

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC NAM CẦN THƠ



GIÁO TRÌNH
HỆ THỐNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

Trình độ đại học
Nhóm ngành máy tính và Công nghệ thông tin

TRẦN VĂN THIỆN, NGÔ HỒ ANH KHÔI, TRẦN THANH NAM
PHAN THỊ XUÂN TRANG

Cần Thơ – 2024
LƯU HÀNH NỘI BỘ

LỜI NÓI ĐẦU

Giáo trình "Hệ Thống Thương Mại Điện Tử" là tài liệu học tập dành cho sinh viên bậc Đại học nhóm ngành máy tính và công nghệ thông tin thuộc Khoa Công nghệ thông tin, Trường Đại học Nam Cần Thơ.

Trong kỷ nguyên số hóa hiện đại, thương mại điện tử (TMĐT) đã trở thành một phần không thể thiếu trong cuộc sống hàng ngày của chúng ta. Từ việc mua sắm trực tuyến, thanh toán hóa đơn, đến việc quản lý doanh nghiệp và tương tác với khách hàng, thương mại điện tử đang thay đổi cách chúng ta sống và làm việc.

Giáo trình ra đời nhằm cung cấp sinh viên một cái nhìn toàn diện về lĩnh vực TMĐT, từ những khái niệm cơ bản đến các chiến lược và công nghệ tiên tiến được cập nhật trong thời gian gần đây. Nội dung giáo trình chú trọng đến kiến thức thực tiễn và ứng dụng thực tế, giúp sinh viên khi ra trường có thể vận dụng để xây dựng thành công hệ thống TMĐT cho các doanh nghiệp.

Nội dung cuốn sách được chia thành các phần chính sau:

- + **Chương 1 - Tổng quan về TMĐT:** Cung cấp nền tảng cơ bản về thương mại điện tử, bao gồm lịch sử hình thành, khái niệm, phân loại và các mô hình kinh doanh phổ biến.
- + **Chương 2 – Quy định pháp luật về TMĐT:** Trong chương này, chúng ta đã tìm hiểu về các khái niệm và tác dụng của quy định pháp luật về thương mại điện tử, nghiên cứu một số quy định pháp luật của quốc tế. Đặc biệt, tìm hiểu một số văn bản luật của Việt Nam liên quan đến hoạt động thương mại điện tử
- + **Chương 3 - An ninh trong TMĐT:** Đề cập đến các vấn đề bảo mật, quản lý rủi ro và pháp lý liên quan đến thương mại điện tử.
- + **Chương 4 - Thanh toán trong TMĐT:** Giới thiệu các hình thức thanh toán, các loại thẻ thanh toán trực tuyến hiện nay. Ngoài ra trong phần này cũng đề cập đến điều kiện và phương pháp để website chấp nhận thanh toán nhiều loại thẻ khác nhau.
- + **Chương 5 - Tiếp thị trực tuyến:** Trong chương này, chúng ta sẽ tìm hiểu các hình thức và phương pháp thực hiện quảng bá thông qua môi trường internet bao gồm: SEO, email marketing, tiếp thị mạng xã hội và tiếp thị địa điểm.
- + **Chương 6 - Xây dựng hệ thống TMĐT:** Chương này chúng ta nghiên cứu các bước để xây dựng hệ thống TMĐT. Mô hình bán hàng đa kênh cũng được xem xét để áp dụng trong thực tế.

Chúng tôi hy vọng rằng qua cuốn sách này, sinh viên sẽ có được cái nhìn sâu sắc và toàn diện về hệ thống TMĐT, từ đó áp dụng hiệu quả vào thực tiễn, góp phần vào sự phát triển bền vững và thành công của các tổ chức, doanh nghiệp.

Trân trọng,

Nhóm tác giả

MỤC LỤC

Chương 1: TỔNG QUAN VỀ THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ	1
1.1 KHÁI NIỆM CHUNG	1
1.2 LỊCH SỬ HÌNH THÀNH VÀ PHÁT TRIỂN TMĐT	3
1.3 LỢI ÍCH VÀ HẠN CHẾ CỦA THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ	5
1.4 PHÂN LOẠI VÀ CÁC HÌNH THỨC TMĐT	6
1.5 THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN TMĐT VIỆT NAM VÀ THẾ GIỚI	9
Chương 2: QUY ĐỊNH PHÁP LUẬT VỀ THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ	17
2.1 KHÁI QUÁT CHUNG	17
2.2 KHUNG PHÁP LÝ VỀ THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ TRÊN THẾ GIỚI	19
2.3 KHUNG PHÁP LÝ VỀ TMĐT TẠI VIỆT NAM	22
Chương 3: AN NINH TRONG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ	30
3.1 TỔNG QUAN	30
3.2 CÁC RỦI RO CHÍNH TRONG TMĐT	31
3.3 CÁC TIÊU CHUẨN AN TOÀN TRONG TMĐT	33
3.4 CÁC BIỆN PHÁP ĐẢM BẢO AN TOÀN CHO TMĐT	34
Chương 4: THANH TOÁN ĐIỆN TỬ	40
4.1 TỔNG QUAN	40
4.2 MỘT SỐ LOẠI THẺ THANH TOÁN ĐIỆN TỬ PHỔ BIẾN	41
4.3 CÁC HÌNH THỨC THANH TOÁN ĐIỆN TỬ	45
4.4 QUẢN LÝ RỦI RO TRONG THANH TOÁN ĐIỆN TỬ	48
4.5 CÔNG THANH TOÁN ĐIỆN TỬ	50
Chương 5: TIẾP THỊ TRỰC TUYẾN	52
5.1 KHÁI NIỆM VỀ TIẾP THỊ TRỰC TUYẾN	52
5.2 CÁC HÌNH THỨC TIẾP THỊ TRỰC TUYẾN	55
5.3 TỐI ƯU HÓA CÔNG CỤ TÌM KIẾM (SEO)	56
5.4 TIẾP THỊ MẠNG XÃ HỘI	72
5.5 TIẾP THỊ ĐỊA ĐIỂM (Google Map)	77

