



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: HÀNH VI TIÊU DÙNG DU LỊCH
(Customer Behavior in Tourism)
- Mã học phần: (Cấp mới)
- Số tín chỉ: 3 (3/0/6)
- Cấp đào tạo: Đại học
- Loại học phần: Bắt buộc
- Học phần học trước: Tâm lý du khách (TOU304)
- Đơn vị phụ trách: Khoa Du lịch
- Số giờ tín chỉ: 45, trong đó:
 - Lý thuyết: 45 (1 tín chỉ LT = 15 tiết)
 - Thực hành: 0 (1 tín chỉ TH = 30 tiết)
 - Thực tập: 0 (1 tín chỉ TT = 60 giờ TT tại cơ sở)
 - Đồ án/ Khóa luận: 0 (1 tín chỉ ĐA/KL = 45 giờ làm ĐA/KL)

2. Thông tin về giảng viên

Giảng viên 1:

- Họ và tên: Nguyễn Thị Mai Linh
- Chức danh, học vị: Giảng viên, tiến 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: (+84) 913 124 542
- Email: linhntm@vhu.edu.vn

Giảng viên 2:

- Họ và tên: Trương Thị Thanh Tuyền
- Chức danh, học vị: Giảng viên, 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: (+84) 377 460 786
- Email: tuyenttt@vhu.edu.vn

3. Tóm tắt nội dung học phần

Học phần gồm 05 chương, cung cấp cho người học kiến thức tổng quát và cơ sở về hành vi tiêu dùng du lịch. Nội dung bao gồm khái niệm cơ bản về hành vi tiêu dùng, các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định du lịch của khách hàng, quy trình ra quyết định tiêu dùng của du khách. Học phần cũng hướng dẫn người học phân tích hành vi khách hàng nhằm

VHU.CTDT.BM03

vận dụng trong thiết kế, phát triển sản phẩm du lịch phù hợp với nhu cầu thị trường và yêu cầu của các bên liên quan. Bên cạnh đó, người học được rèn luyện tư duy phản biện và kỹ năng giải quyết vấn đề thông qua các tình huống thực tế, thực hành cho việc định hướng phát triển các chiến lược và sản phẩm du lịch hiệu quả.

4. Mục tiêu của học phần

Học phần có những mục tiêu:

- Cung cấp cho người học các khái niệm cơ bản về hành vi tiêu dùng du lịch, nhận diện các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định du lịch của khách hàng và các quy trình ra quyết định tiêu dùng.
- Trang bị cho người học khả năng phân tích hành vi khách hàng, áp dụng kiến thức đã học vào việc thiết kế và phát triển sản phẩm du lịch đáp ứng nhu cầu thực tế.
- Phát triển cho người học kỹ năng tư duy phản biện và giải quyết vấn đề trong các tình huống cụ thể của ngành du lịch.
- Phát triển kỹ năng phân tích, lập luận và thuyết trình hiệu quả; kỹ năng tư duy sáng tạo, nhạy bén với xu hướng thị trường, và tinh thần trách nhiệm trong việc đề xuất các giải pháp du lịch bền vững.

5. Chuẩn đầu ra của học phần:

Mã CDR	Nội dung chuẩn đầu ra
Kiến thức	
CLO1	Hiểu và phân tích các khái niệm cơ bản về hành vi tiêu dùng, các yếu tố ảnh hưởng trong du lịch
CLO2	Phân tích hành vi khách hàng, các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định du lịch của khách hàng
Kỹ năng	
CLO3	Áp dụng kiến thức về hành vi tiêu dùng để phân tích các bối cảnh, tình huống thực tế để định hướng phát triển sản phẩm du lịch phù hợp, đáp ứng yêu cầu của các bên liên quan
CLO4	Đề xuất, thiết kế và phát triển các sản phẩm du lịch
CLO5	Vận dụng tư duy phản biện, kỹ năng giải quyết vấn đề trong các tình huống thực tế
CLO6	Vận dụng và phát triển kỹ năng làm việc nhóm hiệu quả, kỹ năng lãnh đạo và quản trị trong giao tiếp
Mức độ tự chủ và trách nhiệm	
CLO7	Nhận thức được tầm quan trọng của đạo đức nghề nghiệp trong việc đáp ứng nhu cầu khách hàng
CLO8	Thể hiện tư duy sáng tạo, trách nhiệm trong việc đề xuất giải pháp cải thiện dịch vụ du lịch

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

Chuẩn đầu ra	PLO1	PLO2	PLO5	PLO6	PLO9	PLO11	PLO12
CLO1	X						
CLO2		X					
CLO3		X					
CLO4					X		
CLO5			X				
CLO6				X			
CLO7						X	
CLO8							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 hành vi tiêu dùng du lịch	CLO1
1.1.	Khái niệm chung	
1.2.	Lịch sử hành vi tiêu dùng của khách du lịch	
1.3.	Mô hình về hành vi tiêu dùng du lịch	
1.4.	Vai trò và mối quan hệ giữa hành vi tiêu dùng du lịch với chiến lược Marketing mix	
Chương 2	Các yếu tố quyết định du lịch của khách hàng	CLO2
2.1.	Yếu tố ảnh hưởng đến động cơ du lịch	
2.2.	Yếu tố liên quan đến quyết định mua của khách du lịch	
2.3.	Yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua của khách du lịch	
Chương 3	Tiến trình ra quyết định mua của khách hàng trong du lịch	CLO2, CLO3
3.1.	Các giai đoạn trong tiến trình ra quyết định	
3.2.	Ảnh hưởng của công nghệ và truyền thông đến quy trình ra quyết định	
3.3.	Nghiên cứu điển hình: Hành vi của khách hàng trong các loại hình du lịch khác nhau	

