



TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN HIẾN
KHOA DU LỊCH

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập – Tự do – Hạnh phúc

ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

1. Thông tin về học phần

- Tên học phần: Marketing trong kinh doanh lữ hành
(Sale and marketing in tourism)
- Mã học phần: TRA408
- Số tín chỉ: A (3/1/6)
- Cấp đào tạo: Đại học
- Loại học phần: Bắt buộc
- Học phần tiên quyết/ Học phần trước: Marketing căn bản
- Đơn vị phụ trách: Khoa Du lịch
- Số giờ tín chỉ: 45 trong đó:
- Lý thuyết: 35 (1 tín chỉ LT = 15 tiết)
- Thực hành: 10 (1 tín chỉ TH = 30 tiết)
- Thực tập: 00 (1 tín chỉ TT = 60 giờ TT tại cơ sở)
- Đồ án/ Khóa luận: 00 (1 tín chỉ ĐA/KL = 45 giờ làm ĐA/KL)

2. Thông tin về giảng viên

Giảng viên 1:

- Họ và tên: Trương Thị Thanh Tuyền
- Chức danh, học vị: Thạc sĩ
- Thời gian làm việc: Giờ hành chính (8:00 -16:00)
- Địa điểm làm việc: Khoa Du lịch - Trường Đại học Văn Hiến
- Điện thoại: 0377460786
- Email: tuyenttt@vhu.edu.vn

Giảng viên 2:

- Họ và tên:
- Chức danh, học vị:
- Thời gian làm việc: Giờ hành chính (8:00 -16:00)
- Địa điểm làm việc: Khoa - Trường Đại học
- Điện thoại:
- Email:

3. Tóm tắt nội dung học phần

Học phần gồm 5 chương, cung cấp cho người học kiến thức tổng quát về marketing thông qua nghiên cứu quy luật thị trường, nhận thức về tiếp thị và bán hàng, nghiên cứu về thị trường trong và ngoài nước, nhằm giúp người học xác định hành vi tiêu dùng của khách hàng trong doanh nghiệp lữ hành quốc tế. Ngoài ra, học phần giới thiệu và bán sản phẩm VHU.CTDT.BM03

và tư vấn dịch vụ một cách tốt nhất từ doanh nghiệp lữ hành đến khách hàng và người tiêu dùng trong và ngoài nước. Đề xuất quy trình tiếp thị trong một doanh nghiệp kinh doanh lữ hành nhằm duy trì được lượng khách thông qua thương hiệu, sản phẩm từ các kênh marketing, phát huy vai trò của tổ chức chăm sóc khách hàng tại chỗ.

4. Mục tiêu của học phần

Học phần có những mục tiêu:

- Cung cấp cho người học những kiến thức chung về bán và tiếp thị trong kinh doanh du lịch.
- Cung cấp cho người học những kiến thức cơ bản về marketing thông qua nghiên cứu quy luật thị trường, nhận thức về tiếp thị và bán hàng, nghiên cứu về thị trường trong và ngoài nước.
- Cung cấp cho người học kiến thức chuyên sâu về xác định hành vi tiêu dùng của khách hàng trong doanh nghiệp lữ hành quốc tế. Giới thiệu và bán được sản phẩm và tư vấn dịch vụ một cách tốt nhất từ doanh nghiệp lữ hành đến khách hàng và người tiêu dùng trong và ngoài nước.
- Trang bị kiến thức về quy trình tiếp thị trong một doanh nghiệp kinh doanh lữ hành, duy trì được lượng khách hàng thông qua thương hiệu, sản phẩm từ các kênh marketing và phát huy vai trò của tổ chức chăm sóc khách hàng tại chỗ
- Rèn luyện kỹ năng về sử dụng các phương tiện giao tiếp đa dạng để giới thiệu, tư vấn và bán sản phẩm du lịch lữ hành.

