

ỨNG DỤNG TRÍ TUỆ NHÂN TẠO TRONG HỌC PHẦN TIẾNG TRUNG QUỐC GIAO TIẾP TRONG KINH DOANH: CƠ HỘI VÀ THỰC TIỄN

Nguyễn Thị Hào¹, Trần Thị Bích Hương¹, Nguyễn Thị Ngọc Hiền¹

Email: haohongdoul@gmail.com, ORCID: 0009-0006-1447-476X

Ngày tòa soạn nhận được bài báo: 15/06/2026

Ngày phản biện đánh giá: 15/08/2026

Ngày bài báo được duyệt đăng: 28/8/2026

DOI: 10.59266/houjs.2026.1405

Tóm tắt: Bài báo nghiên cứu việc ứng dụng trí tuệ nhân tạo (AI) trong giảng dạy và học tập học phần Tiếng Trung Quốc giao tiếp trong kinh doanh. Mục tiêu của nghiên cứu là đề xuất và phân tích quy trình ứng dụng AI nhằm hỗ trợ sinh viên rèn luyện các kỹ năng giao tiếp thương mại thông qua ba hoạt động chính: thiết kế sơ đồ tư duy (hệ thống hóa thuật ngữ, mẫu câu và quy trình đàm phán), xây dựng kịch bản đàm phán và tạo dựng clip mô phỏng tình huống. Dựa trên phương pháp nghiên cứu tài liệu, mô tả và phân tích minh họa, bài báo thiết kế các kịch bản ứng dụng cụ thể và hướng dẫn kỹ năng viết câu lệnh (prompt engineering) dành cho giảng viên và sinh viên. Kết quả phân tích minh họa cho thấy AI giúp tối ưu hóa thời gian chuẩn bị, nâng cao khả năng ghi nhớ kiến thức trực quan và tăng tính thực tiễn trong thực hành giao tiếp. Nghiên cứu cũng chỉ ra những cơ hội và thách thức khi đưa AI vào lớp học, từ đó đề xuất các giải pháp nhằm nâng cao năng lực ứng dụng công nghệ số cho cả giảng viên và sinh viên.

Từ khóa: đàm phán thương mại, kỹ năng giao tiếp, sơ đồ tư duy, tiếng Trung thương mại, trí tuệ nhân tạo

I. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh cuộc cách mạng chuyển đổi số giáo dục đại học đang diễn ra mạnh mẽ, sự bùng nổ của các công cụ Trí tuệ nhân tạo tạo sinh (Generative AI, GAI) như ChatGPT hay Gemini đã mở ra những bước ngoặt căn bản trong đổi mới phương pháp giảng dạy và học tập. Sự dịch chuyển này đòi hỏi các cơ sở đào tạo không chỉ dừng lại ở việc số hóa tài liệu,

mà phải tích hợp sâu sắc công nghệ vào từng học phần cụ thể để tối ưu hóa năng lực thực tế của người học. “Tiếng Trung Quốc giao tiếp trong kinh doanh” là một môn học có tính thực hành cao, đồng thời cũng có nhiều kiến thức chuyên ngành đặc thù. Sinh viên không chỉ đối mặt với thách thức phải làm chủ một khối lượng khá lớn các thuật ngữ kinh tế - thương mại, mà còn phải rèn luyện phản xạ

¹ Trường Đại học ngoại ngữ, Đại học Quốc gia Hà Nội, Hà Nội, Việt Nam

linh hoạt trong các tình huống giao tiếp gắn với định hướng nghề nghiệp như đàm phán, ký kết hợp đồng hay giải quyết tranh chấp thương mại v.v... Tuy nhiên, thực tế giảng dạy cho thấy người học thường gặp phải rào cản lớn khi cố gắng kết nối lý thuyết vào thực tiễn, sinh viên dễ rơi vào tình trạng thiếu ý tưởng khi xây dựng các kịch bản hội thoại thực tế, đồng thời cũng gặp khó khăn trong việc hệ thống hoá và ghi nhớ từ vựng chuyên ngành, và cũng thiếu một môi trường mô phỏng trực quan để tương tác và rèn luyện phản xạ. Đóng góp của nghiên cứu này nằm ở việc thảo luận một cách hệ thống các giải pháp gắn với định hướng nghề nghiệp cụ thể khi áp dụng AI vào trong một học phần tiếng Hán chuyên ngành, mà cụ thể là tiếng Hán thương mại, lĩnh vực nghiên cứu còn nhiều khoảng trống.

