

# NGHIÊN CỨU ĐỊNH HƯỚNG ĐÀO TẠO CHUYÊN NGÀNH THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ TẠI TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ QUỐC DÂN

Trần Thị Song Minh\*

Ngày nhận: 27/10/2014

Ngày nhận bản sửa: 6/11/2014

Ngày duyệt đăng: 25/11/2014

## Tóm tắt

*Trong nền kinh tế số và toàn cầu hóa, thương mại điện tử được coi là xu thế phát triển tất yếu, là sự lựa chọn thông minh cho các doanh nghiệp để hội nhập kinh tế quốc tế và nâng cao năng lực cạnh tranh. Các trường đại học và cao đẳng đóng vai trò quan trọng trong việc đáp ứng nhu cầu nguồn nhân lực thương mại điện tử trong tương lai của Việt Nam. Bài viết sau đây nghiên cứu về triển vọng nghề nghiệp và nhu cầu nguồn nhân lực thương mại điện tử theo tinh thần Chương trình phát triển thương mại điện tử quốc gia giai đoạn 2014-2020 của Chính phủ, trên cơ sở đó đưa ra đề xuất mang tính định hướng về đào tạo chuyên ngành Thương mại điện tử thuộc ngành Hệ thống thông tin quản lý với mục tiêu và nội dung chương trình đào tạo mang bản sắc của trường đại học Kinh tế Quốc dân. Nghiên cứu cũng đưa ra một số đề xuất nhằm nâng cao khả năng hiện thực hóa đào tạo chuyên ngành Thương mại điện tử.*

**Từ khóa** E-Business, E-Commerce, Internet, kinh doanh điện tử, thương mại điện tử, đào tạo

## **An orientational study on the training for e-commerce specialization at the National Economics University**

*Abstract:*

*In the age of digital economy and globalization, E-Commerce is considered the inevitable development trend, the smart choice for enterprises to join the international economy, and to bolster competitive competence. Universities and colleges play a crucial role in the supply of future E-Commerce human resource for Vietnam. The article focuses on the occupational potential and demand for E-Commerce's human resource in accordance with the Government's Program for national E-Commerce development for the period from 2014-2020. On this basis, this study provides suggestions on the training for E-Commerce specialization, of the Management Information System major with objectives and contents in line with the National Economy University's mission. The study also provides proposals to increase the possibility of the realization of the E-Commerce specialization.*

*Keywords:* E-Business, E-Commerce, Internet, education

## 1. Đặt vấn đề

Trong nền kinh tế số và toàn cầu hóa, các tổ chức doanh nghiệp đang dần tiếp cận, lập kế hoạch và triển khai các hoạt động thương mại điện tử- quá trình mua, bán, chuyển giao hoặc trao đổi hàng hóa, dịch vụ và thông tin giữa các tổ chức kinh doanh, giữa tổ chức kinh doanh với khách hàng, và giữa khách hàng với nhau theo con đường điện tử. Thương mại điện tử đã thay đổi cách thức kinh doanh của gần như tất cả các loại hình tổ chức và mang lại lợi ích không chỉ cho bản thân doanh nghiệp ứng dụng thương mại điện tử, mà cho cả khách hàng và cho toàn xã hội.

Nhận thức rõ cơ hội và giá trị thương mại điện tử có thể mang lại cho nền kinh tế, từ năm 2005 Chính phủ đã đưa ra nhiều chủ trương, chính sách khuyến khích sự phát triển công nghệ thông tin và thương mại điện tử. Trong tất cả các quyết định được phê duyệt đều đề cập đến nội dung đẩy mạnh phát triển và đào tạo chính quy nguồn nhân lực công nghệ thông tin và thương mại điện tử trên cơ sở huy động nguồn lực của toàn xã hội (Thủ tướng Chính phủ, 2005a, 2005b, 2009, 2010 và 2014). Kế thừa những thành tựu đã đạt được từ việc thực hiện Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử giai đoạn 2006-2010 (Thủ tướng Chính phủ, 2005a) và giai đoạn 2011-2015 (Thủ tướng Chính phủ, 2010), ngày 11 tháng 5 năm 2014 Thủ tướng chính phủ đã phê duyệt Chương trình phát triển thương mại điện tử quốc gia giai đoạn 2014-2020 với tám nội dung cơ bản (Thủ tướng Chính phủ, 2014). Để thực hiện thành công chương trình phát triển thương mại điện tử trong tương lai, Việt Nam rất cần nguồn nhân lực chất lượng cao, được đào tạo bài bản về thương mại điện tử. Các trường đại học và cao đẳng, đặc biệt các trường trong khối kinh tế đóng vai trò quan trọng trong việc đào tạo và đáp ứng nhu cầu nguồn nhân lực thương mại điện tử trong tương lai của Việt Nam.

Theo báo cáo năm 2010 về đào tạo thương mại điện tử tại Việt Nam của Bộ Công thương- Cục Thương mại điện tử và Công nghệ thông tin, số lượng các trường có đào tạo thương mại điện tử tại Việt Nam đã lên đến hơn 70 (Thủ tướng Chính phủ, 2014). Thương mại điện tử được đào tạo theo những mô hình khác nhau, với sự tham gia của các cơ sở đào tạo thuộc nhiều lĩnh vực đào tạo và nhóm ngành khác nhau (*Quản trị - Quản lý - 04, Kinh doanh - 01,...*). Tuy nhiên, chất lượng và bản sắc chương

trình đào tạo thương mại điện tử của các trường còn là một vấn đề cần được nghiên cứu và giải quyết.

