

Giới thiệu

Thông tin

- ❑ Là 1 trong 3 môn thay thế
- ❑ Lý thuyết 30t, thực hành 30t
- ❑ GV lý thuyết: ThS Lương Trần Hy Hiến
- ❑ Web: <https://hienlth.weebly.com/ecommerce.html>
- ❑ Điện thoại: 085.4774.690

Cách học

- ❑ Chuẩn bị tài liệu đầy đủ.
 - ❑ Chuẩn bị Tập nháp dùng để làm các bài tập nhanh trong lớp.
 - ❑ Đi học chuyên cần, có bài tập bất ngờ trên lớp.
 - ❑ Trả lời các câu hỏi được đặt ra trong lớp.
- ➔ **Nộp bài đúng tiến độ.**

Mục tiêu môn học

- ❑ Hiểu rõ mục tiêu, lợi ích, vai trò của thương mại điện tử trong cuộc sống.
- ❑ Nắm vững nguyên lý xây dựng một ứng dụng thương mại điện tử trong thực tế.
- ❑ Nắm vững nguyên lý triển khai hoạt động và tương tác giữa các ứng dụng thành phần trong một và nhiều ứng dụng thương mại điện tử trong thực tế.
- ❑ Biết cách xử lý các tình huống phát sinh trong quá trình phát triển một dự án thương mại điện tử.

Nội dung Môn học

1. Tổng quan về Thương mại Điện tử
2. Website Thương mại Điện tử
3. Thiết kế Website Thương mại Điện tử
4. Mô hình kinh doanh B2C
5. Mô hình kinh doanh B2B
6. Hệ thống đấu giá C2C
7. Mô hình tiếp thị trực tuyến e-Marketing
8. Thanh toán Trực tuyến
9. Bảo mật và An toàn mạng
10. Bộ phần mềm EC và xếp hạng Website

Tài liệu Tham khảo

- Sách, giáo trình.
- Tài liệu trên Internet.

Đánh giá

- ❑ Thực hành: 30% (do GV HDTH quyết định)
- ❑ Chuyên cần: 20% (điểm danh + bài tập)
- ❑ Lý thuyết: 50% - đề án môn học
 - Chọn nhóm 2 – 5 SV để build website TMĐT ASP.NET MVC:
 - ❖ Thanh toán trực tuyến (Paypal, Ngân lượng, Bảo kim, ...)
 - ❖ Plugin chat trực tuyến
 - ❖ Social Plugin (FB, G+, Twitter : Like, Share, Comment, ...)
 - ❖ SEO
 - Thời hạn chọn nhóm: hết thứ 6 tuần sau (09/03/2018). Danh sách có chính thức vào thứ 7 ngày **10/03/2018**.
 - Báo cáo ĐAMH ngày **3/4** (XP), **10/4**, **17/4/2018**
 - Nội dung nộp gồm:
 - URL link web + hướng dẫn sử dụng (kèm tài khoản demo)
 - Báo cáo Word (in ra + nộp lên Web)

Bài tập trên lớp (60% của 20%)

- ❑ Yêu cầu chung là chúng ta phải làm sao cho cả lớp **biết, hiểu và vận hành** được công cụ hay cách thức internet marketing mà nhóm phụ trách (Google Analytics, Google Adwords, SEO, Email marketing và SMM)
- ❑ Bắt buộc phải có phần thực hành và hướng dẫn lớp làm thực hành.

Email Marketing

- ❑ Mục tiêu: Giới thiệu lý thuyết về email marketing và hướng dẫn thực hành sử dụng hệ thống **GetResponse** để thực hiện một chiến dịch email marketing cụ thể.
- ❑ Nội dung: Lý thuyết & thực hành

Email Marketing (tt)

Lý thuyết

- Khái niệm? Ưu & nhược điểm?
- Quá trình hình thành và phát triển?
- Email marketing vs. spam email?
- Các yêu cầu của một email marketing tốt? Cho ví dụ?
- Quy trình thực hiện một chiến dịch email marketing hoàn chỉnh

Email Marketing (tt)

Thực hành

- ❑ Thiết kế website và xây dựng nội dung
- ❑ Thực hiện một chiến dịch email marketing hoàn chỉnh sử dụng hệ thống GetResponses (hoặc hệ thống khác có nhiều tính năng tương tự)
- ❑ Đánh giá hiệu quả của chiến dịch (có thể sử dụng thêm Google Analytics)