II. Cơ sở lý thuyết

2.1. Trí tuệ nhân tạo (AI) trong giáo dục ngôn ngữ

AI tạo sinh (Generative Artificial Intelligence - GAI) là công cụ sử dụng các kỹ thuật trí tuệ nhân tạo để tự động sinh ra các loại nội dung đa dạng như văn bản, hình ảnh, âm thanh, video. Nhờ sự phát triển của các mô hình lớn (Foundation Models) về ngôn ngữ, hình ảnh và đa phương thức, GAI có khả năng tạo ra sản phẩm chất lượng cao (卢宇等, 2023). Nguyên lý cơ bản của GAI trong lĩnh vực tạo sinh ngôn ngữ dựa trên việc “học theo chiều sâu” (deep learning) và “học trên máy” (machine learning), đặc biệt là mô hình dạng nơ-ron (neural network model). Kể từ năm 2018, khi phòng thí nghiệm OpenAI cho ra mắt mô hình GPT (Generative Pre-trained Transformer)- một loại mô hình ngôn ngữ lớn được dựng lên

và huấn luyện dựa trên khối lượng dữ liệu khổng lồ, để học các quy luật và đặc trưng bên trong dữ liệu, từ đó tạo ra dữ liệu mới (袁毓林, 2023). Quy trình vận hành của GAI bao gồm: tiền xử lý dữ liệu, huấn luyện mô hình bằng các thuật toán học sâu như RNN, VAE và GAN, sau đó sử dụng dữ liệu đầu vào (seed data) để sinh ra văn bản mới như hội thoại, báo cáo hay thơ ca. Hiện nay, GAI không chỉ tạo ra các văn bản trôi chảy mà còn đáp ứng các nhu cầu tùy chỉnh như phân tích cảm xúc, dịch máy, tóm tắt văn bản. Người học tiếng Trung thường sử dụng các mô hình như ChatGPT, Gemini, Deepseek hay Doubao (豆包) v.v...

2.2. Đặc trưng của tiếng Trung Quốc chuyên ngành

Tiếng Trung Quốc chuyên ngành (Chinese for Specific Purposes, CSP) là một khái niệm được dẫn nhập từ khái niệm Tiếng Anh chuyên ngành (English for Specific Purposes, ESP). Đây là khái niệm để phân biệt với tiếng Anh hay tiếng Trung Quốc thông dụng, là ngôn ngữ sử dụng trong bối cảnh, phạm vi cụ thể, mang tính đặc trưng của một chuyên ngành hay lĩnh vực nào đó. ESP là khái niệm được Halliday và cộng sự (1964) đưa ra và được Hutchinson và Waters (1987); Stevens (1988); Dudley-Evans và St John (1998) dần hoàn thiện, các học giả chủ yếu thảo luận về nội hàm và đặc trưng của ESP, nhấn mạnh ESP sinh ra là để đáp ứng nhu cầu của người học, với nội dung học tập có liên quan đến các chuyên ngành, lĩnh vực và hoạt động đặc thù, chú trọng tính hợp lý về từ vựng, cú pháp, kết cấu diễn ngôn và ngữ nghĩa. 张黎, (2016) căn cứ vào các nghiên cứu của học giả phương Tây về ESP, đã khái quát cơ sở lý luận

của CSP như sau: (1) CSP hướng đến mục đích sử dụng, dạy những kiến thức để dùng trong công việc thực tế, không dạy lý thuyết suông; (2) Lấy người học làm trung tâm, thiết kế khoá học theo nhu cầu, hoàn cảnh của người học; (3) Chỉ tập trung vào giảng dạy các mẫu câu, từ vựng xuất hiện với tần suất cao trong chuyên ngành; (4) Linh hoạt về phương pháp, có thể tích hợp nhiều phương pháp giảng dạy để đạt được hiệu quả cao; (5) Giáo viên không cần là chuyên gia, chỉ cần biết khai thác tài liệu và giỏi ngôn ngữ; (6) Dạy ngôn ngữ gắn liền với kiến thức chuyên ngành.

Với sáu đặc trưng vừa nêu trên, tiếng Trung Quốc chuyên ngành có những yêu cầu khác biệt căn bản với tiếng Trung Quốc thông dụng, cần phải có hướng khai thác riêng, người dạy và người học cũng sẽ phải đối mặt với nhiều thách thức khác biệt.

Môn học Tiếng Trung Quốc giao tiếp trong kinh doanh là một môn học mang đặc trưng của tiếng Trung Quốc chuyên ngành. Môn học nhằm trang bị cho sinh viên khả năng sử dụng tiếng Trung Quốc trong môi trường làm việc thực tế giữa các công ty Trung Quốc và Việt Nam. Điểm đặc trưng nổi bật của môn học là hệ thống thuật ngữ chuyên ngành xuất nhập khẩu phong phú và phương pháp mô phỏng tình huống thực tế.