Bài viết sau đây nghiên cứu có tính định hướng đối với vấn đề đào tạo chuyên ngành thương mại điện tử thuộc ngành Hệ thống thông tin quản lý tại trường đại học Kinh tế Quốc dân với những câu hỏi cụ thể như sau: (1) Trong nền kinh tế số và toàn cầu hóa như hiện nay, đào tạo chuyên ngành thương mại điện tử có thực sự cần thiết đối với trường đại học Kinh tế Quốc dân, một trường đầu ngành trong lĩnh vực Kinh tế - Quản lý và Quản trị kinh doanh? (2) Nếu cần thiết, chuyên ngành thương mại điện tử thuộc ngành Hệ thống thông tin quản lý của trường đại học Kinh tế Quốc dân cần mang bản sắc gì và nội dung chương trình đào tạo chuyên ngành phải gồm những học phần gì để phân biệt với chuyên ngành thương mại điện tử thuộc các nhóm ngành khác? (3) Những yếu tố nào cần xem xét để nâng cao khả năng hiện thực hóa đào tạo chuyên ngành thương mại điện tử tại trường đại học Kinh tế Quốc dân?

## 2. Nghiên cứu tổng quan các yếu tố ảnh hưởng đến định hướng đào tạo chuyên ngành Thương mại điện tử tại trường đại học Kinh tế Quốc dân

### 2.1. Nhu cầu nguồn nhân lực thương mại điện tử trong nền kinh tế số và toàn cầu hóa

Sự phát triển nhanh chóng của thương mại điện tử đã dẫn đến nhu cầu cao về nguồn nhân lực có kiến thức và kỹ năng về thương mại điện tử. Trong nền kinh tế tri thức, nguồn nhân lực thương mại điện tử được sử dụng gần như trong tất cả các loại hình tổ chức: cơ quan quản lý, tổ chức hành chính và doanh nghiệp. Có hai nhóm doanh nghiệp có nhu cầu sử dụng nguồn nhân lực thương mại điện tử: (1) doanh nghiệp kinh doanh thương mại điện tử (cung ứng dịch vụ và giải pháp thương mại điện tử) và (2) doanh nghiệp ứng dụng thương mại điện tử (thực hiện các hoạt động kinh doanh và thương mại theo con đường điện tử). Ngoài những yêu cầu cơ bản về chuyên môn và kỹ năng làm việc trong môi trường kinh doanh và thương mại điện tử, mỗi loại hình doanh nghiệp nói trên có yêu cầu đặc thù về vị trí công việc. Trong khi nhu cầu của các doanh nghiệp ứng dụng thương mại điện tử là nguồn nhân lực chuyên nghiệp trong tổ chức, quản lý và khai thác các ứng dụng thương mại điện tử và có khả năng phân tích, khai phá dữ liệu thương mại điện tử hỗ trợ ra quyết định thì doanh nghiệp kinh doanh thương mại điện tử lại yêu cầu nguồn nhân lực

chuyên nghiệp về phân tích yêu cầu kinh doanh và phát triển các giải pháp ứng dụng thương mại điện tử đáp ứng các yêu cầu kinh doanh.

Dưới góc độ lý thuyết, hệ thống thương mại điện tử gồm ba cấu phần: hạ tầng thương mại điện tử, các dịch vụ hỗ trợ thương mại điện tử và các ứng dụng thương mại điện tử. Ngoài trình độ chuyên môn cơ bản về thương mại điện tử mang tính liên ngành, mỗi cấu phần hệ thống thương mại điện tử yêu cầu một nguồn nhân lực có kiến thức và kỹ năng chuyên sâu về một hoặc một số lĩnh vực nhất định. Dưới góc độ ứng dụng, nguồn nhân lực thương mại điện tử cần cho rất nhiều loại hình tổ chức khác nhau: cơ quan quản lý nhà nước, các tổ chức, các doanh nghiệp với quy mô và đặc thù kinh doanh khác nhau. Điều này cho thấy sự cần thiết của việc đa dạng hóa các loại hình vị trí công việc liên quan đến thương mại điện tử, nhằm chuyên biệt cho từng cấu phần của hệ thống thương mại điện tử, và chuyên biệt cho các mục đích phát triển và ứng dụng thương mại điện tử khác nhau, trong các tổ chức khác nhau.

Trong quá trình phát triển và ứng dụng thương mại điện tử, hệ thống chức danh nghề nghiệp thương mại điện tử cũng đã dần được định hình và quy chuẩn, tạo điều kiện cho các nhà tuyển dụng có cơ sở tham chiếu trong quá trình tuyển dụng, giúp các cơ sở đào tạo định hướng tốt hơn trong việc xây dựng chuẩn đầu ra và chương trình đào tạo, đồng thời giúp người học có cơ sở định hướng trong lựa chọn ngành học và nghề nghiệp tương lai. Có thể kể ra một số chức danh thương mại điện tử điển hình như sau: thiết kế và phát triển Web, tư vấn và phân tích Web, tối ưu hóa tìm kiếm (SEO), Marketing trực tuyến (Online Marketing), quản trị thương mại điện tử (E-Commerce Manager), tư vấn bán hàng trực tuyến (Online Sales Consultant), báo cáo thương mại điện tử (E-Commerce Reporter), quản trị kênh thương mại điện tử (E-Commerce Channel Manager) hay quản trị quan hệ khách hàng trong môi trường kinh doanh trên mạng (eCRM).

