sơ theo dõi tình trạng SV bảo lưu và chăm sóc SV quay lại học tập sau thời gian bảo lưu.

3.19. Hướng dẫn thực hiện chương trình

Ngành E-commerce sẽ bắt đầu thực hiện tuyển sinh từ tháng 9 năm 2026 với quy mô tuyển sinh là 50 sinh viên. Sinh viên sẽ được học các môn học thuộc kiến thức giáo dục đại cương, rồi đến các môn học thuộc kiến thức cơ sở ngành và chuyên ngành. Chương trình đào tạo theo học chế tín chỉ và hoàn toàn bằng tiếng Anh, cho phép trao đổi sinh viên sang các trường đại học liên kết ở nước ngoài và đảm bảo liên thông đào tạo trình độ sau đại học trong và ngoài nước. Ngoài ra chương trình cũng cung cấp các môn học tự chọn có thời lượng từ 2 đến 4 tín chỉ nhằm bổ sung chuyên môn và định hướng nghiên cứu. Bài giảng cho mỗi môn học được soạn thành nhiều chuyên đề chuyên sâu, do giảng viên cơ hữu và các chuyên gia, giảng viên thỉnh giảng đảm nhận. Để vận hành hiệu quả ngành E-commerce, đề nghị mở bộ môn E-commerce thuộc Khoa Quản trị Kinh doanh.

- PGS. TS. Lê Văn Thăng, Hiệu trưởng trường Đại học Quốc tế chủ trì, tổ chức thực hiện chương trình giáo dục này cùng với sự cố vấn của Ban Cố vấn và Hội đồng Khoa học nhà trường

- Trưởng khoa Quản trị Kinh doanh cùng Ban soạn thảo chương trình có trách nhiệm tham mưu cho Ban Giám hiệu, lập kế hoạch triển khai và đảm bảo chất lượng cho chương trình.

- Toàn thể giảng viên cơ hữu của khoa Quản trị Kinh doanh đảm nhiệm công tác cố vấn học tập, hướng dẫn sinh viên thực hiện chương trình giáo dục này.

- Mọi thắc mắc của sinh viên đều được tiếp nhận và giải quyết theo quy trình của trường Đại học Quốc tế, ĐHQG TP Hồ Chí Minh.

Stt	Họ tên	Học hàm/ Học vị	Ngành, chuyên ngành	Vị trí công tác
1	Lê Văn Thăng	PGS. TS	Công nghệ Vật liệu	Hiệu Trưởng
2	Hà Minh Trí	PGS. TS	Kinh tế, quản trị	Trưởng Khoa
3	Phạm Tấn Nhật	PGS. TS	Quản trị	Trưởng bộ môn
4	Alang Thór	TS	Quản trị	Trưởng bộ môn
5	Lê Thị Kim Trang	TS	Quản trị kinh doanh	Giảng viên
6	Nguyễn Thế Mẫn	TS	Quản trị kinh doanh	Giảng viên
7	Nguyễn Như Tung	TS	Quản trị	Giảng viên
8	Nguyễn Minh Quân	ThS	Kinh tế/Luật	Giảng viên
9	Đặng Thị Uyên Thảo	ThS	Tài chính đầu tư	Giảng viên
10	Hồ Trung Hiếu	ThS	Quản trị nhà hàng khách sạn	Giảng viên
11	Nguyễn Tấn Minh	ThS	Quản trị	Giảng viên

3.20. Kế hoạch đảm bảo chất lượng và kiểm định chương trình đào tạo

Thời gian	Công việc
01/2028	Rà soát chương trình đào tạo
01/2028	Bộ môn tự đánh giá chương trình theo chuẩn quốc tế
1/2030- 12/2030	Đăng ký kiểm định theo chuẩn quốc tế
12/2031	Tham gia định chính thức theo chuẩn quốc tế

4. PHƯƠNG ÁN, GIẢI PHÁP ĐỀ PHÒNG, NGĂN NGỪA, XỬ LÝ RỦI RO TRONG MỞ NGÀNH ĐÀO TẠO

Ngành giáo dục đóng vai trò then chốt trong việc tạo ra nguồn nhân lực chất lượng cho quốc gia. Mặc dù việc mở thêm ngành học mới có thể mang lại nhiều lợi ích, nhưng cũng đi kèm với những thách thức và rủi ro tiềm ẩn, có thể ảnh hưởng tiêu cực đến chất lượng giảng dạy và hoạt động của cơ sở đào tạo. Do đó, việc xây dựng các biện pháp và giải pháp để dự phòng, ngăn chặn và xử lý rủi ro là điều vô cùng quan trọng để đảm bảo sự thành công của việc mở ngành học mới.