5. Chuẩn đầu ra của học phần:

Mã CDR	Nội dung chuẩn đầu ra (Bắt đầu bằng động từ theo thang Bloom)
Kiến thức	
CLO 1	Xác định hành vi tiêu dùng của khách hàng trong doanh nghiệp lữ hành quốc tế.
CLO 2	Đề xuất qui trình tiếp thị trong một doanh nghiệp kinh doanh Lữ hành nhằm duy trì được lượng khách thông qua thương hiệu, sản phẩm từ các kênh Marketing, phát huy vai trò của tổ chức chăm sóc khách hàng tại chỗ.
Kỹ năng	
CLO 3	Vận dụng kỹ năng tiếp thị vào việc giới thiệu, tư vấn, bán dịch vụ cho khách hàng và người tiêu dùng trong và ngoài nước.
CLO 4	Sử dụng các phương tiện giao tiếp đa dạng để giới thiệu, bán sản phẩm và tư vấn dịch vụ du lịch lữ hành một cách phù hợp.
Mức độ tự chủ và trách nhiệm	
CLO 5	Thể hiện đạo đức nghề nghiệp và lòng đam mê nghề nghiệp.

Ma trận liên kết giữa Chuẩn đầu ra chương trình đào tạo và Chuẩn đầu ra học phần

Chuẩn đầu ra	PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6	PLO7	PLO8	PLO9	PLO10	PLO11	PLO12
CLO1			X									
CLO2				X								
CLO3			X				X					
CLO4							X					
CLO5												X

Ghi chú: PLOs (Programme Learning Outcomes): Chuẩn đầu ra cấp CTĐT

CLOs (Course Learning Outcomes): Chuẩn đầu ra học phần

6. Nội dung chi tiết của học phần

6.1. Lý thuyết

Chương	Nội dung	Đáp ứng CLOs
Chương 1	Tổng quan về bán và tiếp thị sản phẩm	CLO1
1.1.	Khái niệm về marketing	
1.2.	Khái niệm bán hàng	
1.3.	Phân biệt giữa marketing và bán hàng	
Chương 2	Nghiên cứu thị trường và marketing mix trong hoạt động lữ hành	CLO1
2.1.	Nghiên cứu thị trường	
2.2.	Chiến lược marketing mix trong hoạt động lữ hành	
Chương 3	Nhận thức về người bán hàng trong du lịch	CLO2, CLO3, CLO4, CLO5
3.1.	Khách hàng là ai?	
3.2.	Bán hàng	
Chương 4	Tầm quan trọng của kế hoạch chào hàng và tham gia hội chợ du lịch	CLO4, CLO5
4.1.	Tầm quan trọng của việc lập kế hoạch chào hàng	
4.2.	Các mục tiêu của kế hoạch chào hàng	
4.3.	Thiết lập hệ thống mục tiêu chào hàng	
4.4.	Tìm kiếm cuộc hẹn	
4.5.	Một số kênh chào bán tour	
4.6.	Quy trình tham gia hội chợ	
Chương 5	Chiêu thị và các công cụ chiêu thị	CLO1
5.1.	Khái niệm và vai trò của chiêu thị	
5.2.	Nội dung các công cụ của chiến lược chiêu thị	

6.2. Thực hành

	Nội dung	Đáp ứng CLOs
6.2.1.	Bài tập cá nhân	
	Người học....	
6.2.2.	Bài tập nhóm	
	- Người học - Các nhóm báo cáo kết quả làm việc trước lớp.	-

7. Phân bổ thời gian theo tiết và điều kiện thực hiện:

Chương	Tên chương	Số tiết tín chỉ					Ghi chú
		Lý thuyết	Bài tập	Thực hành	Tự học	Tổng	
1	Tổng quan về bán và tiếp thị sản phẩm	4	1	0	0	5	
2	Nghiên cứu thị trường và marketing mix trong hoạt động lữ hành	7	3	0	0	10	
3	Nhận thức về người bán hàng trong du lịch	8	5	0	0	13	
4	Tầm quan trọng của kế hoạch chào hàng và tham gia hội chợ du lịch	7	3	0	0	10	
5	Chiêu thị và các công cụ chiêu thị	4	3	0	0	7	
Tổng		30	15			45	

CÁC CHỦ ĐỀ THẢO LUẬN VÀ TIỂU LUẬN

1. Phân biệt sự khác nhau giữa marketing và bán hàng. Nhận xét tầm quan trọng của 4P trong marketing.
2. Hiệu quả các công cụ nghiên cứu thị trường hiện nay. Làm sao để lấy được thông tin của khách hàng hiệu quả nhất?
3. Các hoạt động marketing mà các doanh nghiệp lữ hành nội địa và quốc tế đang sử dụng hiện nay.
4. Các thức nhận biết được khách hàng.
5. Các kỹ năng cần có của một nhân viên bán hàng.
6. Thực hiện các bước bán hàng thế nào cho hiệu quả.

