

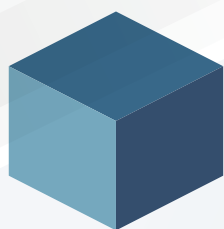


HIỆP HỘI THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ VIỆT NAM
Vietnam E-commerce Association (VECOM)

BÁO CÁO ĐÀO TẠO THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

NHỮNG BƯỚC TIẾN NỔI BẬT

2022





HIỆP HỘI THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ VIỆT NAM
Vietnam E-commerce Association (VECOM)

BÁO CÁO

ĐÀO TẠO THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ 2022

Đơn vị hỗ trợ



Thông tin liên hệ

HIỆP HỘI THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ VIỆT NAM (VECOM)
Địa chỉ: Phòng 702, Tòa nhà HKC số 285 Đội Cấn, Ba Đình, Hà Nội
Điện thoại: 8424 - 6259 8271
Email: office@vecom.vn
Website: www.vecom.vn

LỜI NÓI ĐẦU

Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam (VECOM) đánh giá nhu cầu tuyển dụng nguồn nhân lực thương mại điện tử chất lượng cao giai đoạn năm năm 2016 – 2020 tăng nhanh và dự đoán nhu cầu này tiếp tục tăng nhanh hơn nữa trong giai đoạn 2021 – 2025.

Quyết định số 645/QĐ-TTg ngày 15 tháng 5 năm 2020 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử quốc gia giai đoạn 2021 – 2025 đã đặt ra hai mục tiêu về đào tạo nguồn nhân lực. Mục tiêu thứ nhất là 50% cơ sở giáo dục đại học và giáo dục nghề nghiệp triển khai đào tạo thương mại điện tử. Mục tiêu thứ hai là một triệu lượt doanh nghiệp, hộ kinh doanh, cán bộ quản lý nhà nước, sinh viên được tham gia các khoá đào tạo về kỹ năng ứng dụng thương mại điện tử.

Với mong muốn góp phần vào việc đạt được hai mục tiêu trên và tạo mối liên kết chặt chẽ giữa các hội viên của mình với các trường đại học trên cả nước, từ tháng 3 đến tháng 5 năm 2022, VECOM tiến hành khảo sát tình hình đào tạo thương mại điện tử tại cơ sở giáo dục đại học (gọi chung là các trường đại học) và xây dựng Báo cáo Đào tạo thương mại điện tử. Hoạt động này được VECOM giao cho Tổ biên tập, bao gồm các thành viên của Hội đồng Tư vấn, Ban Hợp tác, Ban Phát triển nguồn nhân lực và một số hội viên triển khai.

Trước hết, tháng 3 năm 2022 Tổ biên tập đã tuyển chọn danh sách trên 130 trường đại học đào tạo các ngành liên quan tới thương mại điện tử, bao gồm các ngành kinh tế - thương mại, tài chính, quản trị kinh doanh, hệ thống thông tin quản lý, công nghệ thông tin, du lịch, logistics, v.v... Sau đó tiến hành khảo sát trực tuyến thông tin đào tạo và tuyển sinh trên website của các trường này.

Tiếp đó, Tổ biên tập gửi Phiếu khảo sát hiện trạng đào tạo thương mại điện tử tới các trường trong danh sách. Tới tháng 5 năm 2022 đã có gần 70 trường trả lời Phiếu khảo sát trực tuyến. Đồng thời, lãnh đạo VECOM cùng Tổ biên tập đã tới thăm và phỏng vấn 25 trường đại học. Các chuyến thăm này nhận được sự quan tâm cao của lãnh đạo các trường.

Kết quả khảo sát nổi bật nhất là tới tháng 5 năm 2022 đã có 36 trường đào tạo thương mại điện tử trình độ đại học, trong đó, 14 trường ở miền Bắc, 5 trường ở miền Trung và 17 trường ở miền Nam. Đồng thời, có 36 trường đào tạo chuyên ngành thương mại điện tử và trên 50 trường đào tạo học phần thương mại điện tử. Tính chung đã có trên 110 trường giảng dạy thương mại điện tử từ mức học phần tới ngành đào tạo. Phần lớn các trường bắt đầu đào tạo ngành này trong giai đoạn 2016 – 2020. Hiện nay nhiều trường cho biết đã có kế hoạch đào tạo ngành hoặc chuyên ngành thương mại điện tử. Mục tiêu đào tạo là cử nhân sau khi tốt nghiệp có thể chủ trì

hoặc tham gia quá trình chuyển đổi số của doanh nghiệp, xây dựng chiến lược kinh doanh số, số hoá các tài nguyên, tiến hành kinh doanh trên các nền tảng số, trang thông tin điện tử hay ứng dụng di động, tổ chức bán hàng đa kênh. Những cử nhân này cũng có khả năng tổ chức các hoạt động hỗ trợ kinh doanh trực tuyến, bao gồm tiếp thị số, thanh toán trực tuyến và quản lý chuỗi cung ứng, v.v... Mục tiêu đào tạo cử nhân thương mại điện tử khác biệt rõ ràng với mục tiêu đào tạo cử nhân công nghệ thông tin. Do đó, hầu hết các trường đã giao cho Khoa Kinh tế, Quản trị kinh doanh hay hệ thống thông tin quản lý đào tạo cử nhân thương mại điện tử.

Việc tuyển sinh thuận lợi do ngành mới này hấp dẫn, thu hút được sinh viên đầu vào chất lượng khá với điểm chuẩn tuyển sinh tương đối cao. Nhiều sinh viên tìm được việc làm khi chưa tốt nghiệp và phần lớn sinh viên làm việc đúng ngành đào tạo sau khi ra trường.

Tuy nhiên, phần lớn các trường gặp khó khăn khi biên soạn giáo trình và học liệu học tập. Đội ngũ giảng viên còn chưa đáp ứng nhu cầu giảng dạy cả về số lượng lẫn chất lượng. Nhu cầu học cử nhân ngành thương mại điện tử tăng nhanh nhưng nhiều trường chưa thể tăng chỉ tiêu đào tạo. Hoạt động đào tạo gắn với thực tiễn gặp nhiều khó khăn, đặc biệt là việc hỗ trợ sinh viên có được vị trí thực tập phù hợp tại các doanh nghiệp thương mại điện tử hàng đầu. Hoạt động nghiên cứu, giảng dạy và học tập diễn ra đơn lẻ tại từng trường, chưa có những hoạt động hấp dẫn, lôi cuốn sinh viên ngành thương mại điện tử trên phạm vi cả nước.

Xuất phát từ thực tế trên, các trường ủng hộ ba đề xuất lớn. Thứ nhất, cần nhanh chóng thành lập mạng lưới các trường đại học đào tạo thương mại điện tử. Thứ hai, tổ chức các chương trình bồi dưỡng kiến thức về kinh doanh số cho giảng viên giảng dạy thương mại điện tử. Thứ ba, nhiều trường mong muốn phối hợp với VECOM tổ chức các chương trình đào tạo cho sinh viên, gắn hoạt động đào tạo với thực tiễn kinh doanh. Sinh viên hoàn thành các chương trình này sẽ có được số tín chỉ nhất định.

Căn cứ vào nhu cầu kết nối hoạt động và chia sẻ thông tin giữa các trường đại học với các doanh nghiệp thương mại điện tử, VECOM đã xây dựng Trang thông tin điện tử www.VecomNet.vn và Fanpage trên mạng xã hội [FB.com/VecomNet](https://www.facebook.com/VecomNet). VECOM mong muốn nhận được sự ủng hộ, chia sẻ thông tin của giảng viên, sinh viên các trường đại học trên cả nước qua các công cụ trực tuyến này.

Chúng tôi xin trân trọng cảm ơn sự hợp tác giúp đỡ của các trường đại học, Trung tâm Internet Việt Nam (VNNIC) và các đơn vị trực thuộc Hiệp hội trong quá trình khảo sát và xây dựng Báo cáo. Tổ biên tập, đặc biệt là ông Đoàn Quốc Tâm – Trưởng ban Hợp tác và ông Nguyễn Bình Minh – Trưởng ban Phát triển Nguồn nhân lực, đã dành thời gian tới thăm và làm việc với nhiều trường đại học. Các công ty Vebid và IMGGroup hỗ trợ thu thập và phân tích dữ liệu, Công ty iViet tư vấn, thiết kế mẫu phiếu khảo sát cũng như các vấn đề liên quan tới giảng dạy và học tập thương mại điện tử.

Báo cáo này cũng nhận được sự quan tâm, ủng hộ của nhiều doanh nghiệp hội viên VECOM. Chúng tôi xin đặc biệt cảm ơn sự giúp đỡ nhiệt tình của Sàn TMĐT Lazada, Công ty CP Công nghệ SAPO, Công ty CP Công nghệ Haravan, Công ty CP FADO GLOBAL và Nền tảng Droppii. Nhiều doanh nghiệp hội viên khác như AXYS Group, LadiPage, Gotadi, Moonka, Metric, Anneco Agency và Pingpong đã hỗ trợ tích cực Hiệp hội trong quá trình soạn thảo Báo cáo.

Việc xây dựng Báo cáo gặp nhiều khó khăn trong việc thu thập thông tin đa dạng từ hàng trăm cơ sở đào tạo đại học trên cả nước, đồng thời lĩnh vực đào tạo thương mại điện tử đang trải qua sự thay đổi liên tục. Do đó nhiều thông tin, dữ liệu, đánh giá hay đề xuất trong Báo cáo có thể chưa đầy đủ, chính xác. Chúng tôi rất mong nhận được nhiều nhận xét, góp ý để có thể cập nhật thông tin và hoàn thiện nội dung của Báo cáo.

Hà Nội, tháng 9 năm 2022

TỔNG THƯ KÝ

(đã ký)

Trần Văn Trọng

MỤC LỤC

LỜI NÓI ĐẦU	3
TỔNG QUAN.....	10
TÌNH HÌNH ĐÀO TẠO THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ.....	18
1. Đào tạo ngành thương mại điện tử: con số ấn tượng	18
1.1. Số trường đã đào tạo ngành thương mại điện tử	18
1.2. Số trường sẽ đào tạo ngành thương mại điện tử	22
1.3. Phân bố trường đào tạo ngành thương mại điện tử theo địa phương.....	23
1.4. Năm bắt đầu đào tạo ngành thương mại điện tử	26
1.5. Đơn vị đào tạo ngành thương mại điện tử.....	26
1.6. Tên ngành	27
1.7. Chương trình đào tạo	28
2. Đào tạo chuyên ngành thương mại điện tử	28
2.1. Số trường đã đào tạo chuyên ngành thương mại điện tử.....	28
2.2. Số trường sẽ đào tạo chuyên ngành thương mại điện tử.....	30
2.3. Phân bố trường đào tạo chuyên ngành thương mại điện tử theo địa phương	30
2.4. Năm bắt đầu đào tạo chuyên ngành thương mại điện tử	31
2.5. Đơn vị đào tạo chuyên ngành thương mại điện tử	31
2.6. Tên chuyên ngành.....	32
2.7. Chương trình đào tạo chuyên ngành TMĐT	32
3. Học phần thương mại điện tử.....	36
3.1. Số trường giảng dạy học phần thương mại điện tử	36
3.2. Đơn vị giảng dạy học phần thương mại điện tử	38
3.3. Tên học phần thương mại điện tử.....	38
3.4. Hình thức và số tín chỉ.....	38

4. Các học phần liên quan với thương mại điện tử	40
4.1. Các học phần liên quan	40
4.2. Số trường giảng dạy học phần liên quan thương mại điện tử.....	41
5. Giảng viên	41
5.1. Số lượng và chất lượng.....	41
5.2. Hoạt động nghiên cứu khoa học	43
6. Học liệu	44
6.1. Giáo trình	45
6.2. Tài liệu tham khảo	45
6.3. Thông tin từ các sự kiện thương mại điện tử	45
6.4. Cơ sở vật chất, phần mềm và thực hành	46
7. Hợp tác trong đào tạo thương mại điện tử	46
7.1. Hợp tác với doanh nghiệp	46
7.2. Hợp tác với các tổ chức	48
7.3. Hợp tác với các cơ sở đào tạo khác	50
8. Các hoạt động hỗ trợ đào tạo	50
8.1. Thực tập.....	50
8.2. Trung tâm khởi nghiệp.....	50
8.3. Câu lạc bộ.....	50
8.4. Các cuộc thi cho sinh viên	51
9. Tình hình tuyển sinh và việc làm của sinh viên	53
10. Hoạt động hướng nghiệp, phổ biến tuyên truyền đối với ngành đào tạo thương mại điện tử	54
10.1. Các cơ quan quản lý nhà nước, tổ chức nghề nghiệp	55
10.2. Các trường đại học	55
10.3. Các đơn vị, tổ chức khác	56

11. Kiểm định chất lượng giáo dục chương trình đào tạo chính quy trình độ đại học với ngành thương mại điện tử	60
12. Một số kiến nghị, đề xuất từ các trường	62
12.1. Đề xuất hợp tác với VECOM	62
12.2. Đề xuất hợp tác với các doanh nghiệp	63
PHỤ LỤC	64
PHỤ LỤC 1.....	64
Danh sách khảo sát đào tạo thương mại điện tử tại các trường đại học.....	64
PHỤ LỤC 2	76
Hai chương trình đào tạo ngành thương mại điện tử đầu tiên được kiểm định và công nhận đạt theo tiêu chuẩn trong nước	76
PHỤ LỤC 3	84
Chương trình đào tạo ngành kinh tế số	84
PHỤ LỤC 4	89
Quy chế hoạt động của mạng lưới các cơ sở đào tạo thương mại điện tử	89
PHỤ LỤC 5	94
Các trường đại học là thành viên sáng lập mạng lưới các cơ sở giáo dục đào tạo thương mại điện tử.....	94
ĐƠN VỊ TÀI TRỢ	95
TẬP ĐOÀN LAZADA	95
TRUNG TÂM INTERNET VIỆT NAM (VNNIC)	96
CÔNG TY CỔ PHẦN CÔNG NGHỆ SAPO	97
FADO – NỀN TẢNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ XUYÊN BIÊN GIỚI (CROSS – BORDER E-COMMERCE)	98

DANH MỤC CÁC BẢNG

Bảng 1. Một số ngành đào tạo liên quan chặt chẽ với ngành thương mại điện tử.	19
Bảng 2. Đào tạo ngành Kinh tế số.	21
Bảng 3. Chương trình đào tạo chuyên ngành Du lịch điện tử	22
Bảng 4. Danh sách các trường đại học đào tạo ngành thương mại điện tử	24
Bảng 5. Đơn vị đào tạo thương mại điện tử giai đoạn 2008 - 2010	27
Bảng 6. Danh sách các trường đại học đào tạo chuyên ngành thương mại điện tử	29
Bảng 7. Chuyên ngành thương mại điện tử tại Khoa CNTT	31
Bảng 8. Chuyên ngành Kinh tế số của BRU	32
Bảng 9. Chương trình đào tạo chuyên ngành thương mại điện tử của HCE	33
Bảng 10. Danh sách các trường đại học giảng dạy học phần thương mại điện tử	36
Bảng 11. Học phần Kinh doanh số	38
Bảng 12. Thương mại điện tử là học phần bắt buộc	39
Bảng 13. Thương mại điện tử là học phần tự chọn	39
Bảng 14. Tình hình giảng viên	42
Bảng 15. Lợi ích của các trường đại học khi hợp tác với doanh nghiệp TMĐT	47
Bảng 16. Câu lạc bộ thương mại điện tử E-Plus	50
Bảng 17. Cuộc thi CNTT và TMĐT tại Trường Đại học Kinh tế Tài chính Tp. HCM	52
Bảng 18. Tình hình việc làm của cử nhân ngành thương mại điện tử	54
Bảng 19. Đào tạo ngành thương mại điện tử	54
Bảng 20. Đề án “Giáo dục hướng nghiệp và định hướng phân luồng học sinh”	55
Bảng 21. Giới thiệu ngành thương mại điện tử	56
Bảng 22. Mức lương của một số công việc thương mại điện tử	57
Bảng 23. Danh sách một số chương trình đào tạo thương mại điện tử	61
Bảng 24. Tiêu chuẩn đánh giá chất lượng chương trình đào tạo	61
Bảng 25. Danh sách một số chương trình đào tạo liên quan tới thương mại điện tử	62

DANH MỤC CÁC HÌNH

Hình 1. Tỷ lệ % các trường giảng dạy học phần liên quan thương mại điện tử.	40
Hình 2. Một số đề xuất hợp tác của các trường đại học đối với VECOM	62

TỔNG QUAN

NHU CẦU NGUỒN NHÂN LỰC THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ TĂNG

Từ năm 2015 Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam (VECOM) đã dự đoán giai đoạn 10 năm 2016 – 2025 thương mại điện tử nước ta sẽ bước vào giai đoạn phát triển nhanh và ổn định. Trên thực tế nửa đầu của giai đoạn đã chứng kiến sự tăng trưởng ngoạn mục của lĩnh vực này. Trong hai năm 2020 – 2021 nước ta trải qua đại dịch Covid-19 với những tác động nặng nề tới kinh tế - xã hội. Tuy nhiên, lĩnh vực thương mại điện tử tiếp tục duy trì được đà phát triển nhanh. Ước tính năm 2021 lĩnh vực này đạt tốc độ tăng trưởng vượt 20% và đạt quy mô trên 16 tỷ USD. Tốc độ này sẽ cao hơn nhiều trong bốn năm 2022 - 2025 nhờ kiểm soát tốt đại dịch Covid-19 và những động lực tăng trưởng từ Làn sóng thứ hai của thương mại điện tử.¹

Báo cáo Chỉ số Thương mại điện tử năm 2020 và 2022 đã nhấn mạnh nguồn nhân lực chất lượng cao về thương mại điện tử tại hàng triệu doanh nghiệp vừa và nhỏ cũng như các hộ kinh doanh trên cả nước là một trong các yếu tố quyết định tới sự phát triển nhanh và bền vững của thương mại điện tử nước ta trong giai đoạn tới.² Kênh chủ yếu để đào tạo nguồn nhân lực thương mại điện tử chuyên nghiệp, chất lượng cao là các trường đại học.

Cơ quan quản lý nhà nước về thương mại điện tử là Bộ Công Thương đã quan tâm tới hoạt động đào tạo thương mại điện tử tại các cơ sở đào tạo từ rất sớm. Năm 2008 Cục Thương mại điện tử và Công nghệ thông tin thuộc Bộ này đã khảo sát toàn diện và công bố Báo cáo tình hình đào tạo thương mại điện tử tại các trường đại học và cao đẳng.³ Hai năm sau, cơ quan này tiếp tục khảo sát và công bố Báo cáo năm 2010.⁴ Các kết quả khảo sát cho thấy sau hai năm hoạt động đào tạo thương mại điện tử đã có nhiều thay đổi tích cực.

Sự khan hiếm nguồn nhân lực tài năng được đào tạo chuyên nghiệp là một trong số những trở ngại lớn nhất đối với sự phát triển của thương mại điện tử ở Đông Nam Á nói chung và Việt Nam nói riêng.

Nguồn: Báo cáo e-Conomy SEA 2016 của Google, Temasek và Bain & Company⁵

¹ VECOM đã khảo sát nhiều doanh nghiệp và công bố Báo cáo Làn sóng thứ hai của thương mại điện tử vào tháng 11 năm 2021. <https://vecom.vn/bao-cao-lan-song-thu-2-cua-thuong-mai-dien-tu-viet-nam>

² VECOM, Báo cáo Chỉ số Thương mại điện tử 2022. <https://vecom.vn/bao-cao-chi-so-thuong-mai-dien-tu-viet-nam-2022>

³ <https://vecom.vn/bao-cao-dao-tao-thuong-mai-dien-tu-nam-2008>

⁴ <https://vecom.vn/bao-cao-dao-tao-thuong-mai-dien-tu-nam-2010>

⁵e-Conomy SEA 2016 và 2021, https://www.thinkwithgoogle.com/_gs/documents/4859/e-conomy_hand-out_1_20160525_eXq5Gdl.pdf

<https://www.thinkwithgoogle.com/intl/en-apac/consumer-insights/consumer-trends/e-conomy-sea-2021/>

Những báo cáo này là một trong những cơ sở để Bộ Công Thương trình Thủ tướng Chính phủ ban hành Quyết định số 689/QĐ-TTg ngày 11 tháng 5 năm 2014 phê duyệt Chương trình phát triển thương mại điện tử quốc gia giai đoạn 2014 – 2020. Chương trình đề ra mục tiêu tới năm 2020 sẽ có 10.000 sinh viên được đào tạo về chuyên ngành thương mại điện tử, đáp ứng nhu cầu triển khai ứng dụng thương mại điện tử cho doanh nghiệp.

Mục tiêu đối với nguồn nhân lực chất lượng cao giai đoạn năm năm 2021 – 2025 còn cao hơn nữa. Theo Quyết định số 645/QĐ-TTg ngày 15 tháng 5 năm 2020 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử quốc gia, tới năm 2025 cần đạt được hai mục tiêu liên quan tới nguồn nhân lực. Mục tiêu thứ nhất là 50% cơ sở giáo dục đại học và giáo dục nghề nghiệp triển khai đào tạo về thương mại điện tử. Mục tiêu thứ hai là một triệu lượt doanh nghiệp, hộ kinh doanh, cán bộ quản lý nhà nước, sinh viên được tham gia các khoá đào tạo về kỹ năng ứng dụng thương mại điện tử.

**Tỷ lệ % cơ sở giáo dục đại học và giáo dục nghề nghiệp
triển khai đào tạo về thương mại điện tử năm 2025
(Quyết định 645/QĐ-TTg)**

50

NHỮNG BƯỚC TIẾN LỚN

Việc nắm bắt chính xác hiện trạng đào tạo thương mại điện tử tại các cơ sở đào tạo, đặc biệt là các trường đại học, có ý nghĩa quan trọng khi triển khai hoạt động đào tạo nguồn nhân lực. Sau hơn một thập kỷ với sự phát triển mạnh mẽ của thương mại điện tử, năm 2022 VECOM quyết định cần nắm bắt hiện trạng đào tạo chính quy trình độ đại học ngành này tại các cơ sở đào tạo trên cả nước, trước hết tập trung vào các cơ sở giáo dục đại học (gọi tắt là các trường đại học).

Do đó, từ tháng 3 đến tháng 5 năm 2022, VECOM đã khảo sát trực tuyến nhiều trang thông tin điện tử và gửi Phiếu khảo sát tới hơn 130 trường đại học trên cả nước. Phiếu khảo sát được thiết kế chi tiết để có thể thu thập thông tin toàn diện hoạt động đào tạo thương mại điện tử tại các trường. Đã có 67 trường nhiệt tình giúp đỡ trả lời Phiếu khảo sát. Đồng thời, VECOM đã làm việc trực tiếp với 25 trường đại học, phỏng vấn lãnh đạo các khoa và bộ môn giảng dạy ngành, chuyên ngành hay học phần thương mại điện tử. Nhiều Hiệu trưởng hoặc Phó Hiệu trưởng các trường đại học quan tâm, ủng hộ hoạt động này và trực tiếp tham gia tiếp đoàn công tác của VECOM.

Số cơ sở được khảo sát là 132 chiếm chưa tới một nửa so với tổng số khoảng 320 cơ sở giáo dục đại học trên cả nước⁶. Một mặt, trong tổng số này có nhiều trường đào tạo lĩnh vực đặc thù như âm nhạc, múa, thể thao, an ninh, quốc phòng. Mặt khác, Tổ biên tập đã cố gắng chọn khảo sát những trường liên quan nhiều tới kinh tế - thương mại. Do đó, kết quả khảo sát từ 132 trường này có thể đại diện khá chân thực toàn cảnh bức tranh đào tạo thương mại điện tử tại các trường đại học ở Việt Nam tới giữa năm 2022.

Số cơ sở giáo dục đại học được khảo sát

132

Kết quả khảo sát cho thấy những thay đổi trong lĩnh vực đào tạo thương mại điện tử tại các trường đại học có những bước tiến rất lớn.

Thứ nhất, số trường đào tạo ngành thương mại điện tử trình độ đại học (mã ngành 7340122) liên tục tăng nhanh và tới nay đã lên tới gần 40 trường.

Thứ hai, 36 trường đại học đã đào tạo chuyên ngành thương mại điện tử. Tương tự như ngành thương mại điện tử, các trường đào tạo chuyên ngành này phân bố chủ yếu ở khu vực Hà Nội, Tp. Hồ Chí Minh và Đà Nẵng.

Thứ ba, có tới 53 trường đã giảng dạy học phần thương mại điện tử tại nhiều ngành liên quan như quản trị kinh doanh, hệ thống thông tin quản lý, công nghệ thông tin, tiếp thị số, tài chính – ngân hàng, logistics và quản lý chuỗi cung ứng, kinh doanh thương mại hay du lịch.

Thứ tư, phần lớn các trường được khảo sát đã giảng dạy các ngành liên quan trực tiếp tới thương mại điện tử. Từ năm học 2022 Bộ Giáo dục và Đào tạo chính thức mở hai mã ngành mới là kinh tế số (7310109) và công nghệ tài chính (7340205).

Thứ năm, chương trình đào tạo thương mại điện tử càng ngày càng có xu hướng ưu tiên hơn đối với kinh doanh dựa trên công nghệ thông tin và truyền thông (Information Technology and Telecommunication – ICT). Điều này dẫn tới càng ngày càng nhiều trường giao cho các khoa kinh tế - thương mại giảng dạy ngành này.

Thứ sáu, đội ngũ giảng viên thương mại điện tử đông đảo và chất lượng cao hơn nhiều so với một thập kỷ trước.

⁶Tham khảo “Thông tin địa chỉ website công khai thông tin của các cơ sở giáo dục đại học” năm 2020 của Bộ Giáo dục và Đào tạo tại <https://thituyensinh.vn/TinTuc/Detail?id=1312> và Cổng tra cứu Tuyển sinh của Báo điện tử VnExpress <https://diemthi.vnexpress.net/tra-cuu-dai-hoc>

Nhiều bước tiến lớn khác được thể hiện rõ ràng qua cuộc khảo sát liên quan tới chương trình đào tạo, học liệu, nghiên cứu khoa học, thực tập - kiến tập và hoạt động của các câu lạc bộ sinh viên, hợp tác với các doanh nghiệp trong đào tạo thương mại điện tử, v.v...

THỬ THÁCH CẦN VƯỢT QUA

Mặc dù đạt được những bước tiến lớn như trên nhưng các trường đại học còn nhiều thử thách cần vượt qua để có thể đáp ứng nhu cầu nguồn nhân lực rất cao của lĩnh vực thương mại điện tử giai đoạn đến năm 2025 và xa hơn nữa. Có thể nêu lên bảy thử thách hàng đầu như sau:

Thứ nhất, đội ngũ giảng viên ngành/chuyên ngành thương mại điện tử chưa đáp ứng nhu cầu đào tạo cả về số lượng và chất lượng. Trong khi số trường đại học mở ngành thương mại điện tử hay chuyên ngành thương mại điện tử tăng nhanh, số lượng giảng viên chỉ đáp ứng quy định ở mức tối thiểu. Trong khi đó số lượng giảng viên có học vị Tiến sĩ không thể tăng nhanh. Ngoài ra, giảng viên thương mại điện tử phải liên tục cập nhật sự thay đổi mau lẹ của công nghệ thông tin và truyền thông cũng như các mô hình, giải pháp kinh doanh trực tuyến mới. Thương mại điện tử không còn là một lĩnh vực độc lập mà đã hoà quyện vào kinh doanh số, kinh tế số và chuyển đổi số.

Thứ hai, học liệu phục vụ đào tạo thương mại điện tử chưa đáp ứng đòi hỏi của việc giảng dạy và học tập. Là lĩnh vực thay đổi nhanh và liên tục như thương mại điện tử, bên cạnh các giáo trình và tài liệu tham khảo dạng in cần có các phiên bản điện tử để có thể cập nhật kịp thời sự tiến bộ về công nghệ cũng như thực tiễn kinh doanh. Hơn nữa, cơ sở vật chất và phần mềm phục vụ giảng dạy và học tập của phần lớn các trường có chất lượng chưa cao.