Chương	Nội dung	Đáp ứng CLOs
Chương 4	Hành vi tiêu dùng trong phát triển sản phẩm du lịch	CLO4, CLO5, CLO6, CLO7
4.1.	Phân khúc thị trường du lịch dựa trên hành vi tiêu dùng	
4.2.	Thiết kế sản phẩm du lịch đáp ứng nhu cầu của các phân khúc khách hàng	
4.3.	Vai trò của các bên liên quan trong thiết kế và phát triển sản phẩm du lịch	
Chương 5	Xu hướng tiêu dùng du lịch	CLO5, CLO6, CLO7, CLO8
5.1.	Ảnh hưởng của các vấn đề toàn cầu	
5.2.	Nhận diện xu hướng tiêu dùng du lịch trong hiện tại và tương lai	

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 hành vi tiêu dùng du lịch	5	0	0	10	15	
2	Các yếu tố quyết định du lịch của khách hàng	5	2	0	14	21	
3	Tiến trình ra quyết định mua của khách hàng trong du lịch	5	3	0	16	24	
4	Hành vi tiêu dùng trong phát triển sản phẩm du lịch	10	5	0	30	45	

Chương	Tên chương	Số tiết tín chỉ					Ghi chú
		Lý thuyết	Bài tập	Thực hành	Tự học	Tổng	
5	Xu hướng tiêu dùng du lịch	5	5	0	20	30	
Tổng		30	15	0	90	135	

CÁC CHỦ ĐỀ THẢO LUẬN

1. Văn hóa vùng Đồng bằng sông Cửu Long ảnh hưởng như thế nào đến sở thích du lịch của khách hàng. Cho ví dụ minh họa.
2. Mạng xã hội tác động ra sao đến quyết định lựa chọn điểm đến của du khách trẻ. Phân tích một trường hợp điển hình.
3. So sánh hành vi của khách Việt Nam khi đi du lịch trong nước và nước ngoài dựa trên các yếu tố xã hội và tâm lý. Cho ví dụ minh họa.
4. Phân tích các yếu tố tác động của gia đình đến việc lựa chọn loại hình du lịch của khách Việt Nam.
5. Đại dịch COVID-19 đã thay đổi hành vi tiêu dùng du lịch của người Việt Nam như thế nào? Hãy đề xuất giải pháp tiếp thị và ý tưởng thiết kế tour phù hợp cho doanh nghiệp lữ hành.

8. Phương pháp giảng dạy:

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

- Thuyết trình tích cực.
- Nghiên cứu trường hợp.
- Phát vấn, hỏi lại hoặc vấn đáp.
- Đọc và tóm lược nội dung tài liệu.
- Bài tập tư duy, giải quyết vấn đề.

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

Phương pháp giảng dạy	CLO1	CLO2	CLO3	CLO4	CLO5	CLO6	CLO7	CLO8
Thuyết trình tích cực	X	X	X	X	X			
Nghiên cứu trường hợp		X	X	X	X			
Phát vấn, hỏi lại hoặc vấn đáp	X	X	X	X	X	X	X	X
Đọc, tóm lược nội dung tài liệu	X	X	X					
Bài tập tư duy, giải quyết vấn đề			X	X	X	X	X	X

9. Phương pháp học tập

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

- Nghe giảng, đặt và trả lời câu hỏi.
- Phương pháp thuyết trình.
- Phương pháp tự học.
- Làm việc nhóm.
- Bài luận.

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

Phương pháp học tập	CLO1	CLO2	CLO3	CLO4	CLO5	CLO6	CLO7	CLO8
Nghe giảng, đặt và trả lời câu hỏi	X	X	X					
Phương pháp thuyết trình				X	X	X	X	X
Phương pháp tự học	X	X	X	X	X	X	X	
Làm việc nhóm		X	X	X	X	X		
Bài luận			X	X	X	X	X	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 cá nhân, trọng số 10 %
 - b. Điểm kiểm tra thường xuyên: Bài tập nhóm và thuyết trình, trọng số 30%
2. *Điểm thi kết thúc học phần: trọng số 60%*

Hình thức thi: Tổng hợp (Trắc nghiệm và tự luận) (đề mở).

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
Dự lớp	X	X	X	X	X	X	X	
Bài tập nhóm và thuyết trình		X	X	X	X	X	X	X

Hình thức đánh giá	CL01	CL02	CL03	CL04	CL05	CL06	CL07	CL08
Trắc nghiệm	X	X	X				X	
Tự luận			X	X	X		X	X

13. Tài liệu phục vụ cho học phần

13.1. Tài liệu chính

- John Swarbrooke and Susan Horner, Consumer Behaviour in Tourism, Routledge, USA, 2016.

13.2. Tài liệu tham khảo

- Vũ Huy Thông chủ biên, Giáo trình Hành vi người tiêu dùng, NXB ĐH Kinh tế Quốc dân, 2010.
- Nguyễn Hữu Thụ, Giáo trình Tâm lý học du lịch, NXB ĐHQG Hà Nội, 2009.
- Cục du lịch Quốc gia Việt Nam, Báo cáo thường niên du lịch Việt Nam, 2021.
- Hệ thống cơ sở dữ liệu du lịch Việt Nam – iTourism, Báo cáo thống kê du lịch.

TP.Hồ Chí Minh, ngày 20 tháng 3 năm 2025

Hiệu trưởng
Duyệt

Trưởng Bộ môn
(Ký và ghi rõ họ tên)

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