ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG

**TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ**

**CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO**

**CHUYÊN NGÀNH KINH DOANH SỐ**

**Ngành: QUẢN TRỊ KINH DOANH**

**Mã ngành:** **7340101**

**Chuyên ngành: KINH DOANH SỐ**

**Mã chuyên ngành:**

**Trình độ đào tạo: Đại học**

**Đà Nẵng, 2021**

MỤC LỤC

[Phần 1. SỰ CẦN THIẾT MỞ CHUYÊN NGÀNH ĐÀO TẠO 3](#_Toc81643769)

[1.1. Sự cần thiết về việc mở chuyên ngành Kinh doanh số (Digital Business) 3](#_Toc81643770)

[*1.1.1.* *Sự phù hợp với chiến lược phát triển của cơ sở đào taọ* 5](#_Toc81643771)

[*1.1.2.* *Sự phù hợp về nhu cầu phát triển nguồn nhân lực của địa phương, vùng, quốc gia* 9](#_Toc81643772)

[1.2. Tình hình đào tạo ngành/chuyên ngành Kinh doanh số 14](#_Toc81643773)

[*1.2.1.* *Tình hình đào tạo ngành/chuyên ngành Kinh doanh số* 14](#_Toc81643774)

[*1.2.2.* *Hiện trạng đào tạo ngành Kinh doanh số bậc Đại học tại Việt Nam* 18](#_Toc81643775)

[1.3. Kết luận 18](#_Toc81643776)

[*1.3.1.* *Về nhu cầu nhân lực ngành Kinh doanh số* 18](#_Toc81643777)

[*1.3.2.* *Về thực trạng đào tạo bậc Đại học ngành Kinh Doanh Số* 19](#_Toc81643778)

[*1.3.3.* *Tiềm năng phát triển của Ngành đào tạo Kinh Doanh Số* 20](#_Toc81643779)

[Phần 2. CHƯƠNG TRÌNH VÀ KẾ HOẠCH ĐÀO TẠO 21](#_Toc81643780)

[2.1. Tổng quan về chương trình đào tạo 21](#_Toc81643781)

[*2.1.1.* *Thông tin chung về chương trình đào tạo* 21](#_Toc81643782)

[*2.1.2.* *Mục tiêu đào tạo* 21](#_Toc81643783)

[*2.1.3.* *Chuẩn đầu ra* 22](#_Toc81643784)

[*2.1.4.* *Cơ hội nghề nghiệp* 23](#_Toc81643785)

[*2.1.5.* *Đối tượng tuyển sinh, quá trình đào tạo và điều kiện tốt nghiệp* 24](#_Toc81643786)

[*2.1.6.* *Cách tính điểm* 25](#_Toc81643787)

[*2.1.7.* *Phương pháp dạy và học* 25](#_Toc81643788)

[*2.1.8.* *Phương pháp đánh giá* 30](#_Toc81643789)

[2.2. Nội dung chương trình đào tạo 32](#_Toc81643790)

[*2.2.1.* *Cấu trúc chương trình* 32](#_Toc81643791)

[*2.2.2.* *Các học phần* 34](#_Toc81643792)

[*2.2.3.* *Ma trận chuẩn đầu ra chương trình đào tạo (PLO) và các học phần:* 37](#_Toc81643793)

[*2.2.4.* *Lộ trình đào tạo* 40](#_Toc81643794)

[*2.2.5.* *Hoạt động ngoại khoá* 40](#_Toc81643795)

# SỰ CẦN THIẾT MỞ CHUYÊN NGÀNH ĐÀO TẠO

## Sự cần thiết về việc mở chuyên ngành Kinh doanh số (Digital Business)

Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ 4 đã và đang là xu hướng tất yếu trong quá trình phát triển của kinh tế thế giới. Nền tảng cơ bản để hình thành nên nền kinh tế 4.0 là kinh tế số dựa trên việc áp dụng các công nghệ kỹ thuật số, trong đó, yếu tố áp dụng các công nghệ thông tin kỹ thuật cao ở mức cao hơn và phạm vi bao quát hơn để tạo ra sự gia tăng năng suất và bền vững hơn. Ở phạm vi khái quát hơn, Schwab (2016) cho rằng cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư đang diễn ra sẽ biến đổi cơ bản kinh tế và xã hội bằng cách kết hợp thế giới vật lý, kỹ thuật số và sinh học, ví dụ, thông qua các chuỗi sản xuất có tính kết nối cao và các quy trình dự đoán tự động và ra quyết định bán tự động. Brynjolfsson và McAfee (2014) mô tả kỷ nguyên kỹ thuật số là “kỷ nguyên máy thứ hai” với nguồn lực cơ bản là tri thức, tự động hóa và sản xuất với giá rẻ ở quy mô lớn. Tuy nhiên, kinh tế số chỉ mới ở giai đoạn đầu của sự phát triển và do vậy, nó sẽ mang lại nhiều thách thức và cũng như cơ hội cho các chủ thể tham gia trong nền kinh tế số hiện nay, đặc biệt là các doanh nghiệp.

Kinh doanh số là lĩnh vực quan trọng nhất liên quan đến sự lan tỏa của nền kinh tế kỹ thuật số trong giai đoạn hiện nay. Kinh doanh số (Digital Business) có thể được hiểu theo nhiều cách khác nhau. Theo Chaffey và Dave (2015), kinh doanh số có thể được hiểu là cách doanh nghiệp ứng dụng công nghệ kỹ thuật số và phương tiện truyền thông số để nâng cao năng lực cạnh tranh của tổ chức thông qua việc tối ưu hóa quy trình nội bộ với các kênh trực tuyến và truyền thống để tiếp thị và cung ứng sản phẩm. Theo nghiên cứu của Bradley và cộng sự (2016) thì nền kinh doanh số phát triển qua ba hình thức cơ bản: kinh doanh số đã phát triển từ kinh doanh điện tử (Internet-based e-business - EB) dựa trên nền tảng của internet sang hình thức kinh doanh dựa trên thiệt bị di động (mobile-business - MB), và giai đoạn phát triển từ MB sang kinh doanh dựa trên sự phổ biến của mạng internet và các ứng dụng công nghệ kĩ thuật số (ubiquitous-business).

Đặc điểm quan trọng nhất của kinh doanh số là sự tương tác lẫn nhau giữa ứng dụng sáng tạo của công nghệ thông tin và truyền thông kĩ thuật số (CNTT-TT KTS) và mô hình kinh doanh số càng ngày trở nên mạnh mẽ hơn bao giờ hết. Đối với các doanh nghiệp hàng đầu, CNTT-TT KTS thực sự cho phép các tổ chức tạo ra các mô hình kinh doanh mới với các giá trị cốt lõi đặc trưng để tăng năng lực cạnh tranh của họ. Ví dụ: Amazon.com đã mở rộng từ mô hình kinh doanh điện tử dựa trên Internet có dây ban đầu sang mô hình kinh doanh MB, dựa trên các thiết bị di động như Kindle. Do đó, sự phát triển của kinh doanh kỹ thuật số đã hình thành nên một loại hình kinh doanh mới, tỷ lệ thuận với sự tiến bộ của công nghệ thông tin và truyền thông kĩ thuật số, và đã mở ra một trang mới của nền kinh tế kỹ thuật số trên phạm vi toàn cầu dựa trên sự lan tỏa tất yếu của nó.

Các đặc điểm của kinh doanh số khác với kinh doanh truyền thống và điều này trở nên rõ ràng khi nhìn vào ví dụ về hệ sinh thái kunh tế số dựa trên điện thoại thông minh. Thứ nhất, các sản phẩm và dịch vụ kỹ thuật số có thể được tái tạo với chi phí biên gần như bằng không (ví dụ: các ứng dụng trên điện thoại thông minh) và trở nên có giá trị hơn theo cấp số nhân khi nhiều người dùng tham gia hơn (ví dụ: Facebook) (Shapiro và Varian, 1999). Thứ hai, trong khi giá trị được tạo ra theo truyền thống trong một công ty và sau đó được bán cho khách hàng, thì trong các mô hình kinh doanh kỹ thuật số, giá trị được xác định khi sử dụng (Vargo và Lusch, 2008). Ví dụ, mỗi chiếc điện thoại thông minh có giá trị nhỏ cho đến khi chúng được sử dụng làm phương tiện để truy cập các dịch vụ (ví dụ: điện thoại, chỉ đường, thanh toán di động). Thứ ba, các mô hình kinh doanh kỹ thuật số dựa trên nền tảng kỹ thuật số để cân bằng lợi ích giữa một hệ sinh thái kinh tế với nhiều tổ chức và cá nhân tham gia (Iansiti và Levien, 2004). Ví dụ: Cửa hàng Google Play phải cung cấp đủ ưu đãi cho cả nhà phát triển ứng dụng và người dùng. Với những ưu điểm vượt trội như vậy, kinh doanh số đã và đang là một trong những xu hướng vận động chung của các doanh nghiệp lớn trên phạm vi toàn cầu, trong đó có cả Việt Nam.

Hiện nay, Việt Nam đang là quốc gia thuộc nhóm có tiềm năng phát triển kinh tế số. Tuy vậy, kinh tế số đã và đang hình thành và phát triển ở giai đoạn sơ khai trong các hoạt động kinh doanh hiện nay ở Việt Nam. Cụ thể, tất cả các nhu cầu của con người từ đi lại (Grab, Tripadvisor), mua sắm (Tiki), thanh toán (Momo, ví điện tử), du lịch (Tripadvisor), cho tới ăn uống (Foody), giải trí (Google play), mạng xã hội (Facebook),… đều có thể tiến hành với một vài thao tác đơn giản trên điện thoại thông minh hay máy tính được kết nối Internet. Ứng dụng công nghệ mới đã thu hẹp mọi khoảng cách, cho phép mọi người xích lại gần nhau, cả thế giới rộng lớn dường như được kết nối, thu nhỏ trên bàn tay mỗi người. Vì vậy, kinh doanh số đang là một xu hướng tất yếu và đang là mục tiêu chuyển đổi trong hầu hết các doanh nghiệp hiện nay.

Sự phát triển của kinh tế số gắn với sự tăng trưởng về nhu cầu nguồn nhân lực có chất lượng cao phù hợp với yêu cầu của phương thức kinh doanh số. Theo nghiên cứu của Tạp chí đại học Harvard (2020), Việt Nam đang là quốc gia đang trong giai đoạn hình thành và sẽ nhanh chóng phát triển các ứng dụng công nghệ kĩ thuật số phục vụ cho một nền kinh tế số tiên tiến. Như vậy, với sự phát triển của nền kinh tế mới với những loại hình kinh doanh mới và những yêu cầu mới thì nhu cầu nhân lực có trình độ về kinh doanh số lại càng trở nên cấp thiết. Hơn nữa, theo thống kê của Viện nghiên cứu kinh tế Việt Nam vào năm 2019, thì chất lượng nguồn nhân lực Việt Nam cho nền kinh tế số lại có vị trí thấp nhất trong các nước như Indonesia, Thailan, và Philippins.

Từ thực tiễn vận động tất yếu của nền kinh tế và nhu cầu khách quan nguồn nhân lực, sự ra đời của ngành học kinh doanh số ngày càng trở nên phổ biến và cần thiết ở nhiều quốc gia có nền kinh tế phát triển như Mỹ, Châu Âu. Ngành học kinh doanh số hứa hẹn sẽ giúp người học nắm bắt được xu hướng phát triển theo hướng số hóa trong kinh doanh, phương thức vận động và mối quan hệ trong và giữa các chủ thể trong nền kinh tế số. Ngành học sẽ mang đến cho người học khối lượng kiến thức tích hợp giữa khối kiến thức quản trị kinh doanh truyền thống và các ứng dụng công nghệ kĩ thuật số như phân tích dữ liệu lớn, trí tuệ nhân tạo, sản phẩm và dịch vụ số thông minh… Chương trình học giúp người học có thể vượt qua những rào cản trong thời đại kinh tế số và kết nối với các cơ hội làm việc mới, đồng thời giúp các doanh nghiệp có nguồn nhân lực chất lượng cao phục vụ cho quá trình hội nhập kinh tế số toàn cầu.

### *Sự phù hợp với chiến lược phát triển của cơ sở đào taọ*

#### *Phù hợp với sứ mệnh và định hướng của Đại học Đà Nẵng*

Với định hướng trở thành một trong ba trung tâm Đại học lớn nhất của cả nước; một trong ba Đại học trọng điểm quốc gia; trung tâm đào tạo và nghiên cứu khoa học đa ngành, đa lĩnh vực, chất lượng cao, đạt chuẩn quốc gia; ngang tầm khu vực và quốc tế, Đại học Đà Nẵng cần đi đầu trong nghiên cứu và đào tạo những ngành mũi nhọn, mang tính tiên phong và có ảnh hưởng mạnh mẽ với cộng đồng. Ngày nay với sự phát triển mạnh mẽ của thời đại công nghệ 4.0 đòi hỏi các doanh nghiệp, các cá nhân cần phải luôn luôn cập nhật và đổi mới để bắt kịp sự thay đổi của công nghệ. Vì thế, đối với lĩnh vực giáo dục, việc phát triển những chương trình đào tạo liên ngành, tích hợp chương trình học giữa các khối kiến thức Kinh doanh truyền thống và khối kiến thức liên quan đến công nghệ sẽ đáp ứng được xu hướng thế giới, góp phần khẳng định vị thế và tầm ảnh hưởng của ĐHĐN. Xuất phát từ những lý do đó, việc xây dựng ngành đào tạo Kinh doanh số hoàn toàn phù hợp với định hướng phát triển của ĐHĐN, có ý nghĩa quan trọng trong việc khẳng định tính tiên phong trong đào tạo của cơ sở giáo dục hàng đầu cả nước này.