Thứ ba, hợp tác trong đào tạo thương mại điện tử còn mờ nhạt ở mọi hình thức, dù là hợp tác giữa các trường đại học, giữa các trường với các cơ quan quản lý nhà nước, đơn vị nghiên cứu khoa học, các tổ chức xã hội nghề nghiệp hay giữa nhà trường với doanh nghiệp. Mặc dù càng ngày càng có nhiều dấu hiệu cho thấy hoạt động hợp tác được các trường quan tâm hơn, đặc biệt giữa các trường với doanh nghiệp nhưng rõ ràng các trường cần chủ động, tích cực hơn nữa trong hoạt động này.

Thứ tư, các hoạt động hỗ trợ đào tạo, bao gồm hoạt động của các trung tâm khởi nghiệp hay các câu lạc bộ sinh viên chưa thường xuyên và hấp dẫn. Tới nay một số trường đã tổ chức khá đều đặn các cuộc thi về thương mại điện tử nhưng trên phạm vi toàn quốc cần có một cuộc thi chung. Rõ ràng, cuộc thi thương mại điện tử toàn quốc sẽ mang lại nhiều giá trị không chỉ cho sinh viên mà cho tất cả các bên liên quan, từ trường đại học tới các doanh nghiệp đang khát khao tuyển dụng nhân sự được đào tạo chính quy và am hiểu thực tiễn kinh doanh.

Thứ năm, cần có nhận thức rõ hơn về vấn đề tuyển sinh. Sự phát triển nhanh của kinh tế số với một cấu thành cơ bản của nó là thương mại điện tử đòi hỏi phải có nguồn nhân lực tương

xứng cả về số lượng và chất lượng. Về mặt số lượng nghĩa là chỉ tiêu tuyển sinh đầu vào cho thương mại điện tử không những phải tăng dần qua các năm mà còn phải tăng nhanh. Cần nhận rõ thực trạng hiện nay là nhu cầu học thương mại điện tử cao nhưng chỉ tiêu đào tạo lại bị giới hạn trong nhiều trường.

Thứ sáu, hoạt động định hướng nghề nghiệp, phổ biến, tuyên truyền về học thương mại điện tử chưa mạnh mẽ. Về tổng thể thì hiện nay học ngành thương mại điện tử đã thu hút được sự quan tâm nhất định của nhiều học sinh nhưng có một số trường vẫn tỏ ra khó khăn khi tuyển sinh, đặc biệt chưa làm rõ được cơ hội việc làm sau khi tốt nghiệp. Một mặt, đây là nhiệm vụ của mỗi trường, nhưng mặt khác đây cũng là nhiệm vụ chung của tất cả các trường, các cơ quan, tổ chức và doanh nghiệp liên quan tới lĩnh vực này. Việc tuyên truyền, phổ biến để học sinh phổ thông và phụ huynh hiểu được mục tiêu cũng như định hướng nghề nghiệp sau khi tốt nghiệp ngành thương mại điện tử là rất cần thiết. Từ đó mới khuyến khích được học sinh quan tâm theo học ngành này nhiều hơn.

Thứ bảy, số lượng các trường đại học đào tạo ngành thương mại điện tử tăng nhanh chưa tương xứng với chất lượng của chương trình đào tạo. Tỷ lệ các trường có chương trình đào tạo chính quy trình độ đại học ngành thương mại điện tử đã được kiểm định chất lượng và đạt yêu cầu còn rất thấp.

CÁC ĐỀ XUẤT VÀ KHUYẾN NGHỊ

Căn cứ vào kết quả khảo sát, kiến nghị của các trường, tình hình hiện tại và xu hướng phát triển thương mại điện tử giai đoạn tới năm 2025 và trung hạn tới năm 2030, VECOM đề xuất một số nội dung sau:

Thứ nhất, khảo sát định kỳ tình hình đào tạo thương mại điện tử tại các cơ sở giáo dục đại học và cơ sở giáo dục nghề nghiệp.

Cần khảo sát định kỳ một cách toàn diện, hoặc thường niên hoặc hai năm một lần, và xây dựng Báo cáo tình hình đào tạo thương mại điện tử tại các cơ sở giáo dục đại học và các cơ sở giáo dục nghề nghiệp, nhất là các trường cao đẳng nghề. Phân biệt rõ mục tiêu đào tạo cử nhân thương mại điện tử với đào tạo cao đẳng nghề thương mại điện tử. Hoạt động này cần có sự phối hợp chặt chẽ của các cơ quan quản lý nhà nước là Bộ Công Thương, Bộ Giáo dục và Đào tạo, Bộ Lao động – Thương binh và Xã hội, Bộ Thông tin và Truyền thông cùng Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam và các tổ chức liên quan.

Báo cáo này có ý nghĩa quan trọng trong việc phối hợp hoạt động giữa các bên liên quan, hướng tới mục tiêu 50% cơ sở giáo dục đại học và giáo dục nghề nghiệp triển khai đào tạo về thương mại điện tử được đề ra tại Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử quốc gia giai đoạn 2021-2025.

Thứ hai, xây dựng Mạng lưới các cơ sở đào tạo thương mại điện tử.

Mạng lưới này sẽ kết nối các thành viên là các cơ sở đào tạo thương mại điện tử, tạo cơ hội phối hợp, giúp đỡ lẫn nhau nhằm nâng cao chất lượng đào tạo thương mại điện tử và kinh tế số, đảm bảo cung cấp đầy đủ, kịp thời nguồn nhân lực chất lượng cho sự phát triển của lĩnh vực thương mại điện tử. Mạng lưới là nơi huy động sự hỗ trợ của các doanh nghiệp nói chung, hội viên VECOM nói riêng, cũng như các cơ quan tổ chức tới các thành viên, giúp các thành viên gắn hoạt động đào tạo với thực tiễn. Đồng thời, mạng lưới này sẽ thúc đẩy hoạt động hợp tác quốc tế trong hoạt động đào tạo chuyên nghiệp thương mại điện tử. Giai đoạn đầu mạng lưới tập trung vào phát triển các thành viên là các trường đại học đã đào tạo ngành thương mại điện tử, sau đó mở rộng tới các trường đại học và cao đẳng nghề.

Thứ ba, bồi dưỡng giảng viên thương mại điện tử.

Tổ chức định kỳ mỗi năm một tới hai lần các chương trình bồi dưỡng giảng viên thương mại điện tử. Tại các chương trình này sẽ mời đại diện những doanh nghiệp hàng đầu về thương mại điện tử giới thiệu và thảo luận về những xu hướng mới nổi bật trong kinh doanh, những thuận lợi và khó khăn của ngành, nhu cầu về nguồn nhân lực, v.v... Các chương trình này hỗ trợ giảng viên tiếp cận nhanh nhất với thực tiễn hoạt động kinh doanh trực tuyến tại Việt Nam. Từ đó, đội ngũ giảng viên có thể nâng cao chất lượng bài giảng, tư vấn trường điều chỉnh kế hoạch và phương hướng đào tạo.

Ở mức cao hơn, doanh nghiệp thương mại điện tử cùng các giảng viên thương mại điện tử có thể thành lập các Ban tư vấn kinh doanh. Doanh nghiệp tạo cơ hội để giảng viên tiếp cận thực tế kinh doanh, các giải pháp công nghệ, thị trường, khách hàng, v.v... Từ đó, giảng viên đưa ra các đề xuất tới doanh nghiệp. Đây là cơ hội để giảng viên tiếp cận thực tế nên Ban tư vấn hoạt động trên nguyên tắc phi lợi nhuận.

Thứ tư, tổ chức định kỳ các hội thảo khoa học về thương mại điện tử.

Cần tổ chức định kỳ các hội thảo khoa học về thương mại điện tử, bao gồm các hội thảo chuyên về đào tạo. Một mặt, hoạt động này là đóng góp của đội ngũ giảng viên đối với chính sách, pháp luật về thương mại điện tử cũng như các xu hướng, công nghệ, giải pháp kinh doanh số. Mặt khác, hoạt động này tạo ra cơ hội để chia sẻ kinh nghiệm đào tạo, chương trình, giáo trình, giao lưu giữa đội ngũ giảng viên các trường với nhau cũng như với các cơ quan, tổ chức và doanh nghiệp. Ngoài ra, các hội thảo khoa học sẽ khích lệ đội ngũ giảng viên thương mại điện tử quan tâm hơn tới nghiên cứu khoa học.

Thứ năm, đào tạo và cấp chứng nhận một số học phần thương mại điện tử.

VECOM có thể phối hợp với các doanh nghiệp hội viên và các trường đại học tổ chức một số khoá đào tạo thương mại điện tử. Những khoá này tương đương với một số học phần của

các trường. Khi sinh viên hoàn thành các khoá đào tạo này sẽ đạt được số tín chỉ nhất định. Nội dung khoá đào tạo kết hợp giữa lý thuyết và thực tiễn kinh doanh. Từ đó, sinh viên có cơ hội tiếp cận với các kỹ năng tại doanh nghiệp, có thể nhanh chóng đảm nhận nhiều công việc tại doanh nghiệp ngay khi tốt nghiệp. Về phía doanh nghiệp, các chứng nhận này giúp đánh giá ứng viên tốt hơn, giúp doanh nghiệp dễ dàng tiếp cận đúng nhóm sinh viên cần tuyển dụng.

Thứ sáu, tiếp tục thành lập và nâng cao hiệu quả hoạt động của các câu lạc bộ sinh viên thương mại điện tử.

Các trường đã đào tạo ngành hoặc chuyên ngành thương mại điện tử nhưng chưa có câu lạc bộ sinh viên hay câu lạc bộ khởi nghiệp thương mại điện tử nên quan tâm, hỗ trợ sinh viên thành lập câu lạc bộ. Giai đoạn đầu những câu lạc bộ này có thể tham khảo kinh nghiệm hoạt động từ những câu lạc bộ thành công của các trường khác. Sau đó, giúp câu lạc bộ của trường những hình thức hoạt động sáng tạo, phù hợp với đặc thù đào tạo của mỗi trường. Các câu lạc bộ sẽ tạo ra sân chơi bổ ích cho sinh viên với những hoạt động giao lưu, chia sẻ kiến thức và hợp tác khởi nghiệp trong tương lai.

VECOM sẽ vận động các doanh nghiệp hội viên bảo trợ cho các câu lạc bộ sinh viên thương mại điện tử theo đề xuất của từng trường.

Thứ bảy, tổ chức cuộc thi toàn quốc về thương mại điện tử.

Ngay trong năm 2022 VECOM và mạng lưới các cơ sở đào tạo thương mại điện tử cần phối hợp với các tổ chức và doanh nghiệp tổ chức cuộc thi toàn quốc về thương mại điện tử. Khi tổ chức cần tham khảo kinh nghiệm từ các cuộc thi thành công như cuộc thi Olympic Tin học Sinh viên Việt Nam (OLP) do Hội Tin học Việt Nam (VAIP) chủ trì và cuộc thi Tài năng trẻ Logistics Việt Nam – Viet Nam Young Logistics Talents do Hiệp hội Phát triển nhân lực Logistics Việt Nam (VALOMA) chủ trì. Cuộc thi toàn quốc về thương mại điện tử sẽ khuyến khích phong trào học tập thương mại điện tử, phát hiện các tài năng trẻ. Đồng thời, cuộc thi tạo ra cơ hội tốt cho hoạt động định hướng nghề nghiệp và phổ biến, tuyên truyền về những lợi ích khi theo học ngành này. Ngoài ra, cuộc thi sẽ thúc đẩy sự hợp tác chặt chẽ hơn giữa các cơ quan quản lý nhà nước, các tổ chức và cộng đồng kinh doanh trực tuyến.

Thứ tám, nhanh chóng nâng cao chất lượng học liệu thương mại điện tử.

Nhanh chóng đẩy mạnh hoạt động liên kết, giao lưu giữa các trường để chia sẻ giáo trình giảng dạy và tài liệu tham khảo thương mại điện tử. Từ đó khai thác hiệu quả giáo trình và tài liệu từ mọi trường phục vụ đội ngũ giảng viên cũng như sinh viên trên phạm vi cả nước. Trong giai đoạn đầu có thể triển khai hoạt động này trong nội bộ các thành viên của mạng lưới các cơ sở đào tạo thương mại điện tử.

Bên cạnh giáo trình in cần có phiên bản điện tử để thuận lợi hơn trong việc cập nhật hàng năm những thay đổi mau lẹ trong lĩnh vực này. Phiên bản điện tử cập nhật định kỳ hàng năm, nửa năm hoặc bất cứ khi nào có những thay đổi lớn trong xu hướng, công nghệ, giải pháp kinh doanh hay những điển hình kinh doanh.

Các trường đại học cũng cần phối hợp với doanh nghiệp để xây dựng các phiên bản điện tử này. VECOM có thể hỗ trợ các trường mời các chuyên gia, doanh nhân đang trực tiếp tham gia hoạt động thương mại điện tử để đóng góp ý kiến cũng như trở thành những thành viên cùng xây dựng nội dung, tài liệu giảng dạy bám sát thực tiễn kinh doanh của doanh nghiệp.

Thứ chín, đẩy mạnh hoạt động định hướng nghề nghiệp, phổ biến tuyên truyền về ngành thương mại điện tử.

Bộ Công Thương Bộ Giáo dục và Đào tạo và VECOM cần phối hợp chặt chẽ với các trường đại học triển khai các hoạt động phổ biến tuyên truyền nhằm cung cấp thông tin đa dạng về những lợi ích của việc học thương mại điện tử, định hướng cho việc tuyển sinh vào ngành. Các trường đại học có thể hợp tác với cộng đồng doanh nghiệp triển khai các hoạt động hướng nghiệp cụ thể, hiệu quả cho học sinh từ bậc phổ thông biết tới và quan tâm học ngành thương mại điện tử.

Thứ mười, chú trọng hơn tới kiểm định chất lượng chương trình đào tạo ngành thương mại điện tử

Các cơ quan quản lý nhà nước, bao gồm Bộ Giáo dục và Đào tạo và Bộ Công Thương, cùng VECOM cần quan tâm hơn tới tình hình kiểm định chất lượng chương trình đào tạo ngành thương mại điện tử trình độ đại học, phấn đấu tới năm 2025 có ít nhất 40% chương trình đào tạo ngành thương mại điện tử được kiểm định và đạt yêu cầu. Các trường đại học cần chủ động hơn trong việc hoàn thiện chương trình đào tạo ngành thương mại điện tử và tiến hành kiểm định phù hợp các tiêu chuẩn đã ban hành.

Ngoài ra, VECOM cũng khuyến nghị mỗi trường nên dự đoán cụ thể nhu cầu nguồn nhân lực rất đa dạng của lĩnh vực thương mại điện tử và thế mạnh đào tạo của trường mình, từ đó xây dựng chương trình đào tạo ngành hoặc chuyên ngành thương mại điện tử mang bản sắc riêng. Khi đó, lợi thế cạnh tranh khi tuyển sinh của trường sẽ tăng lên, đồng thời đáp ứng tốt hơn nhu cầu tuyển dụng nhân sự đa dạng của doanh nghiệp.

TÌNH HÌNH ĐÀO TẠO THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

1. ĐÀO TẠO NGÀNH THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ: CON SỐ ẤN TƯỢNG

1.1. Số trường đã đào tạo ngành thương mại điện tử

Trước năm 2013, một số trường đại học đã giảng dạy thương mại điện tử. Tới năm 2013 hai trường đại học đầu tiên đào tạo ngành thương mại điện tử trình độ đại học là Trường Đại học Thương mại và Trường Đại học Công nghiệp Tp. Hồ Chí Minh.

Trong mười năm qua số trường đại học mở ngành đào tạo thương mại điện tử với mã ngành 7340122 tăng lên nhanh chóng. Kết hợp nhiều phương pháp khảo sát có thể thấy tới nay đã có ít nhất 36 trường đã đào tạo ngành thương mại điện tử trình độ đại học (cử nhân ngành thương mại điện tử).

Số trường đào tạo ngành TMĐT trình độ đại học

36

Đây là những trường đào tạo cử nhân theo mã ngành 7340122 thuộc lĩnh vực đào tạo Kinh doanh và Quản lý, nhóm Ngành kinh doanh.

Trên thực tế, thương mại điện tử là lĩnh vực có tính liên ngành rất cao và gắn bó chặt chẽ không chỉ trong lĩnh vực đào tạo kinh doanh và quản lý mà còn với một số lĩnh vực đào tạo khác, bao gồm Khoa học xã hội và Hành vi (731), Pháp luật (738), Máy tính và Công nghệ thông tin (748), Công nghệ kỹ thuật (751) hay Du lịch, khách sạn (781).

Thông tư số 09/2022/TT-BGDĐT ngày 06 tháng 6 năm 2022 quy định **Danh mục thống kê ngành đào tạo của giáo dục đại học**. Ngành đào tạo là tập hợp kiến thức và kỹ năng chuyên môn trong phạm vi hoạt động nghề nghiệp, khoa học và công nghệ. Nhóm ngành đào tạo là tập hợp một số ngành đào tạo có những đặc điểm chung về chuyên môn. Lĩnh vực đào tạo là tập hợp nhóm ngành đào tạo có những đặc điểm chung về chuyên môn hoặc nghề nghiệp. Một chương trình đào tạo được phân loại và sắp xếp vào một ngành trong Danh mục khi chứa đựng kiến thức và kỹ năng chuyên môn cốt lõi của ngành đó.

Theo Điều 6 quy định việc bổ sung ngành mới vào danh mục, năm 2022 Danh mục này đã bổ sung các ngành mới là Kinh tế số (7310109) và Công nghệ tài chính (7340205).

Thực tế khảo sát chương trình đào tạo ngành Kinh tế số cho thấy sự khác biệt không lớn với chương trình đào tạo ngành thương mại điện tử. Mặt khác, khái niệm thương mại điện tử ở nước

ta rất rộng, vượt xa phạm vi của bán lẻ hàng hoá trực tuyến. Ranh giới giữa thương mại điện tử và kinh doanh số ngày càng mờ nhạt. Do đó, Báo cáo này coi thương mại điện tử và kinh doanh số là tương đương. Trong khi đó mối quan hệ giữa ngành thương mại điện tử và kinh tế số cần có sự khảo cứu kỹ hơn.

Bảng 1. Một số ngành đào tạo liên quan chặt chẽ với ngành thương mại điện tử

731			Khoa học xã hội và hành vi
	01		Kinh tế học
		01	Kinh tế
		02	Kinh tế chính trị
		04	Kinh tế đầu tư
		05	Kinh tế phát triển
		06	Kinh tế quốc tế
		07	Thống kê kinh tế
		08	Toán kinh tế
		09	Kinh tế số
734			Kinh doanh và quản lý
	01		Kinh doanh
		01	Quản trị kinh doanh
		15	Marketing
		16	Bất động sản
		20	Kinh doanh quốc tế
		21	Kinh doanh thương mại
		22	Thương mại điện tử
		23	Kinh doanh thời trang và dệt may
	02		Tài chính-Ngân hàng- Bảo hiểm
		01	Tài chính - Ngân hàng
		04	Bảo hiểm
		05	Công nghệ tài chính

	04		Quản trị - Quản lý
		05	Hệ thống thông tin quản lý
		09	Quản lý dự án
738			Pháp luật
	01		Luật
		07	Luật Kinh tế
748			Máy tính và công nghệ thông tin
	01		Máy tính
	02		Công nghệ thông tin
		01	Công nghệ thông tin
		02	An toàn thông tin
751			Công nghệ kỹ thuật
	06		Quản lý công nghiệp
		05	Logistics và Quản lý chuỗi cung ứng
781			Du lịch, khách sạn, thể thao và dịch vụ cá nhân
	01		Du lịch
		03	Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành
	02		Khách sạn, nhà hàng
		01	Quản trị khách sạn
		02	Quản trị nhà hàng và dịch vụ ăn uống

Phụ lục 3 giới thiệu chương trình đào tạo ngành kinh tế số của Học viện Chính sách và Phát triển và Trường Đại học Công nghệ thông tin và Truyền thông – Đại học Thái Nguyên. Đồng thời, Bảng 3 giới thiệu chuyên ngành Du lịch điện tử. Việc đối chiếu các chương trình đào tạo này là cơ hội để nhìn nhận rõ hơn các khái niệm kinh tế số, kinh doanh số và thương mại điện tử trong lĩnh vực đào tạo trình độ đại học.

Bảng 2. Đào tạo ngành Kinh tế số

Học viện Chính sách và Phát triển

Khoa Kinh tế số

Ngành: Kinh tế số, mã ngành 7310112

Chuyên ngành: Kinh tế và Kinh doanh số

*** Mục tiêu:**

+ Đào tạo cử nhân ngành Kinh tế số - Chuyên ngành kinh tế và kinh doanh số có kiến thức cơ bản về dữ liệu lớn, công nghệ thông tin và quản lý kinh tế trong thời đại số; có kiến thức chuyên sâu về kinh doanh trên nền tảng số và các kỹ năng dẫn dắt để chuyển đổi số cho các tổ chức hay các doanh nghiệp;

+ Đào tạo cho người học những kiến thức cơ bản về dữ liệu lớn, công nghệ thông tin và quản lý kinh tế, nắm bắt được xu hướng chuyển đổi số của các tổ chức và doanh nghiệp trong thời đại số.

+ Đào tạo những kiến thức chuyên sâu về kinh doanh và thương mại dựa trên nền tảng số; marketing số, an toàn và bảo mật dữ liệu, mạng máy tính và truyền thông trong nền kinh tế số. Ngoài ra, quá trình đào tạo cũng cung cấp cho người học kiến thức về thiết kế, vận hành và khai thác các công cụ trên nền tảng web như hệ thống ERP, CRM, HRM, ... để phát triển kinh doanh nhằm nâng cao sức cạnh tranh của doanh nghiệp, phát triển, khởi nghiệp và đổi mới sáng tạo.

* Khả năng học tập, nâng cao trình độ sau khi ra trường

+ Bảo đảm việc liên thông khối kiến thức ngành Kinh tế hoặc ngành Công nghệ thông tin, ngành Thương mại điện tử, ngành Kinh doanh số với các cơ sở đào tạo khác ở Việt Nam và quốc tế.

* Vị trí việc làm

+ Chuyên gia quản lý thương mại, quản lý hệ thống kinh doanh trực tuyến, quản lý kênh phân phối cho các doanh nghiệp sản xuất, tập đoàn kinh tế, công ty thương mại - dịch vụ, ...

+ Chuyên viên hoặc quản lý tại các doanh nghiệp cung cấp giải pháp thương mại điện tử, giải pháp kinh doanh trên nền tảng số;

+ Chuyên viên truyền thông và quản trị kênh truyền thông cho các tổ chức hoặc doanh nghiệp;

Nguồn: Giới thiệu Khoa Kinh tế số - Chuyên ngành Kinh tế & Kinh doanh số

Bảng 3. Chương trình đào tạo chuyên ngành Du lịch điện tử

Tên chương trình (Tiếng Việt)	DU LỊCH ĐIỆN TỬ
Tên chương trình (Tiếng Anh)	E-TOURISM
Mã ngành	7810102
Trường cấp bằng	Đại học Huế
Đơn vị đào tạo	Trường Du Lịch – Đại học Huế
Tên gọi văn bằng	Cử nhân
Trình độ đào tạo	Đại học
Số tín chỉ yêu cầu	125/142 tín chỉ
Hình thức đào tạo	Đào tạo chính quy
Chương trình tham khảo khi xây dựng	Chương trình đào tạo ngành Du lịch, Trường Du lịch – Đại học Huế; Chương trình đào tạo ngành Thương mại điện tử, Đại học Nguyễn Tất Thành; Chương trình đào tạo Du lịch điện tử trình độ đại học của Đại học Khoa học ứng dụng Salzburg (Salzburg University of Applied Sciences) (Áo) và Chương trình đào tạo bậc đại học thuộc lĩnh vực Du lịch điện tử của Trường Đại học Klaipėda ở Lithuania (Ucraina).
Thời gian thiết kế hoặc điều chỉnh bản mô tả chương trình đào tạo	Tháng 10/2021

Nguồn: Bản mô tả chương trình đào tạo ngành Du lịch điện tử

1.2. Số trường sẽ đào tạo ngành thương mại điện tử

Đáng chú ý trong số 67 trường trả lời Phiếu khảo sát có tới 21 trường cho biết sẽ đào tạo ngành thương mại điện tử. Ngay trong năm học 2022 – 2023 đã có một số trường bắt đầu tuyển sinh ngành này. Chẳng hạn, Trường Đại học Kinh tế (Đại học Quốc gia Hà Nội) bắt đầu tuyển sinh ngành Công nghệ Tài chính và Kinh doanh số, Trường Đại học Ngoại thương sẽ tuyển sinh chương trình chất lượng cao Kinh doanh số thuộc ngành Kinh doanh quốc tế.⁷

⁷ <https://vnexpress.net/dai-hoc-mo-nhieu-nganh-moi-4478870.html>

Ngoài những trường này, nếu tính tới nhiều trường đại học trên cả nước chưa tham gia khảo sát thì số lượng trường có thể đào tạo ngành thương mại điện tử tới năm 2025 có thể tăng lên đáng kể.

Số trường sẽ đào tạo ngành TMĐT trình độ đại học

21

Ví dụ như Trường đại học Trưng Vương nằm ngoài cuộc khảo sát, nhưng tháng 5 năm 2022 trường này đã thành lập Hội đồng thẩm định chương trình đào tạo ngành thương mại điện tử trình độ đại học. Tháng 12 năm 2021 Trường Đại học Gia Định thông báo dự kiến sẽ mở ngành đào tạo thương mại điện tử trong năm 2022.⁸

1.3. Phân bố trường đào tạo ngành thương mại điện tử theo địa phương

Trong số 36 trường đại học đào tạo ngành thương mại điện tử có 14 trường ở miền Bắc, 5 trường ở miền Trung và 17 trường ở miền Nam.

Phân bố các trường đại học đào tạo ngành thương mại điện tử

14

Miền Bắc

5

Miền Trung

17

Miền Nam

Trong số 14 trường ở miền Bắc có 13 trường ở Thủ đô Hà Nội, 1 trường ở Thái Nguyên.

Với 17 trường ở miền Nam, có 14 trường ở Tp. Hồ Chí Minh, 3 trường ở các tỉnh Đồng Nai, Bình Dương và Trà Vinh.

Các trường đào tạo ngành thương mại điện tử ở miền Trung phân bố từ Nghệ An tới Quảng Ngãi, bao gồm 3 trường ở Đà Nẵng, 2 trường còn lại thuộc các tỉnh Nghệ An và Quảng Ngãi.

Cuộc khảo sát chưa phát hiện các trường đại học vùng ở Tây Nguyên và Cần Thơ đào tạo ngành thương mại điện tử trình độ đại học.