5.6 TIẾP THỊ EMAIL (EMAIL MARKETING).....	79
Chương 6: XÂY DỰNG HỆ THỐNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ.....	83
6.1 XÁC ĐỊNH MỤC TIÊU VÀ YÊU CẦU	83
6.2 NGHIÊN CỨU THỊ TRƯỜNG VÀ ĐỐI THỦ	83
6.3 LẬP KẾ HOẠCH DỰ ÁN TMĐT	85
6.4 TRIỂN KHAI HỆ THỐNG TMĐT.....	86
6.5 BÁN HÀNG ĐA KÊNH	98
6.6 MỘT SỐ CASE STUDY THÀNH CÔNG KHI TRIỂN KHAI TMĐT	103

DANH MỤC HÌNH

Hình 1.1 Hình ảnh minh họa định nghĩa thương mại điện tử	2
Hình 1.2 Sự hình thành và phát triển TMĐT gắn liền với quá trình phát triển internet...	3
Hình 1.3 Biểu đồ doanh thu B2C và tỷ lệ tăng trưởng.....	9
Hình 1.4 Biểu đồ các hàng hóa được mua bán qua mạng phổ biến	10
Hình 1.5 Các hình thức TMĐT phổ biến tại Việt Nam	11
Hình 1.6 Các loại hình thanh toán phổ biến trong TMĐT	11
Hình 1.7 Biểu đồ quy mô, tốc độ tăng trưởng của TMĐT	13
Hình 1.8 Thị phần TMĐT của các nước trên thế giới.....	13
Hình 1.9 Các cấp độ phát triển TMĐT của doanh nghiệp.....	15
Hình 2.1 Mô hình gửi và nhận văn bản thông qua chữ ký số	24
Hình 3.1 Xu hướng tin tặc tấn công website năm 2019	30
Hình 3.2 Tấn công mạng bằng hình thức DDoS	31
Hình 3.3: Bức tường lửa	36
Hình 3.4 Mạng riêng ảo dùng để kết nối an toàn giữa các mạng cục bộ	38
Hình 4.1 Hai loại thẻ tín dụng phổ biến là VISA card và MASTER card	42
Hình 4.2 Quy trình mua hàng và thanh toán điện tử B2C	46
Hình 5.1 Tiếp thị trực tuyến là tập con của tiếp thị số	52
Hình 5.2 Các hình thức tiếp thị trực tuyến.....	55
Hình 5.3 Có 2 hình thức tiếp thị tìm kiếm là trả phí (PPC) và tự nhiên (SEO).....	57
Hình 5.4 Quy trình thu thập thông tin các trang web của Google.....	60
Hình 5.5 Quy trình cơ bản 8 bước để SEO website.....	61
Hình 5.6 Giao diện của Google Keyword Planner	63
Hình 5.7 Minh họa việc chèn từ khóa hợp lý vào trang web.....	64
Hình 5.8 Các nền tảng đi Backlink	68
Hình 5.9 Dùng tool Google Analytics để giám sát website.....	70

Hình 5.10 Dùng tool Google search console để giám sát hiệu suất người dùng truy cập	70
Hình 5.11 Hình ảnh minh họa SEO google map dựa trên kết quả tìm kiếm.....	77
Hình 6.1 Biểu đồ SWOT dùng để phân tích chiến lược.....	84
Hình 6.2 Hệ thống TMĐT là sự kết hợp nhiều kênh bán hàng khác nhau	86
Hình 6.3 Quy trình các bước xây dựng website TMĐT.....	87
Hình 6.4 Wordpress được sử dụng rộng rãi để xây dựng website bán hàng.....	89
Hình 6.5 Giao diện điển hình của website TMĐT.....	91
Hình 6.6 Hệ thống bán hàng đa kênh (Omni Channel).....	98

DANH MỤC BẢNG

Bảng 1.1 Phân loại TMĐT theo đối tượng tham gia	7
Bảng 4.1 Lợi ích và hạn chế của thanh toán điện tử	41
Bảng 4.2 So sánh giữa thanh toán B2B và B2C.....	48
Bảng 5.1 Bảng các công cụ AI hỗ trợ SEO onpage trong Wordpress	65
Bảng 6.4 Danh sách các nền tảng mã nguồn mở phổ biến xây dựng website TMĐT ..	88
Bảng 6.1 Phân biệt khác nhau giữa Omni channel và Multi channel	99

DANH MỤC THUẬT NGỮ

APEC	Tổ chức hợp tác Châu Á – Thái Bình Dương
B2B (Business to Business)	Mô hình doanh nghiệp với doanh nghiệp
B2C (Business to Consumer)	Mô hình doanh nghiệp với người tiêu dùng
Onmi channel	Bán hàng đa kênh
SSL (Secure Sockets Layer)	Tiêu chuẩn an ninh công nghệ
SEO	Search Engine Optimization
SMM	Seach Media Marketing
SEM	Search Emgine Marketing
TMĐT	Thương mại điện tử
UNCITRAL	Ủy ban liên hiệp quốc về thương mại quốc tế
UNCTAD	Hiệp hội liên hiệp quốc về thương mại và phát triển
WTO	Tổ chức thương mại thế giới