Bên cạnh đó, vấn đề xây dựng, phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao đáp ứng được yêu cầu của trong thời kì 4.0 là vấn đề đã và đang được đặt ra đối với các cơ sở giáo dục đào tạo. Do đó, nắm bắt được nhu cầu của xã hội, chương trình đào tạo Kinh doanh số có mục tiêu đào tạo nguồn lao động có khả năng thích nghi và làm chủ làn sóng thay đổi của công nghệ số. Điều này cũng góp phần lớn vào việc thực hiện định hướng chiến lược và sứ mệnh của ĐHĐN. Ngoài ra, việc mở ngành đào tạo Kinh doanh số đáp ứng một cách hiệu quả và thiết thực nhu cầu về nguồn nhân lực trình độ cao phục vụ phát triển kinh tế - xã hội của khu vực miền Trung - Tây Nguyên và cả nước, góp phần thực hiện nhiệm vụ là giải quyết tất cả các vấn đề chuyên ngành và đa ngành đặt ra trong thực tế, tạo động lực phát triển bền vững cho khu vực, như chiến lược phát triển của ĐHĐN đã đề ra.

Như vậy, việc mở ngành đào tạo Kinh doanh số không chỉ phù hợp với tầm nhìn, sứ mệnh của Đại học Đà Nẵng mà còn thể hiện sự năng động, sẵn sàng thay đổi để thích nghi với tình hình mới của đơn vị này. Đối với ĐHĐN, việc mở ngành đào tạo Kinh doanh số là một bước đi cụ thể trong việc thực hiện chiến lược phát triển của mình, theo tầm nhìn và sứ mệnh đã chọn.

#### *Phù hợp với sứ mệnh và định hướng của Trường Đại học Kinh tế, Đại học Đà Nẵng*

Trường Đại học Kinh tế, Đại học Đà Nẵng định hướng thực hiện phát triển chuyên sâu, tăng cường năng lực nghiên cứu, đáp ứng các nhu cầu xã hội về nguồn nhân lực chất lượng cao, góp phần thúc đẩy sự phát triển kinh tế xã hội khu vực trong và ngoài nước. Điều này góp phần từng bước thực hiện định hướng trở thành trường Đại học nghiên cứu hàng đầu ở Việt Nam, có đóng góp tích cực trong lĩnh vực khoa học Kinh tế, Kinh doanh và Quản lý và có ảnh hưởng tích cực đến sự phát triển của cộng đồng và địa phương. Với định hướng này, việc tiên phong trong đáp ứng nhu cầu nguồn nhân lực theo xu hướng của cuộc cách mạng công nghệ 4.0 được đặc biệt quan tâm và chú trọng. Bên cạnh đó, để chuẩn bị cho các thay đổi thích ứng với các chương trình đào tạo tiên tiến trên thế giới, việc tăng cường khả năng nghiên cứu, giảng dạy trong các lĩnh vực Công nghệ số và Kinh doanh số là một yêu cầu chiến lược, đặc biệt là trong bối cảnh Đảng và Chính phủ đang thúc đẩy mạnh việc đào tạo nhân lực công nghệ 4.0.

Sự cần thiết của việc mở ngành đào tạo Kinh doanh số đáp ứng chiến lược và mục tiêu phát triển của Trường Đại học Kinh tế, Đại học Đà Nẵng, thể hiện ở các điểm chính sau:

#### a. Khẳng định sứ mệnh Nhà trường

Trường Đại học Kinh tế, thành viên Đại học Đà Nẵng, có sứ mệnh đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao, hỗ trợ cộng đồng phát triển, giải quyết các thách thức kinh tế xã hội. Trong xu hướng hiện nay, cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 đã thúc đẩy mạnh mẽ quá trình chuyển đổi nền kinh tế dựa vào tài nguyên sang nền kinh tế dựa vào tri thức dựa trên nền tảng internet và kĩ thuật số. Bên cạnh đó, nền kinh tế số ra đời, đặt ra thách thức về nguồn nhân lực tương thích với nó. Vì thế, việc xây dựng ngành Kinh doanh số, thúc đẩy sự phát triển của ngành này phù hợp với sứ mệnh và định hướng chiến lược của Nhà trường, giúp việc kết nối cộng đồng doanh nghiệp, khẳng định tính tiên phong, danh tiếng và sức ảnh hưởng của Nhà trường.

#### b. Khẳng định vị thế tiên phong trong đào tạo Kinh tế, Kinh doanh, Quản lý trong khu vực và cả nước

Trong những năm gần đây, xu hướng chuyển dịch sang nền kinh tế số đang diễn ra rầm rộ trên thế giới và bắt đầu trở nên mạnh mẽ ở Việt Nam. Bản chất của nền kinh tế số là nền kinh tế dựa trên nền tảng tri thức, trong đó tri thức nắm vai trò quan trọng ảnh hưởng đến sự phát triển của nền kinh tế. Do đó, đối với nền kinh tế mới này đòi hỏi cần phải có nguồn nhân lực được đào tạo bài bản, có chuyên môn vững vàng, có năng lực làm chủ công nghệ, có tính sáng tạo và thích ứng nhanh với sự thay đổi nhanh chóng của công nghệ trong nền kinh tế. Tuy nhiên, nguồn nhân lực tại Việt Nam còn hạn chế, chưa đáp ứng được những yêu cầu này, chưa bắt kịp xu hướng công nghệ hiện đại trong nền kinh tế 4.0. Điều này trở thành trở ngại lớn trong chiến lược chuyển đổi số ở Việt Nam những năm sắp tới. Mặc dù vậy, các chương trình đào tạo đáp ứng nhu cầu về nguồn nhân lực ở Việt Nam còn khá ít, chủ yếu tập trung vào lĩnh vực công nghệ, kĩ thuật. Hiện nay, tại Việt Nam chỉ có 4 chương trình đào tạo liên quan đến Kinh doanh số tại các trường kinh tế, kinh doanh của cả nước. Xuất phát từ thực trạng này, việc mở ngành đào tạo Kinh doanh số tại Trường Đại học Kinh tế, Đại học Đà Nẵng lại một lần nữa khẳng định vị thế tiên phong trong đào tạo của Trường trong khu vực. Với khả năng tuyển sinh khoá đầu tiên năm 2020, Đại học Kinh tế, Đại học Đà Nẵng là một trong những trường đầu tiên tiếp cận đào tạo lĩnh vực đang rất mới mẻ ở Việt Nam và thế giới, đặc biệt sẽ là trường khối Kinh tế - Kinh doanh đầu tiên của Miền Trung - Tây Nguyên đào tạo lĩnh vực này.

Bên cạnh đó, việc mở ngành đào tạo Kinh doanh số với đặc thù liên ngành, đi sâu vào công nghệ kinh doanh, sẽ mở ra một hướng mới trong đào đào tạo tại các cơ sở giáo dục Đại học theo xu hướng quốc tế. Với ngành này, lần đầu tiên, một chương trình đào tạo đại học có sự liên kết chặt chẽ giữa khối ngành kinh tế - kinh doanh và khối ngành công nghệ - kĩ thuật. Xu hướng liên kết kinh tế - kỹ thuật trong đào tạo các ngành mới, phục vụ các nhu cầu xã hội mới đang là tiêu chuẩn trong đào tạo ở các Đại học lớn trên thế giới. Đi tiên phong trong xu hướng này, với việc đào tạo ngành Kinh doanh số, Trường Đại học Kinh tế sẽ có tiền đề để phát triển và đổi mới các chương trình đào tạo hiện có dần tiếp cận với các tiêu chuẩn cao về năng lực chuyên môn tích hợp đang trở thành tiêu chuẩn trong môi trường nghề nghiệp trên thế giới.

#### c. Tăng cường năng lực đào tạo - nghiên cứu chuyên sâu trong thời kỳ mới

Với khát vọng trở thành trường đại học nghiên cứu hàng đầu của Việt Nam và vươn lên tầm khu vực, Trường Đại học Kinh tế là nơi đóng vai trò quan trọng trong việc phát triển các lĩnh vực tiên phong, bức thiết và có ảnh hưởng lớn trong ngành kinh doanh, kinh tế. Với xu hướng của cuộc cách mạng công nghệ 4.0, việc tích hợp giữa chương trình học khối kiến thức công nghệ thông tin và quản trị kinh doanh là việc bắt buộc đối với nhà trường. Vì với những kiến thức này, người học có thể đón đầu cơ hội, sự phát triển nghề nghiệp trong thời đại mới với kiến thức sâu rộng tích hợp liên ngành và đưa ra các quyết định chính xác và phù hợp với xu hướng mới. Vì thế, việc mở ngành đào tạo Kinh doanh số tạo ra khả năng tập trung nguồn lực, giúp tổ chức nhân lực, chuẩn bị đội ngũ và định hướng nghiên cứu chuyên sâu trong lĩnh vực này tốt hơn. Đây sẽ là bước chuyển đổi quan trọng của Nhà trường trong chiến lược thích ứng hoạt động đào tạo, nghiên cứu khoa học với các thay đổi của môi trường và nhu cầu nhân lực từ đòi hỏi của cuộc cách mạng công nghệ 4.0 hiện nay.

Ngoài ra, việc mở ngành Kinh doanh số còn là cầu nối giữa kinh doanh và công nghệ, không chỉ phục vụ một ngành đào tạo riêng biệt, còn có thể hỗ trợ các ngành kinh doanh truyền thông và tạo thế mạnh cho Nhà trường. Các xu hướng tích hợp công nghệ trong các hoạt động sản xuất kinh doanh hiện tại đang ngày càng phổ biến và đòi hỏi các cơ sở đào tạo phải sớm đưa những nội dung tích hợp công nghệ vào trong các chương trình của mình như Quản trị du lịch, Ngân hàng, Tài Chính, Luật, Marketing, v.v. Do đó, thông qua việc xây dựng ngành đào tạo Kinh doanh số, Trường Đại học Kinh tế, Đại học Đà Nẵng sẽ có được các nguồn lực cơ bản để việc chuyển đổi và phát triển các ngành đào tạo của Nhà trường theo các yêu cầu mới của xã hội.

Với chuyên ngành đào tạo mới, trường Đại học Kinh tế - Đại học Đà Nẵng còn khẳng định thương hiệu của trường thông qua việc cam kết với cộng đồng doanh nghiệp và xã hội về cung cấp nguồn nhân lực chất lượng cao trong thời kỳ mới, đáp ứng yêu cầu hội nhập và phát triển. Sự ra đời của ngành đào tạo Kinh doanh số sẽ giúp khẳng định vị thế và vai trò của Nhà trường trong khu vực Miền Trung và trong cả nước.

#### d. Yêu cầu phát triển trong mô hình tự chủ

Với mô hình tự chủ tài chính, các cơ sở giáo dục Đại học ngoài việc phải thích nghi với nhu cầu xã hội, đảm bảo an toàn về nguồn tài chính còn phải chủ động nâng cao vị thế chất lượng và danh tiếng của Nhà trường. Việc mở ngành mới đáp ứng nhu cầu của xã hội và xu hướng của nền kinh tế kĩ thuật số sẽ giúp trường Đại học Kinh tế mở rộng danh mục ngành tuyển sinh và thu hút tuyển sinh tốt hơn. Bên cạnh đó, với những hạn chế về nguồn nhân lực chất lượng cao trong thời gian tới thì việc mở ngành đào tạo Kinh doanh số sẽ thuận lợi trong chiêu sinh, truyền thông và hoàn chỉnh danh mục tuyển sinh của nhà trường. Thêm vào đó, sự thành công của ngành Kinh doanh số sẽ đặt tiền đề cho việc phát triển các ngành, chuyên ngành mới dựa trên sự tích hợp giữa các khối ngành Kinh doanh và Công nghệ thông tin – Kĩ thuật, đặc biệt ở các ngành có tiềm năng và nhu cầu lớn như Công nghệ tài chính, Công nghệ du lịch, v.v.

### *Sự phù hợp về nhu cầu phát triển nguồn nhân lực của địa phương, vùng, quốc gia*

**Sự phù hợp với quốc gia:**

Cách mạng công nghiệp 4.0 đang thúc đẩy mạnh mẽ quá trình chuyển đổi nền kinh tế từ dựa vào tài nguyên là chính sang nền kinh tế dựa trên tài nguyên tri thức với trụ cột là internet và kỹ thuật số. Nền kinh tế số ra đời thay thế nền kinh tế truyền thống.