Bảng 4. Danh sách các trường đại học đào tạo ngành thương mại điện tử

⁸ <https://drive.google.com/file/d/13QUmafXwpjXc0b-TqVorYsLNKCNi1ucb/view>

STT	Tên Trường	Website	Đơn vị
	Miền Bắc		
1	Trường Đại học Công nghệ Giao thông vận tải	https://daotao.ptit.edu.vn/nganh-hoc/734012	Khoa Kinh tế vận tải
2	Trường Đại học Đại Nam	https://dainam.edu.vn/vi/khoa-thuong-mai-dien-tu	Khoa Thương mại điện tử và Kinh tế số
3	Trường Đại học Điện lực	https://cntt.epu.edu.vn/	Khoa Kinh tế và Quản lý
4	Trường Đại học Đông Đô	http://daihocdongdo.edu.vn/thuong-mai-dien-tu/gioi-thieu-khoa-thuong-mai-dien-tu.html	Khoa Thương mại điện tử
5	Trường Đại học Hòa Bình	https://daihochoabinh.edu.vn/khoa-bo-mon/khoa-qtkd-dl/hddt/-/content/933431/gioi-thieu-ve-nganh-thuong-mai-dien-tu.html	Khoa Quản trị kinh doanh
6	Trường Đại học Kinh tế Quốc dân	https://vienthuongmaikinhte-quocte.neu.edu.vn/	Viện Thương mại và Kinh tế quốc tế
7	Trường Đại học Phương Đông	http://cntt.phuongdong.edu.vn/	Khoa Công nghệ thông tin và Truyền thông
8	Trường Đại học Thương Mại	https://httttmdt.tmu.edu.vn/	Khoa Hệ thống thông tin kinh tế và Thương mại điện tử
9	Trường Đại học Thủy Lợi	http://fem.tlu.edu.vn/	Khoa Kinh tế và Quản lý
10	Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông	https://daotao.ptit.edu.vn/nganh-hoc/734012	Khoa Quản trị kinh doanh
11	Học viện Nông nghiệp Việt Nam (VNUA)	https://vnua.edu.vn/	Khoa Kế toán và Quản trị kinh doanh
12	Trường CNTT và Truyền thông – Đại học Thái Nguyên	http://eis.ictu.edu.vn/co-cau-to-chuc.html?fbclid=IwAR3NOxm2uP-TU3y-I5490ctvUnAdht1jIKY_ooRIt-K9oHMOqAls8fsUhtdJs	Khoa Hệ thống thông tin kinh tế
13	Đại học Mở Hà Nội	http://kinhte.hou.edu.vn/	Khoa Kinh tế
14	Trường Quốc tế - Đại học Quốc gia Hà Nội	http://www.is.vnu.edu.vn	Khoa Kinh doanh quốc tế
	Miền Trung		

STT	Tên Trường	Website	Đơn vị
1	Trường Đại học Đông Á	https://donga.edu.vn/tuyensinh/tu-van/chon-nganh-hoc	Khoa Quản trị
2	Trường Đại học Phạm Văn Đồng	http://pdu.edu.vn/a/index.php?dept=09&disd=n	Khoa Kinh tế
3	Trường Kinh tế - Đại học Đà Nẵng	http://due.udn.vn/vi-vn/khoathuongmaidientu-ds/cid/3362	Khoa Thương mại điện tử
4	Trường Kinh tế - Đại học Vinh	https://eco.vinhuni.edu.vn/tuyen-sinh/seo/gioi-thieu-ve-nganh-thuong-mai-dien-tu-98652	Khoa Kinh tế
5	Trường Đại học Duy Tân	https://duytan.edu.vn/tuyen-sinh/Page/EducationDetail.aspx?id=338	Trường Kinh tế
Miền Nam			
1	Trường Đại học Công nghệ thông tin, ĐH Quốc gia TP HCM	https://www.uit.edu.vn/tong-quan-nganh-thuong-mai-dien-tu	Khoa Hệ thống thông tin
2	Trường Đại học Công nghệ TP HCM (HUTECH)	https://www.hutech.edu.vn/khoactm/index.php/dao-tao/chuong-trinh-dao-tao	Khoa Tài chính – Thương mại
3	Trường Đại học Công nghiệp TP HCM	http://tuyensinh.iuh.edu.vn/	Khoa Thương mại Du lịch
4	Trường Đại học Hoa Sen (HSU)	https://www.hoasen.edu.vn/tuyen-sinh/dao-tao/	Khoa Logistic và Thương mại quốc tế
5	Trường Đại học Hồng Bàng	https://eportfolio.hiu.vn/kinh-te-quan-ly/thuong-mai-dien-tu/	Khoa Kinh tế - Quản trị
6	Trường Đại học Kinh tế - Luật, ĐH Quốc gia TP HCM	https://www.uel.edu.vn/ArticleId/2a747e0d-2fb4-4639-a6a1-e8ade20db3d8/chinh-quy	Khoa Hệ thống thông tin
7	Trường Đại học Kinh tế - Tài chính TP HCM	https://www.uef.edu.vn/nganh/nganh-thuong-mai-dien-tu-1494	Khoa Công nghệ thông tin
8	Trường Đại học Kinh tế TP HCM	https://www.ueh.edu.vn/dao-tao/dai-hoc-chinh-quy/cu-nhan-chinh-quy-chuan	Khoa Công nghệ thông tin kinh doanh
9	Trường Đại học Nguyễn Tất Thành	https://fba.ntt.edu.vn/dao-tao	Khoa Quản trị kinh doanh

STT	Tên Trường	Website	Đơn vị
10	Trường Đại học quốc tế RMIT Việt Nam	https://www.rmit.edu.vn/study-at-rmit/undergraduate-programs/bachelor-business-digital-business#overview	Khoa Kinh doanh và Quản trị
11	Trường Đại học Quốc tế Sài Gòn (SIU)	https://www.siu.edu.vn/vi-VN/kinh-doanh-va-luat/zone/tong-quan-ve-chuyen-nganh-thuong-mai-dien-tu/1222/77641/print	Khoa Kinh doanh và Luật
12	Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật TP HCM	https://fe.hcmute.edu.vn/	Khoa Kinh tế
13	Trường Đại học Văn Hiến	https://ktqt.vhu.edu.vn/	Khoa Kinh Tế - Quản trị
14	Trường Đại học Văn Lang	https://www.vanlanguni.edu.vn/dao-tao/nganh-dao-tao	Khoa Thương mại
15	Trường Đại học Trà Vinh	https://www.tvu.edu.vn/	Khoa Kinh tế - Luật
16	Trường Đại học Lạc Hồng	https://lhu.edu.vn/	Khoa Công nghệ thông tin
17	Trường Đại học Thủ Dầu Một	https://tdmu.edu.vn/	Khoa Kinh tế

1.4. Năm bắt đầu đào tạo ngành thương mại điện tử

Trong số các trường đào tạo ngành thương mại điện tử trả lời khảo sát, có 23% trường mở ngành này từ năm 2015 trở về trước. Số trường mở ngành này từ năm 2016 tới năm 2020 là 49% và từ năm 2021 đến nay là 28%.

Năm bắt đầu đào tạo ngành TMĐT
(Tỷ lệ %)

23

Trước 2016

49

2016 - 2020

28

Từ 2021

1.5. Đơn vị đào tạo ngành thương mại điện tử

Đến năm 2022 xu hướng đào tạo ngành thương mại điện tử tại các đơn vị thuộc khối kinh tế - quản trị kinh doanh đã chiếm ưu thế cao. Trong số 36 trường đào tạo ngành thương mại điện tử thì 32 trường, chiếm gần 90%, giao các khoa thương mại điện tử hay các khoa thuộc khối kinh tế - quản trị kinh doanh giảng dạy, trong số đó có hai khoa Kinh tế số.

Tại 4 trường giao khoa công nghệ thông tin giảng dạy ngành thương mại điện tử có một khoa thiên về kinh tế, đó là Khoa **Công nghệ thông tin kinh doanh** thuộc Đại học Kinh tế Tp. Hồ Chí Minh. Khoa này đào tạo năm ngành, trong đó có ba ngành thiên về kinh doanh là thương mại điện tử, hệ thống thông tin kinh doanh và hệ thống hoạch định nguồn lực doanh nghiệp.

Tỷ lệ % các khoa kinh tế đào tạo TMĐT

66

Năm 2008

88

Năm 2022

Vài năm gần đây khái niệm chuyển đổi số và kinh tế số được ưa dùng ở nước ta. Một số trường đại học có xu hướng đặt tên đơn vị đào tạo bao hàm "kinh tế số". Chẳng hạn, Trường đại học Đại Nam có khoa Thương mại điện tử và Kinh tế số, Học viện Chính sách và Phát triển có Khoa Kinh tế số.

Bảng 5. Đơn vị đào tạo thương mại điện tử giai đoạn 2008 - 2010

Theo Báo cáo Tình hình đào tạo Thương mại điện tử tại các trường đại học và cao đẳng năm 2008 và 2010, có hai hướng tiếp cận đào tạo TMĐT là tiếp cận theo hướng công nghệ thông tin và tiếp cận theo hướng kinh tế - quản trị kinh doanh.

Báo cáo năm 2008 cho thấy có 30 trường đại học đào tạo về Thương mại điện tử, trong đó 20 trường giao các khoa kinh tế - quản trị kinh doanh phụ trách (chiếm 66%), 10 trường giao khoa công nghệ thông tin. Theo quy định của Bộ Giáo dục và Đào tạo, ngành Hệ thống thông tin kinh tế nằm trong khối ngành kinh tế - quản trị kinh doanh.

Năm 2010 con số này đã tăng lên 49 trường đại học. Tỷ lệ trường giao các đơn vị thuộc khối ngành kinh tế - quản trị kinh doanh giảng dạy Thương mại điện tử tăng lên so với năm 2008.

1.6. Tên ngành

Phần lớn các trường đại học trong nước đặt tên ngành là "Thương mại điện tử". Trong khi đó trường quốc tế RMIT gọi tên ngành là "Kinh doanh số/Digital Business".

1.7. Chương trình đào tạo

Chương trình đào tạo ngành thương mại điện tử cơ bản bám sát chương trình khung của Bộ Giáo dục và Đào tạo, bao gồm học phần chung và học phần tự chọn với số tín chỉ dao động trong khoảng 130. Chẳng hạn, chương trình đào tạo ngành thương mại điện tử của Đại học Thương mại bao gồm 139 tín chỉ. Trong khi đó, chương trình của Trường đại học Công nghệ thông tin – Đại học Quốc gia Hồ Chí Minh bao gồm 126 tín chỉ.

Phần lớn các trường công bố bản mô tả chương trình đào tạo trên Trang thông tin điện tử. Tuy nhiên, chất lượng trang thông tin điện tử của một số trường chưa cao nên các bên liên quan chưa dễ dàng tiếp cận.

Đáng chú ý còn ít nhất 6 trường chưa công bố bản mô tả chương trình đào tạo ngành thương mại điện tử lên trang thông tin điện tử của trường mình.

Phụ lục 2 giới thiệu chương trình đào tạo ngành thương mại điện tử của hai trường đầu tiên mở ngành đào tạo này. Đó là Trường Đại học Thương mại và Trường Đại học Công nghiệp Tp. Hồ Chí Minh. Hai chương trình này được nhiều trường đại học khác tham khảo khi xây dựng ngành thương mại điện tử của mình. Đồng thời, đây cũng là hai chương trình đào tạo ngành thương mại điện tử đầu tiên đã tiến hành kiểm định chất lượng và được công nhận đạt theo tiêu chuẩn trong nước.

Số trường chưa công bố chương trình đào tạo ngành TMĐT trên website

6

2. ĐÀO TẠO CHUYÊN NGÀNH THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

2.1. Số trường đã đào tạo chuyên ngành thương mại điện tử

Kết hợp các phương pháp khảo sát cho thấy có 36 trường đã đào tạo chuyên ngành thương mại điện tử, trong số đó có 23 trường vừa có ngành vừa có chuyên ngành, 14 trường chỉ có chuyên ngành.

Số trường đào tạo chuyên ngành TMĐT

36

Bảng 6. Danh sách các trường đại học đào tạo chuyên ngành thương mại điện tử

STT	Tên Trường	Website	Có ngành và chuyên ngành	Chỉ có chuyên ngành
1	Trường Đại học Đại Nam	https://dainam.edu.vn/	1	
2	Trường Đại học Đông Đô	http://daihocdongdo.edu.vn	1	
3	Trường Đại Học Gia Định	https://giadinh.edu.vn/	1	
4	Trường Đại học Hoa Sen	https://www.hoasen.edu.vn	1	
5	Trường Đại học Kinh tế - Đại học Đà Nẵng	http://due.udn.vn/	1	
6	Trường Đại học Kinh tế - Luật, Đại học Quốc gia TP HCM	https://www.uel.edu.vn	1	
7	Trường Đại học Kinh tế - Tài chính TP. HCM	https://www.uef.edu.vn	1	
8	Trường Đại học Kinh tế Quốc dân	https://neu.edu.vn/	1	
9	Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông	https://ptit.edu.vn	1	
10	Học viện Nông nghiệp Việt Nam	https://vnua.edu.vn/	1	
11	Trường Đại học Công nghệ Giao thông vận tải	https://www.utt.edu.vn/	1	
12	Trường Đại học Công nghệ thông tin và Truyền thông - Đại học Thái Nguyên	http://ictu.edu.vn	1	
13	Trường Đại học Công nghệ thông tin, ĐHQG TP. HCM	https://www.uit.edu.vn	1	
14	Trường Đại học Công nghệ TP.HCM	https://www.hutech.edu.vn	1	
15	Trường Đại học Điện Lực	https://epu.edu.vn/	1	
16	Trường Đại học Kinh tế TP. HCM	https://www.ueh.edu.vn	1	
17	Trường Đại học Phương Đông	http://phuongdong.edu.vn/	1	
18	Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật TP.HCM	https://hcmute.edu.vn/	1	
19	Trường Đại học Thương Mại	https://tmu.edu.vn/	1	
20	Trường Đại học Thủy Lợi	http://tlu.edu.vn/	1	
21	Trường Đại học Trà Vinh	https://tvu.edu.vn/	1	
22	Trường Đại học Văn Hiến	https://vhu.edu.vn/	1	
23	Trường Đại học Văn Lang	https://www.vanlanguni.edu.vn/	1	
24	Trường Đại học Duy Tân	https://duytan.edu.vn/		1

STT	Tên Trường	Website	Có ngành và chuyên ngành	Chỉ có chuyên ngành
25	Trường Du lịch - Đại học Huế	http://huht.hueuni.edu.vn/		1
26	Trường Đại học Bà Rịa - Vũng Tàu	https://bvuu.edu.vn/		1
27	Trường Đại học Công nghiệp Việt Hưng	https://www.viu.edu.vn/		1
28	Trường Đại học Cửu Long	https://mku.edu.vn/		1
29	Trường Đại học Kinh tế - Đại học Huế	https://fba.hce.edu.vn/		1
30	Trường Công nghệ Thông tin và Truyền thông Việt - Hàn, Đại học Đà Nẵng	https://de.vku.udn.vn/		1
31	Trường Đại học Mở Địa Chất	https://humg.edu.vn/		1
32	Trường Đại học Mở TP. HCM	http://kqtkd.ou.edu.vn/		1
33	Trường Đại học Ngân hàng TP. HCM	https://buh.edu.vn/		1
34	Trường Đại học Ngoại thương	http://qtkd.ftu.edu.vn		1
35	Trường Đại học Yersin Đà Lạt	https://yersin.edu.vn/		1
36	Trường Du lịch – Đại học Huế (*)	http://huht.hueuni.edu.vn/		1

(*) Chuyên ngành Du lịch trực tuyến, mã ngành 7810102

2.2. Số trường sẽ đào tạo chuyên ngành thương mại điện tử

Trong số 67 trường tham gia trả lời phiếu khảo sát, 17 trường dự kiến sẽ đào tạo chuyên ngành thương mại điện tử trong những năm tới. Do số trường trả lời phiếu khảo sát còn nhỏ so với tổng số các trường đại học đào tạo các ngành về kinh tế - thương mại – công nghệ thông tin nên có thể dự đoán số trường dự kiến đào tạo chuyên ngành thương mại điện tử cao hơn đáng kể so với con số 17.

Số trường sẽ đào tạo chuyên ngành TMĐT

17

2.3. Phân bố trường đào tạo chuyên ngành thương mại điện tử theo địa phương

Tương tự như đào tạo ngành thương mại điện tử, các trường đại học đào tạo chuyên ngành thương mại điện tử tập trung ở Hà Nội, Tp. Hồ Chí Minh và Đà Nẵng. Tuy nhiên, tại bốn địa phương khác là Bà Rịa – Vũng Tàu, Lâm Đồng, Vĩnh Long và Thừa Thiên – Huế đã có trường đại học đào tạo chuyên ngành này.

2.4. Năm bắt đầu đào tạo chuyên ngành thương mại điện tử

Trong số các trường đào tạo chuyên ngành thương mại điện tử trả lời khảo sát, có 26% trường đào tạo từ năm 2015 trở về trước. Số trường đào tạo chuyên ngành này từ năm 2016 tới năm 2020 là 46% và từ năm 2021 đến nay là 28%.

Các tỷ lệ này rất tương đồng với những tỷ lệ tương ứng đối với năm bắt đầu đào tạo ngành thương mại điện tử.

Năm bắt đầu đào tạo ngành chuyên ngành TMĐT
(Tỷ lệ %)

26

Trước 2016

46

2016 - 2020

28

Từ 2021

2.5. Đơn vị đào tạo chuyên ngành thương mại điện tử

Gần như toàn bộ các trường đại học đào tạo chuyên ngành thương mại điện tử tại các khoa kinh tế - thương mại. Một trường đào tạo chuyên ngành này tại Khoa Công nghệ thông tin.

Bảng 7. Chuyên ngành thương mại điện tử tại Khoa CNTT

Trường Đại học Công nghiệp Việt – Hưng

Tuyển sinh đại học chính quy năm 2022

Ngành Công nghệ thông tin, mã ngành 7480201

Chỉ tiêu tuyển sinh: 400

Các chuyên ngành:

- Công nghệ thông tin
- Công nghệ truyền thông đa phương tiện
- Thương mại điện tử
- Thiết kế đồ họa
- Quảng cáo số
- Tin học – kế toán

<https://www.viu.edu.vn/bai-viet/tuyen-sinh/thong-bao-tuyen-sinh-khoa-46-10017.html>

Trường Đại học Cửu Long

Khoa Công nghệ thông tin – Truyền thông

Ngành Công nghệ Thông tin, mã ngành: 7480201

Các chuyên ngành:

- * Kỹ thuật phần mềm.
- * Phát triển ứng dụng di động.
- * Trí tuệ nhân tạo.
- * Thương mại điện tử.
- * Mạng máy tính & truyền thông.
- * An toàn thông tin.
- * Công nghệ đa phương tiện.

<https://mku.edu.vn/khoa-cong-nghe-thong-tin-truyen-thong-20200623256.html>

2.6. Tên chuyên ngành

Hầu hết tên của chuyên ngành là thương mại điện tử. Một số trường có các chuyên ngành khác nhưng khảo sát chương trình đào tạo thấy có sự tương đồng cao với chuyên ngành này, được giảng dạy ở các ngành quản trị kinh doanh, du lịch...

Bảng 8. Chuyên ngành Kinh tế số của BRU

Trường Đại học Bà Rịa – Vũng Tàu (BRU)

Ngành: Quản trị kinh doanh

Chuyên ngành: Kinh tế số

Kinh tế số thuộc chuyên ngành của ngành Quản trị kinh doanh trang bị kiến thức về dữ liệu lớn, công nghệ thông tin và quản lý kinh tế, nắm bắt được xu hướng chuyển đổi số của doanh nghiệp trong thời đại số, mô hình kinh doanh mới trong thời đại 4.0 với sự sáng tạo, chuyển đổi nền kinh tế truyền thống vào nền kinh tế kỹ thuật số. Mặt khác, sinh viên được trang bị các kỹ năng: nghiên cứu khoa học, kỹ năng hoạch định chiến lược kinh doanh cho doanh nghiệp khi thực hiện chuyển đổi số.

Nguồn: <https://tuyensinh.bvu.edu.vn/kinh-te-so/>

2.7. Chương trình đào tạo chuyên ngành TMĐT

Chuyên ngành thương mại điện tử có thể được đào tạo trong chương trình đào tạo ngành quản trị kinh doanh, hệ thống thông tin quản lý, kinh doanh thương mại hoặc các ngành khác.

Bảng 9. Chương trình đào tạo chuyên ngành thương mại điện tử của HCE

Trường Đại học Kinh tế - Đại học Huế

Khoa Quản trị kinh doanh

Trình độ đào tạo: Đại học

Chuyên ngành đào tạo: Thương mại điện tử

Ngành đào tạo: Kinh doanh thương mại

Mã ngành: 52340121

Loại hình đào tạo: Chính quy

*** Mục tiêu đào tạo:**

Đào tạo cử nhân ngành Kinh doanh thương mại, chuyên ngành Thương mại điện tử có trí tuệ và nhân cách tốt, có kiến thức và kỹ năng chuyên môn cao ở trình độ đại học, ngoại ngữ và thông thạo công nghệ thông tin, thương mại điện tử; có khả năng tham gia hoạch định chiến lược, chính sách, kế hoạch và tổ chức hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp thương mại điện tử; có khả năng thích ứng trong môi trường kinh doanh cạnh tranh, dưới điều kiện làm việc áp lực cao, năng động sáng tạo, quan hệ giao tiếp tốt, có khả năng tự lập.

*** Quy trình đào tạo, điều kiện tốt nghiệp:**

- Quy trình đào tạo theo tín chỉ.
- Điều kiện tốt nghiệp: Sinh viên cần tích lũy tối thiểu 122 tín chỉ, trong đó phần bắt buộc 90 tín chỉ và phần tự chọn tối thiểu 32 tín chỉ.

TT	Mã học phần	Tên học phần	Số tín chỉ	Học kỳ dự kiến
13	DHNN1 032	Tiếng Anh cơ bản 3	2	3
7.1.4 Toán - Tin học - Khoa học tự nhiên - Công nghệ - Môi trường			9	
14	HTTT1 053	Tin học ứng dụng	3	3
15	HTTT1 043	Toán ứng dụng trong kinh tế	3	1
16	HTTT1 033	Lý thuyết xác suất và thống kê toán	3	2
7.1.5 Giáo dục thể chất				
7.1.6 Giáo dục quốc phòng - an ninh				
7.2. KIẾN THỨC GIÁO DỤC CHUYÊN NGHIỆP			88/114	
7.2.1 Kiến thức của khối chuyên ngành			15/15	
17	KTPT2023	Kinh tế vĩ mô 1	3	2
18	KTPT2033	Kinh tế vĩ mô 1	3	2
19	KTTC2013	Nguyên lý kế toán	3	3
20	QTKD3023	Quản trị học	3	3
21	KTTC2223	Tài chính - tiền tệ 1	3	4
7.2.2 Kiến thức của khối chuyên ngành			50/61	
7.2.2.1 Kiến thức chung của ngành			24	
22	HTTT3433	Thống kê kinh doanh 1	3	3
23	QTKD2013	Marketing căn bản	3	4
24	QTKD3033	Quản trị chiến lược	3	5
25	QTKD3043	Quản trị nhân lực	3	4
26	QTKD3053	Quản trị tài chính	3	5
27	QTKD5263	Thương mại điện tử căn bản	3	4
28	HTTT2133	Hệ thống thông tin quản lý	3	5
29	QTKD4353	Kinh tế quốc tế	3	6
7.2.2.12 Kiến thức chuyên sâu của ngành			26/37	
30	QTKD4293	Marketing điện tử	3	6
31	HTTT3183	Cơ sở lập trình	3	5
32	HTTT4323	Quản trị Cơ sở dữ liệu	3	6

33	QTKD4313	Phân tích và thiết kế hệ thống TMĐT	3	7
34	QTKD4493	Quản trị tác nghiệp TMĐT	3	6
35	QTKD5112	Tiếng Anh chuyên ngành	(2)	5
36	HTTT5123	Mạng máy tính	(3)	6
37	HTTT3283	Hệ thống hoạch định nguồn lực doanh nghiệp (ERP)	(3)	6
38	QTKD4173	Quản trị quan hệ khách hàng	(3)	6
39	HTTT5113	Lập trình WEB	(3)	7
40	QTKD4422	Quản trị rủi ro trong thương mại điện tử	2	7
41	QTKD4432	Thanh toán điện tử	2	7
42	QTKD4412	Chiến lược kinh doanh điện tử	2	6
43	QTKD4412	Kỹ năng bán hàng	2	5
7.2.3 Kiến thức bổ trợ			12/27	
44	QTKD5223	Khởi sự doanh nghiệp	3	6
45	QTKD3063	Phương pháp nghiên cứu trong kinh doanh	3	4
46	QTKD4413	Quản trị bán lẻ	(3)	6
47	QTKD4163	Quản trị chuỗi cung	(3)	5
48	HTTT4203	Lập trình ứng dụng trong quản lý	(3)	7
49	QTKD5123	Quản trị dự án	(3)	6
50	QTKD4203	Đàm phán Kinh doanh	(3)	6
51	QTKD4263	Quản trị xuất nhập khẩu I	(3)	6
52	HTTT2053	Kinh tế lượng	(3)	2
7.2.4 Thực tập, kiến tập nghề nghiệp			4	
53	QTKD5554	Thực tập nghề nghiệp	4	7
7.2.4 Thực tập cuối khóa			7	
54	QTKD5557	Thực tập làm khóa luận TN	7	8
55	QTKD5552	Chuyên đề tổng hợp	2	8
56	QTKD5555	Chuyên đề thực tập cuối khóa	5	8
Tổng cộng			122/152	

Nguồn: Chương trình đào tạo hệ chính quy

3. HỌC PHẦN THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

3.1. Số trường giảng dạy học phần thương mại điện tử

Các trường đã đào tạo ngành hay chuyên ngành thương mại điện tử đều có học phần thương mại điện tử. Ngoài những trường này, khảo sát các trường khác cho thấy có 53 trường đã giảng dạy học phần thương mại điện tử.

Số trường đào tạo học phần TMĐT

53

Bảng 10. Danh sách các trường đại học giảng dạy học phần thương mại điện tử

STT	Tên trường	Website
1	Học viện Báo chí và Tuyên truyền	https://ajc.edu.vn/
2	Học viện Ngân hàng	http://hvn.edu.vn/
3	Học viện Quản lý Giáo dục	http://daotao.naem.edu.vn/
4	Khoa các Khoa học liên ngành - ĐHQGHN	https://sis.vnu.edu.vn/
5	Khoa Quốc tế - Đại học Thái Nguyên	https://is.tnu.edu.vn/
6	Trường Đại học An Giang	https://agu.edu.vn/
7	Trường Đại học Bạc Liêu	https://blu.edu.vn/
8	Trường Đại học Cần Thơ	https://www.ctu.edu.vn/
9	Trường Đại học Công nghệ Đồng Nai	https://dntu.edu.vn/
10	Trường Đại học Công nghệ Miền Đông	https://mit.vn/
11	Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội	https://www.hau.edu.vn/
12	Trường Đại học Công nghiệp Thực phẩm TP. HCM	https://hufi.edu.vn/
13	Trường Đại học Đồng Nai	http://dnpu.edu.vn/
14	Trường Đại học Đồng Tháp	https://www.dthu.edu.vn/
15	Trường Đại học FPT	https://daihoc.fpt.edu.vn/
16	Trường Đại học Giao thông vận tải TP.HCM	https://ut.edu.vn/
17	Trường Đại học Hà Nội	https://www.hanu.edu.vn
18	Trường Đại học Hàng hải Việt Nam	http://vimaru.edu.vn/
19	Trường Đại học Hòa Bình	https://daihochoabinh.edu.vn

STT	Tên trường	Website
20	Trường Đại học Hồng Đức	http://hdu.edu.vn/
21	Trường Đại học Hùng Vương TP. HCM	https://hvuh.edu.vn/
22	Trường Đại học Kiên Giang	http://vnkgu.edu.vn/
23	Trường Đại học Kinh doanh và Công nghệ Hà Nội	http://hubt.edu.vn/
24	Trường Đại học Kinh tế - ĐHQGHN	http://ueb.edu.vn
25	Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp	http://uneti.edu.vn/
26	Trường Đại học Kinh tế Công Nghiệp Long An	https://daihoclongan.edu.vn/
27	Trường Đại học Kinh tế Nghệ An	https://dhktna.edu.vn/
28	Trường Đại học Kỹ thuật - Công nghệ Cần Thơ	https://www.ctuet.edu.vn/
29	Trường Đại học Lâm nghiệp	http://vnuf.edu.vn/
30	Trường Đại học Lao động xã hội	http://www.uls.edu.vn/
31	Trường Đại học Ngoại ngữ - Tin học TP. HCM	http://huflit.edu.vn/
32	Trường Đại học Ngoại thương Cơ sở II – TP.HCM	http://cs2.ftu.edu.vn/
33	Trường Đại học Nha Trang	https://ntu.edu.vn/
34	Trường Đại học Nông lâm - Đại học Thái Nguyên	http://fed.tuaf.edu.vn/
35	Trường Đại học Nông Lâm TP. HCM	https://hcmuaf.edu.vn/
36	Trường Đại học Phan Thiết	https://upt.edu.vn/
37	Trường Đại học Phú Xuân	https://phuxuan.edu.vn/
38	Trường Đại học Quang Trung	https://qtu.edu.vn/
39	Trường Đại học Quốc tế - Đại học Quốc gia TP. HCM	https://hcmiu.edu.vn/
40	Trường Đại học Quy Nhơn	https://qnu.edu.vn/
41	Trường Đại học Sài Gòn	http://sgu.edu.vn/
42	Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật Vinh	http://www.vuted.edu.vn
43	Trường Đại học Tài chính - Marketing	https://ufm.edu.vn/
44	Trường Đại học Tài nguyên và Môi trường	https://hunre.edu.vn/
45	Trường Đại học Tây Nguyên	https://www.ttn.edu.vn/
46	Trường Đại học Thái Bình	https://tbu.edu.vn/
47	Trường Đại học Thành Đô	https://www.thanhdo.edu.vn
48	Trường Đại học Thành Đông	https://thanhdong.edu.vn
49	Trường Đại học Tiền Giang	http://www.tgu.edu.vn/
50	Trường Đại học Tôn Đức Thắng	https://tdtu.edu.vn/

STT	Tên trường	Website
51	Trường Đại học Võ Trường Toản	http://www.vttu.edu.vn/
52	Học viện Hàng không Việt Nam	https://vaa.edu.vn/
53	Trường Quản trị Kinh doanh – ĐHQGHN	https://hsb.edu.vn/

3.2. Đơn vị giảng dạy học phần thương mại điện tử

Học phần thương mại điện tử được nhiều đơn vị khác nhau giảng dạy, điển hình là các khoa Quản trị kinh doanh, Công nghệ thông tin, Hệ thống thông tin quản lý, Marketing, Logistics và Quản lý chuỗi cung ứng, Quản lý doanh nghiệp, Kinh tế, v.v...