4.1. Nhận diện các rủi ro có thể xảy với ngành E-commerce

- Rủi ro thị trường:

Nhu cầu nhân lực E-commerce có thể thay đổi do tiến bộ công nghệ. Đặc biệt là trong bối cảnh Trí tuệ nhân tạo (AI) ngành càng phổ biến và thay đổi cách vận hành của nhiều doanh nghiệp.

Sự thay đổi trong cơ cấu kinh tế cũng có thể khiến thương mại điện tử trở nên ít hấp dẫn hơn, dẫn đến nhu cầu nhân lực suy giảm.

- Rủi ro nguồn lực:

Cạnh tranh gay gắt từ các trường đại học quốc tế khác (RMIT, Swinburne, UWE...) gây khó khăn trong việc tuyển dụng và giữ chân giảng viên giỏi. Bên cạnh đó sự cạnh tranh về đào tạo cùng ngành từ các trường đại học trong nước cũng ngày càng hiện diện thường xuyên hơn. Cơ sở vật chất, trang thiết bị của IU có thể không đáp ứng được yêu cầu của ngành E-commerce.

- Rủi ro tài chính:

Chi phí đầu tư lớn cho cơ sở vật chất, thiết bị và giảng viên, trong khi nguồn thu học phí có thể không ổn định, ảnh hưởng đến khả năng duy trì ngành học.

- Rủi ro pháp lý:

Những thay đổi trong chính sách giáo dục và quy định về đào tạo ngành mới có thể gây khó khăn.

- Rủi ro cạnh tranh: Sự cạnh tranh khốc liệt từ các cơ sở đào tạo E-commerce khác.

4.2. Nhận diện điểm mạnh trong việc mở và duy trì ngành E-commerce

Ngành E-commerce được xây dựng dựa trên kinh nghiệm 20 năm đào tạo các chuyên ngành Quản trị kinh doanh khác của Khoa, đã được công nhận về chất lượng đào tạo theo chuẩn quốc tế. Chương trình đào tạo đã đạt các chứng nhận kiểm định uy tín từ AUN (Mạng lưới các trường đại học Đông Nam Á) và ACBSP (Các trường kinh doanh của Hoa Kỳ).

- Khoa Quản trị Kinh doanh có đội ngũ giảng viên chất lượng cao (tốt nghiệp tiến sĩ ở nước ngoài, có khả năng nghiên cứu độc lập), tâm huyết với nghề. Tham gia giảng dạy ngành E-commerce ngoài giảng viên cơ hữu của Khoa Quản trị Kinh doanh, còn có sự tham gia của các giảng viên cơ hữu khác của Trường Đại học Quốc tế đến từ các Khoa Kinh tế- Tài chính- Kế toán, Khoa CNTT, Khoa Kỹ thuật và Quản lý công nghiệp. Các giảng viên bán thời gian đến từ các trường thành viên của Đại học Quốc gia và các Trường đại học bên ngoài. Ngoài ra, Khoa Quản trị Kinh doanh có đội ngũ giảng viên đến từ các doanh nghiệp tham gia giảng dạy các workshop, các môn thực hành liên quan đến E-commerce.

- Ngành E-commerce được thừa hưởng cơ sở vật chất, trang thiết bị, thư viện và giáo trình đạt chuẩn quốc tế của Khoa Quản trị Kinh doanh và Trường Đại học Quốc tế.

- Ngành E-commerce được hưởng lợi từ uy tín sẵn có của khoa và trường, giúp thuận lợi trong việc tuyển sinh và tạo điều kiện cho sinh viên tốt nghiệp được các tổ chức tuyển dụng đánh giá cao.

4.3. Các giải pháp xử lý rủi ro

- Giải pháp về thị trường:

+ Nghiên cứu thị trường liên tục: Thường xuyên tìm hiểu nhu cầu nhân lực E-commerce và cập nhật các xu hướng đào tạo mới nhất.

+ Cập nhật và đa dạng hóa chương trình đào tạo: Điều chỉnh, bổ sung và đa dạng hóa các môn học để cung cấp các chương trình chuyên môn hóa cao, đáp ứng nhu cầu đa dạng của thị trường.

+ Hợp tác với doanh nghiệp: Xây dựng chương trình đào tạo thực tiễn thông qua liên kết với các doanh nghiệp trong ngành, đảm bảo sinh viên đáp ứng được yêu cầu của nhà tuyển dụng.