Nền kinh tế số là nền kinh tế mà các mô hình tổ chức và phương thức hoạt động của nền kinh tế dựa trên ứng dụng công nghệ số; trong đó công nghệ số trên nền tảng phát triển của internet và sự sáng tạo của con người là tài nguyên và nguồn lực chính để vận hành toàn bộ nền kinh tế. Trong 10 năm qua, kinh tế số Việt Nam đã phát triển nhanh chóng cả nền tảng hạ tầng lẫn thị trường kinh doanh. Với dân số gần 100 triệu người, Việt Nam được đánh giá là một trong những quốc gia có tốc độ phát triển kinh tế số ở mức khá trong khu vực ASEAN. Việt Nam đã ghi nhận sự xuất hiện xu hướng số hóa ở nhiều lĩnh vực, ngành kinh tế, từ thương mại, thanh toán cho đến giao thông, giáo dục, y tế… Đến nay, Việt Nam có khoảng 64 triệu người dùng internet, trung bình 1 ngày người Việt dành 3 giờ 12 phút sử dụng internet trên thiết bị di động như điện thoại thông minh và theo tỷ lệ trung bình trong khu vực, việc sử dụng tập trung vào nhóm các ứng dụng mạng xã hội và truyền thông liên lạc (52%), ứng dụng xem video (20%) và game (11%), cùng các ứng dụng cho công việc.

Theo báo cáo “Nền kinh tế số Đông Nam Á năm 2019" do Google, Temasek và Bain công bố ngày 3/10/2019, nền kinh tế số Việt Nam năm 2019 trị giá 12 tỷ USD (đóng góp 5% GDP quốc gia trong năm 2019), cao gấp 4 lần so với giá trị của năm 2015 và dự đoán chạm mốc 43 tỷ USD vào năm 2025, với các lĩnh vực: Thương mại điện tử, du lịch trực tuyến, truyền thông trực tuyến và gọi xe công nghệ. Nền kinh tế số Việt Nam, cùng Indonesia, đang dẫn đầu về tốc độ tăng trưởng trong khu vực Đông Nam Á với trung bình 38%/năm so với 33% của cả khu vực tính từ năm 2015. Hà Nội và TP. Hồ Chí Minh là 2 trong 7 thành phố lớn phát triển nền kinh tế số của khu vực. Việt Nam trở thành thị trường đón nhận nguồn đầu tư đứng thứ 3 trong khu vực (sau Indonesia và Singapore), với 600 triệu USD đầu tư từ năm 2018 đến nửa đầu năm 2019 so với tổng giá trị 350 triệu USD năm 2018 và 140 triệu USD của năm 2017.

Tháng 9/2019, Bộ Chính trị đã ban hành Nghị quyết số 52-NQ/TW đặt mục tiêu đến năm 2025, nền kinh tế số Việt Nam sẽ đạt 20% GDP, phát triển được một cộng đồng doanh nghiệp công nghệ số Việt Nam lớn mạnh. Ngày 3/6/2020, Thủ tướng Chính phủ đã ký ban hành Quyết định số 749/QĐ-TTg phê duyệt “Chương trình Chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030” với mục tiêu Việt Nam thuộc nhóm 50 nước dẫn đầu về chính phủ điện tử, liên quan đến phát triển kinh tế số, nâng cao năng lực cạnh tranh của nền kinh tế, mục tiêu đến năm 2025 là kinh tế số chiếm 20% GDP; tỷ trọng kinh tế số trong từng ngành, lĩnh vực đạt tối thiểu 10%; đến năm 2030, kinh tế số chiếm 30% GDP; Tỷ trọng kinh tế số trong từng ngành, lĩnh vực đạt tối thiểu 20% (Bảng 1).

*- Nguồn nhân lực số và đặc trưng của nó*

Mỗi một nền kinh tế đòi hỏi cần phải có một lực lượng sản xuất tương ứng về trình độ của nó, đặc biệt là nguồn nhân lực. Vì vậy, tương ứng với nền kinh tế số phải có nguồn nhân lực số để triển khai, tổ chức thực hiện và vận hành nó. Cho nên, có thể hiểu nguồn nhân lực số là tổng thể số lượng, chất lượng con người với tổng hòa các tiêu chí về trí lực, thể lực và những phẩm chất đạo đức - tinh thần tạo nên năng lực mà bản thân con người và nền kinh tế số đang và sẽ cần để huy động vào quá trình lao động, sáng tạo.

Nếu như bản chất của nền kinh tế số là nền kinh tế dựa trên ứng dụng các công nghệ số, nền kinh tế phát triển dựa trên nền tảng tri thức, ở đó vai trò của tri thức được coi là tài nguyên cho sự phát triển của nền kinh tế thì đòi hỏi nguồn nhân lực số phải là nguồn nhân lực được đào tạo bài bản, chắc về chuyên môn, vững về đạo đức, có năng lực làm chủ công nghệ, có tính sáng tạo và khả năng thích ứng nhanh với sự biến đổi của công nghệ trong nền kinh tế.

Có thể thấy đặc trưng của nguồn nhân lực số được thể hiện trên các phương diện như:

+ Có năng lực làm chủ các thiết bị công nghệ số trong quá trình tương tác của các hoạt động kinh tế.

+ Có khả năng thích ứng trong thời gian nhanh nhất với môi trường lao động và với tiến bộ khoa học công nghệ mới.

+ Có tác phong kỷ luật và đạo đức trong công việc.

+ Có khả năng tư duy đột phá trong công việc, hay còn gọi là tính sáng tạo. Đây được xem như điều kiện đủ và là tiêu chí đặc trưng của nguồn nhân lực số.

Để thỏa mãn các phương diện trên nhất thiết đòi hỏi nguồn nhân lực số phải được đào tạo bài bản và liên tục được đào tạo bổ sung mới.

Nhìn các phương diện trên phản ánh nội hàm nguồn nhân lực số, chúng ta có thể so sánh với khái niệm nguồn nhân lực chất lượng cao đang được sử dụng phổ biến hiện nay. Về cơ bản giữa nguồn nhân lực số và nguồn nhân lực chất lượng cao có sự đồng nhất trên nhiều phương diện trình độ, kỹ năng và phẩm chất, đạo đức. Tuy nhiên, xét về mặt ngoại diên hay tính đa số về lượng thì nguồn nhân lực chất lượng cao là nhóm tinh hoa trong tháp biểu đồ về nguồn nhân lực, họ chiếm số lượng ít và là nhóm tinh hoa trong tổng số lực lượng lao động xã hội, còn nguồn nhân lực số là nguồn nhân lực trong nền kinh tế số, là lực lượng chủ yếu để triển khai và hiện thực hóa nền kinh tế số, quyết định sự tồn tại của nền kinh tế số, do đó họ là tổng số lực lượng lao động trong xã hội, đồng thời lực lượng này có năng lực làm chủ các thiết bị công nghệ số, vận hành nó trong quá trình sản xuất kinh doanh và các hoạt động khác của nền kinh tế.

Mỗi một tổ chức kinh tế đều cần đến nguồn nhân lực đặc trưng để vận hành nó, lực lượng sản xuất bao giờ cũng là cái lõi của một nền kinh tế và quyết định nền kinh tế đó có tồn tại hay không. Hay nói cách khác giữa lực lượng sản xuất với nền kinh tế, giữa nguồn nhân lực với nền kinh tế có mối quan hệ biện chứng quy định lẫn nhau, trong đó sự xuất hiện của nền kinh tế là nguyên nhân quy định sự xuất hiện của nguồn nhân lực và trình độ của lực lượng sản xuất, còn chất lượng nguồn nhân lực, trình độ phát triển của lực lượng sản xuất quyết định đến sự thành công của tổ chức kinh tế đó. Trong xu thế ngày nay, dưới sự tác động của Cách mạng công nghiệp 4.0, sự chuyển đổi về mô hình kinh tế của nền kinh tế thế giới từ nền kinh tế dựa trên tài nguyên sang nền kinh tế dựa trên nền tảng tri thức, thì nền kinh tế Việt Nam hiện nay cũng đang từng bước chuyển sang nền kinh tế dựa trên nền tảng tri thức với trụ cột là các thành tựu của Cách mạng công nghiệp 4.0 không ngừng được áp dụng - nền kinh tế số ra đời, từng bước thay thế nền kinh tế truyền thống.

Do đó, để chuyển đổi thành công nền kinh tế Việt Nam sang nền kinh tế số, nhất thiết phải có nguồn nhân lực số. Chính vì vậy, song hành với sự chuyển đổi nền kinh tế sang nền kinh tế số ở nước ta là quá trình chuyển dịch cơ cấu lao động trong nền kinh tế, theo đó nguồn nhân lực số ngày càng phát triển chiếm vai trò chủ đạo trong tổng số lực lượng lao động xã hội. Cho nên, việc phát triển nguồn nhân lực số là tất yếu trong quá trình chuyển dịch cơ cấu lao động ở Việt Nam hiện nay.

**Sự phù hợp với địa phương:**

UBND TP. Đà Nẵng vừa phê duyệt Đề án xây dựng Đà Nẵng trở thành trung tâm khởi nghiệp đổi mới sáng tạo quốc gia tại khu vực miền Trung – Tây Nguyên.

Theo đó, mục tiêu đến năm 2030 sẽ xây dựng Đà Nẵng trở thành một trung tâm về khởi nghiệp đổi mới sáng tạo quốc gia khu vực miền Trung – Tây Nguyên mang tầm cỡ khu vực Đông Nam Á, một thành phố hiện đại, phát triển và thịnh vượng. Đến năm 2045, xây dựng Đà Nẵng trở thành một trung tâm công nghệ và đổi mới sáng tạo hàng đầu châu Á.

Theo UBND TP. Đà Nẵng, từ nay đến năm 2025 sẽ từng bước hoàn thiện và phát triển hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo, dự án khởi nghiệp đổi mới sáng tạo, trường đại học, viện nghiên cứu, nhà đầu tư và các cơ quan nhà nước liên quan. Xây dựng và ban hành quy chế khuyến khích, hỗ trợ phối hợp, liên kết, hợp tác giữa các thành phần của hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo.

Bên cạnh đó, sẽ đẩy mạnh thu hút, tăng nhanh số lượng chuyên gia tư vấn khởi nghiệp đổi mới sáng tạo, đặc biệt là các lĩnh vực mũi nhọn, thế mạnh, tiềm năng của TP. Đà Nẵng. Kết nối mạng lưới chuyên gia khởi nghiệp ít nhất đạt 200 thành viên.

Đặc biệt, bình quân hàng năm có trên 150 doanh nghiệp khởi nghiệp đổi mới sáng tạo, dự án khởi nghiệp đổi mới sáng tạo được ươm tạo tại các vườn ươm, trung tâm hỗ trợ. Hình thành được từ 2 – 5 doanh nghiệp khởi nghiệp đổi mới sáng tạo, dự án khởi nghiệp đổi mới sáng tạo có giá trị khoảng 1 triệu USD trên địa bàn TP. Đà Nẵng. Thu hút được từ 1 – 3 doanh nghiệp công nghệ tầm cỡ thế giới, 3 – 5 doanh nghiệp công nghệ hàng đầu trong nước đến đầu tư vào các hoạt động nghiên cứu và phát triển tại Đà Nẵng.

Ngoài ra, Đà Nẵng sẽ thành lập từ 8 – 10 vườn ươm doanh nghiệp, trung tâm hỗ trợ khởi nghiệp tư nhân hoặc theo hình thức đối tác công tư; vốn đầu tư và doanh nghiệp khởi nghiệp đổi mới sáng tạo, dự án khởi nghiệp đổi mới sáng tạo Đà Nẵng đạt khoảng 1,1 nghìn tỷ đồng; đào tạo nhân lực phần mềm và nội dung số đáp ứng được nhu cầu nhân lực trong lĩnh vực này khoảng 46.000 nhân lực.

Đến năm 2030, Đà Nẵng sẽ nâng cấp hệ sinh thái đổi mới sáng tạo lên tầm quốc tế tương đương với một số hệ sinh thái đổi mới sáng tạo lớn trong khu vực Đông Nam Á, được các tổ chức quốc tế thừa nhận, đánh giá và xếp hạng.

Với những mục tiêu như trên, nguồn nhân lực số hiện tại chưa đáp ứng đủ nhu cầu của địa phương và đó là lý do để khẳng định chuyên ngành kinh doanh số phù hợp với nhu cầu nhân lực không chỉ của Đà Nẵng và miền Trung mà còn phù hợp với định hướng phát triển và chiến lược của quốc gia trong cuộc cách mạng 4.0.

## Tình hình đào tạo ngành/chuyên ngành Kinh doanh số

### *Tình hình đào tạo ngành/chuyên ngành Kinh doanh số*

Ngành Kinh doanh số (Digital Business) được phát triển theo xu hướng đào tạo liên ngành, tích hợp trong chương trình học giữa khối kiến thức công nghệ thông tin – và quản trị kinh doanh, thể hiện tác động của công nghệ mới đối với hoạt động kinh doanh, sản phẩm và dịch vụ. Ngành học này sử dụng công nghệ thông tin, Internet, khai thác tài nguyên dữ liệu lớn (Bigdata) làm nền tảng để thực hiện các tương tác đa chiều, hiệu quả cho phép giảm chi phí, tăng tốc độ thu thập và xử lý dữ liệu đồng thời mang đến những trải nghiệm sinh động, chân thực hơn, tạo ra giá trị mới cho khách hàng. Người học sẽ đón đầu những cơ hội và sự phát triển nghề nghiệp trong thời đại 4.0 thông qua giải quyết các vấn đề trong kinh doanh và cuộc sống với một sự hiểu biết sâu rộng mang tính liên ngành. Sự phát triển trong thời đại 4.0 không chỉ còn phụ thuộc vào tài nguyên thiên nhiên có sẵn, mà mọi quốc gia còn cần phải làm chủ được nguồn Dữ liệu lớn và áp dụng các phương pháp tự động hóa cho việc phân tích, từ đó trích rút, học hỏi từ kiến thức nhằm đưa ra các quyết định quản trị một cách chuẩn xác và phù hợp với bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0.