## **2.2. Chủ trương chính sách của Nhà nước về phát triển ứng dụng thương mại điện tử**

Nhận thức sâu sắc lợi ích và cơ hội mà công nghệ thông tin và thương mại điện tử có thể mang lại cho các cơ quan quản lý Nhà nước, doanh nghiệp và toàn cộng đồng trong nền kinh tế tri thức, Chính phủ đã phê duyệt và ban hành nhiều quyết định liên quan đến phát triển công nghệ thông tin và thương mại điện tử với những định hướng quan trọng liên quan

đến đào tạo nguồn nhân lực. Các quyết định này là cơ sở pháp lý để Bộ Giáo dục và Đào tạo, các trường đại học và cao đẳng xây dựng chiến lược đào tạo công nghệ thông tin và thương mại điện tử, nhằm đáp ứng kịp thời nguồn lực có chất lượng cao cho xã hội.

Trong khuôn khổ bài viết này, tác giả căn cứ chủ yếu vào quyết định của Thủ tướng Chính phủ (2014) về Chương trình phát triển Thương mại điện tử Quốc gia giai đoạn 2014 – 2020 để xây dựng luận cứ đào tạo thương mại điện tử trong các trường đại học, cao đẳng nói chung và Trường đại học Kinh tế Quốc dân nói riêng. Mục tiêu chung của chương trình này là xây dựng các hạ tầng cơ bản và triển khai các giải pháp hỗ trợ phát triển lĩnh vực thương mại điện tử ở Việt Nam, đưa thương mại điện tử trở thành hoạt động phổ biến, góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp và năng lực cạnh tranh quốc gia, thúc đẩy quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước. Mục tiêu chung này được tiếp cận và cụ thể hóa dưới ba góc độ: (1) kết cấu hạ tầng thương mại điện tử, (2) môi trường ứng dụng thương mại điện tử và (3) nguồn nhân lực thương mại điện tử. Mục tiêu cụ thể của đào tạo, phát triển nguồn nhân lực thương mại điện tử là 50.000 lượt doanh nghiệp, cán bộ quản lý nhà nước được tham dự các khóa đào tạo ngắn hạn về thương mại điện tử, 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.

Chương trình phát triển thương mại điện tử Quốc gia giai đoạn 2014 – 2020 đề cập đến tám nội dung chính: (1) Xây dựng, phát triển kết cấu hạ tầng thương mại điện tử, (2) Tuyên truyền, phổ biến, nâng cao nhận thức về thương mại điện tử, (3) Đào tạo, phát triển nguồn nhân lực thương mại điện tử, (4) Phát triển các sản phẩm, giải pháp thương mại điện tử, (5) Tư vấn xây dựng kế hoạch thương mại điện tử, (6) Hợp tác Quốc tế về thương mại điện tử, (7) Nâng cao năng lực quản lý và tổ chức hoạt động phát triển thương mại điện tử và (8) Các hoạt động thương mại điện tử khác do Thủ tướng Chính phủ quyết định. Để thực hiện các nội dung công việc này, cần có sự tham gia của nhiều loại hình đơn vị: Các cơ quan quản lý nhà nước về thương mại điện tử, Hiệp hội thương mại điện tử Việt Nam, các bộ ngành liên quan, các doanh nghiệp cung cấp sản phẩm và dịch vụ thương mại điện tử, các cơ sở đào

tạo thương mại điện tử và bản thân các cơ quan quản lý, tổ chức và doanh nghiệp có ứng dụng thương mại điện tử.

Dưới sự quản lý vĩ mô của các cơ quan quản lý nhà nước về thương mại điện tử và Bộ Giáo dục và Đào tạo, các trường đại học và cao đẳng đóng vai trò chủ chốt trong việc đào tạo nguồn nhân lực thương mại điện tử có chuyên môn và kỹ năng ở trình độ cao để thực hiện tất cả các nội dung công việc của Chương trình phát triển Thương mại điện tử theo Thủ tướng Chính phủ (2014).

### **2.3. Thực trạng đào tạo nguồn nhân lực thương mại điện tử tại Việt Nam**

Trong nền kinh tế số và toàn cầu hóa, đào tạo thương mại điện tử đang trở thành một xu thế phổ biến trong hệ thống đào tạo của các trường đại học trên Thế giới nói chung và ở Việt Nam nói riêng. Nguồn nhân lực thương mại điện tử cần có kiến thức và kỹ năng chuyên nghiệp về Internet và ứng dụng Internet cùng các công nghệ liên quan khác để lập kế hoạch, triển khai, khai thác và bảo trì các ứng dụng Web thực hiện kinh doanh và thương mại điện tử. Trên thế giới, đào tạo thương mại điện tử được thực hiện ở cả bốn bậc: cao đẳng, cử nhân, thạc sĩ và tiến sĩ. Tuy nhiên, mỗi nước thường tập trung vào đào tạo ở một trình độ nhất định. Thương mại điện tử có thể được đào tạo như một khóa đào tạo ngắn hạn có cấp chứng chỉ, hoặc như một môn học trong chương trình đào tạo của các chuyên ngành, hoặc như một chuyên ngành/ ngành độc lập trong trường đại học. Có ba cách tiếp cận chủ yếu trong đào tạo thương mại điện tử hiện nay: (1) tiếp cận dưới góc độ công nghệ thông tin, (2) tiếp cận dưới góc độ quản trị kinh doanh và (3) tiếp cận dưới góc độ liên ngành: công nghệ thông tin, kinh doanh và các khoa học liên quan.

