

TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN LANG
KHOA: THƯƠNG MẠI

ĐỀ THI KẾT THÚC HỌC PHẦN
Học kỳ 2, năm học 2024 - 2025

Mã học phần: 242_71MRKT40473

Tên học phần: Chiến lược Thương mại điện tử

Mã nhóm lớp học phần: 71K29TMDT01, 71K29TMDT02, 71K29TMDT03

Thời gian làm bài (phút/ngày):

Hình thức thi: **Tiểu luận**

Cách thức nộp bài (Giảng viên ghi rõ yêu cầu): Trên hệ thống CTE và qua email của giảng viên phu.nh@vlu.edu.vn

Gợi ý:

- SV gõ trực tiếp trên khung trả lời của hệ thống thi;
- Upload file bài làm (word, excel, pdf...);
- Upload hình ảnh bài làm (chỉ những trường hợp vẽ biểu đồ, công thức tính toán đặc biệt).

Giảng viên nộp đề thi, đáp án bao gồm cả **Lần 1 và Lần 2 trước ngày 20/05/2025.**

Format nội dung đề thi:

- Font: Times New Roman
- Size: 13

Nội dung đề thi

Phân tích và đề xuất chiến lược thương mại điện tử cho một trong hai doanh nghiệp dưới đây nhằm mở rộng thị phần và nâng cao năng lực cạnh tranh trong 3 năm tới.

Sinh viên lựa chọn 1 trong 2 doanh nghiệp sau để phân tích:

1. Thế Giới Di Động (MWG)

- o Tập đoàn bán lẻ hàng đầu tại Việt Nam hoạt động trong các lĩnh vực điện thoại, điện máy, và bách hóa.
- o Hiện diện mạnh mẽ cả offline và online, với hệ thống website và app như: thegioididong.com, dienmayxanh.com, bachhoaxanh.com.
- o Đối mặt với các thách thức về chi phí vận hành, xu hướng TMĐT mới (livestream, social commerce), và cạnh tranh từ các sàn TMĐT.

2. Cộng Cà Phê (Cong Ca Phe)

- o Một thương hiệu F&B mang tính bản địa cao, nổi bật nhờ concept “cà phê thời bao cấp” và chất lượng dịch vụ.

- Mặc dù là thương hiệu địa phương, Cộng có mặt tại nhiều tỉnh/thành phố và đã triển khai mạnh các kênh digital như Instagram, ShopeeFood, GrabFood, các chiến dịch truyền thông trên mạng xã hội, app tích điểm,...
- Có tiềm năng mở rộng kênh D2C (bán hàng trực tiếp), e-commerce cho sản phẩm đóng gói (cà phê, merch).

Hướng dẫn sinh viên trình bày:

I. Bố cục

Cấu trúc của tiểu luận tùy vào từng chủ đề, tuy nhiên cần phải đảm bảo các mục sau:

- **Giới thiệu doanh nghiệp và bối cảnh ngành**
 - Giới thiệu sơ lược về doanh nghiệp đã chọn
 - Đặc điểm ngành hàng TMĐT liên quan
 - Các xu hướng và thách thức chính hiện nay
- **Phân tích hiện trạng chiến lược thương mại điện tử**
 - Mô hình kinh doanh hiện tại (D2C, B2C, marketplace, O2O, v.v.)
 - Phân tích SWOT
 - Phân tích 5 áp lực cạnh tranh (Porter)
 - Đánh giá trải nghiệm khách hàng online, hệ sinh thái kỹ thuật số
- **Đề xuất chiến lược thương mại điện tử**
 - Tầm nhìn và mục tiêu TMĐT trong 3 năm
 - Lựa chọn mô hình e-commerce & kênh phù hợp
 - Kết hợp công nghệ mới (AI, loyalty, m-commerce, livestreaming...)
 - Định hướng tích hợp omnichannel hoặc ecosystem partner
- **Kế hoạch thực thi và đo lường**
 - Lộ trình triển khai: ngắn hạn – trung hạn – dài hạn
 - Phân bổ nguồn lực (con người, công nghệ, đối tác)
 - KPI đánh giá hiệu quả: traffic, conversion rate, CAC, CLTV...
- **Kết luận:** Trình bày các kết quả của tiểu luận một cách ngắn gọn, không có lời bàn và bình luận thêm.