Công nghệ đang dẫn đầu tương lai và thay đổi doanh nghiệp ở khắp mọi nơi. Ngành Kinh doanh số (KDS) được xây dựng để giúp sinh viên ngày nay thích ứng yêu cầu của thị trường lao động hiện tại bằng cách xây dựng cầu nối giữa kinh doanh và công nghệ. Điều này có nghĩa là sinh viên sẽ có được kiến ​​thức về cách đổi mới sản phẩm, dịch vụ và mô hình kinh doanh bằng cách sử dụng công nghệ mới. Sinh viên sẽ học cách xác định và khái niệm hóa các công nghệ và nền tảng chính cũng như cách điều chỉnh những công nghệ và nền tảng này để thúc đẩy đổi mới kinh doanh. Tại các trường ĐH trên thế giới, ngành KDS tập trung đào tạo người học vào các lĩnh vực khác nhau của kinh doanh kỹ thuật số: Khởi nghiệp & Đổi mới kinh doanh, Trí tuệ nhân tạo (AI) & Học sâu (Deep Learning), Chuyển đổi kỹ thuật số & Đổi mới công nghệ, Tiếp thị & phân tích kỹ thuật số, Tài chính kỹ thuật số & Fintech và Quản lý kinh doanh kỹ thuật số. Ngoài ra KDS tại các trường Đại học lớn đều trang bị các công cụ lập trình quan trong cho người học như: Ngôn ngữ Python, Ngôn ngữ R, SQL, Excel, Spark…, cùng các kỹ năng phân tích số liệu như Thống kê, Kinh tế lượng…, các kiến thức về Kinh doanh thương mại trong kinh tế. Những kỹ năng được đào tạo trong ngành Kinh doanh số sẽ mang lại cho người học cơ hội trong toàn tổ chức, các nền tảng kỹ thuật số của người học sẽ cho họ cơ hội triển khai các phương pháp tiếp cận mới và sáng tạo để quản lý quan hệ khách hàng hoặc tham gia vào các lĩnh vực khác.

Tại Việt Nam, Đại học Kinh tế Quốc dân là trường Đại học đầu tiên đào tạo bậc Đại học về Kinh doanh số, tuyển sinh mùa đầu tiên vào năm 2019, chỉ tiêu mỗi năm 50 sinh viên. Chương trình được đào tạo bằng Tiếng Anh, được thiết kế dựa trên chương trình đào tạo của các Đại học tại Australia và Singapore. Tại Đà Nẵng, trường Duy Tân đã tuyển sinh mùa đầu tiên cho chương trình đào tạo Đại học về Kinh doanh số trong năm 2020. Hiện tại cả nước có 4 trường Đại học đào tạo Kinh doanh số và các ngành có liên quan.

*Bảng 1.2. Một số trường đào tạo Kinh doanh số và các ngành liên quan trên thế giới*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **STT** | **Trường** | **Ngành/Chuyên ngành** | **Trình độ** |
| 1 | Macquarie University | Digital Business | Đại học |
| 2 | RIT (Rochester Institute of Technology) | Digital Business | Đại học |
| 3 | Tokyo International University | Digital Business Management | Đại học |
| 4 | Kingston Business School | Digital Business | Đại học |
| 5 | Salford Business School | Business Management with Innovation and Technology | Đại học |
| 6 | Berlin International University of Applied Sciences | Digital Business & Management | Đại học |
| 7 | Uppsala University | Digital Business Development | Đại học |
| 8 | University of Applied Sciences for Management & Communication | Digital Business | Đại học |
| 9 | lasalle University | Digital Business, Design and Innovation | Đại học |
| 10 | HEC Paris | Master of Digital Business | Thạc sĩ |
| 11 | Jönköping University | Master of Digital Business | Thạc sĩ |
| 12 | The University of Waikato | Master of Digital Business | Thạc sĩ |
| 13 | ESEI International Business School Barcelona | Master in Digital Entrepreneurship | Thạc sĩ |
| 14 | IMC University of Applied Sciences Krems | Master Digital Business Innovation and Transformation | Thạc sĩ |
| 15 | University of Applied Sciences Upper Austria (UASUA) and Johannes Kepler University of Linz (JKU) | PhD in Digital Business International | Tiến sĩ |
| 16 | University of Ottawa | PhD in Digital Transformation and Innovation | Tiến sĩ |
| 17 | Jönköping International Business School (JIBS) | PhD in Business Administration- Digital Business | Tiến sĩ |
| 18 | The Norwegian University of Science and Technology (NTNU) | PhD in Digital Business Strategy | Tiến sĩ |

*Bảng 1.3. Một số trường đào tạo Kinh doanh số và các ngành liên quan tại Việt Nam*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Tên trường** | **Tên ngành** | **Trình độ** | **Năm tuyển sinh đầu tiên** |
| Trường Đại học Kinh tế quốc dân | Kinh doanh số | Đại học | 2019 |
| Trường Đại học RMIT | Kinh doanh kỹ thuật số | Đại học | 2019 |
| Trường Đại học Duy Tân | Kinh doanh số | Đại học | 2020 |
| Trường ĐH Kinh tế – luật (ĐH Quốc gia TP.HCM) | Kinh doanh số và trí tuệ nhân tạo | Đại học | 2020 |

Hiện nay, KDS là một trong những ngành đào tạo lớn của nhiều trường Đại học danh tiếng trên thế giới với nhiều chương trình đào tạo đa dạng về nội dung, cấp độ và hình thức.

* Về mặt nội dung, Kinh doanh số được đào tạo dựa trên 3 trụ cột chính trong khoa Quản trị kinh doanh là: QT dự án, QT công nghệ và đổi mới, Khởi sự kinh doanh.
* Về mặt cấp độ, các chương trình đào tạo KDS và các ngành liên quan được đào tạo các cấp độ từ Cao đẳng, Đại học và Sau Đại học trên thế giới.
* Về hướng đào tạo, chương trình được xây dựng theo hướng liên ngành, người học sẽ học cách phát triển các dự án khởi nghiệp và sáng tạo kết hợp kiến thức mới về công nghệ kỹ thuật số và quản trị và quản lý kinh doanh, đồng thời ứng phó với những thách thức của ngành công nghiệp mang tính đột phá. Chuyên ngành sẽ giúp người học có nhiều lựa chọn nghề nghiệp tương lai.
* Về mặt hình thức, các Chương trình Kinh doanh số và các ngành liên quan có thể đào tạo online hoặc on campus.
* Ở Việt Nam, trường Đại học đầu tiên tham gia đào tạo chính quy bậc cử nhân về Chuyên ngành Kinh doanh số – Đại học Kinh tế quốc dân với 50 chỉ tiêu trong mùa tuyển sinh năm 2019. Hiện tại vào năm 2020, chỉ có khoảng 4 Trường Đại học tuyển sinh đào tạo Ngành kinh doanh số và các ngành liên quan ở bậc Đại học trong khi nhu cầu nhân lực của các doanh nghiệp ở khu vực này là rất bức thiết.

### *Hiện trạng đào tạo ngành Kinh doanh số bậc Đại học tại Việt Nam*

Thực tế tại Việt Nam hiện nay, việc đào tạo chính quy cử nhân về Kinh doanh số chưa được các trường Đại học ở Việt Nam chú trọng, mà chỉ có các chuyên ngành có liên quan như Thống kê trong kinh tế và kinh doanh, hệ thống thông tin quản lý. Mùa tuyển sinh năm 2019, trường Đại học Kinh tế Quốc dân và RMIT lần đầu tuyển sinh chuyên ngành liên quan đến Kinh doanh số. Hiện tại đang có 4 trường Đại học tại Việt Nam có tuyển sinh liên quan đến chuyên ngành Kinh doanh số.

Trong khi đó, với lợi thế dân số trẻ, có lượng người sử dụng Internet cao, Việt Nam được xem là thị trường Dữ liệu lớn (Big Data) tiềm năng hàng đầu khu vực châu Á và triển vọng phát triển các ngành kinh tế dựa trên nền tảng số là vô cùng to lớn. Ngành kinh doanh số ở Việt Nam cũng tương đối mới so với ở các nước phát triển, cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin cũng chưa thực sự tiên tiến nên cần đầu tư nhiều hơn vào cơ sở máy móc để đầu tư nghiên cứu, ứng dụng công nghệ 4.0, đặc biệt là đào tạo các doanh nhân khởi nghiệp dựa trên công nghệ số.

## Kết luận

Từ các đánh giá phân tích về thực tế phát triển kinh doanh số và các ngành liên quan trên thế giới và Việt Nam, thực trạng đào tạo nhân lực KDS tại Việt Nam, một số vấn đề có thể tổng kết như sau:

### *Về nhu cầu nhân lực ngành Kinh doanh số*

* Với việc tăng cường ứng dụng công nghệ thông tin và truyền thông kĩ thuật số vào các hoạt động kinh doanh đang là xu hướng chính trong nền kinh tế toàn cầu, việc học ngành kinh doanh số sẽ là rất cần thiết. Thực tế cho thấy rất nhiều thay đổi cần phải được thực thi đối với các công ty có mô hình kinh doanh truyền thống, các cơ hội nghề nghiệp mới hiện đang ở các công ty startup, các công ty vừa và nhỏ cũng như các tập đoàn đa quốc gia.
* Với tác động của nền kinh tế số, điều cần thiết là phải hiểu cách thức kinh tế số tác động đến phát triển mô hình kinh doanh, phương thức quản lý, sản phẩm và dịch vụ. Sinh viên ngành Kinh doanh số sẽ học cách điều hướng các cấu trúc mới chi phối sự tương tác giữa nhà sản xuất, khách hàng, nhà cung cấp và đối tác hợp tác, đồng thời phát triển sự hiểu biết về tích hợp đa nền tảng và quản lý chiến lược. Ngoài ra, sinh viên cũng sẽ phát triển năng lực trong các lĩnh vực như tài chính, quản lý nguồn nhân lực và dịch vụ khách hàng. Họ cũng sẽ phát triển các kỹ năng mạnh mẽ giữa các cá nhân và học cách hỗ trợ các phương pháp làm việc hợp tác trong quản lý dự án.
* Cuộc cách mạng kỹ thuật số và Dữ liệu lớn có ảnh hưởng đáng kể đến chiến lược, tổ chức, quản lý, đổi mới, hành vi của người tiêu dùng, tiếp thị, quan hệ khách hàng, hậu cần và đến nền kinh tế và xã hội nói chung. Khi nền kinh tế đang được cách mạng hóa bằng sự chuyển đổi kỹ thuật số, các bên liên quan mới đang xuất hiện và đang khám phá ra những cách thức kinh doanh mới. Hiếm khi nào các cơ hội được mở ra nhiều như ở thời điểm hiện tại, trong thế giới không ngừng thay đổi ngày nay, các cơ hội mới đang được tạo ra nhờ tinh thần khởi nghiệp của các doanh nghiệp sáng tạo trẻ, cũng như trong lĩnh vực tư vấn và trong các công ty lớn.
* Ngành học giúp sinh viên phát triển kiến thức nền tảng về doanh nghiệp trong quá trình chuyển đổi số, học hỏi các mô hình kinh doanh mới cùng các nguyên tắc kinh doanh bài bản trong kỷ nguyên kỹ thuật số. Sinh viên cũng sẽ được trang bị kỹ năng khai thác tiềm năng các nền tảng cơ bản công nghệ và kỹ thuật số để cải thiện hiệu suất kinh doanh, cũng như năng lực quản lý và lãnh đạo, khởi động và vận hành một start-up trên nền tảng kỹ thuật số.
* Bên cạnh đó, cơ sở hạ tầng cho lĩnh vực kinh doanh số nói chung chưa được tập trung phát triển ở Việt Nam, đặc biệt là ở Đà Nẵng và Miền Trung. Miền Bắc và Miền Nam đã có nhiều trường tham gia triển khai tuyển sinh thí điểm ngành Kinh doanh số và các ngành liên quan. Trong khi đó, khu vực Miền Trung chỉ có 1 đơn vị chính thức triển khai đào tạo vào năm 2020.

### *Về thực trạng đào tạo bậc Đại học ngành Kinh Doanh Số*

* Các chương trình đào tạo Kinh doanh số còn rất mới và ít. Chương trình đầu tiên (chuyên ngành thuộc ngành CNTT) bắt đầu vào năm 2019 của Trường Đại học Kinh tế quốc dân. Tính đến nay, đã có 4 Trường Đại học mở các chương trình đào tạo Kinh doanh số (DB). Số lượng chỉ tiêu đào tạo hiện tại vẫn chưa đáp ứng được nhu cầu nhân lực của các doanh nghiệp, về cả số lượng và chất lượng. Theo thống kê, hiện tại ở miền Trung chỉ có 01 Trường mới mở ngành đào tạo về Kinh doanh số là Đại học Dân Lập Duy Tân.