Ở Việt Nam, thương mại điện tử đã được đưa vào chương trình đào tạo của nhiều trường đại học và cao đẳng. Theo kết quả khảo sát năm 2010 của Cục Thương mại điện tử và Công nghệ thông tin tại các trường đại học và cao đẳng trên toàn quốc, ở Việt Nam đã có tới 77 trường đại học và cao đẳng có đào tạo thương mại điện tử ở những cấp bậc khác nhau, trong đó chủ yếu là cao đẳng và đại học. Đào tạo thương mại điện tử ở bậc sau đại học rất ít, chỉ chiếm khoảng 10%. Ở bậc đại học, các trường tham gia đào tạo thương mại điện tử thuộc nhiều lĩnh vực và nhóm ngành khác nhau trong Hệ thống giáo dục Quốc dân: lĩnh vực Kinh doanh và Quản lý (5234),

Máy tính và công nghệ thông tin (5248), Công nghệ kỹ thuật (5251), từ nhóm ngành Kinh doanh (523401) cho đến Quản trị – Quản lý (523404) hay Công nghệ thông tin (524802) (Bộ Công thương – Cục thương mại điện tử và Công nghệ thông tin, 2010).

Đào tạo thương mại điện tử ở Việt Nam đang được thực hiện ở những dạng thức khác nhau, do các cơ sở đào tạo khác nhau thực hiện: (1) là một môn học trong chương trình đào tạo của một chuyên ngành (môn “Thương mại điện tử” của chuyên ngành Kinh tế đối ngoại và Quản trị kinh doanh quốc tế tại trường đại học Ngoại thương); (2) là một chuyên ngành của ngành Quản trị kinh doanh (chuyên ngành Thương mại điện tử của Trường Đại học Ngoại thương); (3) là một ngành độc lập (ngành Thương mại điện tử thuộc nhóm ngành Quản trị của trường đại học Công nghiệp Hồ Chí Minh).

Thực tế đào tạo thương mại điện tử tại Việt Nam cho thấy, số lượng trường đại học và cao đẳng tham gia đào tạo thương mại điện tử là không nhỏ và khá phong phú về lĩnh vực đào tạo, vậy điều đó có thực sự cần thiết không? Đối với các trường chưa có chuyên ngành thương mại điện tử thì có nên định hướng đào tạo chuyên ngành thương mại điện tử hay không? Căn cứ trên nhu cầu và triển vọng nghề nghiệp thương mại điện tử trong nền kinh tế mới, căn cứ trên định hướng phát triển thương mại điện tử của Đảng và Nhà nước trong giai đoạn 2014-2020, sự tham gia đào tạo thương mại điện tử của các trường thuộc các nhóm ngành đào tạo khác nhau là cần thiết để cung cấp nguồn nhân lực thương mại điện tử đặc thù cho các phân đoạn khác nhau của thị trường lao động thương mại điện tử. Tuy nhiên, vấn đề quan trọng là mỗi cơ sở đào tạo cần có một cách tiếp cận riêng trong việc xây dựng chương trình đào tạo thương mại điện tử để chương trình có bản sắc riêng, mang tính đặc thù và phát huy được thế mạnh của trường.

### **2.4. Định hướng đào tạo chuyên ngành Thương mại điện tử tại trường đại học Kinh tế Quốc dân**

Hệ thống thông tin quản lý là một lĩnh vực mang tính liên ngành, không chỉ liên quan đến các ngành công nghệ máy tính mà còn liên quan chặt chẽ đến các hoạt động nghiệp vụ và quản lý của các tổ chức. Khác với các ngành thuần túy công nghệ, ngành Hệ thống thông tin quản lý tập trung vào khía cạnh thông tin: nghiên cứu tích hợp các giải pháp công nghệ thông tin vào các tiến trình nghiệp vụ, nhằm

đáp ứng nhu cầu thông tin chuyên biệt, giúp nâng cao năng lực hoạt động và quản lý đồng thời mang lại ưu thế cạnh tranh cho các tổ chức. Nói cách khác, Hệ thống thông tin quản lý là một lĩnh vực học thuật nghiên cứu cách thức con người, công nghệ và các tổ chức phối hợp với nhau để giải quyết các vấn đề trong kinh doanh và quản lý.

Dưới góc độ hệ thống thông tin, thương mại điện tử được coi như một loại hình hệ thống thông tin dựa trên công nghệ Internet, giúp tổ chức kinh doanh nâng cao năng lực cạnh tranh và phát triển các chiến lược tương tác giữa doanh nghiệp với doanh nghiệp và giữa doanh nghiệp với khách hàng. Từ góc độ học thuật, Hệ thống thông tin quản lý và thương mại điện tử là hai phạm trù khá gần gũi. Để làm việc được trong lĩnh vực thương mại điện tử, kiến thức và kỹ năng cơ sở về hệ thống thông tin là rất cần thiết, tiếp đến là các kiến thức và kỹ năng chuyên biệt cho lĩnh vực thương mại điện tử như: thiết kế và triển khai các websites thương mại điện tử, phát triển các hệ thống thương mại điện tử, phân tích web hoặc quản trị các nguồn lực thương mại điện tử,...