- **Danh mục các tài liệu tham khảo:** Chỉ bao gồm các tài liệu được trích dẫn, sử dụng và đề cập tới để bàn luận trong tiểu luận.

II. Trình bày

1. Soạn thảo văn bản:

Khổ giấy A4 (210 x 297 mm);

Font chữ Times New Roman, cỡ chữ 13; line spacing 1,5lines; lề trái 3cm; lề trên, lề dưới, lề phải 2cm;

Đánh số thứ tự các trang;

Hình, bảng được đánh số thứ tự, ghi tiêu đề và dẫn nguồn;

Tiểu luận tối đa là 3000 chữ (không bao gồm Tài liệu tham khảo và Phụ lục)

2. Tiểu mục:

Các tiêu mục của tiểu luận được trình bày bày đánh số thành nhóm chữ số, nhiều nhất 4 chữ số với chữ số thứ nhất chỉ số chương (ví dụ 1.1.2.1 chỉ tiêu mục 1 nhóm tiêu mục 2 mục 1 chương 1). Tại mỗi nhóm tiêu mục phải có ít nhất hai tiêu mục, nghĩa là không thể có tiêu mục 2.1.1 mà không có tiêu mục 2.1.2 tiếp theo.

3. Viết tắt:

Không lạm dụng việc viết tắt trong tiểu luận. Chỉ viết tắt những từ, cụm từ hoặc thuật ngữ được sử dụng nhiều lần trong tiểu luận. Không viết tắt những cụm từ dài, những mệnh đề; Không viết tắt những cụm từ xuất hiện ít trong tiểu luận. Nếu cần viết tắt những từ, thuật ngữ, tên các cơ quan, tổ chức ... thì được viết tắt sau lần viết thứ nhất có kèm theo chữ viết tắt trong ngoặc đơn. Nếu tiểu luận có nhiều chữ viết tắt thì phải có bảng danh mục các chữ viết tắt (xếp thứ tự ABC) ở phần đầu tiểu luận.

4. Tài liệu tham khảo: trình bày theo chuẩn APA.

Tiêu chí chấm điểm và thang điểm (Rubric): Như trên hướng dẫn trình bày

Tiêu chí	Trọng số (%)	Tốt 100%	Khá 75%	Trung bình 50%	Kém 0%
Nội dung	60%	Có liên quan chặt chẽ với khối kiến thức đã được giới thiệu trong học phần. Nêu và phân tích rõ vấn đề	Có liên quan với khối kiến thức đã được giới thiệu trong học phần. Nội dung được nêu và phân tích vấn đề chưa thật sự rõ ràng	Nội dung đưa ra gây khó hiểu, phân tích chưa rõ	Không liên quan đến khối kiến thức đã được giới thiệu trong học phần.
Hình thức trình bày	30%	Các nội dung sắp xếp theo trình tự rõ ràng, ngôn ngữ mạch lạc, logic chặt chẽ, định dạng đồng nhất	Nội dung sắp xếp theo trình tự, có logic, lỗi nhỏ về định dạng và ngôn ngữ diễn đạt	Trình tự sắp xếp nội dung không hợp lý, mắc lỗi định dạng và ngôn ngữ diễn đạt	Không có tính logic, nhiều lỗi định dạng và ngôn ngữ diễn đạt

Trích dẫn - TLK	10%	Đúng quy định	Không đúng quy định
-----------------------	-----	---------------	---------------------

Ngày biên soạn:

Giảng viên biên soạn đề thi: ThS. Nguyễn Hoàng Phú

Ngày kiểm duyệt:

Trưởng (Phó) Khoa/Bộ môn kiểm duyệt đề thi:

Sau khi kiểm duyệt đề thi, **Trưởng (Phó) Khoa/Bộ môn** gửi về Trung tâm Khảo thí qua email: khaothivanlang@gmail.com bao gồm file word và file pdf.