2.3. Lựa khảo các nghiên cứu liên quan

Trong lĩnh vực giảng dạy tiếng Trung Quốc cho người nước ngoài, các chuyên gia chủ yếu thảo luận chiến lược ở cấp độ vĩ mô, xem xét sự thay đổi và thách thức mà GAI mang lại cho giáo dục ngôn ngữ (杨宗凯 & cộng sự, 2023). 宋飞 và cộng sự (2023) đã tổng hợp tiềm năng

ứng dụng của ChatGPT trong giảng dạy tiếng Trung trên lớp, xây dựng một hệ thống ứng dụng. Tuy nhiên, với sự phát triển nhanh chóng của công nghệ GAI và phản hồi thực tiễn, hệ thống này có lẽ cần được cập nhật đồng bộ. Các học giả cũng đạt được sự đồng thuận cao trong luận đàm về sự cần thiết của số hoá và trí tuệ hoá (马箭飞, 2022; 刘利, 2023; 陆俭明, 2023; 李宝贵, 2023). Các nghiên cứu còn tập trung vào ứng dụng GAI trong các môn học cụ thể như tiếng Trung tổng hợp, đọc hiểu, khẩu ngữ v.v... (Châu & Huỳnh 2025, Lê 2025).

Nhìn chung, các nghiên cứu về ứng dụng AI tạo sinh trong giảng dạy tiếng Trung Quốc vẫn chủ yếu ở giai đoạn thảo luận chiến lược và đề xuất mô hình, phần lớn các ứng dụng chưa được thực nghiệm trong môi trường lớp học thực tế. Thêm nữa, ứng dụng AI vào giảng dạy tiếng Trung Quốc chuyên ngành vẫn còn là khoảng trống nghiên cứu cần được bổ sung. Do đó, các nghiên cứu hướng đến việc kiểm chứng thực nghiệm dựa trên các tình huống giảng dạy tiếng Trung Quốc chuyên ngành, từ đó xây dựng hệ thống ứng dụng AI tạo sinh phù hợp hơn với đặc thù của môn học là hoàn toàn cần thiết. Bài nghiên cứu này được viết với mong muốn phần nào lấp đầy khoảng trống đó.

III. Phương pháp nghiên cứu

Để đạt được mục tiêu đề ra, nghiên cứu này được triển khai dựa trên các phương pháp và thiết kế nghiên cứu cụ thể như sau:

3.1. Loại hình và mục tiêu nghiên cứu

Nghiên cứu này được tiến hành dưới dạng một “nghiên cứu trường hợp” (case study) mang tính chất bước đầu và tập trung

vào mô tả thực hành việc ứng dụng Trí tuệ nhân tạo (AI) trong môi trường lớp học thực tế. Nghiên cứu giới hạn ở việc quan sát, mô tả và phân tích định tính quy trình người học sử dụng AI để hoàn thành các nhiệm vụ học tập.

Mục tiêu của nghiên cứu là làm rõ cách thức AI hỗ trợ sinh viên rèn luyện kỹ năng giao tiếp thương mại, từ đó cung cấp các minh chứng thực tiễn về cơ hội, thách thức và đề xuất quy trình ứng dụng AI hiệu quả (bao gồm cả kỹ năng viết câu lệnh - prompt) trong học phần Tiếng Trung Quốc giao tiếp trong kinh doanh.

3.2. Bối cảnh và khách thể nghiên cứu

Nghiên cứu được thực hiện tại một trường đại học chuyên về giảng dạy và nghiên cứu ngoại ngữ (Trường Đại học Ngoại ngữ, Đại học Quốc gia Hà Nội). Khách thể nghiên cứu bao gồm 97 sinh viên năm thứ ba thuộc ngành Ngôn ngữ Trung Quốc (định hướng kinh tế). Sinh viên được phân bố tại 03 lớp tín chỉ thuộc cùng một niên khóa, cùng tham gia học tập học phần Tiếng Trung Quốc giao tiếp trong kinh doanh.

Về đặc điểm trình độ học người học: Độ tuổi của nhóm sinh viên từ 20 đến 22 tuổi. Toàn bộ sinh viên đã hoàn thành ít nhất hai năm học tiếng Trung Quốc cơ sở, nắm vững các kỹ năng nền tảng: nghe, nói, đọc, viết (tương đương chuẩn đầu ra bậc 5 hoặc HSK 5-6). Một số sinh viên trong nhóm đã có nền tảng học tiếng Trung Quốc từ bậc Trung học phổ thông.

3.3. Tổ chức giảng dạy và Công cụ sử dụng

Thời gian triển khai: Nghiên cứu được tiến hành trong thời gian 15 tuần (tương đương 01 học kỳ), từ tháng 1 đến tháng 5 năm 2026.