### *Tiềm năng phát triển của Ngành đào tạo Kinh Doanh Số*

* Công nghệ số đã trở thành một phần không thể thiếu trong cuộc sống của chúng ta. Bí quyết công nghệ thông tin kết hợp với tư duy kinh tế, kỹ năng giao tiếp và tiếp thị sẽ đưa người học vượt lên trên trong môi trường cạnh tranh mạnh mẽ như hiện nay. Kinh doanh số là chương trình đào tạo liên ngành không chỉ cho hiện tại mà còn là tương lai!
* Nền kinh tế hiện đại đang chuyển biến sang nền kinh tế số, nền sản xuất thông minh. Các lĩnh vực như Dữ liệu lớn (Big Data), công nghệ số … là nền tảng kỹ thuật quan trọng trong nhiều lĩnh vực của kinh tế và kinh doanh. Do đó nhu cầu nhân lực cho ngành Kinh doanh số hiện đang rất lớn ở Việt Nam. Các loại hình đào tạo có liên quan đến ngành này hiện tại chủ yếu là đào tạo ngắn hạn trong khi nhân lực chất lượng cao đào tạo dài hạn tập trung còn chiếm tỷ trọng thấp. Theo thời gian, doanh nghiệp nhận ra họ cần nhân sự có tầm bao quát về tất cả yếu tố xoay quanh kinh doanh trên nền tảng công nghệ, đảm bảo tối ưu hiệu quả và tránh rủi ro. Ngành học KDS ra đời như một giải pháp toàn diện cho thị trường lao động đang thiếu hụt nhân sự ở mảng này.
* Với dự báo của McKinsey & Company (công ty tư vấn quản lý toàn cầu của Mỹ) trên thế giới, nhu cầu nhân lực công nghệ cao vẫn còn tiếp diễn trong tương lai 10 năm tới, đặc biệt là Kinh doanh số, cùng với sự phát triển công nghệ trong tương lai Kinh doanh số sẽ trở thành một lĩnh vực đào tạo chính ở bậc Đại học và Sau Đại học, đặc biệt là ứng dụng trong lĩnh vực Kinh doanh, Kinh tế.
* Kinh doanh số là lĩnh vực đào tạo có khả năng cung ứng nhiều loại hình: từ đào tạo chính quy dài hạn, đào tạo chứng chỉ ngắn hạn (nghề nghiệp), đào tạo theo nhu cầu doanh nghiệp. Ngoài ra, trên thế giới, Kinh doanh số đang là một lĩnh vực quan trọng được đầu tư đào tạo chuyên sâu hơn ở bậc học cao học (Thạc sỹ, Tiến sỹ).

Như vậy, có thể thấy việc mở ngành đào tạo Kinh doanh số là phù hợp với chiến lược phát triển của Trường Đại học Kinh tế, Đại học Đà Nẵng, phù hợp với yêu cầu phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao của khu vực và cả nước, đặc biệt là trong bối cảnh cuộc cách mạng Khoa học và công nghệ 4.0 hiện nay.

# CHƯƠNG TRÌNH VÀ KẾ HOẠCH ĐÀO TẠO

## Tổng quan về chương trình đào tạo

### *Thông tin chung về chương trình đào tạo*

|  |  |
| --- | --- |
| **Ngành:** | Quản trị kinh doanh (Business Administration) |
| **Mã ngành:** | 7340101 |
| **Chuyên ngành:** | Kinh doanh số (Digital Business) |
| **Mã chuyên ngành:** |  |
| **Trình độ đào tạo:** | Đại học |
| **Bằng cấp:** | Cử nhân |
| **Loại hình đào tạo:** | Chính quy |
| **Thời gian đào tạo:** | 4 năm |
| **Số tín chỉ:** | **134** tín chỉ (không kể các học phần Giáo dục thể chất và Giáo dục Quốc phòng) |

### *Mục tiêu đào tạo*

Chương trình đào tạo cử nhân Quản trị kinh doanh, Chuyên ngành Kinh doanh số cung cấp cho thị trường lao động những nhà quản trị có kiến thức tổng quát về quản trị kinh doanh, kiến thức chuyên sâu về kinh doanh số và kiến thức liên quan đến ứng dụng kỹ thuật số của CMCN 4.0 vào kinh doanh và quản lý. Cử nhân chuyên ngành Kinh doanh số sẽ có năng lực chuyên môn trong việc xây dựng chiến lược kinh doanh số, triển khai chiến lược kinh doanh số thành các chiến lược chức năng như chiến lược sản xuất, tài chính, marketing… và có năng lực hoạch định, tổ chức thực thi các dự án chuyển đổi số trong các doanh nghiệp. Ngoài ra, cử nhân chuyên ngành Kinh doanh số còn có năng lực nhận diện các cơ hội kinh doanh số, phát triển các mô hình kinh doanh số và thiết lập các dự án khởi nghiệp số. Ngoài các kiến thức chuyên môn về Quản trị kinh doanh và Kinh doanh số, cử nhân Kinh doanh số còn được đào tạo kỹ năng giao tiếp tiếng Việt và tiếng Anh để thích ứng với bối cảnh toàn cầu hoá và hội nhập quốc tế, cũng như được trang bị kiến thức về đạo đức kinh doanh và trách nhiệm xã hội trong môi trường số. Cụ thể, chương trình được xây dựng với những mục tiêu sau:

* PO1: Các kiến thức, kĩ năng cơ bản của một nhà quản trị liên quan đến Hoạch định, tổ chức, lãnh đạo, kiểm tra
* PO2: Có kiến thức chuyên sâu về kinh doanh số từ việc nhận diện cơ hội kinh doanh số đến triển khai các kế hoạch từ cấp chiến lược đến tác nghiệp trong mọi lĩnh vực sản xuất, tài chính, nhân sự, marketing, dự án…. của một doanh nghiệp số
* PO3: Có năng lực khởi nghiệp và điều hành một doanh nghiệp số và có năng lực điều hành dự án chuyển đổi số của mọi loại hình doanh nghiệp, mọi tổ chức kinh tế, chính trị, xã hội.
* PO4: Thông hiểu về chuẩn mực đạo đức và trách nhiệm xã hội trong kinh doanh trong kỷ nguyên số hoá và toàn cầu hoá

### *Chuẩn đầu ra*

Sinh viên sau khi hoàn thành chương trình đào tạo Kinh doanh số có khả năng:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **STT** | **CĐR** | **Nội dung** |
| 1 | PLO1 | Áp dụng được các kiến thức cơ bản về kinh tế, chính trị, xã hội và pháp luật vào việc giải quyết các vấn đề phát sinh trong hoạt động kinh doanh và quản trị |
| 2 | PLO2 | **Nhận diện** được chiến lược kinh doanh và sự đóng góp của các chiến lược chức năng vào việc thực thi chiến lược kinh doanh của một tổ chức |
| 3 | PLO3 | **Phân tích** được **sự tích hợp** của các chức năng quản trị cơ bản trong doanh nghiệp số, chiến lược kinh doanh số và **tạo lập, quản lý** các dự án chuyển đổi số của doanh nghiệp |
| 4 | PLO4 | **Thực thi** được các quyết định cơ bản trong quản trị doanh nghiệp số, như quyết định về sản xuất, tài chính, nhân sự, marketing… **.** |
| 5 | PLO5 | **Nhận diện** được cơ hội kinh doanh số và **Tạo lập** mô hình kinh doanh số, dự án khởi nghiệp số |
| 6 | PLO6 | Giao tiếp hiệu quả (nói và viết) trong việc thương lượng, đàm phán và giải quyết các vấn đề quản trị kinh doanh. |
| 7 | PLO7 | Giao tiếp hiệu quả bằng tiếng Anh (nói và viết ) trong môi trường kinh doanh toàn cầu hóa |
| 8 | PLO8 | Ứng dụng được các kĩ thuật của CMCN lần thứ IV trong quản lý, điều hành doanh nghiệp. |
| 9 | PLO9 | Tuân thủ các chuẩn mực về đạo đức và thực thi trách nhiệm xã hội trong kinh doanh |

### *Cơ hội nghề nghiệp*

Sinh viên tốt nghiệp ngành Quản trị kinh doanh, chuyên ngành Kinh doanh số có thể làm việc tại các tập đoàn, công ty trong và ngoài nước hoạt động trong lĩnh vực Kinh doanh số hoặc các doanh nghiệp có bộ phận chuyển đổi số..... Cụ thể, cử nhân Quản trị kinh doanh, chuyên ngành Kinh doanh số có thể đảm nhận các vị trí công việc:

* **Trong thời gian từ 0-4 năm** đầu tiên sau khi tốt nghiệp, cử nhân Quản trị kinh doanh, chuyên ngành Kinh doanh số có thể làm tại một vị trí công việc hoặc luân chuyển ở nhiều vị trí công việc tại rất nhiều phòng ban phù hợp chuyên môn tại các doanh nghiệp kinh doanh số.... Cụ thể, họ có thể là:
  + *Nhân viên kinh doanh, phân tích dữ liệu kinh doanh*
  + *Nhân viên chăm sóc khách hàng, phát triển sản phẩm, phát triển thị trường*
  + *Nhân viên marketing số, nhân viên bán hàng, quản lý kênh phân phối*
  + *Nhân viên bộ phận thương mại điện tử*
  + *Nhân viên trong các dự án phát triển sản phẩm số*

*Hoặc làm nhân viên trong các bộ phẩn chuyển đổi số của mọi tổ chức, mọi doanh nghiệp.*

* **5-10 năm:** cử nhân Quản trị kinh doanh, chuyên ngành Kinh doanh số có thể thăng tiến đến những vị trí sau trong các doanh nghiệp số:
  + - *Trưởng, phó bộ phận kinh doanh, phân tích dữ liệu kinh doanh*
    - *Trưởng, phó bộ phận chăm sóc khác hàng*
    - *Trưởng, phó bộ phận quản lý kênh, mạng lưới phân phối*
    - *Trưởng, phó bộ phận thương mại điện tử*
    - *Trưởng, phó dự án phát triển sản phẩm số*
    - *Trưởng, phó chi nhánh, quản lý vùng, quản lý khu vực*

*Hoặc làm trưởng phó bộ phận chuyển đổi số của mọi tổ chức, mọi doanh nghiệp*

* **Sau 10 năm,** với các kiến thức và kỹ năng tích lũy được từ hoạt động quản trị điều hành nhiều chức năng khác nhau và quản lý điều hành tổng quát các đơn vị cấp nhỏ lẻ, đỉnh cao nghề nghiệp của một cử nhân Quản trị kinh doanh, chuyên ngành Kinh doanh số là:
  + *Giám đốc, phó giám đốc doanh nghiệp kinh doanh số*
  + *Khởi nghiệp doanh nghiệp số*

### *Đối tượng tuyển sinh, quá trình đào tạo và điều kiện tốt nghiệp*

#### *Đối tượng tuyển sinh*

- Thí sinh đã tốt nghiệp chương trình THPT của Việt Nam (theo hình thức giáo dục chính quy hoặc giáo dục thường xuyên) và;

- Đáp ứng điều kiện học lực và các điều kiện khác theo yêu cầu của Hội đồng tuyển sinh.

#### *Quá trình đào tạo*

Quá trình đào tạo tuân thủ các quy định của Bộ Giáo dục và Đào tạo. Chương trình giảng dạy được xây dựng trên hệ thống đơn vị tín chỉ cho phép sinh viên linh hoạt trong kế hoạch học tập cá nhân. Thiết kế chương trình là 4 năm, tuỳ theo khả năng và điều kiện học tập, sinh viên có thể rút ngắn còn 3 năm hoặc kéo dài thời gian học tối đa lên đến 6 năm.

Chương trình đào tạo gồm 134 tín chỉ (không bao gồm các tín chỉ của học phần giáo dục thể chất và giáo dục quốc phòng. Mỗi năm học có hai học kỳ chính (bắt đầu từ giữa tháng 8 đến cuối tháng 6) và một học kỳ hè (bắt đầu từ đầu tháng 7 đến giữa tháng 8). Theo lộ trình đào tạo, sinh viên sẽ học các học phần thuộc khối kiến thức đại cương (46 tín chỉ) trong 3 kì học đầu tiên; các học phần thuộc khối kiến thức khối ngành (30 tín chỉ) trong năm học thứ 2, đầu năm thứ 3; cuối cùng, các học phần thuộc khối kiến thức ngành , chuyên ngành (48 tín chỉ) sẽ được học vào cuối năm thứ 2 trở đi. Sau đó, sinh viên sẽ đi thực tập ở kì học cuối cùng của chương trình và lựa chọn 1 trong 2 hình thức: Báo cáo thực tập tốt nghiệp (04 chỉ) và học bổ sung ít nhất 6 tín chỉ được chọn từ các học phần tự chọn hoặc Báo cáo khóa luận tốt nghiệp với 10 tín chỉ (với điều kiện sinh viên phải học học phần “Phương pháp nghiên cứu khoa học", có điểm trung bình chung tích lũy lớn hơn mức quy định của Trường và được Khoa chuyên ngành đồng ý cho làm khóa luận tốt nghiệp).

#### *Điều kiện tốt nghiệp*

Sinh viên được Nhà trường xét và công nhận tốt nghiệp khi có đủ các điều kiện sau:

- Cho đến thời điểm xét tốt nghiệp không bị truy cứu trách nhiệm hình sự hoặc không đang trong thời gian bị kỉ luật ở mức đình chỉ học tập.

