

## QUẢN LÝ CHIẾN LƯỢC TRONG THỜI ĐẠI SỐ (STRATEGY MANAGEMENT IN THE DIGITAL AGE)

Mã số MH: IM5154

Số tín chỉ:		<b>Tc (LT.BT&amp;TH.Tự Học): 3</b>				<b>TCHP:</b>			
Số tiết	-Tổng:	<b>75</b>	LT: <b>30</b>	BT: <b>0</b>	TH: <b>0</b>	ĐA:		BTL/TL: <b>45</b>	
Đánh giá:		Phân tích tình huống:		20%					
		Bài tập nhóm:		30%					
		Thi CK:		50%					
- Môn tiên quyết:									
- Môn học trước:									
- Môn song hành:									
- CTĐT ngành (Mã ngành):		Quản Trị Kinh Doanh (8340101), Hệ Thống Thông Tin Quản Lý (8340405)							
- Ghi chú khác:									

### **I. Mục tiêu môn học:**

Trọng tâm chính của môn học là giới thiệu một tập các công cụ phân tích hữu ích và quan trọng cho việc phát triển một chiến lược kinh doanh trên nền tảng số như là một phần của chiến lược kinh doanh.

Các công cụ được giới thiệu nhằm cung cấp cơ sở cho việc ra quyết định đầu tư vào công nghệ nào, cấu trúc đầu tư như thế nào, và làm sao để dự báo và phản ứng với các hành vi của đối thủ, nhà cung ứng và khách hàng.

Khi thị trường ngày càng phụ thuộc lẫn nhau và biến động, hợp tác giữa các doanh nghiệp cũng trở thành 1 khía cạnh quan trọng của chiến lược kinh doanh số. Vì vậy, khóa học cũng trình bày cách thức mà các doanh nghiệp công nghệ cao tạo ra, nắm bắt và phân phối giá trị trong mối quan hệ liên tổ chức như là: liên minh, cộng tác, và liên doanh.

Thảo luận các tình huống thực tiễn nhằm tích hợp và ứng dụng những công cụ lý thuyết vào thực tiễn, và bối cảnh kinh doanh ở thế giới số.

### **Aims:**

The main focus of this course is on the acquisition of a set of powerful analytical tools which are critical for the development of a technology strategy as an integral part of business strategy.

These tools are introduced as the framework for deciding which technologies to invest in, how to structure those investments and how to anticipate and respond to the behavior of competitors, suppliers, and customers.

As markets become more interdependent and dynamic, partnerships between firms have become a critical aspect of technology strategy. Therefore, the course content is also about how high technology firms create, capture, and deliver value through inter-firm relationships such as alliances, collaborations, and joint ventures.

Discuss various case studies to integrate and apply these abstract tools in a practical, business policy context in the digital world.

## **2. Nội dung tóm tắt môn học:**

Môn học này cung cấp 1 loạt các khung chiến lược để quản lý các doanh nghiệp công nghệ cao. Trọng tâm của môn học là về phát triển và ứng dụng các mô hình khái niệm để làm rõ tương tác giữa csc đối thủ, các dạng thức thay đổi công nghệ và thị trường, và cấu trúc và sự phát triển của năng lực tổ chức. Khóa học rất cần thiết đối với những ai quan tâm đến quản trị kinh doanh trong môi trường mà công nghệ đóng vai trò chính yếu, các nhà tư vấn hay các quỹ đầu tư mạo hiểm.

Môn học kết hợp bài giảng, phân tích tình huống, mô phỏng và các bài đọc thêm. Những tình huống và bài đọc rút ra từ thực tiễn kinh doanh, và từ các nghiên cứu về thay đổi công nghệ và lý thuyết tổ chức.

### **Course outline:**

This course provides a series of strategic frameworks for managing high-technology businesses. The emphasis throughout the course is on the development and application of conceptual models which clarify the interactions between competition, patterns of technological and market change, and the structure and development of organizational capabilities. The course should be of particular interest to those interested in managing a business for which technology is likely to play a major role, and to those interested in consulting or venture capital.

The course utilizes lectures, case analyses, simulations and independent reading. The readings are drawn from economics, and from research in technological change and organizational theory.

## **3. Tài liệu học tập:**

[1].Sunil Gupta, Driving Digital Strategy: A guide to reimagining your business, Havard Business Review Press, 2018.

[2].David Wiraeus & James Creelman, Agile Strategy - Management in the Digital Age: How Dynamic Balanced Scorecards Transform Decision Making, Speed and Effectiveness, Palgrave MacMillan, 2019

[3].George Westerman, Didier Bonnet, Andrew McAfee, Leading Digital: Turning Technology into Business Transformation, Havard Business Review Press, 2014

[4].Neil Perkin & Peter Abraham, Building the Agile Business through Digital Transformation, KoganPage, 2017

[5].Tuğrul U. Daim, Zahra Faili, Industry 4.0 Value Roadmap Integrating Technology and Market Dynamics for Strategy, Innovation and Operations, Springer, 2019