3.3. Tên học phần thương mại điện tử

Tên gọi phổ biến là học phần thương mại điện tử hay thương mại điện tử căn bản. Tuy nhiên, có những học phần có tên gọi khác nhưng nội dung đào tạo gắn chặt với thương mại điện tử, ví dụ như kinh doanh số (Digital Business).

Bảng 11. Học phần Kinh doanh số

<p>Đại học Ngoại thương Tên học phần: Kinh doanh số (Digital Business) Mã học phần: DBZ306 Khoa/Viện: Kinh tế và Kinh doanh quốc tế Bộ môn phụ trách: Kinh doanh quốc tế</p> <p>Mô tả học phần: Học phần Kinh doanh số giúp trang bị những kiến thức lí luận và thực hành cơ bản liên quan đến hoạt động kinh doanh trong môi trường số và các nền tảng công nghệ thông tin. Sau khi hoàn thành học phần, sinh viên có thể vận dụng những kiến thức cơ bản về kinh doanh và ứng dụng công nghệ trong kinh doanh để xây dựng chiến lược kinh doanh, tạo lập mô hình kinh doanh, đổi mới để cạnh tranh và tăng trưởng cho doanh nghiệp trên phạm vi toàn cầu. Học phần Phát triển kinh doanh số trang bị kiến thức, kỹ năng và thái độ cho sinh viên trở thành công dân của nền kinh tế số toàn cầu</p>

Nguồn: Học phần Kinh doanh số_FTU

3.4. Hình thức và số tín chỉ

Tùy mục tiêu đào tạo của mỗi trường mà học phần thương mại điện tử là bắt buộc hay tùy chọn. Số tín chỉ thông thường là 2 hoặc 3. Có trường chỉ dạy lý thuyết, có trường yêu cầu tín chỉ thực hành.

Bảng 12. Thương mại điện tử là học phần bắt buộc

Trường Đại học Ngoại thương	
Ngành: Quản trị kinh doanh, mã 7340101	
Chuyên ngành: Quản trị kinh doanh quốc tế	
Tên chương trình đào tạo: Chương trình tiên tiến Quản trị kinh doanh quốc tế	
Số tín chỉ cần đạt được: 138	
Thời gian đào tạo: 4 năm	
Hình thức học tập: Chính quy	
Ngôn ngữ đào tạo: Tiếng Anh	
Khối kiến thức chuyên ngành	
Học phần bắt buộc	
<i>Thương mại điện tử (E-commerce)</i>	
<i>Số tín chỉ: 3</i>	
<i>Trên lớp: Lý thuyết: 30</i> <i>Thực hành, thảo luận: 15</i>	
<i>Tiểu luận, bài tập lớn, thực tập: 22,5</i>	
<i>Tự học có hướng dẫn: 67,5</i>	

Bảng 13. Thương mại điện tử là học phần tự chọn

Trường Đại học Công nghiệp Quảng Ninh	
Tên chương trình: Quản trị kinh doanh tổng hợp	
Trình độ đào tạo: Đại học	
Ngành đào tạo:	Quản trị kinh doanh, mã ngành: 7340101
Tên tiếng Anh:	Business administration
Hình thức đào tạo:	Chính quy

TT	Mã HP	Khoa, bộ môn quản lý	Tên học phần	Tín chỉ		
				TS	LT	TH
I			KIẾN THỨC GIÁO DỤC ĐẠI CƯƠNG	41	40	1
II			KIẾN THỨC GIÁO DỤC CHUYÊN NGHIỆP	99	79	20
1			Kiến thức cơ sở ngành	25	25	0
2			Kiến thức ngành	67	54	13
2.1			Phần bắt buộc	63	50	13

2.1.1			Kiến thức chung của ngành	29	26	3
2.1.2			Kiến thức chuyên ngành	34	24	10
40		BM QTKD	Quản trị kinh doanh	3	3	0
41		BM QTKD	Quản trị sản xuất và tác nghiệp	4	4	0
42		BM QTKD	Phân tích hoạt động sản xuất kinh doanh	3	3	0
43		BM QTKD	Quản trị tài chính doanh nghiệp	3	3	0
44		BM QTKD	Quản trị Marketing	3	3	0
45		BM QTKD	Quản trị nhân lực	3	3	0
46		BM QTKD	Quản trị chi phí kinh doanh	3	3	0
47		BM QTKD	Đề án khởi sự kinh doanh	3	2	1
48		BM QTKD	Thực tập nghiệp vụ + Thực tế sản xuất	3	0	3
49		BM QTKD	Thực tập tốt nghiệp	6	0	6
2.2			Phần tự chọn (chọn 1 trong 3 học phần sau)	2	2	0
50		BM QTKD	Kinh doanh xuất nhập khẩu	2	2	0
51		BM TCNH	Tài chính tiền tệ	2	2	0
52		BM QTKD	Thương mại điện tử	2	2	0
2.3			Kiến thức bổ trợ (chọn 1 trong 3 học phần sau)	2	2	0
Tổng tín chỉ toàn khóa (không kể GDQP và GDTC)				140	119	21

4. CÁC HỌC PHẦN LIÊN QUAN VỚI THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

4.1. Các học phần liên quan

Thương mại điện tử có mối quan hệ liên ngành cao, do đó cần xem xét đào tạo ngành hoặc học phần thương mại điện tử trong mối liên quan với nhiều ngành hoặc chuyên ngành khác.

Cuộc khảo sát yêu cầu các cơ sở đào tạo cho biết có đào tạo các ngành, chuyên ngành hoặc học phần sau hay không:

Marketing số (Tiếp thị số hay tiếp thị trực tuyến)

Thanh toán điện tử (Thanh toán trực tuyến)

Logistics và Quản lý chuỗi cung ứng

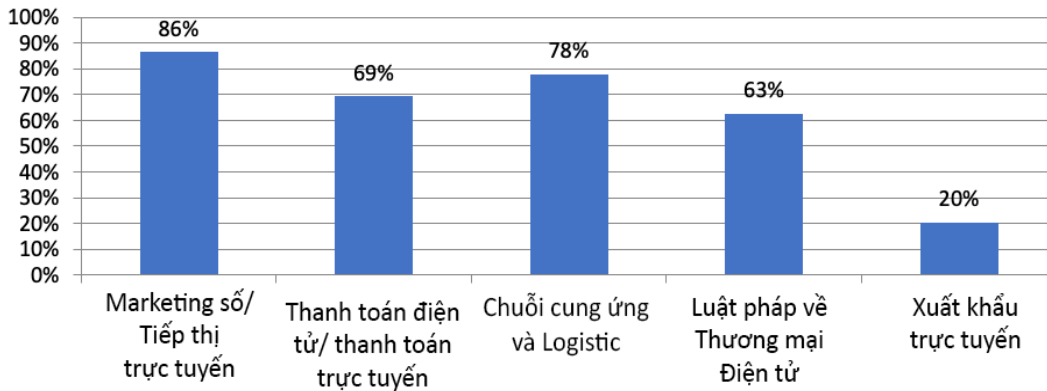
Luật pháp về thương mại điện tử

Xuất khẩu trực tuyến

4.2. Số trường giảng dạy học phần liên quan thương mại điện tử

Bức tranh chung là có tới 86% các trường trả lời phiếu khảo sát đã giảng dạy Tiếp thị số, 78% giảng dạy Logistics và Quản lý chuỗi cung ứng, 69% giảng dạy Thanh toán trực tuyến. Pháp luật về thương mại điện tử cũng được quan tâm cao khi có tới 63% trường giảng dạy.

Hình 1. Tỷ lệ % các trường giảng dạy học phần liên quan thương mại điện tử



Số trường trả lời phiếu khảo sát: 67

5. GIẢNG VIÊN

5.1. Số lượng và chất lượng

Do ngành thương mại điện tử có tính liên ngành cao nên đội ngũ giảng viên giảng dạy ngành hay chuyên ngành này tập hợp đội ngũ giảng viên từ nhiều khoa, bộ môn. Mặc dù phiếu khảo sát yêu cầu cung cấp chi tiết về tình hình giảng viên nhưng câu trả lời thường phân tán và độ tin cậy không cao.

Từ thông tin về giảng viên thu được từ phiếu khảo sát có thể thấy:

Tổng số giảng viên cơ hữu tham gia giảng dạy các môn học về TMĐT: nếu hiểu là giảng viên trực tiếp giảng dạy về TMĐT thì số lượng rất thấp (2-5), còn nếu hiểu là các giảng viên liên quan đến ngành TMĐT thì số lượng rất cao (40-60).

- Số lượng giảng viên là Giáo sư, Phó Giáo sư: con số trung bình tại các trường khá thấp.
- Số lượng giảng viên là Tiến sĩ: số lượng dao động trong khoảng 1-10.
- Số lượng giảng viên là Thạc sĩ: chiếm tỷ lệ cao nhất.
- Số lượng giảng viên là cử nhân: hầu như không có.
- Số giảng viên thỉnh giảng từ các trường khác: khá thấp.
- Số giảng viên thỉnh giảng từ các doanh nghiệp: khá thấp.

Bảng 14. Tình hình giảng viên

Trường (*)	1. Tổng số giảng viên cơ hữu tham gia giảng dạy các học phần về TMĐT	1.1. Số lượng giảng viên là GS, PGS	1.2. Số lượng giảng viên là Tiến sĩ	1.3. Số lượng giảng viên là Thạc sĩ	1.4. Số lượng giảng viên là Cử nhân	1.5. Tỷ lệ % giảng viên đào tạo tại nước ngoài?	2. Tổng số giảng viên thỉnh giảng từ các trường khác tham gia giảng dạy các học phần về TMĐT?	3. Tổng số giảng viên thỉnh giảng từ doanh nghiệp tham gia giảng dạy các học phần về TMĐT?
1	2	0	0	2	0	10	2	1
2	3	0	0	3	0	30	5	5
3	4	0	1	4	N	N	4	3
4	5	0	1	4	0	60	0	0
5	5	1	1	3	0	30	12	3
6	10	2	1	7	0	50	3	2
7	10	0	0	10	N	N	N	N
8	10	0	5	13	0	90	1	3
9	10	1	3	6	0	70	5	4
10	12	0	3	9	0	30	N	3
11	15	1	8	6	0	20	0	4
12	16	2	3	11	0	0	2	3
13	16	3	6	10		50	N	N
14	20	3	9	8	0	30	4	5
15	20	0	10	10	0	30	2	2
16	23	1	17	6	0	20	2	10
17	24	1	4	20	0	25	N	5
18	25	2	13	10	0	20	0	0
19	26	2	5	18	1	35	3	N
20	38	3	17	24	0	50	15	10
21	40	2	5	33	N	N	20	5
22	40	10	15	25	0	35	0	8
23	60	5	50	10	0	10	0	0
24	N	N	N	N	N	N	2	2
25	N	N	N	N	0	10	20	5
26	N	1	8	15	1	5	20	15

Mẫu: 26 trường đào tạo ngành thương mại điện tử đã trả lời thông tin

N: Do nhiều đơn vị phối hợp nên không có con số cụ thể

(*) Thông tin về giảng viên không công khai trên website của nhiều trường đại học, do đó Bảng này không cung cấp tên trường

Bên cạnh thông tin định lượng về giảng viên có được từ các phiếu khảo sát, thông tin định tính liên quan tới giảng viên từ các cuộc phỏng vấn với gần 30 trường giúp đánh giá chính xác, toàn diện hơn.

- Phần lớn giảng viên thương mại điện tử xuất phát từ các ngành khác chuyển sang giảng dạy thương mại điện tử.
- Nguồn nhân lực giảng viên thiếu nhưng khó tuyển dụng do yêu cầu giảng viên phải có bằng cấp cả ngành Kinh doanh và Công nghệ thông tin.
- Số lượng giảng viên được đào tạo chính quy về thương mại điện tử còn hạn chế, đa số các trường dùng nguồn giảng viên sẵn có từ các ngành công nghệ thông tin và kinh tế - quản trị kinh doanh để học thêm về thương mại điện tử và tham gia giảng dạy.⁹
- Hầu hết các trường đều có nhu cầu tuyển thêm giảng viên chất lượng cao, được đào tạo chuyên sâu về thương mại điện tử.
- Tại nhiều trường hoạt động nghiên cứu khoa học của các giảng viên chưa được chú trọng.
- Một số trường đã quan tâm mời giảng viên thỉnh giảng từ những trường có kinh nghiệm đào tạo nhiều năm trong lĩnh vực thương mại điện tử.
- Việc mời giảng viên thỉnh giảng từ các doanh nghiệp thương mại điện tử hàng đầu gặp nhiều khó khăn.
- Các giảng viên thương mại điện tử rất khó tiếp cận với thực tiễn do lĩnh vực thương mại điện tử phát triển quá nhanh.
- Hoạt động giao lưu, chia sẻ kiến thức giữa các giảng viên với nhau và giữa giảng viên với doanh nghiệp để cập nhật kiến thức thực tế và các phương pháp đào tạo hiệu quả còn yếu.
- Nhiều trường sẵn sàng hỗ trợ giảng viên thương mại điện tử nâng cao trình độ chuyên môn, nghiên cứu khoa học, tiếp cận thực tiễn với các hình thức linh hoạt như tham gia các khoá tập huấn chuyên sâu, tham gia các sự kiện thương mại điện tử uy tín, v.v...
- Một số trường sẵn sàng mời giảng viên giỏi từ nước ngoài về giảng dạy.

5.2. Hoạt động nghiên cứu khoa học

Nguồn lực giảng viên thương mại điện tử vẫn đang trong giai đoạn hình thành và phát triển. Tới giai đoạn hiện nay các giảng viên thương mại điện tử còn dành phần lớn nỗ lực cho công tác giảng dạy. Một số trường và giảng viên đã quan tâm tới hoạt động nghiên cứu khoa học. Tuy nhiên, xét về tổng thể hoạt động nghiên cứu khoa học của các trường và đội ngũ giảng viên chưa được mạnh mẽ.

⁹ Do TMĐT là ngành mới và chưa đào tạo hệ Thạc sĩ tại Việt Nam nên khó có giảng viên đúng ngành TMĐT, chỉ có giảng viên là Tiến sĩ chuyên ngành Thương mại hoặc Kinh doanh thương mại là gần chuyên môn nhất. Những người này thường nắm những vị trí quan trọng tại các đơn vị phụ trách đào tạo về TMĐT và là thành viên chủ chốt trong việc xây dựng và triển khai chương trình đào tạo TMĐT tại các cơ sở đào tạo.

Tại các cuộc làm việc và phỏng vấn, các trường đều cho biết từ nay sẽ chú ý hơn tới hoạt động nghiên cứu khoa học. Đồng thời cũng mong muốn hợp tác cùng VECOM, các tổ chức và các cơ sở đào tạo khác triển khai hoạt động này.

Trường Đại học Thương mại thuộc số ít trường đã tổ chức được hai hội thảo khoa học có uy tín về thương mại điện tử, bao gồm Hội thảo năm 2018 *“Thương mại điện tử và Giải pháp thông tin trong thời kỳ Cách mạng công nghiệp 4.0”* và Hội thảo năm 2020 *“Phát triển Thương mại điện tử Việt Nam trong kỷ nguyên số”*. Những hội thảo này đã nhận được sự hỗ trợ hiệu quả từ Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số thông qua Chương trình phát triển Thương mại điện tử quốc gia. Năm 2022 hai đơn vị này sẽ tổ chức Hội thảo *“Giải pháp phát triển kinh tế số và thương mại điện tử bền vững cho Việt Nam”*¹⁰



Hội thảo “Phát triển Thương mại điện tử Việt Nam trong kỷ nguyên số” tại Trường Đại học Thương mại.

6. HỌC LIỆU

Theo Bộ Giáo dục và Đào tạo, học liệu là các phương tiện vật chất lưu giữ, mang hoặc phản ánh nội dung học tập, nghiên cứu. Học liệu có thể sử dụng dưới dạng truyền thống (tranh ảnh, ảnh dạng thẻ) và học liệu điện tử. Học liệu điện tử là các tài liệu học tập được số hóa theo một kiến trúc định dạng và kịch bản nhất định, được lưu trữ trên các thiết bị điện tử như CD, USB, máy tính, mạng máy tính nhằm phục vụ cho việc dạy và học. Dạng thức số hóa có thể là văn bản (text), bảng dữ liệu, âm thanh, hình ảnh, video, phần mềm máy tính và hỗn hợp các dạng thức nói trên.¹¹

¹⁰ <https://vecom.vn/thu-moi-viet-bai-hoi-thao-khoa-hoc-quoc-gia-giai-phap-phat-trien-kinh-te-so-va-thuong-mai-dien-tu-ben-vung-cho-viet-nam>

¹¹ Thông tư số 11/2018/TT-BGDĐT ngày 06 tháng 4 năm 2018 ban hành Tiêu chí để xác định hàng hoá chuyên dùng phục vụ trực tiếp cho giáo dục. <https://thuvienphapluat.vn/van-ban/Giao-duc/Thong-tu-11-2018-TT-BGDĐT-tieu-chi-xac-dinh-hang-hoa-chuyen-dung-phuc-vu-truc-tiep-cho-giao-duc-380049.aspx>

Trước đó Bộ này diễn giải học liệu điện tử (hay học liệu số) là tập hợp các phương tiện điện tử phục vụ dạy và học, bao gồm: Giáo trình điện tử, sách giáo khoa điện tử, tài liệu tham khảo điện tử, bài kiểm tra đánh giá điện tử, bản trình chiếu, bảng dữ liệu, các tệp âm thanh, hình ảnh, video, bài giảng điện tử, phần mềm dạy học, thí nghiệm mô phỏng và các học liệu được số hoá khác.¹²

6.1. Giáo trình

Việc giảng dạy thương mại điện tử có thể cần giáo trình từ nhiều nguồn. Kết quả khảo sát cho thấy 81% các trường tham khảo giáo trình của các trường tiên phong trong đào tạo ngành thương mại điện tử, 67% sử dụng giáo trình của nước ngoài và 56% trường tự biên soạn giáo trình.

Khi tự biên soạn giáo trình, kết quả khảo sát cũng cho thấy mức độ sử dụng tài liệu nước ngoài cao hơn nhiều so với tài liệu trong nước.

Tỷ lệ % các trường sử dụng giáo trình của nước ngoài

67

6.2. Tài liệu tham khảo

Tài liệu tham khảo trong nước khá khan hiếm nhưng cũng chưa được khai thác hiệu quả. Chẳng hạn, hai tài liệu phổ biến nhất là ấn phẩm thường niên Sách trắng Thương mại điện tử Việt Nam của Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số - Bộ Công Thương (<https://idea.gov.vn/?page=document>) và Báo cáo Chỉ số Thương mại điện tử Việt Nam của Hiệp hội Thương mại điện tử (<http://ebi.vecom.vn/Trang-chu.aspx>). Tuy nhiên, một số giảng viên thương mại điện tử chưa biết tới và khai thác các tài liệu này.

Một số trường đã chủ động thu thập các tài liệu và thống kê thương mại điện tử từ nước ngoài phục vụ cho nghiên cứu, giảng dạy và học tập. Chẳng hạn, Trường Đại học Thương mại đã đăng ký tài khoản với một trong những công ty nghiên cứu thị trường hàng đầu thế giới Statista (<https://www.statista.com/>).

6.3. Thông tin từ các sự kiện thương mại điện tử

Những sự kiện thường niên lớn về thương mại điện tử như Toàn cảnh Thương mại điện tử Việt Nam (VOBF - <https://vobf.vecom.vn/>), Diễn đàn Tiếp thị trực tuyến (VOMF - <https://vobf.vecom.vn/>) thu hút sự quan tâm rất lớn của cộng đồng kinh doanh trực tuyến, có nhiều bài trình bày nổi bật về xu hướng công nghệ, giải pháp và ý tưởng kinh doanh số, nhưng nhiều trường đại học chưa quan tâm và tham dự.

¹² https://lawnet.vn/vb/thong-tu-21-2017-tt-bgdtdt-boi-duong-tap-huan-qua-mang-cho-giao-vien-nhan-vien-can-bo-giao-duc-4f5b5.html#dieu_2-2

Bên cạnh đó, nhiều sự kiện chuyên sâu về các lĩnh vực kinh doanh gắn với thương mại điện tử như Diễn đàn Hoàn tất đơn hàng (<https://fs.vecom.vn/>) hay Diễn đàn Du lịch trực tuyến (<https://otd.vecom.vn/>) cũng chưa nhận được sự quan tâm, tham gia thoả đáng từ các cơ sở đào tạo thương mại điện tử.

VECOM là đơn vị tổ chức các sự kiện này hầu như không nhận được yêu cầu nào từ các trường về giới thiệu diễn giả, nội dung bài trình bày, v.v...

6.4. Cơ sở vật chất, phần mềm và thực hành

Trong số các trường đã đào tạo ngành thương mại điện tử có 50% trường đã trang bị phòng thực hành. Tuy nhiên, chỉ có 30% trường có phần mềm hỗ trợ thực hành. Các phần mềm thực hành thương mại điện tử cho sinh viên còn chưa phong phú và sát với thực tế. Phần lớn các trường mong muốn tiếp cận những nền tảng mới đang thông dụng trên thị trường để tạo cơ hội cho sinh viên thực tập.

Tỷ lệ % các trường đã có phòng thực hành

50

Phần lớn chương trình đào tạo thương mại điện tử của các trường đều nặng về lý thuyết. Có tới trên 70% các trường cho biết tổng số giờ thực hành chiếm không quá 1/3 thời gian của học phần này.

7. HỢP TÁC TRONG ĐÀO TẠO THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

Hợp tác đào tạo là xu hướng rõ ràng trong những năm gần đây của nhiều ngành hay chuyên ngành đào tạo. Các trường đã hợp tác với doanh nghiệp, các tổ chức nghề nghiệp và các trường đại học trong nước và nước ngoài nhằm nâng cao chất lượng đào tạo thương mại điện tử.

7.1 Hợp tác với doanh nghiệp

Hợp tác với doanh nghiệp là hình thức hợp tác phổ biến nhất với 80% các trường đã triển khai hoạt động này. Tỷ lệ cao này phản ánh yêu cầu rõ ràng của việc đào tạo thương mại điện tử phải gắn liền với thực tiễn kinh doanh.

Tỷ lệ % các trường đã hợp tác với doanh nghiệp

80

Tương đồng với hình thức hợp tác, có tới 90% các trường cho biết hợp tác với doanh nghiệp đạt hiệu quả hoặc rất hiệu quả, trong khi tỷ lệ tương ứng với các trường trong nước và nước ngoài là 77% và 63%.

Các trường đều mong muốn nội dung đào tạo có tính ứng dụng thực tế để ra trường sinh viên có thể làm việc ngay mà không mất nhiều thời gian đào tạo lại của doanh nghiệp. Một số trường đã mời giảng viên thỉnh giảng từ doanh nghiệp và bước đầu có hiệu quả khá tốt.

Tuy nhiên hình thức kết hợp giữa doanh nghiệp với nhà trường hiện nay vẫn còn manh mún. Đa số do cá nhân giảng viên tự liên hệ với doanh nghiệp hoặc cá nhân trong doanh nghiệp về hỗ trợ đào tạo. Hoạt động hợp tác chính thức và dài hạn giữa doanh nghiệp với nhà trường chưa được triển khai mạnh mẽ. Trong giai đoạn tới, sự hợp tác này cần có cơ chế và kế hoạch rõ ràng, bao gồm kế hoạch đào tạo, kế hoạch kiến tập hay thực tập, hoạt động thực nghiệm tham quan doanh nghiệp của sinh viên, các hoạt động tuyển dụng sinh viên sau khi ra trường, v.v...

Bảng 15. Lợi ích của các trường đại học khi hợp tác với doanh nghiệp TMĐT

Hợp tác giữa trường đại học với doanh nghiệp thương mại điện tử sẽ mang lại lợi ích cho cả hai bên.

- Trong giai đoạn liên kết tuyển sinh đầu vào, trường sẽ dựa vào thông tin đặt hàng của doanh nghiệp để có tiêu chí tuyển sinh phù hợp.
- Trong giai đoạn đào tạo ngành thương mại điện tử, trường có thể sử dụng phần mềm của các doanh nghiệp và đưa vào chương trình đào tạo như phần mềm thiết kế website, nền tảng tiếp thị liên kết, quản trị khách hàng...
- Doanh nghiệp có thể tư vấn xây dựng mục tiêu, nội dung đào tạo phù hợp với thực tiễn kinh doanh. Doanh nghiệp cử các nhà quản lý, nhà tuyển dụng, chuyên gia tham gia vào việc xây dựng mục tiêu, nội dung chương trình đào tạo dựa trên cơ sở chương trình khung và dạy cái gì mà xã hội và người học cần. Từ đó, các trường đại học kịp thời nắm bắt thông tin, cập nhật kiến thức, điều chỉnh nội dung, chương trình, dự báo các ngành nghề mới theo xu hướng chuyển dịch cơ cấu kinh tế, cơ cấu sản xuất để tiến kịp với sự phát triển của đời sống xã hội.
- Khi nhà trường hợp tác chặt chẽ với doanh nghiệp, sinh viên được tham quan, học tập tại doanh nghiệp, có điều kiện thực hành trên những dự án thương mại điện tử thực tế. Thông qua các hợp đồng đào tạo, doanh nghiệp sẽ đóng góp kinh phí đào tạo, góp phần bổ sung cơ sở vật chất phục vụ đào tạo cũng như cải thiện đời sống vật chất cho cán bộ, giảng viên của trường.
- Thông qua hợp tác với doanh nghiệp, nhà trường tăng cơ hội kiểm tra, đánh giá chất lượng đào tạo, đồng thời trường có thể mời chuyên gia tại các doanh nghiệp tham gia cùng sinh viên thảo luận, điều chỉnh mục tiêu, nội dung để nâng cao chất lượng đào tạo.
- Đội ngũ cán bộ, giảng viên và nghiên cứu viên tăng cơ hội tiếp cận thực tiễn kinh doanh, nắm bắt các công nghệ, giải pháp mới...
- Tăng cơ hội thực tập và tuyển dụng của sinh viên học thương mại điện tử. Việc liên kết với các doanh nghiệp sẽ giải quyết được nhu cầu thực tập và việc làm cho các sinh viên ngay sau khi tốt nghiệp.

Hình thức hợp tác phổ biến nhất là các doanh nghiệp thương mại điện tử nhận sinh viên từ các trường tới thực tập. Nhiều doanh nghiệp hội viên VECOM đã tích cực tham gia hoạt động này.

Hình thức khác là các trường phối hợp với doanh nghiệp tổ chức hội thảo, tọa đàm, trao đổi... giúp giảng viên và sinh viên tiếp cận các công nghệ, giải pháp mới hay những vấn đề nổi bật khác. Chẳng hạn, tháng 3/2022 Trường Đại học Kinh tế quốc dân phối hợp với doanh nghiệp Dr.SME và một số đơn vị khác tổ chức Hội thảo “Chuyển đổi số - Những gì cần làm ngay”. Một trong những chủ đề được trình bày và thảo luận tại Hội thảo là phát triển nguồn nhân lực cho chuyển đổi số nói chung và thương mại điện tử nói riêng.¹³ Tháng 4/2022 Trường Đại học Thương mại ký Thỏa thuận Hợp tác với 4 công ty đối tác.¹⁴ Ngày 02/7/2022 Trường Đại học Kinh tế Tài chính Tp. Hồ Chí Minh phối hợp với hơn 20 doanh nghiệp tổ chức Ngày hội việc làm – UEF Job Fair 2022. Sự kiện này mang tới cơ hội việc làm cho sinh viên năm thứ ba và năm cuối của trường với hơn 30 ngành đào tạo. Tại sự kiện UEF và VECOM đã ký Thỏa thuận Hợp tác.¹⁵



Ngày hội việc làm – UEF Job Fair 2022.