- Tích luỹ đủ số học phần và khối lượng chương trình đào tạo.

- Điểm trung bình chung tích luỹ của toàn khoá học đạt từ 2.00 trở lên.

- Thoả mãn một số yêu cầu về kết quả học tập đối với nhóm học phần thuộc ngành đào tạo chính và các điều kiện khác do hiệu trưởng qui định.

- Có chứng chỉ giáo dục quốc phòng - an ninh và hoàn thành học phần giáo dục thể chất

- Có chứng chỉ tiếng Anh cấp độ B1- Khung Châu Âu hoặc chứng chỉ ngoại ngữ tương đương.

- Có chứng chỉ tin học (Tin học nâng cao hoặc tương đương)

- Có đơn gửi Phòng đào tạo đề nghị được xét tốt nghiệp trong trường hợp đủ điều kiện tốt nghiệp sớm hoặc muộn so với thời gian thiết kế của khoá học.

### *Cách tính điểm*

Điểm đánh giá bộ phận và điểm học phần được đánh giá như sau:

- Điểm đánh giá bộ phận và điểm thi kết thúc học phần được chấm theo thang điểm 10 (từ 0 đến 10), làm tròn đến chữ số thập phân.

- Điểm học phần là tổng điểm của tất cả các điểm đánh giá bộ phận của học phần nhân với trọng số tương ứng. Điểm học phần làm tròn đến một chữ số thập phân, sau đó được chuyển thành điểm chữ như sau:

*Bảng 2.1 Cách tính điểm*

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Phân loại** | | **Thang điểm 10** | **Thang điểm chữ** | **Thang điểm 4** |
| Đạt | Giỏi | 8.5-10 | A | 4 |
| Khá | 7.0-8.4 | B | 3 |
| Trung bình | 5.5-6.9 | C | 2 |
| Trung bình yếu | 4.0-5.4 | D | 1 |
| Không đạt | Kém | Dưới 4.0 | F | 0 |

### *Phương pháp dạy và học*

#### *Chiến lược giảng dạy trực tiếp*

Đối với chiến lược giảng dạy trực tiếp, thông tin được truyền đạt đến sinh viên theo cách trực tiếp: giáo viên giảng bài và sinh viên lắng nghe. Chiến lược này thường được áp dụng trong các lớp học truyền thống và đặc biệt hiệu quả khi giảng viên muốn truyền đạt cho sinh viên những kiến thức cơ bản hoặc giải thích một kĩ năng mới.

Chiến lược giảng dạy trực tiếp được áp dụng đối với chương trình Kinh doanh số bao gồm: giảng dạy tiềm ẩn, bài giảng và diễn giả (được mời).

- *Giải thích cụ thể - Explicit Teaching (TLM1)*: với phương pháp này, giảng viên sẽ hướng dẫn và giải thích các khía cạnh của nội dung bài học, giúp sinh viên đạt được các kiến thức và kĩ năng.

- *Thuyết giảng- Lecture (TLM2)*: Giảng viên trình bày và giải thích nội dung bài giảng. Người dạy sẽ trình bày các chi tiết của bài giảng và sinh viên có trách nhiệm nghe và ghi lại các điều cần thiết để đạt được kiến thức.

- *Tham luận - Guest lecture (TLM3)*: Với phương pháp này, sinh viên được tham gia cùng với người trình bày, diễn giả không phải là giảng viên. Họ là các chuyên gia có nhiều kinh nghiệm trong lĩnh vực quản trị kinh doanh, kinh doanh số đến từ các cơ quan quản lý nhà nước, hoặc các tổ chức ứng dụng Khoa học, công nghê, Kỹ thuật số vào hoạt động kinh doanh nhằm nâng cao hiệu quả, lợi thế cạnh tranh và tối ưu lợi ích cho khách hàng. Phương pháp này được sử dụng cho một nhóm các học phần của chuyên ngành và được thực hiện gắn với hoạt động ngoại khóa của chương trình đào tạo.

#### *Chiến lược kỹ năng suy nghĩ*

Chiến lược kĩ năng suy nghĩ phát triển tư duy phê phán, kỹ năng đặt câu hỏi, kỹ năng phân tích và thực hành kĩ năng phản xạ trong phương pháp học tập của sinh viên. Những chiến lược này được thiết kế để thúc đẩy tư duy và học tập sáng tạo, độc lập; bao gồm: giải quyết vấn đề, động não và nghiên cứu trường hợp cụ thể.

- *Giải quyết vấn đề - Problem Solving (TLM4)*: Trong quá trình học, sinh viên phải dùng tư duy sâu và logic để nhìn nhận và giải quyết các vướng mắc giữa tình hình hiện tại và mục tiêu mong muốn, qua đó, học được các kiến thức mới trong khi đối mặt và giải quyết vấn đề.

- *Tập kích não - Brainstorming (TLM5)*: Trong quá trình làm việc nhóm, sinh viên được yêu cầu để tạo ra các câu hỏi, ý tưởng và ví dụ; được dùng để minh họa, mở rộng và đào sâu vào ý tưởng chính hoặc chủ đề. Mỗi thành viên của nhóm được khuyến khích đóng góp ý kiến mà không cần quan tâm tới tính khả thi. Phương pháp này mô phỏng linh hoạt suy nghĩ của sinh viên và giúp tăng khả năng tìm kiếm và mở rộng vấn đề. Nó được dùng trong các môn để diễn tả sự phát triển của cách suy nghĩ sáng tạo, tìm kiếm ý tưởng và phương pháp giải quyết vấn đề.

- *Học theo tình huống- Case Study (TLM6)*: Đây là một phương pháp dạy lấy tâm điểm là sinh viên, giúp sinh viên tạo ra lối tư duy sâu để trao đổi với giảng viên, sinh viên khác. Với phương pháp này, giảng viên sẽ đưa ra các nhiệm vụ và các mốc thời gian tùy theo từng tình huống, vấn đề và thách thức gặp phải. Việc yêu cầu sinh viên xác định và phân tích vấn đề sẽ giúp sinh viên hình thành kĩ năng giải quyết vấn đề, kĩ năng ra quyết định và kĩ năng học tập.

#### *Chiến lược dựa trên hoạt động*

Chiến lược này khuyến khích sinh viên học tập thông qua các hoạt động thực tế. Những hoạt động này cũng cấp cho sinh viên cơ hội trải nghiệm thực tế, điều này sẽ thúc đẩy người học thực hiện các khám phá, đưa ra quyết định, giải quyết vấn đề và tự mình tương tác với người khác.

- *Đóng vai - Role play (TLM7)*: Phương pháp mà sinh viên giả định các vai diễn khác nhau trong một tình huống và tương tác (diễn) với người khác.

- *Trò chơi - Game (TLM8)*: Các trò chơi được xem như là hoạt động tương tác, có thể tạo ra sự hỗ trợ qua lại giữa giảng viên – sinh viên hoặc các thành viên trong lớp, giúp hệ thống hóa kiến thức đồng thời tăng cường sự tự tin của sinh viên. Trò chơi có thể được giảng viên đưa ra để mở đầu hoặc kết thúc bài học. Trò chơi cũng có thể được nhóm sinh viên đưa ra từ sự khuyến khích của giảng viên trong quá trình làm việc nhóm để mở đầu hoặc kết thúc bài thuyết trình của nhóm.

- *Đi thực tế - Field Trip (TLM9)*: Sinh viên được tham quan, khảo sát tại một số doanh nghiệp số và những doanh nghiệp đã triển khai công nghệ số để cung cấp các cơ hội khám phá và học hỏi chuyên môn trong công việc, xây dựng các kĩ năng nơi làm việc, dần hoàn thiện các kỹ năng cần thiết cho quá trình làm việc về sau. Phương pháp này được sử dụng cho một nhóm các học phần của chuyên ngành và được thực hiện gắn với hoạt động ngoại khóa của chương trình đào tạo.

- *Tranh luận - Debates (TLM10)*: Một chiến lược mà giảng viên cho một vấn đề liên quan tới bài học và sinh viên, với những ý kiến khác nhau, cố thuyết phục người khác đồng ý với quan điểm của mình. Qua tranh luận, sinh viên đạt được những kĩ năng hữu ích như tư duy sâu, đàm phán, ra quyết định, và nói trước đám đông.

#### *Chiến lược hợp tác*

Chiến lược hợp tác giúp sinh viên trở nên năng động, có trách nhiệm và chu đáo, nhờ vào sự tương tác tích cực và hợp tác trong nhóm. Bên cạnh đó, sinh viên có thể thực hành các kĩ năng lắng nghe, tôn trọng và xem xét các mặt của một vấn đề. Chiến lược này tập trung vào các làm cho sinh viên tương tác với nhau và sau đó áp dụng các kỹ năng này vào thực tế.

*- Thảo luận – Discussion (TLM11):*Một chiến lược mà sinh viên được chia thành các nhóm và đưa ý kiến về vấn đề giảng viên đã đưa ra từ trước. Chiến lược này giúp cho sinh viên phân tích các định nghĩa, ý tưởng, dữ liệu về chủ đề và bàn luận với thầy/cô, họ có thể liên kết các ý tưởng và làm rõ vấn đề.

*- Học nhóm - Teamwork Learning (TLM12)****:*** Sinh viên được chia thành những nhóm nhỏ để giải quyết vấn đề được cho, và trình bày kết quả bằng báo cáo hoặc thuyết trình. Trong chương trình học, sinh viên được cung cấp kiến thức căn bản và kĩ năng làm việc nhóm từ năm nhất. Tiếp đó, họ sẽ luyện tập phương pháp này trong những môn học ở các cấp độ khác nhau.

*- Câu hỏi gợi mở - Inquiry (TLM13):*Giảng viên sử dụng các câu hỏi hoặc vấn đề mở và hướng dẫn sinh viên/nhóm sinh viên trả lời từng bước một.

#### *Chiến lược học tập độc lập*

*- Học trực tuyến (TLM14):* Giảng viên và sinh viên dùng các công cụ trực tuyến hỗ trợ quá trình dạy và học.

*- Bài tập - Work Assigment (TLM15):* Sinh viên được yêu cầu phải hoàn thành các bài tập của giảng viên tại nhà. Qua quá trình này, sinh viên sẽ học được cách tự học, cũng như đạt được các kiến thức và kĩ năng.

*Bảng 2.2 Sự tương thích giữa phương pháp dạy và học và chuẩn đầu ra chương trình đào tạo*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Chuẩn đầu ra** | | **Phương pháp dạy và học** |
| PLO1 | Áp dụng được các kiến thức cơ bản về kinh tế, chính trị, xã hội và pháp luật vào việc giải quyết các vấn đề phát sinh trong hoạt động kinh doanh và quản trị | TLM1, TLM2, TLM4, TLM6, TLM10, TLM11, TLM12, TLM13, TLM14, TLM15 |
| PLO2 | **Nhận diện** được chiến lược kinh doanh và sự đóng góp của các chiến lược chức năng vào việc thực thi chiến lược kinh doanh của một tổ chức | TLM1, TLM2, TLM4, TLM6, TLM9, TLM10, TLM11, TLM12, TLM13, TLM14, TLM15 |
| PLO3 | **Phân tích** được **sự tích hợp** của các chức năng quản trị cơ bản trong doanh nghiệp số, chiến lược kinh doanh số và **tạo lập, quản lý** các dự án chuyển đổi số của doanh nghiệp | TLM1, TLM2, TLM3, TLM4, TLM5, TLM6, TLM9, TLM10, TLM11, TLM12, TLM13, TLM14, TLM15 |
| PLO4 | **Thực thi** được các quyết định cơ bản trong quản trị doanh nghiệp số, như quyết định về sản xuất, tài chính, nhân sự, marketing… **.** | TLM1, TLM2, TLM3, TLM4, TLM5, TLM6, TLM7, TLM9, TLM10, TLM11, TLM12, TLM13, TLM14, TLM15 |
| PLO5 | **Nhận diện** được cơ hội kinh doanh số và **Tạo lập** mô hình kinh doanh số, dự án khởi nghiệp số | TLM1, TLM2, TLM3, TLM4, TLM5, TLM6, TLM7, TLM9, TLM9, TLM10, TLM11, TLM12, TLM13, TLM14, TLM15 |
| PLO6 | Giao tiếp hiệu quả (nói và viết) trong việc thương lượng, đàm phán và giải quyết các vấn đề quản trị kinh doanh. | TLM1, TLM2, TLM6, TLM8, TLM11, TLM12, TLM13,TLM14, TLM15 |
| PLO7 | Giao tiếp hiệu quả bằng tiếng Anh (nói và viết ) trong môi trường kinh doanh toàn cầu hóa | TLM1, TLM2, TLM6, TLM7, TLM8, TLM11, TLM12, TLM13,TLM14, TLM15 |
| PLO8 | Ứng dụng được các kĩ thuật của CMCN lần thứ IV trong quản lý, điều hành doanh nghiệp. | TLM1, TLM2, TLM11, TLM12, TLM13,TLM14, TLM15 |
| PLO9 | Tuân thủ các chuẩn mực về đạo đức và thực thi trách nhiệm xã hội trong kinh doanh | TLM1, TLM2, TLM6, TLM9, TLM11,TLM12, TLM13, TLM14, TLM15 |

### *Phương pháp đánh giá*

Đánh giá thành tích là quá trình ghi lại, lưu trữ và cung cấp thông tin về quá trình học tập của sinh viên. Việc đánh giá đảm bảo nguyên tắc rõ ràng, chính xác, khách quan, thường xuyên và liên tục. Các phương pháp đánh giá được nêu rõ trong bản đặc tả này gắn với đề cương chi tiết từng học phần cấu thành nên chương trình đào tạo. Yêu cầu và tiêu chí của từng phương pháp đánh giá của từng học phần được các giảng viên phụ trách học phần đó thiết kế chi tiết và thông báo cho sinh viên vào buổi học đầu tiên.