Trường đại học Kinh tế Quốc dân là trường trọng điểm quốc gia, trường đại học hàng đầu về kinh tế, quản lý và quản trị kinh doanh trong hệ thống các trường đại học của Việt Nam, có sứ mệnh cung cấp cho xã hội nguồn nhân lực có chất lượng cao về lĩnh vực kinh tế, quản lý và quản trị kinh doanh, góp phần quan trọng vào sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước trong bối cảnh hội nhập kinh tế thế giới. Định hướng đào tạo thương mại điện tử trong trường đại học Kinh tế Quốc dân sẽ là một hướng đi đúng, góp phần thực hiện sứ mệnh của trường. Hiện nay, trường có 16 ngành đào tạo, trong đó có ngành Quản trị kinh doanh và Hệ thống thông tin quản lý (Thủ tướng Chính phủ, 2005b). Dưới góc độ đào tạo, thương mại điện tử có thể được đào tạo trong trường đại học Kinh tế Quốc dân như một ngành độc lập hoặc một chuyên ngành thuộc ngành Quản trị kinh doanh hoặc ngành Hệ thống thông tin quản lý. Trong khuôn khổ bài viết này, tác giả tiếp cận định hướng đào tạo thương mại điện tử tại trường đại học Kinh tế Quốc dân như một chuyên ngành của ngành Hệ thống thông tin quản lý.

Ngành Hệ thống thông tin quản lý có mục tiêu đào tạo nguồn nhân lực có kiến thức đại cương và cơ sở về kinh tế, quản lý và Quản trị kinh doanh, có kiến thức chuyên sâu về công nghệ thông tin ứng

dụng trong quản lý kinh tế và quản trị kinh doanh. Cụ thể, bên cạnh các kiến thức cơ bản và cập nhật về tin học và ứng dụng tin học trong quản lý kinh tế và Quản trị kinh doanh, cử nhân ngành Hệ thống thông tin quản lý có kiến thức chuyên sâu và cập nhật về hệ thống thông tin dựa trên máy tính nhằm hỗ trợ các hoạt động tác nghiệp và quản lý trong các tổ chức kinh tế và xã hội (Trường Đại học Kinh tế Quốc dân, 2011). Hiện nay, ngành Hệ thống thông tin quản lý đã có hai chuyên ngành là Tin học kinh tế và Hệ thống thông tin quản lý. Trong định hướng phát triển đến năm 2020 của Khoa Tin học kinh tế trường đại học Kinh tế Quốc dân, có đề cập đến mục tiêu thành lập chuyên ngành Thương mại điện tử, nhằm đào tạo cử nhân chuyên ngành thương mại điện tử với kiến thức và kỹ năng chuyên sâu về công nghệ Internet và các công nghệ mạng khác phục vụ mục tiêu phát triển Chính phủ điện tử và tạo ra các cơ hội kinh doanh và thương mại điện tử cho các tổ chức và doanh nghiệp. Định hướng mở thêm chuyên ngành thương mại điện tử thuộc ngành Hệ thống thông tin quản lý là phù hợp với chiến lược và mục tiêu đào tạo của ngành Hệ thống thông tin quản lý nói riêng và của trường đại học Kinh tế Quốc dân nói chung.

### **3. Xác định bản sắc của chuyên ngành Thương mại điện tử thuộc ngành Hệ thống thông tin quản lý tại trường đại học Kinh tế quốc dân**

Phát huy thế mạnh của ngành Hệ thống thông tin quản lý, chuyên ngành thương mại điện tử sẽ được định hướng xây dựng theo quan điểm liên ngành: đào tạo nguồn nhân lực có kiến thức chuyên nghiệp về Quản trị kinh doanh và công nghệ thông tin, có kiến thức chuyên sâu mang tính giao thoa ngành Quản trị kinh doanh, công nghệ thông tin và các ngành khoa học liên quan. Cụ thể, điểm nhấn của chuyên ngành thương mại điện tử thuộc ngành Hệ thống thông tin quản lý là đào tạo nguồn nhân lực có kiến thức và kỹ năng chuyên sâu trong phân tích yêu cầu kinh doanh và xây dựng giải pháp thương mại điện tử để đáp ứng các yêu cầu kinh doanh; quản trị các nguồn lực thương mại điện tử; quản trị các dự án thương mại điện tử; và phân tích Web hỗ trợ ra quyết định trong nền kinh tế số và toàn cầu hóa. Đây chính là điểm khác biệt so với chuyên ngành thương mại điện tử thuộc các ngành khác, cụ thể như chuyên ngành thương mại điện tử thuộc ngành Quản trị kinh doanh thường định hướng đào tạo nguồn nhân lực có kiến thức và kỹ năng chuyên

sâu trong quản trị doanh nghiệp thương mại điện tử trong môi trường kinh doanh điện tử, tập trung vào khai thác và tác nghiệp các hệ thống thương mại điện tử, thay vì phát triển và bảo trì các hệ thống thương mại điện tử; phần kiến thức chuyên ngành được tăng cường thường là các học phần liên quan đến quản trị trong môi trường thương mại điện tử như quản trị ngoại thương, quản trị chuỗi cung ứng, Marketing quốc tế, hay thanh toán quốc tế,...