7.2. Hợp tác với các tổ chức

Một số trường đã hợp tác với các cơ quan quản lý nhà nước về thương mại điện tử và các tổ chức khác liên quan đến công nghệ thông tin và truyền thông, tài chính hay logistics.

Đặc biệt, sau cuộc khảo sát phục vụ xây dựng Báo cáo này, nhiều trường đại học quan tâm hợp tác với Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam (VECOM). Tính từ tháng 3 đến tháng 8 đã có trên 10 trường cùng VECOM ký Thỏa thuận Hợp tác đào tạo thương mại điện tử.

¹³ <https://drsme.edu.vn/hoi-thao-chuyen-doi-so-nhung-dieu-can-lam-ngay>

¹⁴ <https://htttmdt.tmu.edu.vn/vi/news/dao-tao/le-ki-ket-thoa-thuan-hop-tac-giua-truong-dai-hoc-thuong-mai-va-4-cong-ty-doi-tac-512.html>

¹⁵ <https://www.uef.edu.vn/tin-tuc-su-kien/hon-2-000-vi-tri-tuyen-dung-danh-cho-sinh-vien-tai-ngay-hoi-viec-lam-uef-job-fair-2022-16031>



Lễ ký Thỏa thuận Hợp tác giữa Trường Đại học Thủy Lợi với VECOM

Ngay sau khi ký Thỏa thuận hợp tác, VECOM và các trường đã nhanh chóng có những hoạt động cụ thể. Điển hình là VECOM và Trường Đại học Điện lực đã tổ chức Talk Show “*Fintech và Cơ hội nghề nghiệp*” với sự tham gia của đông đảo sinh viên thương mại điện tử.

Tiếp đó, VECOM cùng Trường Đại học Công nghệ Tp. Hồ Chí Minh tổ chức Hội thảo “*Giảng dạy, học tập và cơ hội nghề nghiệp cho sinh viên ngành Thương mại điện tử*”¹⁶



Talk Show về cơ hội nghề nghiệp tại Trường Đại học Điện lực

¹⁶ <https://giaoducthoidai.vn/nhieu-co-hoi-viec-lam-va-phat-trien-nghe-nghiep-voi-nganh-thuong-mai-dien-tu-post591961.html>

7.3. Hợp tác với các cơ sở đào tạo khác

Tỷ lệ các trường cho biết đã hợp tác với các trường trong nước và nước ngoài tương ứng là 54% và 41%.

8. CÁC HOẠT ĐỘNG HỖ TRỢ ĐÀO TẠO

8.1. Thực tập

Càng ngày các trường càng quan tâm hơn tới hoạt động thực tập của sinh viên thương mại điện tử. Không chỉ dừng lại một lần thực tập trong toàn bộ chương trình đào tạo, một số trường đã chú ý tới hoạt động thực tập trong cả quá trình học tập tại trường của sinh viên.

Chẳng hạn, Trường Đại học Thương mại đã liên kết với khoảng 40 doanh nghiệp để hỗ trợ sinh viên thực tập. Trường thiết kế học phần học thực tế tại các doanh nghiệp và tính điểm vào chương trình học.

Năm 2021 Khoa Quản trị Kinh doanh 1 thuộc Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông (PTIT) ban hành *Quy định về Thực hành, thực tập và phát triển kỹ năng bổ trợ của sinh viên ngành Thương mại điện tử*. Theo quy định này, hoạt động thực hành, thực tập và phát triển kỹ năng bổ trợ là học phần bắt buộc, được thể hiện trong chương trình đào tạo (mục “thực tập tốt nghiệp”) có giá trị 04 tín chỉ. Về thời gian và thời lượng, hoạt động thực hành, thực tập và phát triển kỹ năng bổ trợ được thực hiện liên tục và linh hoạt trong suốt quá trình đào tạo tại trường của sinh viên

8.2. Trung tâm khởi nghiệp

Gần 50% trường trả lời phiếu khảo sát cho biết đã thành lập trung tâm khởi nghiệp và 31% sẽ thành lập các trung tâm này.

8.3. Câu lạc bộ


Trên 30% trường có câu lạc bộ sinh viên liên quan đến thương mại điện tử và nhiều trường cho biết sẽ hỗ trợ sinh viên thành lập câu lạc bộ.


Tỷ lệ % các trường đã có câu lạc bộ sinh viên liên quan tới TMĐT


30


Bảng 16. Câu lạc bộ thương mại điện tử E-Plus


[EPLUS CLUB – CLB THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ TRƯỜNG ĐẠI HỌC THƯƠNG MẠI]


 CLB Thương Mại Điện Tử - EPLUS CLUB được thành lập vào năm 2011 dưới sự bảo trợ của Khoa Hệ thống thông tin Kinh tế và Thương mại điện tử, là CLB trực thuộc đoàn trường ĐH Thương mại. Trải qua hơn 10 năm hình thành và phát triển, EPLUS tự hào được các doanh nghiệp luôn tin tưởng và coi là mảnh đất màu mỡ nuôi dưỡng nguồn nhân lực chất lượng nhất về Thương Mại Điện Tử.

 CLB được thành lập với mục đích:

 Tạo dựng sân chơi bổ ích, giao lưu, kết bạn cho các bạn sinh viên Khoa Hệ thống thông tin kinh tế và Thương mại điện tử nói riêng và sinh viên yêu thích Thương mại điện tử nói chung.

 Cùng học tập, nghiên cứu, trao đổi nhằm giúp sinh viên trau dồi, nâng cao kỹ năng thực hành Thương mại điện tử, Công nghệ thông tin, Tiếng anh và các Kỹ năng mềm cần thiết, ...

 Xây dựng và phát triển các sự kiện, hoạt động lớn nhằm mang đến cho sinh viên cơ hội giao lưu học hỏi, tìm việc làm đúng chuyên môn.

 Về cơ cấu, Eplus Club hiện tại đang hoạt động với 3 ban chính: Ban Kỹ Năng Mềm, Ban Kỹ Thuật, Ban Tiếng Anh.

Ngoài ra, CLB còn có các tiểu ban: Tiểu Ban Đối Ngoại, Tiểu Ban Hậu Cần, Tiểu Ban Truyền Thông, Tiểu Ban Văn – Thể - Mỹ...

Nguồn: Fanpage EPlus Club – CLB Thương mại Điện tử ĐH Thương mại

8.4. Các cuộc thi cho sinh viên

Một số trường đã tổ chức cuộc thi thương mại điện tử cho sinh viên trường mình. Số cuộc thi liên trường còn rất ít. Năm 2017 và 2020 Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông (PTIT) đã tổ chức cuộc thi liên trường về thương mại điện tử với tên gọi Young Business Star.¹⁷

Trong khi đã có cuộc thi hàng năm quy mô toàn quốc cho sinh viên ngành công nghệ thông tin hay logistics, tới nay chưa có cuộc thi thương mại điện tử quy mô toàn quốc.

Cuộc thi *Olympic Tin học Sinh viên Việt Nam* (OLP) là sáng kiến của Hội Tin học Việt Nam được tổ chức thường niên từ năm 1992.¹⁸ Trong khi đó Hiệp hội Phát triển nguồn nhân lực Logistics Việt Nam tuy mới thành lập nhưng đã tổ chức các cuộc thi logistics chất lượng dành cho sinh viên các trường đại học và giới trẻ nói chung.¹⁹

¹⁷ <https://www.facebook.com/YES.ptit>

¹⁸ <https://www.olp.vn>

¹⁹ <https://valoma.vn/category/hoat-dong/cac-cuoc-thi-logistics/>

Bảng 17. Cuộc thi CNTT và TMĐT tại Trường Đại học Kinh tế Tài chính Tp. HCM

"ITEC - Competition 2020"

Cuộc thi gồm 2 bảng A và B. Trong đó, Bảng A thi lập trình và Bảng B thi giải pháp công nghệ thông tin và thương mại điện tử. Cuộc thi cũng là dịp để phát hiện, tuyển chọn những tài năng tham gia hội thi Olympic Tin học Sinh viên cấp quốc gia trong thời gian tới.

Bảng A – Thi lập trình

Hình thức và nội dung thi:

- Thí sinh sẽ dự thi theo nhóm, từ 2 – 3 thành viên tại phòng thi theo quy định của Ban tổ chức.
- Các đội sẽ tập trung giải đề theo hình thức viết code bằng các ngôn ngữ: C, C++, Java, Python.
- Ban tổ chức sẽ gửi tới các đội thi tài liệu ôn tập và hướng dẫn sử dụng hệ thống thi trực tuyến Codeforces.
- Thời gian ôn tập: 02 buổi sau khi kết thúc thời gian đăng ký.
- Ngày thi chính thức: 6/8. Nội dung thi bao gồm kiến thức về: Nhập môn lập trình, Kỹ thuật lập trình, Cấu trúc dữ liệu và Giải thuật trong thời gian 120 phút tại phòng 21.02 và 21.03.

Bảng B - Thi giải pháp công nghệ thông tin và thương mại điện tử

Cách thức đăng ký

- Thí sinh dự thi theo nhóm, từ 3 – 5 thành viên (1 đội trưởng)
- Đội trưởng các nhóm sẽ thực hiện đăng ký theo đường link: <https://fituef.github.io/> và nộp danh sách thành viên có dán hình về Văn phòng khoa Công nghệ thông tin. Ban tổ chức sẽ công bố danh sách dự thi trên website.
- Thời gian đăng ký: đến 31/7
- Thời gian chấm vòng sơ loại: 4/8
- Thời gian trình bày sản phẩm dự thi chung kết: 6/8

Hình thức và nội dung thi:

- Giải pháp công nghệ thông tin
- Đối với nội dung phần mềm ứng dụng: Là phần mềm hoàn chỉnh, có khả năng hoặc triển vọng ứng dụng thực tiễn, không vi phạm Luật Sở hữu trí tuệ, chẳng hạn như: chương trình tiện ích, phần mềm giáo dục, phần mềm trò chơi,... và bảo vệ sản phẩm trước Ban giám khảo.
- Các đội tham gia sẽ phải nộp một bản in tài liệu thuyết minh về phần mềm của mình và một CD/DVD cho Ban tổ chức trước vòng sơ khảo.
- Đối với nội dung ý tưởng AI và IoT: Đây là cuộc thi tìm kiếm các dự án khởi nghiệp ứng dụng trí tuệ nhân tạo (AI) và Internet vạn vật (IoT). Các nhóm dự thi trình bày ý tưởng hoặc sản phẩm trước Ban giám khảo trong vòng 15 – 20 phút.

Giải pháp thương mại điện tử

- Nội dung thi bao gồm các kiến thức về: Phát triển ứng dụng thương mại điện tử, Phát triển nội dung số, Phát triển user, Quản trị hoạt động, Nghiên cứu tìm hiểu các thuật toán của Google, Facebook,...
- Các đội dự thi sẽ nộp sản phẩm dự thi gồm 2 phần: Bài thuyết trình dưới dạng Powerpoint; Sản phẩm dự thi có thể là Source code, URL, Video,... về mail cho Ban tổ chức.
- Các sản phẩm dự thi của các đội sẽ được xét qua vòng sơ tuyển mới được trình bày cho Ban giám khảo trong vòng 15 – 20 phút.



Nguồn: "ITEC - Competition 2020": Thêm sân chơi học thuật dành team đam mê Công nghệ thông tin

9. TÌNH HÌNH TUYỂN SINH VÀ VIỆC LÀM CỦA SINH VIÊN

Nhìn chung, điểm đầu vào của sinh viên ngành thương mại điện tử tăng dần theo từng năm học và hiện nay khá cao so với một số ngành khác. Chỉ tiêu tuyển sinh ngành thương mại điện tử cũng có xu hướng tăng dần. Nhiều khoa được giao đào tạo ngành này muốn tăng chỉ tiêu tuyển sinh nhưng trường chưa chấp nhận do phải cân đối với các ngành đào tạo khác.

Nhiều sinh viên khi bắt đầu học ngành hoặc chuyên ngành thương mại điện tử chưa nắm rõ được chuẩn đầu ra cũng như cơ hội tuyển dụng khi tốt nghiệp. Tuy nhiên, tín hiệu đáng mừng là nhu cầu tuyển dụng nhân lực thương mại điện tử tăng nhanh nên đa số sinh viên khi ra trường đều có việc làm liên quan tới lĩnh vực được đào tạo. Thậm chí nhiều sinh viên từ năm thứ hai đã tìm được công việc bán thời gian theo đúng chuyên ngành. Một tín hiệu tích cực khác là nhiều sinh viên ra trường có xu hướng muốn khởi nghiệp kinh doanh trong lĩnh vực thương mại điện tử.

Đáng chú ý, phần lớn những trường mở ngành thương mại điện tử sớm và đã có sinh viên tốt nghiệp tỏ ra tự tin về khả năng tuyển dụng của sinh viên. Điển hình như Trường Đại học Thương mại. Trường này đã đào tạo hàng nghìn cử nhân thương mại điện tử và xây dựng mạng lưới các cựu sinh viên. Khảo sát của trường cho thấy 90% sinh viên thương mại điện tử năm thứ ba đã có việc làm phù hợp với ngành học. Trong khi đó, một số trường mới mở ngành thương mại điện tử và chưa có sinh viên tốt nghiệp bày tỏ mối quan tâm cao về khả năng tìm việc làm của sinh viên.

Trong những năm tới các trường cần xác định rõ chuẩn đầu ra cho sinh viên sát hơn với nhu cầu nhân sự của doanh nghiệp, từ đó điều chỉnh nội dung và phương pháp đào tạo.

Bảng 18. Tình hình việc làm của cử nhân ngành thương mại điện tử

Loại khảo sát	Thông tin cụ thể	Tốt nghiệp năm 2019 (%)	Tốt nghiệp năm 2020 (%)
	Chưa tìm việc vì có ý định khác	11	6
Thời gian tìm được việc làm	Chưa tìm việc vì học nâng cao	0	6
	Có việc làm trước khi tốt nghiệp	17	18
	Có việc làm trong vòng 1 tháng sau tốt nghiệp	50	47
	Có việc làm trong vòng 3 tháng sau tốt nghiệp	11	18
	Đúng ngành	35	50
Việc làm đúng ngành	Ngành gần	42	42
	Không đúng ngành	23	8

Nguồn: Khoa Kinh tế, Đại học Sư phạm Kỹ thuật Tp. Hồ Chí Minh

Bảng 19. Đào tạo ngành thương mại điện tử

<p>Trường đào tạo 4 nhóm ngành là kinh tế, kinh doanh, luật và quản lý.</p> <p>Trong nhóm ngành kinh doanh, quản lý có ngành hệ thống thông tin quản lý và thương mại điện tử. Ngành hệ thống thông tin quản lý đào tạo từ năm 2006. Từ năm 2014 bắt đầu đào tạo ngành Thương mại điện tử. Tới năm 2022 đã đào tạo 775 sinh viên ngành thương mại điện tử.</p> <p>Năm 2021 trường tuyển 139 sinh viên thương mại điện tử. Hiện nay có 549 sinh viên đang theo học ngành này. Có 3 chương trình đào tạo: chuẩn, chất lượng cao, giảng dạy bằng tiếng Anh.</p> <p>Đã có 196 sinh viên từ 4 khoá tốt nghiệp.</p> <p>Tỷ lệ sinh viên ngành thương mại điện tử có việc làm cao.</p>
--

Nguồn: Trường Đại học Kinh tế - Luật, Đại học Quốc gia Hồ Chí Minh

10. HOẠT ĐỘNG HƯỚNG NGHIỆP, PHỔ BIẾN TUYÊN TRUYỀN ĐỐI VỚI NGÀNH ĐÀO TẠO THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

Theo khảo sát của Trung tâm Dự báo nhu cầu nhân lực và Thông tin thị trường lao động Tp. Hồ Chí Minh năm 2019, khoảng 60% sinh viên chọn sai ngành học, 75% thiếu hiểu biết về ngành nghề đã lựa chọn.²⁰ Tương tự, tình hình chung của cả nước, các cơ quan, tổ chức, cơ sở giáo dục

²⁰ <https://vnexpress.net/de-xuat-dai-hoc-tham-gia-ho-tro-hoc-sinh-chon-nghe-4477207.html?fbclid=IwAR2VnT5ul0Qs->

hầu như chưa triển khai hoạt động hướng nghiệp, phổ biến tuyên truyền đối với ngành đào tạo thương mại điện tử.

10.1. Các cơ quan quản lý nhà nước, tổ chức nghề nghiệp

Cho tới nay các cơ quan, tổ chức hàng đầu liên quan tới thương mại điện tử hoặc cơ sở giáo dục hầu như chưa triển khai các hoạt động phổ biến tuyên truyền nhằm cung cấp thông tin đa dạng về lợi ích của việc học thương mại điện tử, định hướng cho việc tuyển sinh vào ngành này, thu hút sự quan tâm của doanh nghiệp tới hợp tác với các cơ sở đào tạo. Những cơ quan, tổ chức như Bộ Công Thương, Bộ Giáo dục và Đào tạo hay Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam chưa lôi cuốn các cơ sở giáo dục đại học và doanh nghiệp triển khai các hoạt động hướng nghiệp cụ thể, hiệu quả cho học sinh từ bậc phổ thông biết tới và quan tâm học ngành thương mại điện tử.

Bảng 20. Đề án “Giáo dục hướng nghiệp và định hướng phân luồng học sinh”

Quyết định số 522/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ ngày 14 tháng 5 năm 2018

Mục tiêu chung:

Tạo bước đột phá về chất lượng giáo dục hướng nghiệp trong giáo dục phổ thông, góp phần chuyển biến mạnh mẽ công tác phân luồng học sinh sau trung học cơ sở và trung học phổ thông vào học các trình độ giáo dục nghề nghiệp phù hợp với yêu cầu phát triển kinh tế - xã hội của đất nước và địa phương, đáp ứng nhu cầu nâng cao chất lượng đào tạo nguồn nhân lực quốc gia, hội nhập khu vực và quốc tế.

Một số nhiệm vụ, giải pháp:

- Cung cấp thông tin thường xuyên, kịp thời về nhu cầu lao động, thị trường lao động của địa phương và trong cả nước cho các cơ sở giáo dục.
- Xây dựng cơ chế phối hợp giữa cơ sở giáo dục phổ thông với các cơ sở giáo dục đại học, cơ sở giáo dục nghề nghiệp, các cơ sở sản xuất, kinh doanh nhằm khai thác, sử dụng các điều kiện cơ sở vật chất, thiết bị dạy học phục vụ cho giáo dục hướng nghiệp và định hướng phân luồng học sinh phổ thông.
- Khuyến khích các hiệp hội doanh nghiệp, các doanh nghiệp phối hợp với ngành giáo dục, các cơ sở giáo dục trong việc xây dựng nội dung, tài liệu giáo dục hướng nghiệp, hỗ trợ tăng cường cơ sở vật chất, thiết bị dạy học và tổ chức các hoạt động giáo dục hướng nghiệp cho học sinh.

Nguồn: Trang_datafile.chinhphu.vn

10.2. Các trường đại học

Một số trường đại học đào tạo ngành hay chuyên ngành thương mại điện tử đã chú trọng tới việc giới thiệu, cung cấp thông tin về ngành này trên Trang thông tin điện tử của trường.

1fUBauFzpbssllf5bRi2FCWar8dvQuc6R2p1tmt_HxY2b8M

Tuy nhiên, nhiều trường cung cấp thông tin rất sơ sài. Hơn nữa một số trang thông tin điện tử chất lượng chưa cao nên việc tìm hiểu thông tin về các ngành đào tạo nói chung và ngành thương mại điện tử nói riêng còn khó khăn, chưa phục vụ tốt cho hoạt động tuyển sinh.

Cấu trúc phổ biến của thông tin giới thiệu về ngành trên các trang thông tin điện tử của các trường như sau:

- Tổng quan về thương mại điện tử
- Nhu cầu nguồn nhân lực
- Công việc khi ra trường
- Những năng lực cần thiết khi theo học ngành
- Những ưu thế của trường
- Các phương thức xét tuyển

Có trường hầu như không giới thiệu cụ thể thông tin đào tạo ngành thương mại điện tử của trường mình mà liên kết tới mục tương ứng của Trang thông tin TuyensinhSo.vn

Bảng 21. Giới thiệu ngành thương mại điện tử

Ngành Thương mại điện tử

Cập nhật: 21/05/2019

Thị trường Thương mại điện tử tại Việt Nam đang phát triển mạnh và được nhận định sẽ tăng tốc trong những năm tới. Đó chính là lý do vì sao ngày càng nhiều công ty, doanh nghiệp có những chiến lược đầu tư kinh doanh vào loại hình mới và có nhiều cơ hội "hái ra tiền" này. Vì vậy, nhu cầu nhân lực ở lĩnh vực Thương mại điện tử ngày càng hút các bạn trẻ theo học cùng cơ hội việc làm rộng mở trong tương lai.

1. Tìm hiểu ngành Thương mại điện tử
2. Chương trình đào tạo ngành Thương mại điện tử
3. Các khối thi vào ngành Thương mại điện tử
4. Điểm chuẩn ngành Thương mại điện tử
5. Các trường đào tạo ngành Thương mại điện tử
6. Cơ hội việc làm ngành Thương mại điện tử
7. Mức lương ngành Thương mại điện tử
8. Những tố chất cần có để theo học ngành Thương mại điện tử

Nguồn: Ngành thương mại điện tử_Tuyensinhso.vn

10.3. Các đơn vị, tổ chức khác

Nhu cầu học ngành thương mại điện tử ngày càng tăng nên nhiều đơn vị truyền thông đã quan tâm cung cấp thông tin liên quan.

Chẳng hạn, [Top10truonghoc.com](https://top10truonghoc.com) cung cấp thông tin thiết thực về ngành học này, bao gồm danh sách 10 trường đại học hàng đầu đào tạo thương mại điện tử. (<https://top10truonghoc.com/hoc-nganh-thuong-mai-dien-tu-o-dau-la-tot-nhat>)

ViecLamVui cung cấp thông tin phong phú, thiết thực về việc học ngành thương mại điện tử, bao gồm gợi ý về mức lương cho lao động trong lĩnh vực này. Theo đánh giá của trang thông tin này, mức lương của ngành thương mại điện tử nhỉnh hơn so với các ngành nghề khác.

Bảng 22. Mức lương của một số công việc thương mại điện tử

STT	VỊ TRÍ CÔNG VIỆC	MÔ TẢ CÔNG VIỆC	KINH NGHIỆM (Năm)	MỨC LƯƠNG (Triệu đồng/ Tháng)
1	Chuyên viên kinh doanh kênh Thương mại điện tử	Quản trị các kênh thương mại điện tử B2C của công ty, đo lường và báo cáo hiệu quả. Phát triển chiến lược đa chức năng để đạt mức kinh doanh mong muốn. Tham gia đóng góp, đề xuất các ý tưởng phát triển, sáng tạo nội dung quảng cáo đa kênh.	1-2	8-10
2	Chuyên viên dịch vụ khách hàng		1-2	7-9
3	Chuyên viên quản lý quan hệ khách hàng		1-2	8-10
4	Chuyên viên Quản lý phát triển tài khoản	Tìm kiếm khách hàng cho kênh thương mại điện tử C2C. Hỗ trợ khách hàng tạo tài khoản, đăng tin mua bán đúng quy định. Giải đáp thông tin thắc mắc của khách hàng và tư vấn những gói dịch vụ thích hợp giúp gia tăng hiệu quả bán hàng.	1-2	6-8
5	Nhân viên phát triển ngành hàng		1	7-8
6	Chuyên viên Marketing Online	Xây dựng và triển khai các chiến dịch marketing tổng thể cho các sản phẩm của công ty phù hợp với mô hình kinh doanh B2B. Tối ưu hình thức quảng cáo trên các kênh online, mạng xã hội và sức ảnh hưởng của các streamer nổi tiếng để xây dựng và phát triển thương hiệu sản phẩm của công ty.	1-2	10-12
7	Chuyên viên Google Ads		2-3	12-15
8	Chuyên viên SEO Marketing		3	10-12

STT	VỊ TRÍ CÔNG VIỆC	MÔ TẢ CÔNG VIỆC	KINH NGHIỆM (Năm)	MỨC LƯƠNG (Triệu đồng/ Tháng)
9	Chuyên viên quản trị hệ thống giao dịch trực tuyến	Quản trị và phân tích các dữ liệu về các hoạt động giao dịch trực tuyến thông qua các hình thức thanh toán thẻ tín dụng, hệ thống Internet Banking... Có các giải pháp đề xuất đối với những biến động ảnh hưởng đến kết quả hoạt động của các giao dịch.	3	14-16
10	Chuyên viên phân tích và xử lý dữ liệu	Quản lý hệ thống thanh toán online của công ty. Đảm bảo cho các hoạt động thanh toán được diễn ra thành công. Đề xuất những cải tiến giúp hệ thống thanh toán trên website bán hàng của công ty hoạt động hiệu quả hơn, tối ưu với người dùng.	1-2	10-12
11	Chuyên viên lập trình phát triển website Thương mại điện tử	Lên ý tưởng, xây dựng các website thương mại điện tử. Quản trị hệ thống website của công ty. Chỉnh sửa và phát triển giao diện web thu hút hơn, phù hợp với yêu cầu từng sản phẩm.	3-5	14-16
12	Graphic & UI Designer Thương mại điện tử		2-3	10-12
13	Chuyên viên quản trị hệ thống CNTT	Xây dựng hệ thống ERP và tích hợp với nền tảng TMĐT của công ty, quản lý hệ thống kinh doanh trực tuyến. Tìm hiểu và đề xuất các giải pháp công nghệ mới để áp dụng vào hệ thống của công ty. Bảo đảm việc kết nối server thông suốt, quản lý và tối ưu các hệ thống máy chủ như webserver, database, DNS...	3	15-17
14	Chuyên viên quản lý đối tác Thương mại điện tử		2-3	12-15
15	Chuyên viên Quản lý chuỗi cung ứng		2-3	12-15

STT	VỊ TRÍ CÔNG VIỆC	MÔ TẢ CÔNG VIỆC	KINH NGHIỆM (Năm)	MỨC LƯƠNG (Triệu đồng/ Tháng)
16	Nhân viên điều phối giao nhận	Phân công công việc cho đội ngũ lấy hàng, giao hàng, trả hàng. Đảm bảo việc giao hàng ship cod diễn ra đúng quy trình của công ty. Báo cáo hiện trạng, hoạt động giao nhận hàng hoá hàng tuần và đề xuất hướng giải quyết.	1-2	7-9
17	Nhân viên phân loại hàng hoá		1-2	7-8
18	Nhân viên phụ trách kho hàng		2	8-10
19	Nhân viên Hậu mãi – Xử lý RMA		1-2	7-9
20	Nhân viên Hậu mãi - Xử lý hàng huỷ		1-2	7-9
21	Kiểm soát chất lượng - Quản lý 3PLs		2-3	8-10
22	Nhân viên chứng từ xuất nhập khẩu		1-2	7-9
23	Quản lý trung tâm điều phối		2-4	12-15
24	Trưởng nhóm Thương mại điện tử		3-5	15-20
25	Trưởng phòng Thương mại điện tử		3-5	20-30
26	Quản lý phát triển dự án Thương mại điện tử		2-3	15-17
27	Quản lý dự án Logistics		3	15-17

Nguồn: Lương ngành Thương mại điện tử_vieclamvui.com

11. KIỂM ĐỊNH CHẤT LƯỢNG GIÁO DỤC CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO CHÍNH QUY TRÌNH ĐỘ ĐẠI HỌC VỚI NGÀNH THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

Theo Bộ Giáo dục và Đào tạo, kiểm định chất lượng chương trình đào tạo nhằm bảo đảm và nâng cao chất lượng chương trình đào tạo cũng như làm cơ sở cho người học lựa chọn chương trình đào tạo và nhà tuyển dụng lao động tuyển chọn nhân lực.

Khảo sát của VECOM cho thấy tới tháng 5 năm 2022 mới có hai trường đại học có chương trình đào tạo ngành thương mại điện tử được kiểm định và đạt tiêu chuẩn. Đó là Trường Đại học Thương mại và Trường Đại học Công nghiệp Tp. Hồ Chí Minh.