Sau đây là những phương pháp đánh giá được áp dụng trong chương trình đào tạo chuyên ngành Kinh doanh số:

* *Đánh giá chuyên cần - Attendence Check (AM1)*

Cùng với tự học, việc có mặt thường xuyên của sinh viên và những đóng góp từ sinh viên trong suốt môn học cũng thể hiện thái độ của họ tới môn học đó.

* *Đánh giá bài tập - Work Assigment (AM2)*

Sinh viên được yêu cầu làm bài tập liên quan đến bài học trong và sau giờ lên lớp. Những bài tập này có thể được hoàn thành bởi cá nhân hoặc nhóm và được cho điểm dựa theo những tiêu chí đã thông báo từ trước.

* *Thuyết trình - Oral Presentation (AM3)*

Thuyết trình được sử dụng rộng rãi trong chương trình dạy học của Khoa. Sinh viên được yêu cầu làm việc theo nhóm và thuyết trình kết quả trước các nhóm khác. Hoạt động này không chỉ giúp sinh viên đạt được những kiến thức chuyên biệt mà còn hỗ trợ họ phát triển các kĩ năng như giao tiếp, đàm phán, làm việc nhóm. Để đánh giá độ phát triển các kĩ năng, tất cả các môn học được cho xây dựng tiêu chuẩn đánh giá hoặc Rubrics tương quan theo như chuẩn đầu ra của môn (CLOs); và những công cụ đánh giá này được thông báo trước cho sinh viên.

* *Kiểm tra trắc nghiệm - Multiple choice exam* *(AM4)*

Phương pháp đánh giá này tương tự như phương pháp kiểm tra viết, trong đó sinh viên được yêu cầu trả lời các câu hỏi liên quan dựa trên các câu hỏi đã được đưa ra. Một điểm khác là trong phương pháp đánh giá này, sinh viên trả lời dựa trên các câu trả lời được gợi ý đã được thiết kế và in trong bài kiểm tra.

* *Thi viết tự luận - Essay (AM5)*

Theo phương pháp đánh giá này, sinh viên được yêu cầu trả lời một số câu hỏi, bài tập hoặc ý kiến cá nhân về các câu hỏi liên quan đến các yêu cầu tiêu chuẩn của khoá học.

* *Nhật kí thực tập - Journal and blogs (AM6)*

Sinh viên viết nhật kí thực tập trong suốt quá trình thực hành để phản ánh hiệu suất và kinh nghiệm trong trải nghiệm học tập. Đây là phương pháp chính để đánh giá sinh viên trong khoá thực tập.

* *Báo cáo thực tập - Graduation Report* *(AM7)*

Trong phương pháp này, sinh viên được đánh giá thông qua bài báo cáo trước giảng viên đánh giá được Khoa phân công trên cơ sở đề xuất của bộ môn. Sinh viên nhận các câu hỏi từ giảng viên và trả lời trực tiếp các câu hỏi đó tại buổi báo cáo kết quả thực tập. Phương pháp này được sử dụng trong kỳ thực tập để đánh giá năng lực tổng thể của sinh viên bao gồm kiến thức, kỹ năng và thái độ đối với những bạn không đủ điều kiện bảo vệ khóa luận theo qui định. Giảng viên được phân công đánh giá sẽ cho điểm theo Rubric được cung cấp bởi Bộ môn. Điểm đánh giá báo cáo thực tập do giảng viên được phân công đánh giá quyết định.

* *Báo cáo khoá luận - Graduation Thesis/ Report* *(AM8)*

Trong phương pháp này, sinh viên được đánh giá thông qua bài báo cáo trước Hội đồng đánh giá được nhà trường quyết định trên cơ sở đề xuất của Khoa. Sinh viên thuyết trình báo cáo khóa luận của mình trước Hội đồng, giáo viên phản biện và các thành viên Hội đồng nhận xét và nêu ra các câu hỏi. Sinh viên trả lời trực tiếp câu hỏi tại buổi bảo vệ khóa luận. Phương pháp này được sử dụng trong kỳ thực tập để đánh giá năng lực tổng thể của sinh viên bao gồm kiến thức, kỹ năng và thái độ đối với những bạn đủ điều kiện bảo vệ khóa luận theo qui định. Hội đồng đánh giá sẽ cho điểm theo Rubric được cung cấp bởi Bộ môn. Điểm đánh giá khóa luận tốt nghiệp là điểm trung bình của các thành viên Hội đồng, được Hội đồng quyết định.

*Bảng 2.3 Sự tương thích giữa phương pháp đánh giá và chuẩn đầu ra chương trình đào tạo*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Chuẩn đầu ra** | | **Phương pháp đánh giá** |
| PLO1 | Áp dụng được các kiến thức cơ bản về kinh tế, chính trị, xã hội và pháp luật vào việc giải quyết các vấn đề phát sinh trong hoạt động kinh doanh và quản trị | AM1, AM2, AM3, AM4, AM5, AM7, AM8 |
| PLO2 | **Nhận diện** được chiến lược kinh doanh và sự đóng góp của các chiến lược chức năng vào việc thực thi chiến lược kinh doanh của một tổ chức | AM1, AM2, AM3, AM4, AM5, AM6, AM7, AM8 |
| PLO3 | **Phân tích** được **sự tích hợp** của các chức năng quản trị cơ bản trong doanh nghiệp số, chiến lược kinh doanh số và **tạo lập, quản lý** các dự án chuyển đổi số của doanh nghiệp | AM1, AM2, AM3, AM4, AM5, AM6, AM7, AM8 |
| PLO4 | **Thực thi** được các quyết định cơ bản trong quản trị doanh nghiệp số, như quyết định về sản xuất, tài chính, nhân sự, marketing… **.** | AM1, AM2, AM3, AM4, AM5, AM6, AM7, AM8 |
| PLO5 | **Nhận diện** được cơ hội kinh doanh số và **Tạo lập** mô hình kinh doanh số, dự án khởi nghiệp số | AM1, AM2, AM3, AM4, AM5, AM6, AM7, AM8 |
| PLO6 | Giao tiếp hiệu quả (nói và viết) trong việc thương lượng, đàm phán và giải quyết các vấn đề quản trị kinh doanh. | AM1, AM2, AM3, AM5, AM6, AM7, AM8 |
| PLO7 | Giao tiếp hiệu quả bằng tiếng Anh (nói và viết) trong môi trường kinh doanh toàn cầu hóa | AM1, AM2, AM3, AM4, AM5, AM6, AM7, AM8, |
| PLO8 | Ứng dụng được các kĩ thuật của CMCN lần thứ IV trong quản lý, điều hành doanh nghiệp. | AM1, AM2, AM3, AM4, AM5, AM6, AM7, AM8 |
| PLO9 | Tuân thủ các chuẩn mực về đạo đức và thực thi trách nhiệm xã hội trong kinh doanh | AM1, AM3, AM5, AM6, AM7, AM8 |

## Nội dung chương trình đào tạo

### *Cấu trúc chương trình*

*Bảng 2.4 Các khối kiến thức và tín chỉ*

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **TT** | **Khối kiến thức** | **Số tín chỉ** | | |
| **Tổng cộng** | **Trong đó:** | |
| **Bắt buộc** | **Tự chọn** |
| 1 | Khối kiến thức đại cương | 46 | 46 | - |
| 2 | Khối kiến thức khối ngành | 30 | 30 | - |
| 3 | Khối kiến thức ngành và chuyên ngành | 48 | 35 | 13 |
| *3.1* | *Khối kiến thức chung của ngành* | *21* | *15* | *6* |
| *3.2* | *Khối kiến thức chuyên ngành* | *27* | *20* | *7* |
| 4 | Thực tập cuối khóa | 10 | 10 | - |
| **Tổng** | | **134** | **121** | **13** |

*Khối kiến thức giáo dục đại cương* cung cấp cho sinh viên những kiến thức cơ bản về môi trường kinh doanh như kiến thức về kinh tế, chính trị, xã hội và pháp luật…, cũng như những kiến thức cơ bản về kinh tế học, quản trị học và các kỹ năng cơ bản mà một nhà quản trị cần phải có như kỹ năng giao tiếp, ngoại ngữ và tin học. Khối kiến thức giáo dục đại cương này là nền tảng và những kỹ năng chung cơ bản, làm tiền đề cho các học phần của khối ngành, ngành và chuyên ngành trong khung chương trình đào tạo về sau, đồng thời, cũng là tiền đề cho việc học tập suốt đời, góp phần nâng cao trình độ cho sinh viên sau khi tốt nghiệp đại học.

*Khối kiến thức chung của khối ngành* cung cấp kiến thức và kỹ năng nền tảng của khối ngành kinh doanh và quản lý, gồm các khối kiến thức cơ bản về kế toán, tài chính, marketing, thống kê, HTTKQL…. Khối kiến thức này sẽ làm tiền đề cho các học phần của ngành và chuyên ngành trong chương trình đào tạo về sau.

*Khối kiến thức ngành* giúp bổ sung kiến thức và kỹ năng cơ bản của ngành Quản trị kinh doanh, bao gồm kiến thức về chiến lược và kiến thức liên quan đến một số chức năng cơ bản của tổ chức như sản xuất, tài chính, chuỗi cung ứng, marketing…cũng như các kiễn thức, kỹ năng mà nhà quản trị cần có trong kỷ nguyên 4.0 như kiến thức về phân tích dữ liệu trong kinh doanh, kiến thức về thành toán điện tử… hay các kỹ năng mềm như kỹ năng thương lượng, đàm phán, kỹ năng làm việc nhóm....

*Khối kiến thức chuyên ngành* giúp sinh viên xây dựng những năng lực chuyên sâu trong kinh doanh số, bao gồm năng lực thực hiện các dự án chuyển đổi số của tổ chức và năng lực nhận diện cơ hội kinh doanh số, phát triển các mô hình kinh doanh số và thiết lập các dự án khởi nghiệp số. Bên cạnh đó, khối kiến thức chuyên ngành còn cung cấp cho sinh viên kiến thức và kỹ năng thực thi được các quyết định cơ bản trong quản trị doanh nghiệp số, như quyết định về sản xuất, tài chính, nhân sự, marketing… .