Tổ chức lớp học: Trong học phần này, sinh viên học 3 tiết mỗi tuần, mỗi tiết kéo dài 50 phút. Mỗi tuần học tập trung giải quyết một chủ đề nội dung khác nhau liên quan đến các tình huống giao tiếp thương mại thực tế.

Nhiệm vụ học tập trọng tâm: Để đánh giá hiệu quả ứng dụng AI, sinh viên được yêu cầu thực hiện 03 nhiệm vụ học tập chính bao gồm: (1) Thiết kế sơ đồ tư duy (hệ thống hóa thuật ngữ, mẫu câu, quy trình đàm phán); (2) Xây dựng kịch bản đàm phán thương mại; và (3) Tạo dựng clip/video mô phỏng tình huống giao tiếp.

Công cụ AI sử dụng: Quá trình thực hành có sự hỗ trợ của các công cụ AI tạo tạo văn bản (như ChatGPT, Kimi, Deepseek...) để lên ý tưởng, viết kịch bản, tra cứu thuật ngữ; và các công cụ AI hỗ trợ hình ảnh/sơ đồ/video (như ChatMind, HeyGen, CapCut...) để trực quan hóa kiến thức và dựng clip mô phỏng.

3.4. Quy trình thu thập minh chứng và Tiêu chí phân tích

Quy trình thu thập dữ liệu được diễn ra xuyên suốt 15 tuần học, tập trung vào việc thu thập các minh chứng thực hành của sinh viên.

Nguồn dữ liệu/Minh chứng: Bao gồm các sản phẩm học tập của sinh viên (các bản sơ đồ tư duy, các bản thảo kịch bản trước và sau khi dùng AI tinh chỉnh, các video clip mô phỏng); lịch sử câu lệnh (prompt) tương tác giữa sinh viên và AI; cùng với các ghi chép quan sát thực địa của giảng viên về mức độ tham gia của người học trên lớp.

Tiêu chí phân tích và đánh giá: Các minh chứng thu thập được phân tích định tính dựa trên 4 tiêu chí chính:

Chất lượng ngôn ngữ chuyên ngành: Tính chính xác của thuật ngữ kinh tế, thương mại và cấu trúc ngữ pháp trong kịch bản.

Tính logic và thực tiễn: Sự phù hợp của kịch bản và cách xử lý tình huống so với bối cảnh kinh doanh thực tế.

Kỹ năng tương tác với AI (Prompt Engineering): Đánh giá cấu trúc câu lệnh, khả năng đặt câu hỏi và tinh chỉnh yêu cầu của sinh viên để AI đưa ra kết quả tối ưu nhất.

Mức độ hoàn thiện sản phẩm: Tiêu chí dành cho video/clip mô phỏng, đánh giá sự kết hợp giữa ngôn ngữ nói, biểu cảm, tư thế tác phong (body language) và ứng dụng công nghệ (âm thanh, hình ảnh do AI hỗ trợ).

IV. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

4.1. Ứng dụng AI để thiết kế sơ đồ tư duy hệ thống hóa kiến thức và quy trình đàm phán

Trong học phần “Tiếng Trung Quốc giao tiếp trong kinh doanh”, người học thường gặp rào cản lớn về sự “quá tải nhận thức” trước khối lượng đồ sộ các thuật ngữ chuyên ngành (xuất nhập khẩu, thanh toán quốc tế, vận tải) và các quy trình nghiệp vụ phức tạp. Để giải quyết thách thức này, nghiên cứu đề xuất giải pháp ứng dụng công cụ AI tạo sinh kết hợp với các nền tảng thiết kế sơ đồ tư duy (như Canva, Boardmix, MindMeister, GitMind, Gitmap...) nhằm kiến tạo các “giàn giáo nhận thức” trực quan cho sinh viên.

Quá trình này không dừng lại ở việc liệt kê từ vựng đơn thuần, mà được thiết kế thành 3 hoạt động nhận thức chuyên sâu dưới sự hướng dẫn của giảng viên:

Hệ thống hóa thuật ngữ: Sinh viên sử dụng AI để phân tích các nhóm từ ngữ theo ngữ tố hoặc chủ đề, ví dụ: mạng lưới các từ có chứa ngữ tố “装” hoặc hệ thống thuật ngữ về phương thức thanh toán. Thay vì học từ đơn lẻ, AI giúp sinh viên kết nối các từ vựng này thành một hệ thống chặt chẽ, giúp việc ghi nhớ trở nên logic và bền vững hơn.

Trực quan hóa kiến thức chuyên ngành thương mại: Các khái niệm trừu tượng như các thuật ngữ về giá (FOB, CIF) hay các loại bảo hiểm hàng hóa (rủi ro cơ bản, rủi ro đặc biệt) được chuyển đổi từ dạng văn bản trong giáo trình thành các sơ đồ phân nhánh (Mind map). Việc này giúp sinh viên nắm bắt nhanh chóng mối liên hệ nhân quả và các đặc điểm khác biệt của từng loại hình nghiệp vụ, hỗ trợ đắc lực cho việc tiếp thu kiến thức chuyên sâu.

