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: **Tiếp thị trong kinh doanh dịch vụ lưu trú (Marketing in the accommodation business)**
- Mã học phần: **HOS429**
- Số tín chỉ: 3 (3/0/6)
- Bậc đào tạo: Đại học
- Loại học phần (bắt buộc/tự chọn): Tự chọn
- Học phần tiên quyết/ Học phần trước: Marketing căn bản
- Đơn vị phụ trách: 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: Phan Trần Tuyên
- 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: 0369 858 696
- Email: tuyenpt@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

Môn học bao gồm 5 chương, trình bày các kiến thức: Tổng quan về ngành công nghiệp lưu trú; Tổng quan về tiếp thị trong kinh doanh lưu trú; Môi trường Marketing và kế hoạch Marketing lưu trú; Phân đoạn thị trường , lựa chọn thị trường mục tiêu và định vị thị trường của đơn vị kinh doanh lưu trú; Các chiến lược marketing của đơn vị kinh doanh lưu trú. Bên cạnh đó, môn học tích hợp giảng dạy các kỹ năng như giải quyết vấn đề, xử lý tình huống và kỹ năng làm việc nhóm.

4. Mục tiêu của học phần

Học phần có những mục tiêu:

- Cung cấp cho người học những kiến thức cơ bản về các quy luật kinh tế, các kiến thức về quản trị và kỹ thuật Marketing trong hoạt động kinh doanh lưu trú.

- Cung cấp cho người học kiến thức chuyên sâu về công tác quản lý và giám sát hoạt động, các công việc liên quan đến công tác tiếp thị. Bước đầu xây dựng tầm nhìn, chiến lược và chính sách đối với sự phát triển của doanh nghiệp khách sạn – Nhà hàng: Hiểu biết môi trường kinh doanh trong lĩnh vực du lịch, nhằm tạo ra những lợi thế cạnh tranh và sự khác biệt của lĩnh vực lưu trú.

- Phát triển kỹ năng giải quyết vấn đề, khả năng làm việc nhóm hiệu quả.

5. Chuẩn đầu ra của học phần:

TT	Mã CĐR	Nội dung chuẩn đầu ra
5.1	**Về kiến thức**	
5.1.1	CLO1	Nắm vững về các quy luật kinh tế, các kiến thức về quản trị và kỹ thuật marketing cơ bản trong hoạt động kinh doanh lưu trú
5.1.2	CLO2	Xây dựng được các kế hoạch tiếp thị trong hoạt động kinh doanh lưu trú
5.1.3	CLO3	Vận dụng các kiến thức đã học để có thể áp dụng các kế hoạch, chiến lược Marketing cho doanh nghiệp kinh doanh lưu trú
5.1.4	CLO4	Đánh giá và cải tiến các hoạt động tiếp thị đối với doanh nghiệp kinh doanh lưu trú

5.2	**Về kỹ năng**	
5.2.1	CLO5	Hoạch định và thực hiện các kế hoạch, chiến lược Marketing của cơ sở lưu trú.
5.2.2	CLO6	Tham gia làm việc nhóm hiệu quả
5.2.2	CLO7	Xử lý các vấn đề, tình huống phát sinh trong hoạt động tiếp thị
5.3	**Mức tự chủ và trách nhiệm**	
5.3.1	CLO8	Có ý thức trách nhiệm với công việc: lịch sự, ân cần, sẵn sàng phục vụ khách và giúp đỡ đồng nghiệp.
5.3.2	CLO9	Hình thành lòng yêu nghề, lấy khách hàng là trung tâm.

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
CLO1	X			X						
CLO2			X	X						
CLO3	X		X							
CLO4			X		X					
CLO5		X			X					
CLO6					X					
CLO7					X	X				
CLO8									X	
CLO9										X

6. Nội dung chi tiết của học phần

6.1. Lý thuyết

Chương	Nội dung	Đáp ứng CLOs
Chương 1	**Tổng quan về ngành công nghiệp lưu trú**	
1.1.	Cơ sở lưu trú.	*CLO1* *CLO4* *CLO5*
1.2.	1.2. Nền công nghiệp lưu trú du lịch	
Chương 2	**Tổng quan về tiếp thị trong kinh doanh lưu trú**	
2.1.	Các khái niệm cơ bản	*CLO1* *CLO4* *CLO5*
2.2.	Định hướng và nguyên tắc căn bản của markting lưu trú	