*Về mục tiêu đào tạo:* Mục tiêu chung của chuyên ngành thương mại điện tử là đào tạo cử nhân chuyên ngành thương mại điện tử có phẩm chất chính trị, đạo đức nghề nghiệp và sức khỏe tốt, có trách nhiệm với xã hội; nắm vững kiến thức cơ bản về kinh tế, quản lý và Quản trị kinh doanh; có kiến thức phù hợp về khoa học xã hội; có kiến thức và kỹ năng chuyên sâu, cập nhật về hệ thống thông tin, đặc biệt là các hệ thống ứng dụng trong kinh doanh và thương mại điện tử; có khả năng nghiên cứu tự bổ sung kiến thức thích ứng với môi trường làm việc; có kỹ năng ứng xử và giao tiếp tốt.

*Về chương trình đào tạo:* Tuân thủ chương trình khung của ngành Hệ thống thông tin quản lý, chương trình đào tạo chuyên ngành thương mại điện tử tại trường đại học Kinh tế Quốc dân với 130 tín chỉ (tín chỉ) sẽ gồm hai khối kiến thức: giáo dục đại cương và giáo dục chuyên nghiệp. Khối kiến thức giáo dục đại cương gồm 44 tín chỉ trang bị cho sinh viên các kiến thức giáo dục đại cương theo khung chương trình của Bộ Giáo dục và Đào tạo và các kiến thức đại cương liên quan đến lĩnh vực đào tạo Kinh doanh và Quản lý. Khối kiến thức giáo dục chuyên nghiệp gồm 86 tín chỉ, chia làm bốn khối thành phần: Kiến thức bắt buộc của Trường (9 tín chỉ), Kiến thức chung của ngành Hệ thống thông tin quản lý (30 tín chỉ), Kiến thức lựa chọn ngành (12 tín chỉ), và Kiến thức chuyên ngành (25 tín chỉ).

Sau đây là định hướng nội dung phần kiến thức chuyên ngành thương mại điện tử với 25 tín chỉ nhằm đáp ứng mục tiêu đào tạo đặt ra ở trên. Cơ sở định hướng xây dựng phần kiến thức chuyên ngành này là (1) Khung lý thuyết về thương mại điện tử, (2) định hướng phát triển thương mại điện tử của Chính phủ (2014), (3) Chương trình khung đào tạo ngành Hệ thống thông tin quản lý và chương trình đào tạo các chuyên ngành Tin học kinh tế và Hệ thống thông tin quản lý của Trường Đại học Kinh tế Quốc dân (Trường Đại học Kinh tế Quốc dân, 2011 và 2013), (4) Chương trình đào tạo thương mại điện

tử của một số trường trên thế giới (E-Commerce Bachelor's Degree Programs, 2003 – 2004; E-Commerce courses in Australian, 2014; University Bachelor of Commerce: e-Commerce Major, 2014; tổng hợp chương trình đào tạo thương mại điện tử của một số trường đại học Vương quốc Anh).

*Phần kiến thức chuyên ngành bắt buộc (gồm 17 tín chỉ)* gồm 07 học phần:

- Đề án chuyên ngành Thương mại điện tử (Course Project for E-Commerce);
- Phát triển các hệ thống thông tin quản lý (Development of Management Information Systems);
- Ứng dụng cơ sở dữ liệu (Application of Databases);
- Tổng quan về thương mại điện tử (Overview of E-Commerce);
- Phát triển các ứng dụng Web (Web Applications Development);
- Phân tích Web (Web Analytics).

*Phần kiến thức chuyên ngành lựa chọn (gồm 8 tín chỉ)* Lựa chọn 01 học phần trong mỗi tổ hợp.

Nhóm 1: Lựa chọn một trong các học phần sau:

- Quản trị tác nghiệp thương mại điện tử (Operational E-Commerce Management);
- Quản trị các nguồn lực thông tin (Information Resources Management);
- An toàn thương mại điện tử (E-commerce Security).

Nhóm 2: Lựa chọn một trong các học phần sau:

- Marketing trực tuyến (Online Marketing);
- Thương mại di động (M-Commerce);
- Thanh toán điện tử (E-Payment).

Nhóm 3: Lựa chọn một trong các học phần sau:

- Quản trị chuỗi giá trị số (Managing digital value chain);
- Truyền thông kinh doanh (Business Communication);
- Thanh toán quốc tế (International Payment).

Nhóm 4: Lựa chọn một trong các học phần sau:

- Ngân hàng trực tuyến (Online Banking);
- Chính phủ điện tử (E-Government);
- Đào tạo trực tuyến (E-Learning).

Khi mở thêm chuyên ngành mới thương mại điện tử, trường cần thực hiện một số điều chỉnh đối với Chương trình khung hiện nay của ngành Hệ thống

thông tin quản lý, trong đó có việc chuyển học phần “Các hệ thống thương mại điện tử” xuống phần kiến thức bắt buộc và chuyển học phần “Marketing trực tuyến” xuống phần kiến thức lựa chọn của chuyên ngành thương mại điện tử; đối với phần kiến thức lựa chọn ngành, sinh viên chuyên ngành thương mại điện tử cần chọn các học phần “Quản trị dự án hệ thống thông tin quản lý” và “Pháp luật kinh doanh”.