Mô hình hóa quy trình đàm phán: Đây là bước chuyển tiếp quan trọng nhất từ “hiểu kiến thức” sang “thực hành giao tiếp”. Sinh viên dùng AI để phác thảo các nấc thang của một quy trình đàm phán thực tế, ví dụ quy trình các bước đàm phán về giá cả, bảo hiểm, bao bì đóng gói.... Đặc biệt, tại mỗi “điểm nút” (node) trên sơ đồ tư duy đều có các mẫu câu đàm phán trọng điểm tương ứng. Việc này tạo ra một “bản đồ tư duy phản xạ”, giúp sinh viên hình dung rõ ràng đường dây logic của cuộc thương lượng và không bị lúng túng về ngôn từ khi bước vào các phiên mô phỏng đàm phán gắn với định hướng nghề nghiệp.

Tóm lại, việc kết hợp AI và các công cụ lập sơ đồ tư duy đã chuyển đổi phương thức học tập của sinh viên từ tiếp nhận lý thuyết thụ động sang quá trình kiến tạo tri thức chủ động. Các sơ đồ tư duy

không chỉ là một sản phẩm có tính thẩm mỹ, mà thực chất là công cụ đắc lực để sinh viên tự hệ thống hóa, đối chiếu và chuẩn bị vũ khí ngôn ngữ kỹ lưỡng trước khi bước vào các hoạt động giao tiếp thực tế.

4.2. Ứng dụng AI trong xây dựng kịch bản đàm phán thương mại

Trong giảng dạy ngôn ngữ chuyên ngành, nếu chỉ để AI tự động tạo ra một kịch bản đàm phán hoàn chỉnh, người học sẽ dễ rơi vào trạng thái thụ động và phụ thuộc công nghệ. Do đó, nghiên cứu này áp dụng nguyên tắc “người và máy cùng hợp tác” (人机协同) và định hướng “tiến trình viết có hướng dẫn”.

Theo đó, AI đóng vai trò là một “giàn giáo nhận thức”, cung cấp các gợi ý ngôn ngữ, cấu trúc và phản hồi tức thì. Tuy nhiên, quyền quyết định, lựa chọn từ ngữ và tư duy chiến lược thương mại hoàn toàn thuộc về sinh viên. Thông qua cơ chế tương tác đa vòng giữa người học và máy, sinh viên chủ động hoàn thiện năng lực giao tiếp.

Quy trình này được thiết kế thành 4 bước, minh họa xuyên suốt qua một tình huống thực hành cụ thể của sinh viên: Đàm phán xuất khẩu gốm sứ Bát Tràng giữa doanh nghiệp Việt Nam và đối tác Đài Loan.

Bước 1: Lên ý tưởng và thiết lập bối cảnh

Thay vì đưa ra yêu cầu chung chung, giảng viên hướng dẫn sinh viên sử dụng AI để xây dựng các “vì mạch” kiến thức nền tảng. Sinh viên nhập các từ khóa trọng tâm (gốm sứ Bát Tràng, Đài Loan, báo giá FOB, chiết khấu) và yêu cầu AI cung cấp một “đám mây từ vựng” (word cloud) hoặc các cấu trúc câu phù hợp với

văn hóa giao tiếp của người Nhật. Ở bước này, AI đóng vai trò cung cấp nguyên liệu thô, giúp sinh viên vượt qua “nỗi sợ trang giấy trắng”.

Bước 2: Tạo lập văn bản nháp

Dựa trên các gợi ý từ AI, sinh viên bắt đầu yêu cầu AI tạo ra một khung hội thoại sơ khởi cho từng giai đoạn (Chào hỏi -> Giới thiệu sản phẩm -> Báo giá->Trả giá...). Văn bản nháp do AI tạo ra thường đúng về mặt ngữ pháp và trôi chảy, nhưng lại mang tính máy móc, thiếu các “nút thắt” thương mại gắn với định hướng nghề nghiệp và chiều sâu văn hóa. Đây là lúc sinh viên nhận ra giới hạn của AI và sự cần thiết của tư duy con người.