SEO (Search Engine Marketing)

- ❑ Mục tiêu: Giới thiệu lý thuyết SEO và hướng dẫn thực hiện tối ưu hóa công cụ tìm kiếm (SEO) cho một website cụ thể
- ❑ Nội dung: Lý thuyết & thực hành

Keyword Research & Onpage SEO

- Lý thuyết
 - SEM là gì? Các loại hình?
 - Ưu nhược điểm của SEO?
 - Nguyên lý xếp hạng các website?
 - Quy trình thực hiện SEO
 - Nguyên lý trong việc lựa chọn từ khóa?
 - Tối ưu hóa trong trang (on-page SEO)
- Thực hành
 - Thiết kế website và xây dựng nội dung
 - Lựa chọn 5-10 từ khóa
 - Tiến hành làm Onpage SEO

Offpage SEO & Measurement

- Lý thuyết
 - SEM là gì? Các loại hình?
 - Ưu nhược điểm của SEO?
 - Quy trình thực hiện SEO
 - Tối ưu hóa offpage SEO?
 - Các tham số cần đo lường?
- Thực hành
 - Thiết kế website và xây dựng nội dung
 - Tối ưu hóa offpage
 - Thực hiện việc đo lường hiệu quả làm SEO

SMM (Social Media Marketing)

- ❑ Mục tiêu: Giới thiệu lý thuyết về SMM và thực hiện một chiến dịch quảng cáo cụ thể trên các công cụ truyền thông xã hội (SMM).
- ❑ Nội dung: Lý thuyết & thực hành

SMM (Social Media Marketing)

□ Lý thuyết

- Khái niệm? Lợi ích của SMM? Các loại hình SMM?
- Ưu nhược điểm?
- Cơ chế hoạt động (phân phối các quảng cáo) của facebook advert?
- Content marketing là gì?
- Các đặc trưng của một content hay?
- Làm sao để viết content hay?

SMM (Social Media Marketing)

- ❑ Thực hành
 - Thiết kế website và xây dựng nội dung
 - Xây dựng Fanpage
 - Làm Facebook marketing & chạy **facebook ads**
 - Có thể kết hợp marketing trên các kênh social khác như youtube, zalo,...
 - Đánh giá hiệu quả (có thể kết hợp thêm Google Analytics)

Google Analytics

- ❑ Mục tiêu: Giúp các bạn sinh viên trong lớp hiểu rõ và biết cách sử dụng ứng dụng đặc biệt quan trọng này.
- ❑ Nội dung: Trình bày trực tiếp trên ứng dụng (không cần slide)

Google Analytics (tt)

- Thực hiện
 - Thiết kế website và xây dựng nội dung (lưu ý các hệ thống cho phép tích hợp Google Analytics)
 - “Tích hợp” ứng dụng Google Analytics để phân tích website
 - Trình bày (giải thích cách tính toán/đo đạc, ý nghĩa) và cho ví dụ các tham số có trong báo cáo
 - Lưu ý: Ưu tiên lựa chọn các tham số hoặc report quan trọng trình bày (nếu không đủ thời gian)

Google Adwords

- ❑ Mục tiêu: Giúp các bạn hiểu rõ và biết cách chạy một chiến dịch quảng cáo Adwords
- ❑ Google Adwords: Search Network và Display Network

Search Network

- Lý thuyết
 - SEM là gì? Các loại hình SEM?
 - Ưu nhược điểm?
 - Cơ chế hoạt động (xếp hạng/đấu thầu) các quảng cáo?
 - Các vấn đề về từ khóa, target,...
- Thực hành
 - Thiết kế website và xây dựng nội dung
 - Lựa chọn các từ khóa
 - Thực hiện chạy một chiến dịch quảng cáo Google Adwords (Search Network) và phân tích hiệu quả.

Display Network

- Lý thuyết
 - GDN là gì? Lợi ích?
 - Ưu nhược điểm?
 - Cơ chế hoạt động (phân phối quảng cáo/đấu thầu) và các vấn đề liên quan?
- Thực hành
 - Thiết kế website và xây dựng nội dung
 - Thiết kế các banner ads
 - Thực hiện chạy một chiến dịch quảng cáo Google Adwords (Display Network) và phân tích hiệu quả.