Để tăng tính thực thi của chương trình đào tạo chuyên ngành thương mại điện tử tại trường đại học Kinh tế Quốc dân, tác giả xin đề xuất một số kiến nghị sau đây:

*Thành lập Hiệp hội các trường đại học và cao đẳng đào tạo thương mại điện tử* Căn cứ pháp lý của đề xuất là Sắc lệnh số 102/SL- L004 ngày 20/05/1957 quy định quyền lập hội, Nghị định số 45/2010/NĐ-CP ngày 17/04/2008 của Chính phủ và Nghị định số 33/2012/NĐ-CP về sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 45/2010/NĐ-CP ngày 21 tháng 4 năm 2010 của Chính phủ quy định về tổ chức, hoạt động và quản lý hội. Thành lập Hiệp hội các trường đại học và cao đẳng đào tạo thương mại điện tử cần sự quan tâm và chỉ đạo của Chính phủ, sự tham gia và đồng thuận cao của các trường thành viên, trong sự phối hợp chặt chẽ với Bộ Giáo dục và Đào tạo và các cơ quan liên quan. Các công việc cần thực hiện gồm có: Tổ chức các cuộc hội thảo về đào tạo thương mại điện tử, đề xuất với trường đầu mối và thành lập Ban vận động thành lập hiệp hội cùng việc chuẩn bị hồ sơ xin phép thành lập hội gửi Bộ Nội vụ thẩm định, quyết định thành lập theo thẩm quyền. Việc thành lập Hiệp hội các trường đại học và cao đẳng đào tạo thương mại điện tử cần có thời gian và lộ trình rõ ràng và cần có sự nhận thức chung giữa các trường đại học và cao đẳng về giá trị của “sự hợp tác” trong đào tạo và phát triển nguồn nhân lực thương mại điện tử. Một hiệp hội được thành lập trên cơ sở bình đẳng và các trường thành viên đều có lợi sẽ cho phép tăng cường sự hợp tác và chia sẻ các nguồn lực (giảng viên, hạ tầng công nghệ, hệ thống học liệu,...), nhằm nâng cao chất lượng, tăng cường hiệu quả và hiệu suất đào tạo thương mại điện tử.

*Phối hợp chặt chẽ giữa cơ sở đào tạo và doanh nghiệp chuyên về thương mại điện tử* Căn cứ pháp lý của đề xuất là Quy chế hoạt động của các trường đại học với quy định về việc các khoa đào tạo chuyên ngành có quyền thành lập các Hội đồng tư vấn ngành với các thành viên ở ngoài trường để tư

vấn cho trường khoa về các vấn đề liên quan đến hoạt động đào tạo, khoa học và công nghệ, dịch vụ xã hội, hợp tác quốc tế (Trường Đại học Kinh tế Quốc dân, 2013). Cơ chế này cho phép gắn kết tính hàn lâm của đào tạo đại học với thực tế sinh động của nghề nghiệp tương lai và khai thác khả năng chuyên môn sâu cũng như kinh nghiệm thực tiễn của các chuyên gia thương mại điện tử đến từ doanh nghiệp trong các hoạt động xây dựng chương trình đào tạo, đề cương môn học và hệ thống học liệu. Ngoài ra, hợp tác chặt chẽ với các doanh nghiệp phần mềm hoạt động trong lĩnh vực thương mại điện tử còn cho phép cơ sở đào tạo có cơ hội tiếp cận và khai thác công nghệ trực tuyến, môi trường kinh doanh và thương mại điện tử (ví dụ giải pháp sàn thương mại điện tử ảo của Công ty Cổ phần Giải pháp Phần mềm Hoà Bình – Peacesoft), giúp nâng cao chất lượng và hiệu quả đào tạo thương mại điện tử.

*Tăng cường hợp tác quốc tế trong đào tạo thương mại điện tử* Cơ sở của đề xuất này là các mối hợp tác đào tạo quốc tế bền vững của Trường Đại học Kinh tế Quốc dân với nhiều trường đại học trên thế giới trong quá trình hội nhập (California State University Long Beach, University of Sunderland, Solvay Brussels School, Saint Mary University,...). Hợp tác quốc tế trong đào tạo thương mại điện tử có thể được thực hiện thông qua hình thức mời giảng, tư vấn và trao đổi chuyên gia thương mại điện tử để nâng cao năng lực cán bộ giảng dạy thương mại điện tử, xây dựng chương trình đào tạo và hoàn thiện hệ thống học liệu thương mại điện tử.

*Có chiến lược đào tạo bài bản đội ngũ giảng viên thương mại điện tử* Căn cứ của đề xuất này là các đề án đào tạo sau đại học của Chính phủ: Đề án đào tạo giảng viên có trình độ tiến sĩ cho các trường đại học, cao đẳng giai đoạn 2010-2020 (Đề án 911), Đề án Đào tạo cán bộ ở nước ngoài bằng ngân sách nhà nước giai đoạn 2013-2020 (Đề án 599). Việc lập kế hoạch đào tạo và phát triển nguồn giảng viên thương mại điện tử cần được thực hiện đồng bộ và hiệu quả: cử giáo viên đi học sau đại học về thương mại điện tử theo các đề án của Nhà nước; phối hợp với các trường đối tác nước ngoài để mở các khóa đào tạo tại chỗ về thương mại điện tử; khuyến khích giảng viên theo học các chương trình đào tạo sau đại học theo hình thức liên kết hoặc trực tuyến về thương mại điện tử tại Việt Nam.