Bước 3: Tinh chỉnh thông qua kỹ năng viết câu lệnh

Đây là khâu cốt lõi thể hiện sự can thiệp sư phạm của giảng viên. Giảng viên không sửa lỗi trực tiếp mà hướng dẫn sinh viên cách đặt “câu lệnh đào sâu” (Prompt) để ép AI nâng cấp kịch bản. Sinh viên phải liên tục điều chỉnh tham số tương tác dựa trên ngữ cảnh thực tế. Ví dụ về Prompt của sinh viên: “Hãy đóng vai một nhà đàm phán thương mại Đài Loan khó tính. Dựa trên mức giá 6 USD/chiếc FOB Hải Phòng mà tôi vừa đưa ra, hãy tạo một lời từ chối khéo léo bằng tiếng Trung, viện lý do chi phí vận tải biển đang tăng cao để ép tôi giảm giá 10%”. Thông qua những câu lệnh mang tính chiến lược này, kịch bản mất đi sự bằng phẳng ban đầu và xuất hiện các tình huống giảng co chân thực.

Bước 4: Biên tập thủ công và đánh giá

Ở bước cuối cùng, sinh viên thoát khỏi sự hỗ trợ của AI để tự tay biên tập (edit) kịch bản. Các em lồng ghép những

yếu tố văn hóa đặc thù mà AI thường bỏ sót hoặc xử lý gượng gạo (như cách mời trà truyền thống, nhấn mạnh yếu tố làm thủ công bằng tay của nghệ nhân Bát Tràng để bảo vệ mức giá). Sự kết hợp này tạo ra thành phẩm cuối cùng mang đậm tính “người” và sự sắc sảo trong kinh doanh.

Thông qua 4 bước này, AI không làm triệt tiêu khả năng sáng tạo mà ngược lại, buộc sinh viên phải vận dụng tối đa tư duy phân biện để “cầm trịch” cuộc đàm phán.

4.3. Ứng dụng AI để tạo dựng clip mô phỏng tình huống đàm phán thương mại

Sau giai đoạn xây dựng kịch bản, bước cuối cùng trong quy trình là hiện thực hóa các nội dung đàm phán thành những thước phim mô phỏng sinh động. Ở giai đoạn này, sinh viên chuyển đổi vai trò từ “người viết” sang “đạo diễn nội dung” (content director), sử dụng các công cụ AI Digital Human (Người kỹ thuật số) để tạo ra các cuộc hội thoại thương mại chuyên nghiệp mà không cần đến kỹ năng quay phim hay diễn xuất truyền thống.

4.3.1. Công cụ và phương thức triển khai

Sinh viên chủ yếu sử dụng các nền tảng tạo video AI tiên tiến như HeyGen, D-ID, Pippit AI hoặc tính năng Digital Human trong CapCut (Jianying). Phương thức thực hiện phổ biến là “Script-to-Video”: sinh viên nhập kịch bản tiếng Trung đã được tinh chỉnh ở mục 4.2, lựa chọn nhân vật ảo (AI Avatar) và bối cảnh phù hợp để máy tự động tạo ra video có lời nói và cử chỉ khớp với văn bản.

4.3.2. Đặc điểm hình ảnh và phong thái chuyên nghiệp

Khác với các bài tập đóng vai truyền thống thường bị hạn chế về trang phục và bối cảnh, việc ứng dụng AI giúp nâng cao đáng kể tính thẩm mỹ và chuyên nghiệp cho sản phẩm:

Tạo hình nhân vật: Đa số các nhóm lựa chọn Avatar người thật (Realistic AI Avatars) với phong cách ăn mặc chuẩn doanh nhân như vest, sơ mi hoặc blazer. Điều này tạo nên không khí trang trọng cho các cuộc đàm phán về giá cả.

Bối cảnh: Sinh viên tận dụng thư viện nền của AI để đưa nhân vật vào các văn phòng hiện đại, phòng họp sang trọng hoặc quán cà phê doanh nhân. Sự kết hợp này giúp người xem tập trung tối đa vào nội dung đàm phán thay vì bị xao nhãng bởi những bối cảnh không phù hợp trong thực tế đời sống sinh viên.

4.3.3. Hiệu quả thực tiễn

Tối ưu hóa tính chuyên nghiệp và giảm rào cản tâm lý: Phương pháp này giúp khắc phục rào cản về bối cảnh (phòng trọ/lớp học) và ngoại hình của sinh viên. Các video trông giống như những cuộc gặp gỡ đối tác quốc tế thực thụ. Quan trọng hơn, sinh viên không còn bị phân tâm bởi nỗi sợ phát âm sai hay quên lời thoại dài, cho phép các em dành 100% sự tập trung vào việc nghiên cứu thuật ngữ và xây dựng logic đàm phán vững chắc.

Tiếp cận âm ngữ thương mại chuẩn xác: Giọng nói do AI phát ra thường là giọng mẫu chuẩn Bắc Kinh, mạch lạc và có phong thái chuyên nghiệp. Nhờ đó, các thuật ngữ thương mại phức tạp như “điều kiện FOB” (FOB 条件) hay “tín dụng thư không thể hủy ngang” (不可撤销信用证)

được phát âm cực kỳ chuẩn xác, cung cấp một nguồn học liệu trực quan, thính giác chất lượng cao cho cả lớp.