## **4. Các hiểu biết, các kỹ năng cần đạt được sau khi học môn học:**

STT	Chuẩn đầu ra môn học (CĐRMH)	Công cụ đánh giá CĐRMH	Đóng góp CĐR Chương trình (CĐRCT)		CDIO
			Ứng dụng	Nghiên cứu	
CĐRMH.1	Hiểu về các khái niệm chính và khung của chiến lược kinh doanh số	Phân tích tình huống, Thi CK	c		1.4
CĐRMH.2	Có khả năng phát triển và trình bày một chiến lược kinh doanh số hiệu quả trong đội nhóm	Phân tích tình huống, Bài tập nhóm	e		3.1, 3.2
CĐRMH.3	Có khả năng phân tích các lợi thế của cơ hội số và giảm các mối đe dọa số trong vài bối cảnh.	Phân tích tình huống, Bài tập nhóm, Thi CK	g		2.3
CĐRMH.4	Nhận thức được các vấn đề khi triển khai chiến lược kinh doanh số ở phạm vi toàn cầu.	Phân tích tình huống, Bài tập nhóm, Thi CK	h		4.2

**Learning outcomes:**

No.	Course learning outcomes (CLO)	CLO assessment	Matching with PLO		CDIO
			Coursework	Research	
CLO.1	Understand the main concepts and frameworks of digital business strategy	Case study, Final exam	c		1.4
CLO.2	Be able to develop and present a digital business strategy effectively in a team	Case study, Group project	e		3.1, 3.2
CLO.3	Be able to analyze the digital opportunities and reduce digital threats in several contexts.	Case study, Group project, Final exam	g		2.3
CLO.4	Recognize the problems in implementing digital strategy in a global business.	Case study, Group project, Final exam	h		4.2

**Bảng ánh xạ chuẩn đầu ra môn học và chuẩn đầu ra chương trình ứng dụng:**

Chuẩn đầu ra môn học (CĐRMH)	Chuẩn đầu ra của chương trình (CĐRCT)												
	a	b	c	d	e	f	g	h	i	j	k	l	m
CĐRMH.1			✓										
CĐRMH.2					✓								
CĐRMH.3							✓						
CĐRMH.4								✓					

**Bảng ánh xạ chuẩn đầu ra môn học và chuẩn đầu ra chương trình nghiên cứu:**

Chuẩn đầu ra môn học (CĐRMH)	Chuẩn đầu ra của chương trình (CĐRCT)														
	a	b	c	d	e	f	g	h	i	j	k	l	m	n	o
CĐRMH.1															
CĐRMH.2															
CĐRMH.3															
CĐRMH.4															

## 5. Hướng dẫn cách học - chi tiết cách đánh giá môn học:

### *Cách học:*

- Học viên phải tham dự tối thiểu 70% số buổi học trên lớp và hoàn tất các yêu cầu về bài tập cá nhân, thảo luận, bài tập nhóm.
- Ngoài giờ lên lớp, học viên cần phải tự học, đọc tài liệu, chuẩn bị báo cáo nhóm dựa trên các tài liệu bài giảng cung cấp trên e-learning.
- Học viên cũng có thể gặp và trao đổi thêm với giảng viên phụ trách vào các khung giờ tiếp học viên hàng tuần của giảng viên.

### *Cách đánh giá môn học:*

- Gồm 3 cột điểm chính như sau: Bài tập/ phân tích tình huống (20%), Bài tập nhóm/ thuyết trình (30%), và Thi cuối kỳ (50%).

### Learning strategies & Assessment Scheme:

#### *Learning strategies:*

- Students are required to be at least 70% attendance of theoretical lectures and 100% of individual assignments, discussion, presentation of the course.
- Besides class-based lectures, students are expected to be active in their own-self control of study schedule via key course's materials, handouts in associated with research papers, reports and given case studies (with the support of e-learning system).
- Students can meet and discuss with lecturer about the course content at the department office according to the meeting time frame of the lecturer.

#### *Assessment scheme:*

- Overall result of the course will be assessed through 3 main components of subject: exercises/case study (20%), group project (30%) and final course's exam (50%).

## 6. Nội dung chi tiết:

<b>Tuần /Buổi</b>	<b>Chủ đề (chương)</b>	<b>Nội dung</b>	<b>Chuẩn đầu ra môn học</b>	<b>Tài liệu</b>
1	Chương 1: Giới thiệu	Tạo ra, Giữ gìn, và Phân phối giá trị với chiến lược kinh doanh số	CĐRMH.1	[1], [2]
2,3,4	Chương 2: Tạo ra giá trị	Phân tích công nghệ, thị trường, và các góc nhìn tổ chức	CĐRMH.1, CĐRMH.2	[1], [2]
5,6,7	Chương 3: Giữ gìn giá trị	Phân tích sự phù hợp, sự cạnh tranh, và sự liên thuộc.	CĐRMH.1, CĐRMH.2	[1], [2]
8,9	Chương 4: Phân phối giá trị	Phân tích động học tổ chức, và các mối quan hệ liên tổ chức	CĐRMH.2, CĐRMH.4	[1], [2]
10,11	Chương 5: Ôn tập	- Thực hành chiến lược kinh doanh số - Ôn tập + trình bày báo cáo nhóm	CĐRMH.3, CĐRMH.4	[1], [5]

**7. Giảng viên tham gia giảng dạy:**

CBGD chính: PGS.TS Phạm Quốc Trung

CBGD tham gia: PGS.TS Nguyễn Mạnh Tuấn

**BỘ MÔN QUẢN LÝ MÔN HỌC**

*Tp. Hồ Chí Minh, ngày ..... tháng ..... năm .....*  
**GIẢNG VIÊN LẬP ĐỀ CƯƠNG**

**PGS.TS Phạm Quốc Trung**