

CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO TRÌNH ĐỘ ĐẠI HỌC

NGÀNH ĐÀO TẠO: QUẢN TRỊ DỊCH VỤ DU LỊCH VÀ LỮ HÀNH

ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

1. Thông tin chung về học phần

- Tên học phần: **MARKETING DU LỊCH**
- Mã học phần: 09012
- Số tín chỉ: 3
- Thuộc chương trình đào tạo bậc: Đại học
- Khoa/Bộ môn phụ trách giảng dạy: Khoa Quản trị Du lịch – Nhà hàng – Khách sạn

2. Phân bổ thời gian:

- + Lên lớp (lý thuyết): 43 tiết
- + Làm việc nhóm, thực hành, thảo luận: 2 tiết
- + Tự học, tự nghiên cứu: 90 giờ

3. Môn học trước: Marketing căn bản

4. Mô tả vắn tắt nội dung học phần:

Môn học sẽ giới thiệu khái quát lại kiến thức tổng quan về Marketing và ứng dụng của Marketing vào ngành dịch vụ du lịch. Sinh viên sẽ được tìm hiểu về phương thức phân tích, phát triển cơ hội thị trường; chiến lược marketing du lịch và nội dung công tác lập kế hoạch marketing cho đơn vị kinh doanh dịch vụ du lịch. Dựa trên kiến thức đã được trang bị, sinh viên sẽ ứng dụng vào thực tế nhằm phân tích và đề xuất chiến lược marketing cho một đơn vị kinh doanh dịch vụ du lịch cụ thể trên thị trường.

5. Mục tiêu học phần:

Trang bị cho sinh viên những kiến thức cơ bản về marketing, marketing dịch vụ, marketing du lịch. Phân tích các đáp ứng marketing đối với các đặc điểm của ngành công nghiệp du lịch. Hiểu biết các chiến lược phát triển sản phẩm – thị trường của các doanh nghiệp du lịch.

Rèn luyện và phát triển các kỹ năng ứng dụng marketing cụ thể trong ngành du lịch. Có khả năng vận dụng những kỹ năng này trong công việc, kinh doanh đạt hiệu quả hơn.

Tạo cho sinh viên có thái độ yêu thích môn học và công việc kinh doanh du lịch.

6. Nhiệm vụ của sinh viên:

- Dự lớp: ít nhất 80% số lượng tiết giảng
- Bài tập:
- Dụng cụ và học liệu:
- Khác: Đọc tài liệu tham khảo theo hướng dẫn của Giảng viên
- Tài liệu học tập:
 - + Tài liệu bắt buộc:

TS Hà Nam Khánh Giao (2011), Giáo trình Marketing Du lịch, NXB Tổng hợp TP HCM
 - + Tài liệu tham khảo:
 - PGS.TS Hoàng Văn Thành (2014). Giáo trình Marketing du lịch, NXB Chính trị quốc gia.
 - Lê Anh Cường, (2004), Quản trị và tạo dựng thương hiệu, NXB Lao động xã hội.
 - Nguyễn Văn Dung (2009), Marketing du lịch, NXB Giao thông vận tải.
 - Hà Nam Khánh Giao (2004) Marketing du lịch – Mô hình 5 khoảng cách, NXB Thống Kê.

7. Nội dung chi tiết học phần

Chương 1: TÌM HIỂU VỀ QUÁ TRÌNH MARKETING TRONG DU LỊCH KHÁCH SẠN (5 tiết)

- 1.1. Giới thiệu chung về marketing trong du lịch – khách sạn
- 1.2. Đặc tính marketing trong du lịch khách sạn
- 1.3. Vai trò của marketing trong việc xây dựng chiến lược

Chương 2: MÔI TRƯỜNG MARKETING DU LỊCH (5 tiết)

- 2.1. Môi trường vi mô của doanh nghiệp
- 2.2. Môi trường vĩ mô của doanh nghiệp
- 2.3. Phản ứng của doanh nghiệp với sự thay đổi môi trường

Chương 3: HÀNH VI KHÁCH HÀNG VÀ HÀNH VI MUA HÀNG DU LỊCH (5 tiết)

- 3.1. Mô hình hành vi khách hàng
- 3.2. Quá trình ra quyết định của người tiêu dùng

Chương 4: PHÂN KHÚC THỊ TRƯỜNG, CHỌN THỊ TRƯỜNG MỤC TIÊU VÀ ĐỊNH VỊ THỊ TRƯỜNG DU LỊCH (5 tiết)

- 4.1. Phân khúc thị trường

4.2. Thị trường mục tiêu

4.3. Định vị thị trường du lịch

Chương 5: THIẾT KẾ VÀ QUẢN TRỊ SẢN PHẨM (5 tiết)

5.1. Sản phẩm và cấp độ sản phẩm

5.2. Chiến lược thương hiệu

5.3. Phát triển sản phẩm mới

5.4. Chiến lược chu kỳ sản phẩm

Chương 6: ĐỊNH GIÁ SẢN PHẨM (5 tiết)

6.1. Yếu tố ảnh hưởng đến việc định giá

6.2. Phương pháp định giá chung

6.3. Chiến lược định giá

6.4. Sự thay đổi giá

Chương 7: KÊNH PHÂN PHỐI MARKETING DU LỊCH (5 tiết)

7.1. Chuỗi cung ứng và mạng lưới phân phối

7.2. Bản chất và tầm quan trọng của hệ thống phân phối

7.3. Hệ thống phân phối trong du lịch.

Chương 8: QUẢNG CÁO, QUAN HỆ CÔNG CHÚNG, KHUYẾN MÃI VÀ BÁN HÀNG CÁ NHÂN TRONG DU LỊCH (5 tiết)

8.1. Quảng cáo

8.2. Quan hệ công chúng

8.3. Khuyến mãi và bán hàng cá nhân trong du lịch

Chương 9: MARKETING LƯU TRỮ (3 tiết)

Thuyết trình – ôn tập (2 tiết)

8. Phương pháp đánh giá học phần

8.1 *Hình thức tổ chức thi:* Thi tự luận

8.2 *Cách thức đánh giá học phần :*

STT	Các điểm thành phần	Trọng số (%)
1	Điểm kiểm tra giữa kỳ	30
2	Điểm Thi kết thúc môn (THI)	70
3	Tổng	100

8.3 *Thang điểm:* (Theo học chế tín chỉ)

Phụ trách Khoa

TP.HCM, ngày 10 tháng 5 năm 2017

Người biên soạn

Th.S Vũ Quốc Khánh

Th.S Nguyễn Thị Mỹ Phượng