### *Các học phần*

*Bảng 2.5 Các học phần và số tín chỉ*

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **TT** | **Mã học phần** | **Tên học phần** | **Phân bổ thời gian** | | | **Số tín chỉ** |
| **Lý thuyết** | **Thực hành** | **Tổng** |
| **A. Khối kiến thức đại cương** | | | | | | |
| 1 | SMT1005 | Triết học Mác - Lênin | 34 | 11 | 45 | 3 |
| 2 | SMT1006 | Kinh tế chính trị Mác - Lênin | 25 | 5 | 30 | 2 |
| 3 | SMT1007 | Chủ nghĩa xã hội khoa học | 24 | 6 | 30 | 2 |
| 4 | SMT1008 | Lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam | 24 | 6 | 30 | 2 |
| 5 | SMT1004 | Tư tưởng Hồ Chí Minh | 24 | 6 | 30 | 2 |
| 6 | LAW1001 | Pháp luật đại cương | 21 | 9 | 30 | 2 |
| 7 | TOU1001 | Giao tiếp trong kinh doanh | 30 | 15 | 45 | 3 |
| 8 | MGT1001 | Kinh tế vi mô | 22 | 23 | 45 | 3 |
| 9 | ECO1001 | Kinh tế vĩ mô | 45 |  | 45 | 2 |
| 10 | MGT1002 | Quản trị học | 36 | 9 | 45 | 2 |
| 11 | MIS1001 | Tin học văn phòng | 35 | 10 | 45 | 3 |
| 12 | MAT1001 | Toán ứng dụng trong kinh tế | 30 | 15 | 45 | 3 |
| 13 |  | HP Anh văn 1 |  |  |  | 3 |
| 14 |  | HP Anh văn 2 |  |  |  | 4 |
| 15 |  | HP Anh văn 3 |  |  |  | 3 |
| 16 |  | HP Anh văn 4 |  |  |  | 2 |
| 17 |  | HP Anh văn 5 |  |  |  | 3 |
|  |  | **Tổng** |  |  |  | **46** |
| **B. Khối kiến thức khối ngành** | | | | | | |
| 18 | HRM2001 | Hành vi tổ chức | 30 | 15 | 45 | 3 |
| 19 | MIS2002 | Hệ thống thông tin quản lý | 30 | 15 | 45 | 3 |
| 20 | IBS2001 | Kinh doanh quốc tế | 40 | 4 | 45 | 3 |
| 21 | LAW2001 | Luật kinh doanh | 30 | 15 | 45 | 3 |
| 22 | MKT2001 | Marketing căn bản | 34 | 11 | 45 | 3 |
| 23 | ACC1001 | Nguyên lý kế toán/Nhập môn kế toán | 30 | 15 | 45 | 3 |
| 24 | MGT2002 | Nhập môn kinh doanh | 27 | 18 | 45 | 3 |
| 25 | FIN2001 | Thị trường và các định chế tài chính | 30 | 15 | 45 | 3 |
| 26 | STA2002 | Thống kê kinh doanh và kinh tế | 33 | 12 | 45 | 3 |
| 27 | ENG3001 | Tiếng Anh kinh doanh | 12 | 33 | 45 | 3 |
|  |  | **Tổng** |  |  |  | 30 |
| **C. Khối kiến thức ngành và chuyên ngành** | | | | | | |
| ***C1. Học phần chung của ngành: 21 tín chỉ gồm 15 tín chỉ bắt buộc và 6 tín chỉ tự chọn*** | | | | | | |
| * ***Học phần bắt buộc: 15 tín chỉ*** | | | | | | |
| 28 | MGT3001 | Quản trị chiến lược | 27 | 18 | 45 | 3 |
| 29 | MGT3002 | Quản trị chuỗi cung ứng | 21 | 24 | 45 | 3 |
| 30 | MGT3004 | Quản trị dự án | 30 | 15 | 45 | 3 |
| 31 | MGT3003 | Quản trị sản xuất | 21 | 24 | 45 | 3 |
| 32 | FIN3006 | Quản trị tài chính | 27 | 18 | 45 | 3 |
|  |  | **Tổng** |  |  |  | **15** |
| * ***Học phần tự chọn (Chọn ít nhất 6 tín chỉ)*** | | | | | |
| 33 | MKT3001 | Quản trị Marketing | 29 | 16 | 45 | 3 |
| 34 | MGT3… | Nhập môn KHDL trong kinh doanh | 25 | 20 | 45 | 3 |
| 35 | HRM3002 | Phát triển kỹ năng quản trị | 24 | 21 | 45 | 3 |
| 36 | MIS3016 | Thanh toán điện tử | 30 | 15 | 45 | 3 |
| 37 | HRM3005 | Thương lượng | 35 | 10 | 45 | 3 |
| **C2. Học phần chuyên ngành:** **27 tín chỉ gồm 20 tín chỉ bắt buộc và 7 tín chỉ tự chọn** | | | | | | |
| * ***Học phần bắt buộc: 20 tín chỉ*** | | | | | | |
| 38 | MGT… | Chuyển đổi số | 21 | 24 | 45 | 3 |
| 39 | MGT… | Đề án kinh doanh số | 0 | 30 | 30 | 2 |
| 40 | MGT… | Kinh doanh số | 21 | 24 | 45 | 3 |
| 41 | MGT… | Khởi nghiệp số | 21 | 24 | 45 | 3 |
| 42 | MGT… | Mô hình kinh doanh số | 18 | 27 | 45 | 3 |
| 43 | MGT… | Phân tích kinh doanh trong môi trường số | 21 | 24 | 45 | 3 |
| 44 | MGT… | Quản trị dự án số | 24 | 21 | 45 | 3 |
|  |  | **Tổng** |  |  |  | **20** |
| * ***Học phần tự chọn***   ***Chọn ít nhất 7 tín chỉ trong các học phần tự chọn sau:*** | | | | | |
| 45 | MGT… | Công nghệ tài chính Fintech | 24 | 21 | 45 | 3 |
| 46 | MGT… | Kế hoạch kinh doanh | 21 | 24 | 45 | 3 |
| 47 | MIS3041 | Phân tích dữ liệu bằng Python | 18 | 27 | 45 | 3 |
| 48 | MKT3007 | Marketing kỹ thuật số | 22 | 23 | 45 | 3 |
| 49 | MKT... | Marketing đa kênh | 23 | 22 | 45 | 3 |
| 50 | MGT… | Quản trị đổi mới | 29 | 16 | 45 | 3 |
| 51 |  | Nhập môn dữ liệu lớn (Môn mới TMDT) | 30 | 15 | 45 | 3 |
| 52 | RMD3001 | Phương pháp nghiên cứu khoa học | 17 | 13 | 30 | 2 |
| 53 | HRM3.... | Quản trị nguồn nhân lực số | 12 | 18 | 30 | 2 |
| **D. Thực tập cuối khóa:**  Sinh viên lựa chọn đăng ký Khóa luận tốt nghiệp hoặc Báo cáo thực tập tốt nghiệp căn cứ vào các điều kiện sau:   * ***Điều kiện đăng ký Khóa luận tốt nghiệp:***   + Còn tối đa ***2 học phần*** chưa học và các học phần chưa học này không thuộc danh mục các học phần phải học trước khi đăng ký thực tập tốt nghiệp.  + Điểm trung bình chung tích lũy ***từ 3,0 trở lên*** tại thời điểm đăng ký.  + Đã học học phần Phương pháp nghiên cứu khoa học.   * ***Điều kiện đăng ký Báo cáo thực tập tốt nghiệp:***   + Còn tối đa ***4 học phần*** chưa học và các học phần chưa học này không thuộc danh mục các học phần phải học trước khi đăng ký thực tập tốt nghiệp. | | | | | | |
|  |  | ***Hình thức 1*** |  |  |  |  |
| 53 | MGT4001 | Báo cáo thực tập tốt nghiệp |  |  |  | 4 |
|  |  | Học bổ sung ít nhất 6 tín chỉ được chọn từ các học phần tự chọn Chuyên ngành |  |  |  | 6 |
|  |  | ***Hình thức 2*** |  |  |  |  |
| 54 | MGT4002 | Khóa luận tốt nghiệp |  |  |  | 10 |
|  |  | **Tổng số tín chỉ chương trình** |  |  |  | **134** |

### *Ma trận chuẩn đầu ra chương trình đào tạo (PLO) và các học phần:*

**MA TRẬN CHUẨN ĐẦU RA CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO (PLO) VÀ CÁC HỌC PHẦN**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| TT | Mã học phần | Tên học phần | PLO1 | PLO2 | PLO3 | PLO4 | PLO5 | PLO6 | PLO7 | PLO8 | PLO9 |
| **Khối kiến thức đại cương** | | | X |  |  |  |  | X |  |  |  |
| 1 | SMT1005 | Triết học Mác - Lênin | X |  |  |  |  | X |  |  |  |
| 2 | SMT1006 | Kinh tế chính trị Mác - Lênin | X |  |  |  |  | X |  |  |  |
| 3 | SMT1007 | Chủ nghĩa xã hội khoa học | X |  |  |  |  | X |  |  |  |
| 4 | SMT1008 | Lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam | X |  |  |  |  | X |  |  |  |
| 5 | SMT1004 | Tư tưởng Hồ Chí Minh | X |  |  |  |  | X |  |  |  |
| 6 | LAW1001 | Pháp luật đại cương | X |  |  |  |  | X |  |  |  |
| 7 | TOU1001 | Giao tiếp trong kinh doanh |  |  |  |  |  | X |  |  |  |
| 8 | MGT1001 | Kinh tế vi mô | X |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 9 | ECO1001 | Kinh tế vĩ mô | X |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 10 | MGT1002 | Quản trị học | X |  |  |  |  | X |  |  |  |
| 11 | MIS1001 | Tin học văn phòng | X |  |  |  |  | X |  | X |  |
| 12 | MAT1001 | Toán ứng dụng trong kinh tế | X |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 13 |  | HP Anh văn 1 |  |  |  |  |  |  | X |  |  |
| 14 |  | HP Anh văn 2 |  |  |  |  |  |  | X |  |  |
| 15 |  | HP Anh văn 3 |  |  |  |  |  |  | X |  |  |
| 16 |  | HP Anh văn 4 |  |  |  |  |  |  | X |  |  |
| 17 |  | HP Anh văn 5 |  |  |  |  |  |  | X |  |  |
| 18 | HRM2001 | Hành vi tổ chức | X |  |  |  |  | X |  |  |  |
| 19 | MIS2002 | Hệ thống thông tin quản lý | X |  |  |  |  | X |  | X |  |
| 20 | IBS2001 | Kinh doanh quốc tế |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 21 | LAW2001 | Luật kinh doanh | X |  |  |  |  | X |  |  |  |
| 22 | MKT2001 | Marketing căn bản | X |  |  |  |  | X |  |  |  |
| 23 | ACC1001 | Nguyên lý kế toán/Nhập môn kế toán | X |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 24 | MGT2002 | Nhập môn kinh doanh | X |  |  |  |  | X |  |  |  |
| 25 | FIN2001 | Thị trường và các định chế tài chính | X |  |  |  |  | X |  |  |  |
| 26 | STA2002 | Thống kê kinh doanh và kinh tế | X |  |  |  |  | X |  | X |  |
| 27 | ENG3001 | Tiếng Anh kinh doanh | X |  |  |  |  | X | X |  |  |
| 28 | MGT3001 | Quản trị chiến lược |  | X | X |  |  |  |  |  | X |
| 29 | MGT3002 | Quản trị chuỗi cung ứng |  | X | X | X | X |  |  |  | X |
| 30 | MGT3004 | Quản trị dự án |  | X | X | X |  |  |  |  |  |
| 31 | MGT3003 | Quản trị sản xuất |  | X | X | X | X |  |  |  |  |
| 32 | FIN3006 | Quản trị tài chính |  | X | X | X |  |  |  |  |  |
| 33 | MKT3001 | Quản trị Marketing |  | X | X | X | X | X |  |  |  |
| 34 |  | Nhập môn KHDL trong kinh doanh |  |  | X | X |  |  |  | X |  |
| 35 | HRM3002 | Phát triển kỹ năng quản trị |  |  |  |  |  | X |  |  |  |
| 36 | MIS3016 | Thanh toán điện tử | X |  |  | X |  | X |  | X |  |
| 36 | HRM3005 | Thương lượng |  |  |  | X |  | X |  |  | X |
| 38 | MGT… | Chuyển đổi số |  | X | X | X | X |  |  | X |  |
| 39 | MGT… | Đề án kinh doanh số |  | X | X | X | X | X |  | X | X |
| 40 | MGT… | Kinh doanh số |  | X | X | X | X |  |  | X |  |
| 41 | MGT… | Khởi nghiệp số |  | X | X | X | X |  |  | X | X |
| 42 | MGT… | Mô hình kinh doanh số |  | X | X | X | X |  |  | X | X |
| 43 | MGT… | Phân tích kinh doanh trong môi trường số |  |  | X | X | X |  |  | X |  |
| 44 | MGT… | Quản trị dự án số |  |  | X | X | X |  |  | X |  |
| 45 | MGT… | Công nghệ tài chính Fintech |  |  | X | X |  |  |  | X |  |
| 46 | MGT… | Kế hoạch kinh doanh |  |  | X | X | X |  |  |  | X |
| 47 | MIS3041 | Phân tích dữ liệu bằng Python |  |  | X | X | X |  |  | X |  |
| 48 | MKT3007 | Marketing kỹ thuật số |  |  | X | X | X |  |  | X |  |
| 49 | MKT... | Marketing đa kênh |  |  | X | X | X |  |  | X |  |
| 50 | MGT… | Quản trị đổi mới |  |  | X | X | X |  |  | X |  |
| 51 |  | Nhập môn dữ liệu lớn (Môn mới TMDT) |  |  | X | X | X |  |  | X |  |
| 52 | RMD3001 | Phương pháp NCKH |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 53 | HRM3.... | Quản trị nguồn nhân lực số |  |  | X | X | X |  |  | X | X |
| 54 | MGT4001 | Báo cáo thực tập tốt nghiệp |  | X | X | X | X | X |  | X | X |
| 55 | MGT4002 | Khóa luận tốt nghiệp |  | X | X | X | X | X |  | X | X |

### *Lộ trình đào tạo*

*Bảng 2.6 Lộ trình đào tạo chuyên ngành Kinh doanh số* **(Xem trong file đính kèm)**

### *Hoạt động ngoại khoá*

#### Hoạt động ngoại khóa liên quan tới học phần

Chương trình đào tạo Ngành Quản trị kinh doanh, chuyên ngành Kinh doanh số có các hoạt động ngoại khóa đa dạng, hấp dẫn để sinh viên tiếp cận hiểu rõ hơn được môi trường thực tế, hỗ trợ sinh viên đạt được các chuẩn đầu ra kiến thức ở các cấp độ cao và các chuẩn đầu ra kỹ năng, thái độ. Các hoạt ngoại khoá liên quan đến môn học chuyên ngành bao gồm tham quan học hỏi tại doanh nghiệp; khách mời nói chuyện về chủ đề liên quan đến nội dung học phần.

#### Các hoạt động ngoại khoá khác

Bên cạnh chương trình giảng dạy, Khoa Quản trị kinh doanh tổ chức cho sinh viên nhiều các hoạt ngoại khoá như sau:

- Các hoạt động được tổ chức bởi Chi đoàn Khoa như lễ đón tân sinh viên năm nhất, tổ chức cắm trại, các chuyến đi tình nguyện, hiến máu nhân đạo

- Các hoạt động được tổ chức bởi các câu lạc bộ mà thường xuyên nhất là câu lạc bộ K2S liên quan đến tổ chức lớp học phát triển kỹ năng mềm .