7. Có cần phải lập kế hoạch chào hàng trước khi đi chào hàng không?
8. Việc tham gia hội chợ du lịch có cần thiết không? Tại sao?

8. Phương pháp giảng dạy:

Giảng viên giảng dạy với sự kết hợp của một số phương pháp sau:

- Thuyết trình
- Đọc và tóm lược nội dung tài liệu
- Thảo luận nhóm

Ma trận liên kết giữa Chuẩn đầu ra với phương pháp giảng dạy

Phương pháp giảng dạy	CLO1	CLO2	CLO3	CLO4	CLO5
Thuyết trình	X	X	X	X	X
Đọc và tóm lược nội dung	X				X
Thảo luận nhóm	X	X	X	X	

9. Phương pháp học tập

Sinh viên học tập với sự kết hợp của một số phương pháp sau:

- Thuyết trình
- Làm việc nhóm
- Tự học, tự nghiên cứu

Ma trận liên kết giữa Chuẩn đầu ra với phương pháp học tập

Phương pháp học tập	CLO1	CLO2	CLO3	CLO4	CLO5
Thuyết trình	X	X			
Làm việc nhóm	X			X	
Tự học, tự nghiên cứu			X		

10. Nhiệm vụ của sinh viên

- Chủ động tổ chức thực hiện giờ tự học.
- Tham gia đầy đủ các giờ lên lớp và giờ thuyết trình (sinh viên chỉ được vắng mặt tối đa 20% thời gian lên lớp của học phần).
- Đọc tài liệu tham khảo bắt buộc và bổ trợ do giảng viên giới thiệu.
- Hoàn thành đầy đủ các bài tập cá nhân, bài tập nhóm.
- Tham gia kỳ thi kết thúc học phần.

11. Thang điểm đánh giá: Điểm đánh giá quá trình và điểm thi kết thúc học phần được chấm theo thang điểm 10 (từ 0 đến 10), làm tròn đến 1 chữ số thập phân.

12. Phương pháp kiểm tra, đánh giá kết quả học tập

Sinh viên được đánh giá kết quả học tập trên cơ sở hai điểm thành phần như sau:

1. Điểm đánh giá quá trình: trọng số 40% bao gồm:
 - a. Điểm chuyên cần: điểm danh, trọng số 10%
 - b. Điểm kiểm tra thường xuyên: thảo luận, hỏi đáp, trọng số 10%
 - c. Điểm kiểm tra giữa kỳ:
2. Điểm thi kết thúc học phần: trọng số 60%

Hình thức thi:

Ma trận quan hệ giữa Chuẩn đầu ra và phương pháp kiểm tra, đánh giá

Hình thức đánh giá	CLO1	CLO2	CLO3	CLO4	CLO5	CLO6	CLO7	CLO8	CLO9	CLO10	CLO11	CLO12
Dự lớp												

13. Tài liệu phục vụ cho học phần (các tài liệu xuất bản trong 05 năm trở lại đây và cung cấp được cho Trung tâm Học liệu nơi đặt tài liệu)

13.1. Tài liệu chính

- Nguyễn Văn Mạnh, Phạm Hồng Chương. *Giáo trình Quản trị kinh doanh Lữ hành*, NXB Đại học Kinh tế quốc dân. 2012.
- Phạm Thị Thu Phương, *Nghiệp vụ bán hàng trong kỷ nguyên hợp tác*, Nxb Khoa học kỹ thuật. 2001.
- *Tổ chức và quản lý Tiếp thị - Bán hàng*. Viện Nghiên cứu và đào tạo về quản lý quốc dân, Hà Nội.

13.2. Tài liệu tham khảo

- *Nghệ thuật bán hàng và chăm sóc khách hàng*. Trung tâm hợp tác nguồn nhân lực Việt nam - Nhật Bản (VJCC). 2006.
- *Marketing căn bản*. Khoa Thương mại Du lịch - Đại học Kinh tế TP.HCM. 2007.

TP.Hồ Chí Minh, ngày ... tháng ... năm

Hiệu trưởng
Duyệt

Trưởng Bộ môn
(Ký và ghi rõ họ tên)

Giảng viên biên soạn
(Ký và ghi rõ họ tên)