Số trường kiểm định chất lượng giáo dục chương trình đào tạo chính quy trình độ đại học ngành thương mại điện tử

2

Những căn cứ cho hoạt động kiểm định chất lượng chương trình đào tạo của các trường đại học, cao đẳng và trung cấp chuyên nghiệp bao gồm:

- Thông tư số 38/2013/TT-BGDĐT ngày 29 tháng 11 năm 2013 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo quy định quy trình và chu kỳ kiểm định chất lượng chương trình đào tạo của các trường đại học, cao đẳng và trung cấp chuyên nghiệp.²¹

- Thông tư số 04/2016/TT-BGDĐT ngày 14 tháng 3 năm 2016 ban hành Quy định về tiêu chuẩn đánh giá chất lượng chương trình đào tạo các trình độ của giáo dục đại học.²²

- Công văn số 2085/QLCL-KĐCLGD ngày 31 tháng 12 năm 2020 của Cục Quản lý Chất lượng – Bộ Giáo dục và Đào tạo về việc Hướng dẫn tự đánh giá và đánh giá ngoài chương trình đào tạo.²³

- Công văn số 1669/QLCL-KĐCLGD ngày 31 tháng 12 năm 2019 của Cục Quản lý Chất lượng – Bộ Giáo dục và Đào tạo ban hành Tài liệu đánh giá chất lượng chương trình đào tạo các trình độ của giáo dục đại học.²⁴

Theo Bộ Giáo dục và Đào tạo, tới 31/5/2022 có 668 chương trình đào tạo đã hoàn thành báo cáo tự đánh giá, 547 được đánh giá ngoài và 446 được công nhận đạt tiêu chuẩn chất lượng. Trong đó, hai chương trình đào tạo chính quy trình độ đại học ngành thương mại điện

²¹ <https://thuvienphapluat.vn/van-ban/Giao-duc/Thong-tu-38-2013-TT-BGDĐT-quy-trinh-kiem-dinh-chat-luong-dao-tao-dai-hoc-cao-dang-215217.aspx>

²² <https://moet.gov.vn/van-ban/vanban/Pages/chi-tiet-van-ban.aspx?ItemID=1228>

²³ <https://tmu.edu.vn/vi/news/khao-thi-kiem-dinh-chat-luong/cv-2085-huong-dan-cong-tac-tu-danh-gia-va-danh-gia-ngoai-ctdt-2116.html>

²⁴ <https://thuvienphapluat.vn/cong-van/Giao-duc/Cong-van-1669-QLCL-KDCLGD-2019-thay-the-Tai-lieu-danh-gia-chat-luong-kem-theo-769-QLCL-KDCLGD-449649.aspx>

tử của Trường Đại học Thương mại và Trường Đại học Công nghiệp Tp. Hồ Chí Minh được trao Giấy chứng nhận kiểm định chất lượng giáo dục. Việc kiểm định tuân thủ Thông tư số 04/2016/TT-BGDĐT ngày 14 tháng 3 năm 2016 ban hành Quy định về tiêu chuẩn đánh giá chất lượng chương trình đào tạo các trình độ của giáo dục đại học.

Bảng 23. Danh sách một số chương trình đào tạo thương mại điện tử²⁵
(Dữ liệu cập nhật đến ngày 31/5//2022)

STT	Cơ sở giáo dục	Tên chương trình đào tạo	Tổ chức đánh giá	Thời điểm đánh giá ngoài	Kết quả đánh giá/ công nhận	Giấy chứng nhận/ công nhận	
						Ngày cấp	Giá trị đến
1	Trường Đại học Thương mại	Thương mại điện tử	VNU-CEA	12/2021	Đạt	30/3/2022	30/3/2027
2	Trường Đại học Công nghiệp Tp. HCM	Thương mại điện tử	AUN-QA	2021	Đạt	22/11/2021	21/11/2026

Bảng 24. Tiêu chuẩn đánh giá chất lượng chương trình đào tạo

Thông tư số 04/2016/TT-BGDĐT ngày 14 tháng 3 năm 2016 ban hành Quy định về tiêu chuẩn đánh giá chất lượng chương trình đào tạo các trình độ của giáo dục đại học.

Thang đánh giá: 7 mức, từ Hoàn toàn không đáp ứng yêu cầu của tiêu chí tới Đáp ứng xuất sắc yêu cầu của tiêu chí.

Tiêu chuẩn đánh giá chất lượng chương trình đào tạo: 11 tiêu chuẩn

1. Mục tiêu và chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo
2. Bản mô tả chương trình đào tạo
3. Cấu trúc và nội dung chương trình dạy học
4. Phương pháp tiếp cận trong dạy và học
5. Đánh giá kết quả học tập của người học
6. Đội ngũ giảng viên, nghiên cứu viên
7. Đội ngũ nhân viên
8. Người học và hoạt động hỗ trợ người học
9. Cơ sở vật chất và trang thiết bị
10. Nâng cao chất lượng
11. Kết quả đầu ra

Trường Đại học Thương mại là cơ sở giáo dục đầu tiên trên cả nước đào tạo ngành thương mại điện tử và là một trong những cơ sở đào tạo dẫn đầu về hoạt động khoa học trong lĩnh vực này.²⁶ Theo Trường Đại học Công nghiệp Tp. Hồ Chí Minh, khi thực hiện kiểm định đã phát hiện nhiều vấn đề cần chuẩn hóa, lấy ý kiến từ nhiều bên liên quan.

²⁵ <https://moet.gov.vn/giaoducquocdan/khao-thi-va-kiem-dinh-chat-luong-giao-duc/Pages/Default.aspx?ItemID=7913>

²⁶ <https://idea.gov.vn/default.aspx?page=news&do=detail&id=1534284c-f644-44f7-be83-0f812e9f2f12>

Từ *Danh sách các chương trình đào tạo được kiểm định* của Bộ Giáo dục và Đào tạo tính tới 31/5/2022 VECOM đã thống kê số lượng các chương trình đào tạo đã kiểm định đạt tiêu chuẩn của một số ngành liên quan tới thương mại điện tử như bảng sau:

Bảng 25. Danh sách một số chương trình đào tạo liên quan tới thương mại điện tử

STT	Tên chương trình đào tạo	Số chương trình đào tạo đã kiểm định đạt tiêu chuẩn
1	Quản trị kinh doanh	54
2	Công nghệ thông tin	37
3	Marketing	9
4	Hệ thống thông tin quản lý	4
5	Kinh doanh thương mại	2
6	Thương mại điện tử	2
7	Logistics và Quản lý chuỗi cung ứng	0

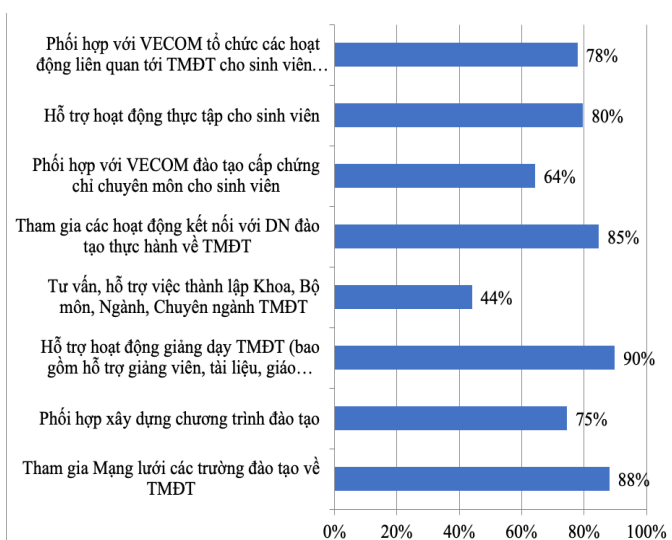
12. MỘT SỐ KIẾN NGHỊ, ĐỀ XUẤT TỪ CÁC TRƯỜNG

Nhằm tiếp tục mở rộng quy mô đồng thời nâng cao chất lượng đào tạo thương mại điện tử, các trường đều đề xuất cần tăng cường hợp tác, liên kết giữa các trường với nhau, giữa các trường với các cơ quan, tổ chức và giữa các trường với doanh nghiệp.

12.1. Đề xuất hợp tác với VECOM

Kết quả khảo sát cho thấy các trường mong muốn có sự hợp tác nhanh chóng và toàn diện với VECOM.

Hình 2. Một số đề xuất hợp tác của các trường đại học đối với VECOM



12.2. Đề xuất hợp tác với các doanh nghiệp

Sự hợp tác, liên kết giữa các trường đại học và doanh nghiệp cần được phối hợp chặt chẽ hơn nữa từ khâu khảo sát, xây dựng chương trình đào tạo tới công tác tuyển sinh, triển khai đào tạo, thực tập và việc làm cho sinh viên sau khi ra trường.

Giai đoạn 1 - Xây dựng chương trình đào tạo: Doanh nghiệp có thể tham gia cùng các trường để làm rõ nhu cầu về kỹ năng, kiến thức sau khi ra trường, những hoạt động thực tế tại doanh nghiệp để nhà trường có những học phần, hoạt động phù hợp.

Giai đoạn 2 - Tuyển sinh: Các doanh nghiệp có thể dự báo nhu cầu nguồn nhân lực trong ngắn hạn và trung hạn và có kế hoạch đặt hàng với các trường, giúp triển khai tốt hơn hoạt động tuyển sinh và đào tạo. Sinh viên sẽ được tham gia sâu hơn vào hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp ngay từ giai đoạn đầu.

Giai đoạn 3 - Triển khai đào tạo: Các trường và doanh nghiệp có thể kết hợp cùng đào tạo sinh viên. Trường đại học có lợi thế về tư duy tổng thể, hệ thống hoá, tạo nền tảng tốt cho sinh viên. Trong khi đó, doanh nghiệp có lợi thế hỗ trợ sinh viên thích nghi nhanh với những hoạt động thực tế. Một số trường có ý tưởng đưa sinh viên đến doanh nghiệp ngay từ năm học đầu tiên. Chương trình thực hành tại doanh nghiệp được tính tín chỉ khi đáp ứng các tiêu chuẩn nhất định. Ý tưởng này đã được triển khai thử nghiệm tại một số trường và cần mở rộng hơn trong thời gian tới. Sinh viên cũng có thể có thu nhập trong giai đoạn này tùy theo đóng góp cho doanh nghiệp. Các trường cũng cần đẩy mạnh hơn đối với việc đưa một số hoạt động, nền tảng, giải pháp kinh doanh... của doanh nghiệp vào chương trình học, tổ chức các sự kiện với doanh nghiệp.

Giai đoạn 4 - Thực tập và việc làm cho sinh viên sau khi ra trường: Các trường đều mong muốn hợp tác mạnh mẽ hơn với doanh nghiệp trong lĩnh vực này. Cho tới nay tỷ lệ sinh viên thương mại điện tử ra trường tìm được việc làm trong thời gian ngắn khá cao. Nếu hoạt động liên kết giữa trường và doanh nghiệp sâu hơn nữa sẽ tiếp tục rút ngắn thời gian tìm việc, vừa giúp sinh viên tham gia nhanh thị trường lao động với mức thu nhập cao, vừa đáp ứng nhu cầu tuyển dụng nhân lực thương mại điện tử được đào tạo chuyên nghiệp.

PHỤ LỤC

PHỤ LỤC 1

Danh sách khảo sát đào tạo thương mại điện tử tại các trường đại học

STT	Tên Trường	Đã phỏng vấn	Ngành TMĐT	Ngành + Chuyên ngành	Chỉ có Chuyên ngành TMĐT	Học phần TMĐT	Đã trả lời phiếu khảo sát	Khoa	Website
1	Học viện Báo chí và Tuyên truyền					1	1	Kinh tế chính trị	https://ajc.edu.vn/
2	Học viện Chính sách và Phát triển						0	Khoa Kinh tế số	http://apd.edu.vn/
3	Học viện Công nghệ Bưu chính viễn thông	1	1	1		1	1		https://ptit.edu.vn
4	Học viện Công nghệ Bưu chính viễn thông - Cơ sở TP. HCM						0	Khoa Quản trị kinh doanh	https://ptithcm.edu.vn/
5	Học viện Ngân hàng					1	0	Quản trị kinh doanh	http://hvnh.edu.vn/
6	Học viện Nông nghiệp Việt Nam	1	1	1			1		https://vnua.edu.vn/
7	Học viện Quản lý Giáo dục					1	0	Khoa CNTT và TT	http://daotao.naem.edu.vn/
8	Học viện Tài chính						1		https://hvtc.edu.vn/
9	Khoa các Khoa học liên ngành - ĐH-QGHN					1	1	Tổ liên ngành học Tự nhiên, Công nghệ và Kỹ thuật	https://sis.vnu.edu.vn/

BÁO CÁO ĐÀO TẠO THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ
VIỆT NAM 2022

STT	Tên Trường	Đã phòng vấn	Ngành TMĐT	Ngành + Chuyên ngành	Chi có Chuyên ngành TMĐT	Học phần TMĐT	Đã trả lời phiếu khảo sát	Khoa	Website
10	Khoa Quốc tế - Đại học Thái Nguyên					1	0	Khoa Quốc tế	https://is.tnu.edu.vn/
11	Trường Công nghệ Thông tin và Truyền thông Việt - Hàn, Đại học Đà Nẵng	1			1		1		https://de.vku.udn.vn/
12	Trường Đại học An Giang					1	1	Kinh tế-Quản trị kinh doanh	https://agu.edu.vn/
13	Trường Đại học Anh quốc Việt Nam - BUV						1		https://www.buv.edu.vn
14	Trường Đại học Bà Rịa - Vũng Tàu				1	1	0	Kinh tế - Luật - Logistics	https://bv.edu.vn/
15	Trường Đại học Bạc Liêu					1	1	QTKD	https://blu.edu.vn/
16	Trường Đại học Bách khoa						1		https://www.hust.edu.vn
17	Trường Đại học Bách khoa - Đại học Đà Nẵng						0		http://dut.udn.vn/
18	Trường Đại học Bách khoa - Đại học Quốc gia TP. HCM						0		http://hc-mut.edu.vn/
19	Trường Đại học Bình Dương						0		https://bdu.edu.vn/
20	Trường Đại học Cần Thơ					1	0	Khoa Kinh tế Kinh doanh thương mại	https://www.ctu.edu.vn/

STT	Tên Trường	Đã phỏng vấn	Ngành TMĐT	Ngành + Chuyên ngành	Chỉ có Chuyên ngành TMĐT	Học phần TMĐT	Đã trả lời phiếu khảo sát	Khoa	Website
21	Trường Đại học Công Đoàn						0		http://www.dhcd.edu.vn/
22	Trường Đại học Công nghệ Đồng Nai					1	1	Kinh tế - Quản trị	https://dntu.edu.vn/
23	Trường Đại học Công nghệ Giao thông vận tải	1	1	1			1		https://www.utt.edu.vn/
24	Trường Đại học Công nghệ Miền Đông					1	0	Kinh tế và Quản lý	https://mit.vn/
25	Trường Đại học Công nghệ Sài Gòn						0		http://stu.edu.vn/
26	Trường Đại học Công nghệ thông tin và Truyền thông - Đại học Thái Nguyên	1	1	1			1	Hệ thống Thông tin Kinh tế	http://ictu.edu.vn
27	Trường Đại học Công nghệ thông tin, ĐHQG TP. HCM	1	1	1			1		https://www.uit.edu.vn
28	Trường Đại học Công nghệ TP.HCM	1	1	1			1		https://www.uit.edu.vn
29	Trường Đại học Công nghệ và Quản lý Hữu Nghị						0		https://www.utm.edu.vn/
30	Trường Đại học Công nghệ Vạn Xuân						1		https://www.vxut.edu.vn/
31	Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội					1	0	Quản lý Kinh doanh	https://www.hau.edu.vn/
32	Trường Đại học Công nghiệp Quảng Ninh						0	Khoa Kinh tế	https://www.qni.edu.vn/

BÁO CÁO ĐÀO TẠO THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ
VIỆT NAM 2022

STT	Tên Trường	Đã phòng vấn	Ngành TMĐT	Ngành + Chuyên ngành	Chi có Chuyên ngành TMĐT	Học phần TMĐT	Đã trả lời phiếu khảo sát	Khoa	Website
33	Trường Đại học Công nghiệp Thực phẩm TP. HCM					1	0	CNTT	https://hufi.edu.vn/
34	Trường Đại học Công nghiệp TP. HCM	1	1				1		http://iuh.edu.vn/
35	Trường Đại học Công nghiệp Việt Hưng				1		0	CNTT	https://www.viu.edu.vn/
36	Trường Đại học Cửu Long				1		1	Quản trị kinh doanh	https://mku.edu.vn/
37	Trường Đại học Đà Lạt						0		https://dlu.edu.vn/
38	Trường Đại học Đà Nẵng (Phân hiệu tại Kon Tum)						0		http://kon-tum.udn.vn/
39	Trường Đại học Đại Nam	1	1	1			1	Khoa Thương mại điện tử	https://dainam.edu.vn/
40	Trường Đại học Điện Lực	1	1	1			1	Khoa Kinh tế Và Quản Lý	https://epu.edu.vn/
41	Trường Đại học Đông Á		1				0	Khoa Quản trị	https://donga.edu.vn/
42	Trường Đại học Đông Đô		1	1			0		http://dai-hocdong-do.edu.vn
43	Trường Đại học Đồng Nai					1	0		http://dnpu.edu.vn/
44	Trường Đại học Đồng Tháp					1	0		https://www.dthu.edu.vn/

BÁO CÁO ĐÀO TẠO THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ
VIỆT NAM 2022

STT	Tên Trường	Đã phỏng vấn	Ngành TMĐT	Ngành + Chuyên ngành	Chỉ có Chuyên ngành TMĐT	Học phần TMĐT	Đã trả lời phiếu khảo sát	Khoa	Website
45	Trường Đại học Duy Tân		1		1		1		https://duytan.edu.vn/
46	Trường Đại Học FPT						0		https://daihoc.fpt.edu.vn/
47	Trường Đại Học Gia Định			1			0		https://giadinh.edu.vn/
48	Trường Đại học Giao thông vận tải						0		http://qtkd.utc.edu.vn/
49	Trường Đại học Giao thông vận tải TP.HCM					1	1		https://ut.edu.vn/
50	Trường Đại học Hà Nội					1	0		https://www.hanu.edu.vn
51	Trường Đại học Hàng hải Việt Nam						1		http://vi-maru.edu.vn/
52	Trường Đại học Hòa Bình		1				0		https://daihochoabinh.edu.vn
53	Trường Đại học Hoa Sen	1	1	1			1	Khoa Kinh tế Quản trị	https://www.hoasen.edu.vn
54	Trường Đại học Hồng Đức					1	0	Khoa Kinh tế quản trị kinh doanh	http://hdu.edu.vn/
55	Trường Đại Học Hùng Vương TP. HCM					1	0	Khoa Tài chính - Quản trị kinh doanh	https://hvuh.edu.vn/

BÁO CÁO ĐÀO TẠO THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ
VIỆT NAM 2022

STT	Tên Trường	Đã phòng vấn	Ngành TMĐT	Ngành + Chuyên ngành	Chi có Chuyên ngành TMĐT	Học phần TMĐT	Đã trả lời phiếu khảo sát	Khoa	Website
56	Trường Đại học Khoa học xã hội và Nhân văn						1		http:// ussh.edu. vn/
57	Trường Đại học Kiên Giang					1	0		http://vnkg- gu.edu. vn/
58	Trường Đại học Kiến trúc Đà Nẵng						0		https:// dau.edu. vn/
59	Trường Đại học Kinh doanh và Công nghệ Hà Nội						1		http:// hubt.edu. vn/
60	Trường Đại học Kinh tế - Đại học Đà Nẵng	1	1	1			1	Khoa Thương mại điện tử	http://due. udn.vn/
61	Trường Đại học Kinh tế - Đại học Huế				1		1	Khoa Quản trị Kinh doanh	https:// fba.hce. edu.vn/
62	Trường Đại học Kinh tế - ĐHQGHN					1	1		http://ueb. edu.vn
63	Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp					1	0		http:// uneti.edu. vn/
64	Trường Đại học Kinh tế - Luật, Đại học Quốc gia TP HCM	1	1	1			1	Khoa Hệ thống thông tin	https:// www.uel. edu.vn
65	Trường Đại học Kinh tế - Tài chính TP. HCM	1	1	1			1	Khoa Công nghệ thông tin	https:// www.uef. edu.vn
66	Trường Đại học Kinh tế Công Nghiệp Long An					1	0	Khoa Kinh tế và kinh doanh quốc tế	https:// daihoclo- ngan.edu. vn/

STT	Tên Trường	Đã phỏng vấn	Ngành TMĐT	Ngành + Chuyên ngành	Chỉ có Chuyên ngành TMĐT	Học phần TMĐT	Đã trả lời phiếu khảo sát	Khoa	Website
67	Trường Đại học Kinh tế Nghệ An					1	0	Khoa Kinh tế Quản trị kinh doanh	https:// dhktna. edu.vn/
68	Trường Đại học Kinh tế Quốc dân	1	1	1			1		https:// neu.edu. vn/
69	Trường Đại học Kinh tế TP. HCM	1	1	1			1		https:// www.ueh. edu.vn
70	Trường Đại học Kinh tế và Quản trị kinh doanh - Đại học Thái Nguyên					1	1	Khoa Mar- keting - Thương mại - Du lịch	http:// tueba.edu. vn/
71	Trường Đại học Kỹ thuật - Công nghệ Cần Thơ					1	0	Khoa Quản lý doanh nghiệp	https:// www. ctuet.edu. vn/
72	Trường Đại học La Trobe Australia - HANU						0		https:// latrobe. hanu.edu. vn/
73	Trường Đại học Lạc Hồng		1				0	Khoa Công nghệ thông tin	https:// lhu.edu. vn/
74	Trường Đại học Lâm nghiệp					1	1	Khoa Kinh tế & Quản trị kinh doanh	http:// vnuf.edu. vn/
75	Trường Đại học Lao động xã hội					1	0	Khoa Quản trị kinh doanh	http:// www.uls. edu.vn/

STT	Tên Trường	Đã phòng vấn	Ngành TMĐT	Ngành + Chuyên ngành	Chi có Chuyên ngành TMĐT	Học phần TMĐT	Đã trả lời phiếu khảo sát	Khoa	Website
76	Trường Đại học Mở Địa Chất				1		1		https:// humg.edu. vn/
77	Trường Đại học Mở Hà Nội	1	1				1		http://hou. edu.vn/
78	Trường Đại học Mở TP. HCM	1			1		1		http://kqt- kd.ou.edu. vn/
79	Trường Đại học Ngân hàng TP. HCM				1		0	Khoa Hệ thống thông tin quản lý	https:// buh.edu. vn/
80	Trường Đại học Ngoại ngữ - Tin học TP. HCM					1	0	Khoa Công nghệ thông tin	http:// huflit.edu. vn/
81	Trường Đại học Ngoại thương				1		1		http:// qtkd.ftu. edu.vn
82	Trường Đại học Ngoại thương Cơ sở II – TP.HCM					1	1	Khoa Quản trị kinh doanh	http://cs2. ftu.edu. vn/
83	Trường Đại học Nguyễn Tất Thành	1	1				1		https:// fba.ntt. edu.vn/
84	Trường Đại học Nguyễn Trãi						0		http:// daihocn- guyentrai. edu.vn/
85	Trường Đại học Nha Trang					1	1	Khoa Công nghệ thông tin	https:// ntu.edu. vn/
86	Trường Đại học Nông lâm - Đại học Thái Nguyên					1	1	Khoa Kinh tế và Phát triển nông thôn	http://fed. tuaf.edu. vn/

STT	Tên Trường	Đã phỏng vấn	Ngành TMĐT	Ngành + Chuyên ngành	Chỉ có Chuyên ngành TMĐT	Học phần TMĐT	Đã trả lời phiếu khảo sát	Khoa	Website
87	Trường Đại học Nông Lâm TP. HCM					1	0	Khoa Kinh tế	https://hcmuaf.edu.vn/
88	Trường Đại học Phạm Văn Đồng		1				1		http://pdu.edu.vn/
89	Trường Đại học Phan Thiết					1	1	Khoa Quản trị kinh doanh	https://upt.edu.vn/
90	Trường Đại học Phú Xuân					1	0	Khoa Công nghệ và Kinh doanh	https://phuxuan.edu.vn/
91	Trường Đại học Phương Đông	1	1	1			1		http://phuongdong.edu.vn/
92	Trường Đại học Quang Trung					1	0	Khoa Kinh tế & Du lịch	https://qtu.edu.vn/
93	Trường Đại học Quốc tế - Đại học Quốc gia TP. HCM					1	1	Khoa Quản trị kinh doanh	https://hcmiu.edu.vn/
94	Trường Đại học Quốc tế Bắc Hà						1		https://biu.edu.vn/
95	Trường Đại học Quốc tế Hồng Bàng		1				0		https://hiu.vn/
96	Trường Đại học Quốc tế Miền Đông						0		https://eiu.edu.vn/
97	Trường Đại học Quốc tế RMIT		1						https://www.rmit.edu.vn
98	Trường Đại học Quốc tế Sài Gòn		1				0		https://www.siu.edu.vn/

STT	Tên Trường	Đã phòng vấn	Ngành TMĐT	Ngành + Chuyên ngành	Chi có Chuyên ngành TMĐT	Học phần TMĐT	Đã trả lời phiếu khảo sát	Khoa	Website
99	Trường Đại học Quy Nhơn					1	0	Khoa Tài chính ngân hàng và Quản trị kinh doanh	https://qnu.edu.vn/
100	Trường Đại học Sài Gòn					1	1	Khoa Quản trị kinh doanh	http://sgu.edu.vn/
101	Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật Hưng Yên						1		http://utehy.edu.vn/
102	Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật TP.HCM	1	1	1			1		https://hcmute.edu.vn/
103	Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật Vinh					1	0	Khoa Kinh tế	http://www.vuted.edu.vn
104	Trường Đại học Tài chính - Marketing					1	0	Khoa Công nghệ thông tin	https://ufm.edu.vn/
105	Trường Đại học Tài nguyên và Môi trường					1	0	Khoa Kinh tế tài nguyên và môi trường	https://hunre.edu.vn/
106	Trường Đại học Tây Đô						0		http://tdu.edu.vn/
107	Trường Đại học Tây Nguyên					1	1	Khoa Kinh tế	https://www.ttn.edu.vn/
108	Trường Đại học Thái Bình					1	0	Khoa Kinh tế và Kinh doanh quốc tế	https://tbu.edu.vn/

STT	Tên Trường	Đã phỏng vấn	Ngành TMĐT	Ngành + Chuyên ngành	Chỉ có Chuyên ngành TMĐT	Học phần TMĐT	Đã trả lời phiếu khảo sát	Khoa	Website
109	Trường Đại học Thái Bình Dương						0		https:// tbd.edu. vn/
110	Trường Đại học Thăng Long						0		https:// thanglong. edu.vn
111	Trường Đại học Thành Đô					1	1	Khoa Công nghệ	https:// www. thanhdo. edu.vn
112	Trường Đại Học Thành Đông					1	0	Khoa Kinh tế và Quản trị Kinh doanh	https:// than- hdong. edu.vn
113	Trường Đại học Thủ Dầu Một		1				0	Khoa Kinh tế	https:// tdmu.edu. vn/
114	Trường Đại học Thủ Đô Hà Nội						0		https:// hnmu.edu. vn/
115	Trường Đại học Thương Mại	1	1	1			1		https:// tmu.edu. vn/
116	Trường Đại học Thủy Lợi	1	1	1			1		http://tlu. edu.vn/
117	Trường Đại học Tiền Giang					1	1	Kinh tế Luật	http:// www.tgu. edu.vn/
118	Trường Đại học Tôn Đức Thắng					1	1	Khoa Quản trị kinh doanh	https:// tdtu.edu. vn/
119	Trường Đại học Trà Vinh		1	1			1	Bộ môn Quản trị Khoa Kinh tế Luật	https:// tvu.edu. vn/

STT	Tên Trường	Đã phỏng vấn	Ngành TMĐT	Ngành + Chuyên ngành	Chi có Chuyên ngành TMĐT	Học phần TMĐT	Đã trả lời phiếu khảo sát	Khoa	Website
120	Trường Đại học Văn Hiến	1	1	1			1		https://vhu.edu.vn/
121	Trường Đại học Văn Lang	1	1	1			1		https://www.van-languni.edu.vn/
122	Trường Đại học Việt Nhật - ĐHQGHN						1		https://vju.ac.vn/
123	Trường Đại học Võ Trường Toản					1	0	Khoa Kinh tế	http://www.vttu.edu.vn/
124	Trường Đại học Xây dựng						0		https://huce.edu.vn/
125	Trường Đại học Xây dựng miền Trung						1		http://muce.edu.vn/
126	Trường Đại học Yersin Đà Lạt				1		1		https://yersin.edu.vn/
127	Trường ĐH Khoa học – Đại học Huế						0		http://it.husc.edu.vn/
128	Trường Du lịch - Đại học Huế				1		1		http://huht.hueuni.edu.vn/
129	Trường Học viện Hàng không Việt Nam					1	0	Khoa Quản trị kinh doanh	https://vaa.edu.vn/
130	Trường Kinh tế - Trường Đại học Vinh		1				1		https://eco.vin-huni.edu.vn/

STT	Tên Trường	Đã phỏng vấn	Ngành TMĐT	Ngành + Chuyên ngành	Chỉ có Chuyên ngành TMĐT	Học phần TMĐT	Đã trả lời phiếu khảo sát	Khoa	Website
131	Trường Quản trị Kinh doanh - ĐH- QGHN					1	1	Khoa Quản trị	https:// hsb.edu. vn/
132	Trường Quốc tế - Đại học Quốc gia Hà Nội		1			1	1	Khoa Các khoa học ứng dụng Khoa Kinh tế và Quản lý	http:// www. is.vnu. edu.vn
		25	36	23	13	53	67		-

PHỤ LỤC 2

Hai chương trình đào tạo ngành thương mại điện tử đầu tiên được kiểm định và công nhận đạt theo tiêu chuẩn trong nước

Trường Đại học Thương mại và Trường Đại học Công nghiệp Tp. Hồ Chí Minh là hai trường đầu tiên đào tạo ngành thương mại điện tử trình độ đại học. Chương trình đào tạo ngành thương mại điện tử của hai trường này được nhiều trường khác tham khảo khi xây dựng chương trình đào tạo ngành hay chuyên ngành thương mại điện tử của trường mình.