4.3.4. Những hạn chế và lỗi kỹ thuật

Mặc dù công nghệ Digital Human mang lại sự đổi mới đáng kể, quá trình chấm chữa sản phẩm thực tế của sinh viên cũng chỉ ra những rào cản lớn, đòi hỏi sinh viên phải cẩn trọng hơn trong khâu “kiểm duyệt ngôn ngữ” (human-in-the-loop):

Lỗi nhận diện và xử lý phụ đề: Đây là lỗi phổ biến nhất khi sinh viên phụ thuộc hoàn toàn vào tính năng tạo phụ đề tự động (Auto-captions) của AI. Do đặc thù từ đồng âm trong tiếng Trung, nhiều thuật ngữ chuyên ngành bị AI “nghe nhầm” và dịch sai lệch ý nghĩa hoàn toàn. Ví dụ: Trong đàm phán bảo hiểm, “Bảo hiểm tổn thất riêng” - 水渍险 (Shuǐzì xiǎn) bị viết thành “水字险” (thủy tự hiểm); hoặc “Bảo hiểm mọi rủi ro” - 一切险 (Yīqiè xiǎn) bị biến thành “一届险”. Thậm chí tên riêng như “Giám đốc Phạm” (范经理 - Fàn Jīnglǐ) lại bị AI dịch thành “饭景里” (cảnh trong bát cơm). Điều này cho thấy AI chưa đủ khả năng thấu hiểu ngữ cảnh chuyên ngành hẹp, đòi hỏi sinh viên bắt buộc phải tự rà soát và chỉnh sửa thủ công phụ đề.

Sự đứt gãy về cảm xúc và biểu cảm “máy móc”: Dù cử chỉ môi (lip-sync) khá khớp, nhưng biểu cảm khuôn mặt của AI thường thiếu chiều sâu. Trong một cuộc đàm phán gay gắt (ví dụ: bị ép giá từ 60 USD xuống 48 USD, hoặc khi bàn về vấn đề bồi thường “mất trắng hàng hóa”), gương mặt của avatar vẫn duy trì nụ cười “công nghiệp”, không thể hiện được sự cân nhắc, căng thẳng hay thái độ dấn đo cần thiết trên thương trường. Cử chỉ tay đôi khi vung lên vô nghĩa, không khớp với trọng âm của câu nói.

Việc sử dụng AI để tạo video không chỉ giảm bớt áp lực về diễn xuất mà còn buộc sinh viên phải chú trọng hơn vào độ chuẩn xác của ngôn ngữ và logic đàm phán. Thay vì lo lắng về việc đứng trước ống kính, sinh viên tập trung vào việc làm thế nào để “lệnh” cho AI thể hiện đúng ý đồ thương mại của mình. Đây chính là bước tiến quan trọng trong việc hình thành năng lực số và tư duy thực chiến cho sinh viên chuyên ngành Ngôn ngữ Trung Quốc định hướng kinh tế.

V. Kết luận

Nghiên cứu này đã trình bày và phân tích ba ứng dụng cụ thể của AI tạo sinh trong học phần “Tiếng Trung Quốc giao tiếp trong kinh doanh” dành cho sinh viên chuyên ngành Ngôn ngữ Trung Quốc theo định hướng kinh tế: (1) sơ đồ tư duy có hỗ trợ của AI để trực quan hoá thuật ngữ và các quy trình trong thương mại quốc tế; (2) mô hình xây dựng kịch bản có sự cộng tác giữa người - máy; (3) video có nhân vật ảo AI do GAI tạo ra để mô phỏng đàm phán trong kinh doanh. Thực tiễn cho thấy, AI tạo sinh có thể giảm tải khối lượng kiến thức, đơn giản hoá các thuật ngữ phức tạp một cách hiệu quả, cung cấp môi trường thực hành chân thực và nâng cao tính chuyên nghiệp cho sản phẩm người học. Đặc biệt, mô hình cộng tác giữa con người - AI sẽ khuyến khích sinh viên nắm quyền chủ động trong tư duy chiến lược, thay vì chỉ tiếp nhận thụ động. Tuy nhiên, các thách thức vẫn còn tồn tại đáng kể, đặc biệt là lỗi nhận diện hệ thống các thuật ngữ chuyên ngành, sự thiếu tự nhiên trong biểu cảm của nhân vật ảo và nguy cơ lệ thuộc công nghệ. Những giới hạn này một lần nữa khẳng định rằng AI không thể thay thế được giảng viên,

hiệu quả của nó phụ thuộc vào ý đồ sư phạm có chủ đích, sự kiểm duyệt liên tục của con người và việc phát triển năng lực số của người học.