- Giải pháp về nguồn lực:

+ Tuyển dụng giảng viên chất lượng cao: Xây dựng chính sách thu hút giảng viên có kinh nghiệm thực tế và uy tín trong ngành.

+ Đầu tư cơ sở vật chất hiện đại: Trang bị đầy đủ cơ sở vật chất, trang thiết bị phục vụ giảng dạy và học tập (khoa đã có đề án xây dựng phòng Lab).

+ Tìm kiếm nguồn tài chính: Phát triển nguồn lực tài chính thông qua tài trợ từ tổ chức, doanh nghiệp và cá nhân để cấp học bổng cho sinh viên ngành E-commerce.

- Giải pháp về tài chính:

+ Lập kế hoạch tài chính chi tiết: Xây dựng dự toán chi phí đầu tư, dự kiến nguồn thu từ học phí và các khoản thu chi khác liên quan đến việc đào tạo.

+ Tìm kiếm nguồn tài trợ đa dạng: Chủ động tiếp cận các tổ chức, doanh nghiệp và cá nhân để nhận tài trợ, hỗ trợ hoạt động đào tạo của ngành.

+ Quản lý tài chính hiệu quả: Áp dụng các biện pháp quản lý tài chính chặt chẽ để tiết kiệm chi phí và sử dụng nguồn vốn một cách hợp lý.

- Giải pháp về pháp lý:

+ Cập nhật quy định pháp luật: Thường xuyên theo dõi và cập nhật các quy định pháp luật liên quan đến giáo dục và đào tạo ngành mới.

+ Tư vấn pháp lý chuyên nghiệp: Tham khảo ý kiến của luật sư để được tư vấn về các vấn đề pháp lý liên quan đến việc đào tạo ngành mới.

+ Hợp tác với cơ quan quản lý: Phối hợp chặt chẽ với các cơ quan quản lý nhà nước về giáo dục để được hỗ trợ và hướng dẫn trong việc thực hiện các quy định pháp luật.

- Giải pháp về cạnh tranh:

+ Xây dựng thương hiệu ngành: Tạo dựng thương hiệu mạnh mẽ cho ngành Thương mại điện tử của trường để thu hút sự quan tâm của sinh viên.

+ Nâng cao chất lượng đào tạo: Áp dụng các phương pháp giảng dạy tiên tiến, hiện đại và thường xuyên cập nhật chương trình đào tạo theo xu hướng mới nhất của ngành.

+ Cung cấp dịch vụ hỗ trợ sinh viên toàn diện: Tư vấn học tập và định hướng nghề nghiệp và hỗ trợ giới thiệu việc làm cho sinh viên sau khi tốt nghiệp.

- Giải pháp về bảo vệ quyền lợi của GV, NV phục vụ và người học nếu ngành bị đóng:

Trong trường hợp ngành Ecommerce mới mở không thể tiếp tục, sinh viên vẫn có thể theo học ngành Quản trị Kinh doanh (QTKD) với các chuyên ngành có tính tương đồng tương đối trong cơ cấu môn học như Kinh doanh quốc tế (International Business) hoặc Quản trị doanh

nghiệp (Business Management), vốn là thế mạnh của Khoa QTKD trong hơn 20 năm nay. Ngoài ra, nhờ tính tương đồng trong chương trình đào tạo, sinh viên cũng có thể chuyển tiếp sang các trường đối tác quốc tế của Đại học Quốc tế (IU). Ngành E-commerce dự kiến mở sẽ sử dụng chung đội ngũ giảng viên và nhân viên với ngành QTKD và các ngành khác của trường, đảm bảo nguồn nhân lực không bị lãng phí nếu ngành E-commerce phải đóng cửa. Trong tình huống đó, giảng viên và nhân viên sẽ tiếp tục công việc tại các ngành liên quan khác.

Mặc dù việc mở ngành E-commerce có thể đối mặt với những rủi ro đã được phân tích, nhưng với nền tảng vững chắc của Khoa Quản trị Kinh doanh, Trường Đại học Quốc tế, cùng với sự hỗ trợ mạnh mẽ từ hệ thống Đại học Quốc gia TP. Hồ Chí Minh, hoàn toàn có khả năng dự báo và xử lý các rủi ro này thông qua những giải pháp đã được đề xuất.

Do đó, việc mở ngành E-commerce tại Trường Đại học Quốc tế là hoàn toàn khả thi và cần được triển khai để đáp ứng nhu cầu ngày càng tăng của thị trường lao động.

**KT. HIỆU TRƯỞNG
PHÓ HIỆU TRƯỞNG**

Đinh Đức Anh Vũ