I. Trường Đại học Thương mại

TRƯỜNG ĐẠI HỌC THƯƠNG MẠI
KHOA HỆ TTT KINH TẾ VÀ TMĐT

DANH MỤC CÁC ĐỀ CƯƠNG MÔN HỌC/HỌC PHẦN VÀ CÁC HÌNH THỨC TỔ CHỨC DẠY HỌC, KIỂM TRA ĐÁNH GIÁ CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO NGÀNH THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

Phiên bản năm 2019

BÁO CÁO ĐÀO TẠO THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ
VIỆT NAM 2022

STT	Tên học phần*	Số TC	Mã học phần	Loại hình		Hình thức tổ chức dạy học					Hình thức kiểm tra đánh giá								
				Tự chọn	Bắt buộc	Lý thuyết	TH, TT, thực tế**	TL nhóm	Tự học	Khác	Vấn đáp		Viết luận		Bài tập lớn	Trắc nghiệm khách quan		Thuyết trình nhóm	Khác
											Vấn đáp	NH câu hỏi*	Viết luận	NH câu hỏi		TN KQ	NH câu hỏi		
I	Học phần chung																		
1.1	Kiến thức giáo dục đại cương																		
	Triết học Mác - Lênin	3	MLNP0221		X	36		9	90				X	X	X				X
	Chủ nghĩa xã hội khoa học	2	HCM0121		X	24		6						X	X	X			X
	Tư tưởng Hồ Chí Minh	2	HCM0111		X	24		6	60					X	X	X			X
	Kinh tế chính trị Mác – Lênin	2	RLCP1211		X	24		6	60				X	X	X				X
	Lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam	2	HCM0131		X	24		6	60					X	X	X			X
	Tiếng Anh 1	2	ENTH3011		X	24		6	60										
	Tiếng Anh 2	2	ENTH3111		X	24		6	60										
	Tiếng Anh 3	2	ENTH5611		X	24		6	60										
	Tin học quản lý	3	INFO0311		X	36		6	90										
	Phương pháp nghiên cứu khoa học	2	SCRE0111		X	24		6	48				X	X	X				X
	Pháp luật đại cương	2	TLAW0111		X	24		6	60						X	X	X		X
	Toán đại cương	3	AMAT1011		X	36		9	90				X	X	X				X
1.2	Kiến thức cơ sở ngành																		
	Kinh tế vi mô 1	3	MIEC0111		X	36		9	90						X	X	X		X
	Quản trị học	3	BMGM0111		X	36		9	90				X	X	X				X
	Thương mại điện tử căn bản	3	PCOM0111		X	36		9	90						X	X	X		X
	Marketing căn bản	3	BMKT0111		X	36		9	90				X	X	X				X
	Chính phủ điện tử	2	Ecom1311		X	24		6	60				X	X	X				X
	Tiếng Anh chuyên ngành 1	2	ENT11011		X	24		6	60				X	X	X				X

BÁO CÁO ĐÀO TẠO THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ
VIỆT NAM 2022

	Tiếng Anh chuyên ngành 2	2	ENT11012		X	24		6	60				X	X	X			X
1.3.	Kiến thức ngành và chuyên ngành																	
	Thiết kế và triển khai website	3	ECIT0731		X	36		9	90				X	X	X			X
	An toàn và bảo mật thông tin	3	eCIT0921		X	36		9	90				X	X	X			X
	Quản trị Thương mại điện tử 1*	3	eCOM2012		X	34	5	6	90				X	X	X			X
	Quản trị Thương mại điện tử 2*	3	eCOM2022		X	34	5	6	90				X	X	X			X
	Marketing Thương mại điện tử*	3	SMGM0512		X	34	5	6	90				X	X	X			X
	Phát triển hệ thống Thương mại điện tử	3	ECOM1511		X	36		9	90				X	X	X			X
	Thanh toán điện tử	3	PCOM0411		X	36		9	90				X	X	X			X
	Thương mại di động*	3	PCOM0222		X	34	5	6	90				X	X	X			X
	Hệ thống thông tin quản lý	3	eCIT0311		X	36		9	90				X	X	X			X
	Thực hành khai thác dữ liệu trên mạng Internet	2	ECOM2111		X	0		30	60						X			
1.4.	Kiến thức bổ trợ																	
	Nhập môn tài chính tiền tệ	3	EFIN2811		X	36		9	90						X	X	X	X
	Quản trị chiến lược	3	SMGM0111		X	36		9	90						X	X	X	X
	Tổng	80			
						(.%)	(.%)	(.%)	(.%)				(.%)	(.%)	(.%)	(.%)	(.%)	(.%)
II	Các học phần tự chọn																	
2.1	Kiến thức giáo dục đại cương																	
	Kinh tế thương mại đại cương	2	TECO0111	X		24		6	60				X	X	X			X
	Xã hội học đại cương	2	RLCP0421	X		24		6	60				X	X	X			X

BÁO CÁO ĐÀO TẠO THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ VIỆT NAM 2022

	Kinh tế môi trường	2	FECO1521	X		24	6	60					X	X	X			X
2.2	Kiến thức cơ sở ngành																	
	Quản trị nhân lực căn bản	3	CEMG0111	X		36	9	90					X	X	X			X
	Kinh tế Lượng	3	AMAT0411	X		36	9	90					X	X	X			X
	Cơ sở lập trình	2	BMGM1221	X		24	6	60					X	X	X			X
	Kinh tế vĩ mô 1	3	MAEC0111	X		36	9	90					X	X	X			X
	Cơ sở dữ liệu	2	INFO2311	X		24	6	60					X	X	X			X
	Khởi sự kinh doanh	2	CEMG3111	X		24	6	60					X	X	X			X
	Tâm lý quản trị kinh doanh	2	TMKT0211	X		24	6	60					X	X	X			X
	Các phương pháp và mô hình phân tích, dự báo kinh tế, xã hội	2	AMAT0511	X		24	6	60					X	X	X			X
2.3	Kiến thức ngành và chuyên ngành												X	X	X			X
	Quản trị chất lượng	3	QMGM0911	X		36	9	90					X	X	X			X
	Quản trị dự án	3	CEMG2711	X		36	9	90					X	X	X			X
	Quản trị thương hiệu 1	3	BRMG2011	X		36	9	90					X	X	X			X
	Các phần mềm ứng dụng trong doanh nghiệp	3	eCIT2221	X		36	9	90					X	X	X			X
	Văn hóa kinh doanh	2	BMGM1221	X		24	6	60					X	X	X			X
	Công nghệ Blockchain và ứng dụng trong TMĐT	2	PCOM0321]	X		24	6	60					X	X	X			X
	Thực hành quảng cáo điện tử	2	eCOM2121	X		0	30	60							X			
	Pháp luật Thương mại điện tử	2	PLAW3312	X		24	6	60					X	X	X			X
	Mạng máy tính và truyền thông	2	ECIT2421	X		24	6	60					X	X	X			X
2.4	Kiến thức bổ trợ																	
	Quản trị tài chính 1	3	FMGM0231	X		36	9	90							X	X	X	X

Quản trị công nghệ	3	QMGM0721	X		36		9					X	X	X			X
Quản trị dịch vụ	3	TEMG2911	X		36		9	90				X	X	X			X
Quản trị logistics kinh doanh	3	BLOG1511	X		36		9	90				X	X	X			X
Tổng	59			
					(.%)	(.%)	(.%)	(.%)	(.%)	(.%)	(.%)	(.%)	(.%)	(.%)	(.%)	(.%)	
Tổng cộng	139																

II. Trường Đại học Công nghiệp Tp. Hồ Chí Minh

CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO NGÀNH THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP TP. HCM

Tên chương trình: Chương trình giáo dục đại học

Trình độ đào tạo Ngành đào tạo: Đại học

Tên tiếng Anh: Thương mại điện tử

Mã ngành: 5234012: Electronic Commerce (E - COMMERCE)

Loại hình đào tạo: Chính quy

1. Mục tiêu đào tạo:

2. Thời gian đào tạo: 4 năm

3. Khối lượng kiến thức toàn khóa: 122 tín chỉ (TC) (không tính giáo dục thể chất, giáo dục quốc phòng và an ninh)

4. Đối tượng tuyển sinh: Tốt nghiệp Trung học phổ thông

5. Quy trình đào tạo: Theo học chế tín chỉ

Quy định Đào tạo đại học và cao đẳng hệ chính quy ban hành theo Quyết định số 25/2006/QĐ-BGDĐT ngày 26 tháng 6 năm 2006 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo)

Điều kiện tốt nghiệp: Theo Quy định về đào tạo theo học chế tín chỉ của Bộ Giáo dục và Đào tạo

6. Thang điểm: Theo học chế tín chỉ

7. Nội dung chương trình ngành Thương mại điện tử

STT	Mã học phần	Tên học phần	Số tín chỉ	Học phần: Học trước (a), Tiên quyết (b), Song hành (c)
7.1 Khối kiến thức giáo dục đại cương			30	
1	21121007	Những nguyên lý cơ bản của Chủ nghĩa Mác - Lênin Fundamental Principles of Marxism and Leninism	5(5,0,10)	
2	21121005	Tư tưởng Hồ Chí Minh Ho Chi Minh Ideology	2(2,0,4)	21121007(a)
7.1.2 Khoa học xã hội			5	
Phần bắt buộc			3	
1	21121008	Đường lối cách mạng của Đảng Cộng sản Việt Nam Revolutionary Lines of the Vietnam Communist party	3(3,0,6)	
Phần tự chọn			2	
1	21121006	Pháp luật đại cương Fundamentals of Laws	2(2,0,4)	
2	21101023	Tâm lí học đại cương Psychology	2(2,0,4)	
7.1.3 Nhân văn - nghệ thuật			0	
7.1.4 Ngoại ngữ			7	
1	21111080	Anh văn 1 English 1	4(4,0,8)	
2	21101140	Anh văn chuyên ngành KDQT 1 International Business English 1	3(3,0,6)	21111081(a)
7.1.5 Toán học - Tin học - Khoa học tự nhiên			11	
Phần bắt buộc			9	
1	21131060	Toán cao cấp c 1 Calculus C1	2(2,0,4)	
2	21131006	Toán cao cấp C2 Calculus C2	2(2,0,4)	21131060 (a)
3	21132011	Xác suất thống kê (Toán chuyên đề 1) Probability & Statistics	2(2,0,4)	21131006 (a)
4	21011924	Nhập môn Tin học Foundation of Computing	3(3,0,6)	
Phần tự chọn			2	
1	21132010	Phương pháp tính (Toán chuyên đề 2) Computing Mathematics	2 (2,0,4)	
2	21132012	Qui hoạch tuyến tính (Toán chuyên đề 4) Linear Programming	2 (2,0,4)	
7.1.6 Giáo dục thể chất				
1	21201001	Giáo dục thể chất Physical Education		
7.1.7 Giáo dục quốc phòng				
1	21201002	Giáo dục quốc phòng, an ninh National Defence and Security Education		
7.2. Khối kiến thức giáo dục chuyên nghiệp			92	
7.2.1. Kiến thức cơ sở của khối ngành kinh tế			15	

STT	Mã học phần	Tên học phần	Số tín chỉ	Học phần: Học trước (a), Tiên quyết (b), Song hành (c)
Phần bắt buộc			13	
1	21072004	Kinh tế vi mô Microeconomics	3(3,0,6)	
2	21072009	Kinh tế vĩ mô Macroeconomics	3(3,0,6)	21072004 (a)
3	21074063	Kinh tế lượng Econometrics	3(3,0,6)	21131006 (a)
4	21071003	Quản trị học - Fundamentals of Management	2(2,0,4)	
5	21073005	Marketing căn bản - Fundamentals of Marketing	2(2,0,4)	21071003 (a)
Phần tự chọn			2	
1	21084101	Lý thuyết tài chính tiền tệ Monetary and Financial Theory	2(2,0,4)	
2	21084636	Tài chính doanh nghiệp Corporate Finance	2(2,0,4)	21273020 (a)
3	21274124	Phân tích hoạt động kinh doanh Business Analysis	2(2,0,4)	21273020 (a)
7.2.2. Kiến thức cơ sở của ngành Thương mại điện tử			27	
Phần bắt buộc			24	
1	21273001	Nguyên lý kế toán Principles of Accounting	3(3,0,6)	
2	21083610	Thanh toán quốc tế International Payment	2(2,0,4)	21102149 (a)
3	21013412	Nhập môn Thương mại điện tử Foundation of E - Commerce	3(2,2,6)	
4	21012908	Phương pháp Lập trình Programming Fundamentals	4(3,4,8)	
5	21012918	Phân tích và thiết kế hệ thống System Analysis and Design	3(3,0,6)	
6	21012913	Hệ cơ sở dữ liệu Database Systems	3(3,0,6)	
7	21013916	Mạng máy tính Computer Network	3(3,0,6)	
8	21013915	Lập trình hướng đối tượng Object Oriented Programming	3(2,2,6)	
Phần tự chọn			3	
1	21013201	Hệ thống thông tin quản lý Management Information System	3(3,0,6)	
2	21073014	Quản trị dự án đầu tư Investment Project Management	3(3,0,6)	
7.2.3. Kiến thức chuyên ngành Thương mại điện tử			40	
Phần bắt buộc			36	
1	21102149	Quản trị ngoại thương Foreign Trade Management	3(3,0,6)	
2	21072065	Quản trị cung ứng Supply Chain Management	2(2,0,4)	21102149 (a)
3	21072077	Quản trị nguồn nhân lực Human Resource Management	2(2,0,4)	21102149 (a)

STT	Mã học phần	Tên học phần	Số tín chỉ	Học phần: Học trước (a), Tiên quyết (b), Song hành (c)
4	21103079	Marketing quốc tế International Marketing	3(3,0,6)	21073005 (a)
5	27073039	Luật Thương mại Business Law	2(2,0,4)	21102149 (a)
6	21013508	Hệ quản trị cơ sở dữ liệu Database Management System	3 (2,2,6)	
7	21012702	Lập trình WEB 1 WEB 1 Programming 4p	3 (2,2,6)	
8	21012703	Lập trình WEB 2 WEB 2 Programming 4p	3(2,2,6)	
9	21013413	Thanh toán điện tử Electronic Payment	2(2,0,4)	
10	21014414	Bảo mật thương mại điện tử E-commerce Security	2(2,0,4)	
11	21014415	Marketing điện tử Electronic Marketing	2(2,0,4)	
12	21013416	Quản trị tác nghiệp TMĐT Operational Management E.commerce	3(3,0,6)	
13	21102240	Anh văn chuyên ngành KDQT 2	2(2,0,4)	21101140 (a)
14	21102340	Anh văn chuyên ngành KDQT 3 International Business English 3	2(2,0,4)	21102240 (a)
15	21102440	Anh văn chuyên ngành KDQT 4 International Business English 4	2(2,0,4)	21102340 (a)
Phần tự chọn			4	
1	21103128	Nghiên cứu thị trường Market Research	2(2,0,4)	21102149 (a)
2	21073012	Quản trị bán hàng Sales Management	2(2,0,4)	21102149 (a)
3	21073050	Quản trị rủi ro Risk Management	2(2,0,4)	21102149 (a)
4	21083109	Tài chính quốc tế International Finance	2(2,0,4)	21102149 (a)
5	21073032	Quản trị chiến lược Strategy Management	2(2,0,4)	21102149 (a)
7.2.4. Thực tập tốt nghiệp			5	
1	21104666	Thực tập tốt nghiệp (báo cáo thực tập tốt nghiệp) Practice for graduation (Writing Reports)	5(0,40,8)	
7.2.5. Khóa luận tốt nghiệp hoặc học bổ sung			5	
1	21104888	Khóa luận tốt nghiệp Research Paper Writing	5	
1	21014410	Kiến trúc hướng dịch vụ (Service-Oriented Architecture)	2(2,0,4)	
2	21104500	Chuyên đề tốt nghiệp Thương mại điện tử Graduation Essay Assignment	3(0,0,9)	
Tổng cộng toàn khóa			122	

Nguồn: Chương trình đào tạo ngành TMĐT_IUH

PHỤ LỤC 3

Chương trình đào tạo ngành kinh tế số

I. Học viện Chính sách và Phát triển

CHƯƠNG TRÌNH NGÀNH KINH TẾ SỐ - MÃ NGÀNH: 7310112
CHUYÊN NGÀNH: KINH TẾ & KINH DOANH SỐ

TT	Mã số	Tên học phần/ Môn học	Số tín chỉ	Học kỳ
1. Giáo dục đại cương			41	
1	THCN06	Chủ nghĩa xã hội khoa học	2	4
2	THKT05	Kinh tế Chính trị Mác - Lênin	2	2
3	KHMI01	Kinh tế vĩ mô 1	3	1
4	KHMA02	Kinh tế vĩ mô 1	3	2
5	THLD07	Lịch sử Đảng cộng sản Việt Nam	2	3
6	TOLT07	Lý thuyết xác suất và thống kê toán	3	2
7	LƯĐC01	Pháp luật đại cương	3	1
8	PPNC01	Phương pháp nghiên cứu khoa học	3	2
9	TACB01	Tiếng Anh cơ bản 1	3	1
10	TACB02	Tiếng Anh cơ bản 2	3	2
11	TACB03	Tiếng Anh cơ bản 3	3	3
12	TACB04	Tiếng Anh cơ bản 4	3	4
13	TOĐC06	Tin học đại cương	3	1
14	TOCC05	Toán cao cấp	3	1
15	THML04	Triết học Mác - Lênin	3	1
16	THTT02	Tư tưởng Hồ Chí Minh	2	1
2. Giáo dục quốc phòng			8	
1	GDQP02	Giáo dục quốc phòng	8	2
3. Giáo dục thể chất			6	
1	GDTC08	Giáo dục thể chất 1	2	1
2	GDTC06	Giáo dục thể chất 2	2	2
3	GDTC07	Giáo dục thể chất 3	2	3
4. Cơ sở ngành (Bắt buộc)			20	
1	KTKD01	Lập trình căn bản	3	3
2	QTMC02	Marketing căn bản	3	4
3	TOKT05	Kinh tế lượng	3	3
4	TODLOI	Dữ liệu lớn trong KT&KD	3	3
5	TCTT23	Lý thuyết Tài chính tiền tệ	3	3

TT	Mã số	Tên học phần/ Môn học	Số tín chỉ	Học kỳ
6	TCKT01	Nguyên lý kế toán	3	3
7	ĐNQTO3	Kinh tế quốc tế 1	2	3
5. Cơ sở ngành (Lựa chọn 6 tín chỉ ihero từng cặp)			6	
1	QTHO06	Quản trị học	3	4
2	QTCC01	Quan hệ công chúng	3	5
1	PTDL02	Cơ sở của khoa học dữ liệu	3	4
2	PTDL05	Nhập môn lập trình PTDL với Python	3	5
1	LÚKT01	Pháp luật kinh tế	3	4
2	ĐNTM08	Thương mại quốc tế	3	5
6. Kiến thức Ngành (Bắt buộc)			20	
1	TCDN03	Tài chính doanh nghiệp	3	5
2	PTDL04	Hệ quản trị cơ sở dữ liệu	3	4
3	KTKD03	Lý thuyết Kinh tế số	3	4
4	KTKD02	Hệ thống thông tin quản lý	3	5
5	ĐNQTO11	Kinh doanh quốc tế	3	7
6	QTKD14	Thương mại điện tử	3	5
7	QLCD01	Chuyên đề thực tế	2	6
7. Kiến thức Ngành (Lựa chọn 9 tín chỉ theo khối môn)			9	
1	TCKK25	Thị trường chứng khoán	3	5
2	KTKD09	Thanh toán điện tử	3	5
3	QTKS07	Khởi nghiệp Đổi mới sáng tạo	3	7
1	TCPT08	Phân tích báo cáo tài chính	3	5
2	PTDL06	Phân tích chuỗi thời gian trong tài chính	3	5
3	KTKD10	Mạng máy tính và truyền thông số	3	6
1	TCKH04	Kế toán tài chính	3	5
2	TCPT08	Phân tích báo cáo tài chính	3	6
3	QTKS07	Khởi nghiệp Đổi mới sáng tạo	3	7
8. Chuyên ngành (Bắt buộc)			18	
1	KTKD04	Thiết kế website thương mại điện tử	3	5
2	KTKD05	Chuyển đổi số	3	7
3	KTKD06	Các mô hình kinh doanh số	3	7

TT	Mã số	Tên học phần/ Môn học	Số tín chỉ	Học kỳ
4	KTKD07	An toàn và bảo mật thương mại điện tử	3	6
5	QTDM01	Marketing số	3	6
6	KTKD08	Công nghệ tài chính	3	7
9. Chuyên ngành (Lựa chọn 6 tín chỉ theo khối môn)			6	
1	PTDL12	Blockchain trong quản lý	2	6
2	KTKD11	Khoa học quản lý	2	7
3	KTKD12	Truyền thông đa phương tiện	2	7
1	PTDL09	Khai phá dữ liệu cho phân tích kinh doanh	3	6
2	PTDL12	Phân tích dữ liệu lớn với R	3	7
1	QTCU04	Quản trị chuỗi cung ứng	3	6
2	QTCL01	Quản trị chiến lược	3	7
10. Thực tập và Khoá luận tốt nghiệp			10	
1	KLTN	Khoá luận tốt nghiệp	6	8
2	TTTN01	Thực tập tốt nghiệp	4	8
TỔNG			130	

Nguồn: Chương trình ngành kinh tế số - mã ngành: 7310112
Chuyên ngành: kinh tế & kinh doanh số

II. Trường Đại học Công nghệ thông tin và Truyền thông – Đại học Thái Nguyên

ĐẠI HỌC THÁI NGUYÊN
TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHỆ THÔNG TIN & TRUYỀN THÔNG

CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO KINH TẾ SỐ
(Thực hiện từ khóa 20, năm 2021)

(Ban hành theo Quyết định số 563/QĐ-CTT&TT ngày 3.8. tháng 8 năm 2021
của Hiệu Trưởng Trường Đại học Công nghệ Thông tin và Truyền thông)

TT	Tên học phần	Số TC	TC TH	Học kỳ	1	2	3	4	5	6	7	8	Học phần TQ/HT/SH (0)/(2)/(1)	Đề xuất đơn vị quản lý học phần	Học phần cốt lõi (*)
					15	16	17	14	15	17	14	12			
Khối kiến thức giáo dục đại cương (Tổng số tín chỉ: 32 tín chỉ / 13 học phần)															
1	Anh văn 1	3		1	3									KHCB	
2	Anh văn 2	3		2		3							Anh văn 1 (2)	KHCB	
3	Anh văn 3	3		3			3						Anh văn 2 (2)	KHCB	
4	Anh văn 4	3		4				3					Anh văn 3 (2)	KHCB	
5	Chủ nghĩa xã hội khoa học	2		3			2						Kinh tế chính trị Mác-Lênin (2)	KHCB	
6	Kinh tế chính trị Mác-Lênin	2		2		2							Triết học Mác- Lênin (2)	KHCB	
7	Lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam	2		4				2					Chủ nghĩa xã hội khoa học (2)	KHCB	
8	Triết học Mác- Lênin	3		1	3									KHCB	
9	Tư tưởng Hồ Chí Minh	2		5					2				Lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam (2)	KHCB	
10	Tin học đại cương	3	1	1	3									CNTT	
11	Pháp luật đại cương	2		2		2								HTTTKT	
12	Kỹ năng mềm	2		7								2		TTDPT	
13	Văn hóa doanh nghiệp	2		6							2			TTDPT	
Khối kiến thức cơ sở nhóm ngành (Tổng số tín chỉ: 30 tín chỉ / 10 học phần)															
14	Kinh tế học	3		1	3									HTTTKT	
15	Quản trị học	3		1	3									HTTTKT	
16	Cơ sở lập trình trong kinh tế	3	1	2		3							Tin học đại cương (2)	HTTTKT	
17	Thương mại điện tử	3		2		3							Quản trị học (2)	HTTTKT	*
18	Marketing căn bản	3		3			3						Quản trị học (2)	HTTTKT	
19	Mô hình mạng trong doanh nghiệp	3		4				3					Cơ sở lập trình trong kinh tế (2)	HTTTKT	
20	Quản trị dữ liệu doanh nghiệp	3	1	4				3					Quản trị học(2)	HTTTKT	
21	Quản trị nguồn nhân lực	3	0.5	4				3					Quản trị học (2)	HTTTKT	
22	Phương pháp nghiên cứu kinh tế - xã hội	3		5					3				Marketing căn bản (2)	HTTTKT	
23	Hệ thống thông tin quản lý	3		5						3			Cơ sở lập trình trong kinh tế(2)	HTTTKT	
Khối kiến thức cơ sở ngành (Tổng số tín chỉ: 15 tín chỉ / 5 học phần)															
24	Nguyên lý kế toán	3		2		3							Kinh tế học(2)	HTTTKT	
25	Toán kinh tế	3		3			3						Kinh tế học(2)	HTTTKT	
26	Kế toán máy	3	1	3			3						Nguyên lý kế toán(0)	KHCB	
27	Tài chính doanh nghiệp	3		3			3						Thương mại điện tử (2)	HTTTKT	
28	Phát triển hệ thống thông tin kinh tế	3		5						3			Cơ sở lập trình trong kinh tế(2) Quản trị dữ liệu doanh nghiệp(2)	HTTTKT	*
Khối kiến thức chuyên ngành (Tổng số tín chỉ: 27 tín chỉ / 9 học phần, trong đó bắt buộc: 18 tín chỉ, tự chọn: 9 tín chỉ)															
29	Kinh tế số	3		6							3		Thương mại điện tử (2)	HTTTKT	
30	Phân tích dữ liệu và dự báo kinh tế	3	1	6							3		Kinh tế học(2) Toán kinh tế (2)	HTTTKT	*

BÁO CÁO ĐÀO TẠO THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ
VIỆT NAM 2022

TT	Tên học phần	Số TC	TC TH	Học kỳ	1	2	3	4	5	6	7	8	Học phần TQ/HT/SH (0)/(2)/(1)	Đề xuất đơn vị quản lý học phần	Học phần cốt lõi (*)
					15	16	17	14	15	17	14	12			
31	Hệ thống quản trị chuỗi cung ứng	3	1	6							3		Quản trị học (2) Quản trị nguồn nhân lực (2)	HTTTKT	
32	Quản trị kinh doanh số	3	0.5	6							3		Quản trị học (2)	HTTTKT	*
33	Ứng dụng dữ liệu lớn trong nền kinh tế số	3	0.5	6							3		Kinh tế số (2)	HTTTKT	*
34	Đầu tư tài chính	3	0.5	7							3		Tài chính doanh nghiệp (2)	HTTTKT	
35	Tự chọn 1	3		7							3			HTTTKT	
36	Tự chọn 2	3		7							3			HTTTKT	
37	Tự chọn 3	3		7							3			HTTTKT	
Danh sách các học phần tự chọn (9 tín chỉ)															
Tự chọn 1: Doanh nghiệp số															
38	Các mô hình kinh doanh số	3	0.5										Quản trị kinh doanh số (2)	HTTTKT	
39	Quản trị dự án kinh doanh trên nền tảng số	3	0.5										Quản trị kinh doanh số (2)	HTTTKT	
40	Quản trị kênh phân phối	3	0.5										Quản trị học (2)	HTTTKT	
Tự chọn 2: Tài chính số															
41	Phân tích báo cáo tài chính	3	0.5										Nguyên lý kế toán (2)	HTTTKT	
42	Thẩm định dự án đầu tư	3	0.5										Hệ thống quản trị chuỗi cung ứng (2)	HTTTKT	
43	Tài chính số	3	0.5										Tài chính doanh nghiệp (2)	HTTTKT	
Tự chọn 3: Kinh doanh số															
44	Blockchain trong phát triển kinh tế số	3	0.5										Kinh tế số (2)	HTTTKT	
45	Trí tuệ nhân tạo trong kinh tế số	3	0.5										Kinh tế số (2)	HTTTKT	
46	Quản trị tác nghiệp TMDT	3	1										Thương mại điện tử (2)	HTTTKT	
Thực tập, Đồ án/Khóa luận tốt nghiệp (16 tín chỉ)															
47	Thực tập chuyên ngành	4		5							4		Phương pháp nghiên cứu kinh tế - xã hội (2)	HTTTKT	
48	Thực tập tốt nghiệp	5		8								5	Thực tập chuyên ngành(0)	HTTTKT	
49	Khóa luận tốt nghiệp	7		8								7	Thực tập chuyên ngành(0)	HTTTKT	
Danh sách học phần thay thế Khóa luận tốt nghiệp (7 tín chỉ)															
50	Phân tích hoạt động kinh doanh	4		8									Quản trị kinh doanh số (2)	HTTTKT	
51	Kinh tế lượng ứng dụng	4	1	8									Toán kinh tế (2)	HTTTKT	
52	Hệ thống hoạch định nguồn lực doanh nghiệp	3	1	8									Quản trị nguồn nhân lực (2)	HTTTKT	
53	Quản trị chiến lược kinh doanh điện tử	3	0.5	8									Quản trị kênh phân phối (2)	HTTTKT	
54	Công nghệ ngân hàng	3	0.5	8							3		Kinh tế số (2)	HTTTKT	
Tổng số tín chỉ		120													

Ghi chú:

- TQ(0) = Tiên quyết; SH(1)= Song hành; HT(2) = Học trước.
- Học phần giáo dục thể chất 1 được xếp ở kỳ 1, giáo dục thể chất 2 xếp ở học kỳ 2.
- Học phần Giáo dục Quốc phòng - An ninh theo lịch của ĐHTN.