Trong tương lai, nhóm nghiên cứu dự định sẽ sử dụng các phương pháp kiểm chứng định lượng quy trình tích hợp AI được đề xuất, sử dụng thiết kế có nhóm đối chứng, đo lường khả năng ghi nhớ thuật ngữ, độ chính xác khi đàm phán và mức độ tự tin của người học, để nghiên cứu có tính toàn diện và được nhân rộng mô hình trong tương lai.

Tài liệu tham khảo:

- Châu, A. P., & Huỳnh, T. N. (2025). Ảnh hưởng của các yếu tố trong mô hình chấp nhận và sử dụng công nghệ mở rộng đến ý định và hành vi sử dụng công cụ AI trong môn viết tiếng Trung Quốc của sinh viên tại thành phố Hồ Chí Minh. *Tạp chí Khoa học trường Đại học Mở Hà Nội*, 4A, 89-100. <https://doi.org/10.59266/houjs.2025.986>
- Dudley - Evans, T. & St. John, M. J. (1998). *Developments in ESP: A multi-disciplinary approach*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Halliday, M.A.K., McIntosh, A. & Stevens, P. (1964). *The Linguistic Sciences and Language Teaching*. London: Longmans' Linguistic Library.
- Hutchinson, T. & Waters, A. (1987). *English for specific purposes: A learning-centred approach*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Lê, N. N. A. (2025). Nghiên cứu việc áp dụng chatboxAI trong dạy học tiếng Trung Quốc (trường hợp môn tiếng Trung Quốc cơ bản 2, trường Đại học Công nghiệp Hà Nội). *Tạp chí Khoa học trường Đại học Mở Hà Nội*, 4A, 207-214. <https://doi.org/10.59266/houjs.2025.998>
- 李宝贵. (2023). “ChatGPT来了：国际中文教育的新机遇与新挑战” 大家谈（下）. *语言教学与研究*, 第4期, 2.
- 刘利. (2023). ChatGPT 给国际中文教育带来的机遇与挑战——北京语言大学与美国中文教师学会联合论坛专家观点汇集. *世界汉语教学*, 第3期, 291.
- 陆俭明. (2023). 新时代国际中文教育高质量发展之吾见. *云南师范大学学报*, 第4期.
- 卢宇, 余京蕾, 陈鹏鹤, & 李沐云. (2023). 生成式人工智能的教育应用与展望——以ChatGPT系统为例. *中国远程教育*, 第4期, 24 - 31+51.
- 马箭飞. (2022). 国际中文教育信息化建设成效及发展方向——在国际中文智慧教育工程成果发布会上的讲话. *世界汉语教学*, 第3期, 1-5.
- 宋飞, 郭佳慧, & 曲畅. (2023). Chat GPT 在汉语作为外语教学中的应用体系及实践. *北京第二外国语学院学报*, 第6期, 110-128.
- Stevens, P. (1988). *ESP after Twenty Years: A re-appraisal*. In M. Tickoo (Ed.), *ESP: State of the Art*. Singapore: SEAMEO Regional Center.
- 杨宗凯, 王俊, 吴砥, & 陈旭. (2023). ChatGPT/生成式人工智能对教育的影响探析及应用策略. *华东师范大学学报（教育科学版）*, 第7期, 26-35.
- 袁毓林. (2023). 超越聊天机器人，走向通用人工智能——ChatGPT的成功之道及其对语言学的启示. *当代语言学*, 25 (5), 633-652.
- 张黎. (2016). *专门用途汉语教学*. 北京：北京语言大学出版社

APPLYING ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN BUSINESS CHINESE COMMUNICATION COURSE: OPPORTUNITIES AND PRACTICES

Nguyen Thi Hao¹, Tran Thi Bich Huong¹, Nguyen Thi Ngoc Hien¹

Abstract: *This research paper investigates the application of artificial intelligence (AI) in teaching and learning the Chinese language for business communication course. The study aims to propose and analyze a process for applying AI to support students in developing business communication skills through three main activities: designing mind maps (systematizing terminology, sentence patterns, and negotiation processes), constructing negotiation scenarios, and creating situational simulation clips. Based on document research, descriptive analysis, and illustrative analysis, the paper designs specific application scenarios and provides guidance on prompt engineering skills for both instructors and students. Illustrative analysis results show that AI optimizes preparation time, enhances visual knowledge retention, and increases practicality in communication practice. The study also identifies opportunities and challenges in integrating AI into the classroom, thereby proposing solutions to improve the digital technology application capabilities of both instructors and students.*

Keywords: *artificial intelligence, business Chinese, commercial negotiation, communication skills, mind map.*

¹ University of Languages and International Studies, Vietnam National University, Hanoi, Vietnam