#### 4. Kết luận

Trên cơ sở nghiên cứu tổng quan về đặc thù, nhu cầu và triển vọng nghề nghiệp của nguồn nhân lực thương mại điện tử, căn cứ vào chính sách phát triển và đào tạo thương mại điện tử của Chính phủ, bài viết đã khẳng định sự cần thiết tham gia đào tạo thương mại điện tử của nhiều trường đại học và cao đẳng thuộc các lĩnh vực đào tạo khác nhau. Căn cứ

sứ mệnh của trường đại học Kinh tế Quốc dân và mục tiêu đào tạo của ngành Hệ thống thông tin quản lý, tác giả đã đưa ra luận cứ và định hướng nội dung chương trình đào tạo chuyên ngành thương mại điện tử thuộc ngành Hệ thống thông tin quản lý với bản sắc riêng, góp phần cùng xã hội thực hiện thành công Quyết định phát triển thương mại điện tử của Chính phủ trong thời kỳ hội nhập kinh tế quốc tế. □

#### Tài liệu tham khảo

- Bộ Công thương – Cục thương mại điện tử và Công nghệ thông tin (2010), *Báo cáo tình hình đào tạo Thương mại điện tử tại các trường đại học và cao đẳng năm 2010*. Hà Nội.
- E-Commerce Bachelor's Degree Programs (2003 - 2004), truy cập lần cuối ngày 01 tháng 12 năm 2014, từ <[http://degreedirectory.org/articles/E-Commerce\\_Bachelors\\_Degree\\_Programs.html](http://degreedirectory.org/articles/E-Commerce_Bachelors_Degree_Programs.html)>
- E-Commerce courses in Australian (2014), truy cập ngày 02 tháng 12 năm 2014, từ <<http://www.hotcourses.com.au/australia/all-e-commerce-undergraduate-courses-australia/ug-aus-all/db-c3/order-cd-1/kw/courses.html>>
- E-Commerce degrees 12 universities (2007-2014), truy cập ngày 02 tháng 12 năm 2014, từ <<http://www.whatuni.com/degrees/courses/degree-courses/e-commerce-degree-courses-united-kingdom/m/united+kingdom/r/9284/page.html>>
- Thủ tướng Chính phủ (2005a), Quyết định số 222/2005/QĐ-TTg, về *Phê duyệt Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử giai đoạn 2006-2010*, ban hành ngày 15 tháng 09 năm 2005.
- Thủ tướng Chính phủ (2005b), Quyết định số 246/2005/QĐ-TTg, về *Phê duyệt Chiến lược phát triển công nghệ thông tin và truyền thông Việt Nam đến năm 2010 và định hướng đến năm 2020*, ban hành ngày 06 tháng 10 năm 2005.
- Thủ tướng Chính phủ (2009), Quyết định số 698/QĐ-TTg, về *Phê duyệt Kế hoạch tổng thể phát triển nguồn nhân lực công nghệ thông tin đến năm 2015 và định hướng đến năm 2020*, ban hành ngày 01 tháng 06 năm 2009.
- Thủ tướng Chính phủ (2010), Quyết định số 1073/QĐ-TTg, về *Phê duyệt Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử giai đoạn 2011 – 2015*, ban hành ngày 12 tháng 07 năm 2010.
- Thủ tướng Chính phủ (2014), Quyết định số 689/QĐ-TTg, về *Phê duyệt Chương trình phát triển thương mại điện tử Quốc gia giai đoạn 2014-2020*, ban hành ngày 11 tháng 05 năm 2014.
- Trường Đại học Kinh tế Quốc dân (2011), Quyết định số 95/QĐ-ĐHKTQKTCCB, về *việc ban hành Bộ quy định tổ chức và quản lý*, ban hành ngày 19 tháng 1 năm 2011.
- Trường Đại học Kinh tế Quốc dân (2013), Quyết định số 455/QĐ-ĐHKTQD, về *Chương trình đào tạo các chuyên ngành*, ban hành ngày 16 tháng 5 năm 2013.
- University Bachelor of Commerce: e-Commerce Major (2014), truy cập lần cuối ngày 02 tháng 12 năm 2014, từ [http://calendar.athabasca.ca/undergrad/current/page03\\_06\\_02.php](http://calendar.athabasca.ca/undergrad/current/page03_06_02.php)

---

#### Thông tin tác giả:

\* **Trần Thị Song Minh**, Phó giáo sư, tiến sĩ

- *Tổ chức tác giả công tác: Khoa Tin học Kinh tế, trường Đại học Kinh tế quốc dân*

- *Lĩnh vực nghiên cứu chính: Tin học Kinh tế, Hệ thống thông tin quản lý*

- *Tạp chí đã từng đăng tải các nghiên cứu: Tạp chí Kinh tế và phát triển*

- *Địa chỉ liên hệ: Địa chỉ Email: ktqd25@yahoo.com*