TRƯỜNG KHOA

TS. Vũ Xuân Nam

Nguồn: Trường Đại học Công nghệ thông tin và Truyền thông – Đại học Thái Nguyên.

PHỤ LỤC 4

Quy chế hoạt động của mạng lưới các cơ sở đào tạo thương mại điện tử

HIỆP HỘI THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ
VIỆT NAM

Số: 196/QĐ-VECOM
Vv Thành lập Mạng lưới các cơ sở đào
tạo thương mại điện tử

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

Hà Nội, ngày 01 tháng 8 năm 2022

QUYẾT ĐỊNH

**Thành lập Mạng lưới các cơ sở đào tạo thương mại điện tử
trực thuộc Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam.**

CHỦ TỊCH

HIỆP HỘI THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ VIỆT NAM

Căn cứ Quyết định số 706/QĐ-BNV ngày 25 tháng 6 năm 2007 về việc thành lập Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam;

Căn cứ Điều lệ Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam;

Căn cứ Nghị quyết Đại hội đại biểu toàn quốc Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam lần thứ tư ngày 10 tháng 11 năm 2021;

Căn cứ Nghị quyết Hội nghị lần thứ nhất Ban chấp hành Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam khoá IV ngày 10 tháng 11 năm 2021;

Căn cứ đề nghị của Chánh Văn phòng,

QUYẾT ĐỊNH:

Điều 1. Thành lập Mạng lưới các cơ sở đào tạo thương mại điện tử trực thuộc Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam, hoạt động theo Quy chế hoạt động của Mạng lưới, Điều lệ của Hiệp hội và tuân thủ các quy định pháp luật.

Điều 2. Tên tiếng Anh của Mạng lưới là Viet Nam Digital Business Education Network, viết tắt là VECOMNET.

Điều 3. Thành viên của Mạng lưới bao gồm các cơ sở giáo dục đại học, cơ sở giáo dục nghề nghiệp và các đơn vị đào tạo khác liên quan tới thương mại điện tử và kinh doanh số, tự nguyện đăng ký tham gia và cam kết tuân thủ Quy chế hoạt động của Mạng lưới.



Điều 4. Mỗi thành viên cử một đại diện tham gia Ban liên lạc của Mạng lưới. Ban liên lạc có Tổ Thư ký giúp việc.

Điều 5. Quyết định này có hiệu lực kể từ ngày ký.


Điều 6. Các Ủy viên Ban Chấp hành, Chánh Văn phòng, Thủ trưởng các đơn vị trực thuộc Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam có trách nhiệm thi hành Quyết định này./.

Nơi nhận:

- Như Điều 6;
- Lưu: VP HH;

TM. BAN CHẤP HÀNH
CHỦ TỊCH

Nguyễn Ngọc Dũng



HIỆP HỘI THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ VIỆT NAM **CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM**
Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

QUY CHẾ HOẠT ĐỘNG

**của Mạng lưới các cơ sở đào tạo thương mại điện tử
trực thuộc Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam**
*(Ban hành kèm theo Quyết định số 196/QĐ-VECOM ngày 01 tháng 8 năm 2022
của Chủ tịch Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam)*

Chương I

NHỮNG QUY ĐỊNH CHUNG

Điều 1. Phạm vi điều chỉnh

Quy chế này quy định về hoạt động của Mạng lưới các cơ sở đào tạo thương mại điện tử trực thuộc Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam (gọi tắt là Mạng lưới).

Điều 2. Đối tượng áp dụng

Quy chế này áp dụng đối với các thành viên Mạng lưới, các đơn vị trực thuộc Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam, các Ủy viên Ban Chấp hành và thành viên Ban Liên lạc.

Điều 3. Mục tiêu

1. Mạng lưới kết nối các thành viên, phối hợp, giúp đỡ lẫn nhau nhằm nâng cao chất lượng đào tạo thương mại điện tử và kinh doanh số, đảm bảo cung cấp đầy đủ, kịp thời nguồn nhân lực chất lượng cho sự phát triển của lĩnh vực thương mại điện tử.

2. Huy động sự hỗ trợ của các doanh nghiệp hội viên Hiệp hội và các cơ quan, tổ chức tới các thành viên của Mạng lưới, giúp các thành viên gắn hoạt động đào tạo với thực tiễn.

3. Hỗ trợ thúc đẩy đào tạo, phát triển, sử dụng hiệu quả nguồn nhân lực về thương mại điện tử.

4. Thúc đẩy hoạt động hợp tác quốc tế trong hoạt động đào tạo chuyên nghiệp thương mại điện tử và kinh doanh số.

Chương II

TỔ CHỨC

Điều 4. Thành viên

1. Thành viên Mạng lưới là các cơ sở giáo dục đại học, giáo dục nghề nghiệp có chức năng, nhiệm vụ đào tạo, phát triển nguồn nhân lực về thương mại điện tử và kinh doanh số.



2. Các cơ sở đào tạo phù hợp với Khoản 1 muốn tham gia Mạng lưới cần gửi đăng ký theo mẫu tới Ban Liên lạc của Mạng lưới và cam kết tuân thủ Quy chế hoạt động này.

3. Những cơ sở đào tạo tham gia xây dựng Quy chế này và thông báo bằng văn bản tuân thủ Quy chế là những thành viên sáng lập Mạng lưới.

Điều 5. Chấm dứt tư cách thành viên

Tư cách thành viên chấm dứt trong các trường hợp sau:

1. Cơ sở đào tạo gửi thông báo bằng văn bản đề nghị chấm dứt tư cách thành viên tới Ban liên lạc. Thời điểm chấm dứt có hiệu lực trong vòng 30 ngày, kể từ khi thành viên gửi thông báo bằng văn bản.

2. Cơ sở đào tạo ngừng hoạt động đào tạo các học phần liên quan tới thương mại điện tử.

3. Hoạt động của cơ sở đào tạo không phù hợp với Quy chế này, Điều lệ của Hiệp hội hoặc vi phạm pháp luật.

4. Không cử đại diện tham gia Ban liên lạc, hoặc đại diện không tham gia các hoạt động của Ban liên lạc trong vòng một năm.

Trong trường hợp chấm dứt theo Khoản 2, 3 hoặc 4, Ban liên lạc có trách nhiệm thông báo bằng văn bản tới thành viên, nêu rõ lý do chấm dứt tư cách thành viên.

Điều 6. Ban liên lạc

1. Mỗi thành viên cử một đại diện tham gia Ban liên lạc. Đại diện này là lãnh đạo khoa hay bộ môn liên quan nhiều nhất tới thương mại điện tử.

2. Ban liên lạc làm việc theo nguyên tắc tập thể, mọi hoạt động phải tuân thủ Quy chế này và Điều lệ của Hiệp hội.

Điều 7. Tổ thư ký

1. Tổ thư ký có nhiệm vụ giúp việc và triển khai các hoạt động được Ban liên lạc thông qua.

2. Tổ trưởng Tổ thư ký là Chánh Văn phòng của Hiệp hội Thương mại điện tử.

3. Tổ trưởng Tổ thư ký có thể mời đại diện các cơ sở đào tạo trong Ban liên lạc và hội viên tham gia Tổ thư ký.

Chương III

HOẠT ĐỘNG

Điều 8. Các hoạt động gắn với giảng viên và học liệu

1. Giao lưu, chia sẻ chuyên môn và kinh nghiệm giữa các giảng viên đào tạo thương mại điện tử và kinh doanh số.

2. Phối hợp, chia sẻ thông tin phục vụ xây dựng học liệu, giáo trình, tài liệu tham khảo.

M
B.
ÁP
★

3. Các hoạt động nhằm gắn kết đào tạo với thực tiễn, bao gồm các hoạt động giao lưu, kết nối giữa các giảng viên với các doanh nghiệp tiên phong trong lĩnh vực thương mại điện tử nhằm giúp giảng viên có thể tiếp cận các tình huống thực tế từ doanh nghiệp trong việc triển khai giảng dạy. Các nhà quản trị doanh nghiệp trong lĩnh vực thương mại điện tử có thể tham gia giảng dạy, chia sẻ kinh nghiệm thực tế, tư vấn về chương trình đào tạo.

Điều 9. Các hoạt động gắn với sinh viên

1. Phối hợp tổ chức các hoạt động hướng nghiệp cho sinh viên, hỗ trợ sinh viên thực tập tại các doanh nghiệp và ứng tuyển ở những vị trí phù hợp.

2. Tổ chức các hoạt động thúc đẩy sự liên kết sinh viên giữa các cơ sở đào tạo, bao gồm các cuộc thi quy mô toàn quốc cho cộng đồng sinh viên thương mại điện tử.

3. Các hoạt động đào tạo cấp chứng nhận cho một số học phần liên quan tới thương mại điện tử, tiến tới cấp chứng chỉ nghề nghiệp cho sinh viên hệ cử nhân ngành thương mại điện tử hoặc các sinh viên có nhu cầu chứng chỉ này.

Điều 10. Các hoạt động khác

1. Tham gia hoạt động tư vấn, phản biện các chính sách và quy định pháp luật nhằm tạo môi trường vĩ mô thuận lợi cho hoạt động đào tạo chính quy thương mại điện tử.

2. Phối hợp triển khai các hoạt động nghiên cứu khoa học, tổ chức các hội thảo khoa học liên quan tới thương mại điện tử và kinh doanh số.

3. Các hoạt động phổ biến, tuyên truyền, hướng nghiệp, quảng bá lợi ích chọn ngành học là thương mại điện tử, nâng cao chất lượng tuyển sinh đầu vào.

4. Các hoạt động truyền thông nhằm nâng cao nhận thức xã hội về lĩnh vực đào tạo thương mại điện tử, thu hút sự quan tâm của xã hội và các tổ chức liên quan đối với hoạt động đào tạo thương mại điện tử.

5. Xây dựng và phổ biến Trang thông tin điện tử của Mạng lưới www.vecomnet.vn và Fanpage [FB.com/VecomNet](https://www.facebook.com/VecomNet).

6. Xây dựng hệ thống hỏi đáp trực tuyến 24/7 liên quan tới đào tạo thương mại điện tử tại các cơ sở giáo dục đại học và giáo dục nghề nghiệp.

7. Các hoạt động khác gắn với đào tạo nguồn nhân lực thương mại điện tử.

Chương IV
TỔ CHỨC THỰC HIỆN

Điều 11. Chế độ họp và báo cáo

1. Ban liên lạc có trách nhiệm báo cáo hoạt động bằng văn bản tới Ban Thường trực Hiệp hội thường kỳ 6 tháng đầu năm và cả năm. Báo cáo cung cấp thông tin chung tình hình hoạt động của Mạng lưới, các đề xuất, kiến nghị tới Hiệp hội.

2. Các cuộc họp của Ban liên lạc có thể tổ chức trên môi trường trực tuyến. Tổ thư ký chịu trách nhiệm hậu cần cho các cuộc họp này.



PHỤ LỤC 5

Các trường đại học là thành viên sáng lập mạng lưới các cơ sở giáo dục đào tạo thương mại điện tử

STT	Trường đại học
	Miền Bắc
1	Đại học Công nghệ Giao thông vận tải
2	Đại học Đại Nam
3	Đại học Điện lực (EPU)
4	Đại học Đông Đô
5	Đại học Hòa Bình
6	Đại học Kinh tế Quốc dân
7	Đại học Phương Đông
8	Đại học Thủy Lợi
9	Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông (PTIT)
10	Học viện Nông nghiệp Việt Nam (VNUA)
11	Trường ĐH CNTT và Truyền thông - ĐH Thái Nguyên
12	Đại học Mở Hà Nội
13	Đại học Ngoại thương
	Miền Trung
1	Trường Kinh tế - Đại học Đà Nẵng
2	Trường CNTT và TT Việt Hàn - ĐH Đà Nẵng
	Miền Nam
1	Trường ĐH Công nghệ thông tin, ĐHQG_HCM (UIT)
2	Đại học Công nghệ TP HCM (HUTECH)
3	Đại học Công nghiệp TP HCM
4	Đại học Hoa Sen (HSU)
5	Đại học Kinh tế - Luật, ĐH Quốc gia TP HCM
6	Đại học Kinh tế - Tài chính TP HCM(UEF)
7	Đại học Kinh tế TP HCM(UEH)
8	Đại học Nguyễn Tất Thành
9	Đại học Sư phạm Kỹ thuật TP HCM(UTE)
10	Đại học Văn Lang
11	Đại học Mở Tp. HCM
12	Đại học Văn Hiến

ĐƠN VỊ TÀI TRỢ

TẬP ĐOÀN LAZADA



Thành lập vào 2012, Lazada nhanh chóng trở thành nền tảng thương mại điện tử hàng đầu tại Đông Nam Á. Thông qua công nghệ và thương mại, Lazada đang góp phần hỗ trợ thúc đẩy sự phát triển tại Indonesia, Malaysia, Philippines, Singapore, Thái Lan và Việt Nam. Ngày nay, sự phát triển mạnh mẽ của hệ sinh thái của các nước khu vực đã giúp kết nối người tiêu dùng với hơn 1 triệu nhà bán hàng mỗi tháng. Thông qua các kênh thanh toán đáng tin cậy và Lazada Wallet, người tiêu dùng có thể thực hiện giao dịch một cách an toàn và bảo mật, đồng thời đảm bảo việc nhận bưu kiện thông qua mạng lưới logistics nội bộ hàng đầu khu vực. Lazada đặt mục tiêu phục vụ nhu cầu mua sắm của hơn 300 triệu người dùng vào năm 2030 và là nền tảng tốt nhất trong việc hỗ trợ thương hiệu, doanh nghiệp và nhà bán hàng chuyển đổi số.

Bên cạnh vai trò tích cực trong việc dẫn dắt và thúc đẩy phát triển hệ sinh thái thương mại điện tử bền vững, Lazada đang tạo ra hàng triệu việc làm trực tiếp và gián tiếp mỗi năm, góp phần nâng cao năng lực cho lực lượng lao động trong nước và khu vực. Tháng 4 năm nay, Quỹ Lazada (Lazada Foundation) đã được thành lập với mục tiêu trao quyền và nâng tầm phụ nữ và thế hệ trẻ tại 6 nước Đông Nam Á thông qua các hỗ trợ học bổng và cơ hội việc làm, đồng thời thúc đẩy bình đẳng giới trong môi trường công nghệ.

Tại Việt Nam, Lazada đã và đang thực hiện nhiều chương trình, hoạt động hỗ trợ đào tạo và phát triển nguồn nhân lực. Một số hoạt động nổi bật trong năm 2022:

- Lazada Logistics Youth Career (2022): chương trình tuyển dụng sinh viên mới tốt nghiệp cho lĩnh vực Logistics trên toàn quốc được mở thành nhiều đợt.
- Lazada Youth Tech Career (2022): chương trình tuyển dụng nhân viên chính thức của Lazada Tech Hub dành riêng sinh viên mới tốt nghiệp nhóm ngành công nghệ cho vị trí Software Engineer (Frontend/ Backend).
- Lazada Forward Scholarship (2022): học bổng Lazada dành cho sinh viên.
- Unitour (5/2022 - 7/2022): Hợp tác và tham gia ngày hội việc làm tại các trường Đại học

Những nỗ lực và hoạt động trên của Lazada đã và đang đóng góp tích cực cho việc đào tạo nguồn nhân lực, góp phần thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội tại Việt Nam. Những nỗ lực này cũng đã góp phần giúp Lazada đạt rất nhiều giải thưởng danh giá như Top 50 thương hiệu nhà tuyển dụng hấp dẫn với sinh viên Việt Nam 2022, Nơi làm việc tốt nhất Châu Á năm 2022 (năm thứ 4 liên tiếp).



Lễ trao học bổng Lazada Forward Scholarship 2022



Lazada Logistics tại Ngày hội việc làm



Đại diện Lazada nhận giải thưởng danh giá

TRUNG TÂM INTERNET VIỆT NAM (VNNIC)



Trung tâm Internet Việt Nam (VNNIC) là đơn vị trực thuộc Bộ Thông tin và Truyền thông được thành lập vào ngày 28/4/2000.

Với sứ mệnh là NIC quốc gia (National Internet Information Center), VNNIC cung cấp các nền tảng hạ tầng, dịch vụ thiết yếu của mạng Internet Việt Nam (ccTLD: tên miền quốc gia “.vn”; NIR: cung cấp địa chỉ, số hiệu mạng Internet, định tuyến Internet; DNS: đảm bảo truy cập tên miền “.vn”; VNIX: Trạm trung chuyển Internet quốc gia ...); đón đầu xu thế phát triển, chuyển đổi Internet thế hệ mới IPv6; định hướng, cung cấp thông tin tin cậy, dịch vụ mới trên nền tài nguyên Internet; kết nối cộng đồng; thúc đẩy phát triển Internet an toàn, ổn định.

Trải qua 22 năm thành lập, phát triển, có thể nói rằng, phía sau các mốc tăng trưởng bùng nổ của Internet tại Việt Nam là sự phát triển về tài nguyên Internet và hoạt động an toàn, ổn định của hệ thống kỹ thuật hạ tầng Internet quan trọng quốc gia và vai trò của VNNIC. Với tầm nhìn Việt Nam là quốc gia phát triển về hạ tầng số, Internet; hưởng lợi từ sự phát triển của Internet nhưng đảm bảo lợi ích, chủ quyền quốc gia trên không gian mạng và có sự đóng góp tích cực cho sự phát triển chung của Internet, VNNIC nhận sứ mệnh dẫn dắt, định hướng, cung cấp thông tin tin cậy, dịch vụ mới trên nền tài nguyên Internet; kết nối cộng đồng, thúc đẩy phát triển, đảm bảo an toàn mạng Internet Việt Nam.



Thông tin liên hệ

Trung tâm Internet Việt Nam (VNNIC)

- Địa chỉ liên hệ:

+ TP. Hà Nội: Tầng 24, Tòa nhà VNTA, Dương Đình Nghệ, Yên Hòa, Cầu Giấy, Hà Nội

+ TP. Đà Nẵng: Lô 21, Đường số 7, KCN An Đông, Hải Châu, Đà Nẵng

+ TP. Hồ Chí Minh: Đường 20, Khu chế xuất Tân Thuận, Quận 7, TP. Hồ Chí Minh

- Điện thoại: 02435564944

- Email: webmaster@vnnic.vn

- Website: <https://vnnic.vn>

- FB: facebook.com/myVNNIC

CÔNG TY CỔ PHẦN CÔNG NGHỆ SAPO

Sapo - nền tảng quản lý và bán hàng đa kênh được +150.000 khách hàng tin dùng



Sapo là nền tảng quản lý và bán hàng đa kênh đang được sử dụng nhiều nhất tại Việt Nam với hơn 150.000 khách hàng (dữ liệu cập nhật tháng 8/2020). Được thành lập ngày 20/08/2008, với niềm đam mê và khát vọng thành công cùng hướng đi rõ ràng, Sapo nhanh chóng khẳng định được vị trí hàng đầu trong lĩnh vực bán lẻ và TMĐT với những sản phẩm chất lượng, tập trung vào giải quyết các vấn đề của khách hàng ở những nhu cầu khác nhau trong việc quản lý và bán hàng từ online đến offline. Hiện nay, ngoài trụ sở chính tại Hà Nội, Sapo có văn phòng và chi nhánh tại 24 tỉnh thành trên toàn quốc, cũng như vươn ra phục vụ một số nước trong khu vực Đông Nam Á.

Sapo giúp các doanh nghiệp, cửa hàng thay đổi cách bán hàng, quản lý hiệu quả hơn bằng cách cung cấp nền tảng công nghệ đột phá, có thể ứng dụng dễ dàng, nhanh chóng với chi phí thấp. Hiện tại, Sapo đang mang đến cho các doanh nghiệp bán lẻ một nền tảng quản lý và bán hàng tổng thể từ online đến offline, cụ thể:

- Sapo POS - Phần mềm quản lý bán hàng tốt nhất dành cho cửa hàng và bán online;
- Sapo GO - Phần mềm tăng trưởng bán hàng online trên sàn Thương mại điện tử và Facebook;
- Sapo FnB - Phần mềm quản lý nhà hàng, quán cafe toàn diện;
- Sapo Web - Giải pháp thiết kế website bán hàng chuyên nghiệp;
- Sapo Omnichannel - Giải pháp quản lý và bán hàng đa kênh từ Online đến Offline;
- Sapo Enterprise - Giải pháp quản lý bán hàng và phát triển thương hiệu cho doanh nghiệp lớn.

Trong hành trình hơn 12 năm phát triển, Sapo luôn cố gắng nỗ lực mang lại sự hài lòng cho các khách hàng thông qua những sản phẩm và giải pháp công nghệ tối ưu nhất. Đồng thời, chúng tôi không ngừng nghiên cứu và tiên phong trong các giải pháp công nghệ mới góp phần khẳng định vị thế của mình.

Sapo đang từng bước hiện thực hóa mục tiêu đến năm 2023 của mình đó chính là: Trở thành công ty công nghệ cung cấp nền tảng quản lý bán hàng đa kênh có nhiều khách hàng nhất Đông Nam Á.

Xem thông tin chi tiết và dùng thử miễn phí tại: [Link](#)



CÔNG TY CỔ PHẦN CÔNG NGHỆ SAPO

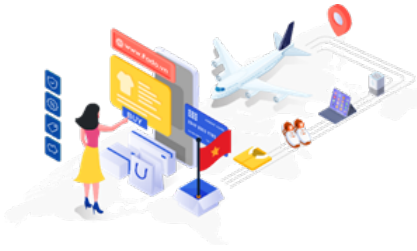
Trụ sở: Tầng 6 - Tòa nhà Ladeco - 266 Đội Cấn - Quận Ba Đình - Hà Nội

- Chi nhánh: Lầu 3 - Tòa nhà Lữ Gia - Số 70 Lữ Gia - P.15 - Q.11 - TP Hồ Chí Minh.

- Chi nhánh: Số 124, Lê Đình Lý, phường Vĩnh Trung, Đà Nẵng.

Website: <https://www.sapo.vn/>

FADO – NỀN TẢNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ XUYÊN BIÊN GIỚI (CROSS – BORDER E-COMMERCE)



Từ 2014 Fado tiên phong tạo ra giải pháp thực hiện sứ mệnh giúp từng cá nhân, doanh nghiệp Việt giao thương trực tiếp với thế giới đơn giản hơn qua thương mại điện tử. Giúp người Việt bắt kịp xu hướng để cân bằng với sự phát triển của thế giới. Việc có ngay 1 thiết bị vừa ra mắt để phục vụ cho hoạt động học tập, nghiên cứu, lao động sản xuất hay đơn giản là giúp đời sống người Việt tiện nghi, hạnh phúc hơn là một nhu cầu chính đáng trong nền kinh tế hội nhập.

Ưu điểm của nền tảng thương mại điện tử xuyên biên giới

Người mua và người bán nước ngoài thực hiện giao dịch trực tiếp qua nền tảng Fado thuận tiện, an toàn minh bạch trên nền tảng blockchain.

Tại Fado ngân sách mua sắm được gia tăng giá trị khi người tiêu dùng được lựa chọn không giới hạn với hơn 5 tỷ sản phẩm chính hãng, từ khắp nơi trên thế giới đặc biệt là từ các nước phát triển Mỹ, Đức, Nhật, Úc, Anh...



Trải nghiệm mua sắm xuyên biên giới cùng Fado

Mua hàng nước ngoài dễ dàng như mua hàng tại Việt Nam chỉ có tại Fado. Chính sách đổi trả minh bạch, bảo vệ người mua tối đa. Hệ thống phân tích đánh giá và gợi ý mua hàng thông minh, đáng tin cậy giúp Khách hàng dễ dàng lựa chọn. Tính năng theo dõi biến động giá, tự động canh sale, tiết kiệm thời gian, giúp Bạn mua được giá hời. Phương thức vận chuyển đa dạng, theo dõi hành trình vận đơn chính xác, chuyên nghiệp.



Mang đến cơ hội xuất khẩu cho thương hiệu Việt

Không chỉ mang sản phẩm chất lượng quốc tế về Việt Nam, Fado còn hỗ trợ các doanh nghiệp Việt Nam xuất khẩu trực tuyến đi toàn thế giới. Fado liên tục đào tạo, tập huấn các kiến thức, kỹ năng về vận hành gian hàng số, kinh doanh quốc tế, hỗ trợ các dịch vụ marketing online, pháp lý, logistics cho các doanh nghiệp... Giúp họ xây dựng thương hiệu, nâng cao năng lực chào hàng trực tuyến để quảng bá sản phẩm "Made in Viet Nam" tới hơn 190 quốc gia trên toàn thế giới thông qua sàn thương mại điện tử quốc tế, giúp mở rộng con đường xuất khẩu hàng Việt trên khắp thế giới.

Hãy truy cập website <https://fado.vn/> để tận hưởng lợi ích của thương mại điện tử xuyên biên giới từ FADO

TRỤ SỞ: TP. HCM- 21Bis Hậu Giang, Phường 4, Quận Tân Bình HÀ NỘI- Tầng 4, Tòa nhà Trung tâm Thương mại Interserco, Số 02 Tôn Thất Thuyết, Phường Mỹ Đình 2, Quận Nam Từ Liêm, Hà Nội.



office@vecom.vn



8424 – 6259 8271



vecom.vn