Chương	Nội dung	Đáp ứng CLOs
Chương 3	**Môi trường Marketing và kế hoạch Marketing lưu trú**	
3.1.	Môi trường marketing	*CLO1* *CLO3* *CLO4* *CLO5*
3.2.	Kế hoạch Marketing	
Chương 4	**Phân đoạn thị trường , lựa chọn thị trường mục tiêu và định vị thị trường của đơn vị kinh doanh lưu trú**	
4.1.	Phân đoạn thị trường	*CLO1* *CLO3* *CLO4* *CLO5*
4.2.	Lựa chọn thị trường mục tiêu	
4.3.	Định vị thương hiệu trên thị trường mục tiêu	
Chương 5	**Các chiến lược marketing của đơn vị kinh doanh lưu trú**	
5.1.	Tổng quan về chiến lược marketing du lịch	*CLO2* *CLO3* *CLO4* *CLO5*
5.2.	Quy trình xây dựng chiến lược marketing du lịch	
5.3.	Các loại chiến lược marketing điển hình	

6.2. Thực hành

	Nội dung
6.2.1.	**Bài tập cá nhân**
	Sinh viên tự lập kế hoạch Marketing cho một đơn vị kinh doanh lưu trú bất kỳ
6.2.2.	**Bài tập nhóm**
	- Người học thảo luận với nhóm các câu hỏi của giảng viên - 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 ngành công nghiệp lưu trú	6	3		10	9	
2	Tổng quan về tiếp thị trong kinh doanh lưu trú	6	3		10	9	

Chương	Tên chương	Số tiết tín chỉ					Ghi chú
		Lý thuyết	Bài tập	Thực hành	Tự học	Tổng	
3	Môi trường Marketing và kế hoạch Marketing lưu trú	6	3		10	9	
4	Phân đoạn thị trường , lựa chọn thị trường mục tiêu và định vị thị trường của đơn vị kinh doanh lưu trú	6	3		10	9	
5	Các chiến lược marketing của đơn vị kinh doanh lưu trú	6	3		10	9	
Tổng		**30**	**15**		**90**	**45**	

CÁC CHỦ ĐỀ THẢO LUẬN VÀ TIỂU LUẬN

1. Tầm quan trọng của tiếp thị trong hoạt động kinh doanh lưu trú
2. Việc ứng dụng thương mại điện tử vào công tác tiếp thị của đơn vị kinh doanh lưu trú có vai trò như thế nào trong thời đại mới.
3. Lập kế hoạch marketing cho một đơn vị kinh doanh lưu trú.

8. Phương pháp giảng dạy:

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

- Thuyết trình
- Phát vấn
- Giải quyết vấn đề
- Đọc và tóm lược nội dung tài liệu

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	CLO9
Thuyết trình	X	X	X	X	X	X	X		
Phát vấn	X		X	X			X	X	X

Giải quyết vấn đề		X	X	X	X	X	X	X	X
Đọc và tóm lược nội dung tài liệu	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:

- 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	CLO6	CLO7	CLO8	CLO9
Thuyết trình	X		X	X		X		X	X
Làm việc nhóm	X		X	X	X	X	X	X	X
Tự học, tự nghiên cứu	X	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: Dự lớp, trọng số 10%

b. Điểm kiểm tra thường xuyên: Thuyết trình, trọng số 30%

2. *Điểm thi kết thúc học phần: trọng số 60%*

Hình thức thi: Tự luận.

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
Tự luận	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Thuyết trình	X	X	X	X		X		X	X
Dự lớp					X	X		X	X

13. Tài liệu phục vụ cho học phần (các tài liệu xuất bản từ năm 2017 trở lại đây và cung cấp được cho Trung tâm Học liệu nơi đặt tài liệu)

13.1. Tài liệu chính

1. TS. Nguyễn Thu Thủy, Giáo trình Marketing du lịch, Nhà Xuất Bản Đại Học Quốc Gia Hà Nội, 2024.

13.2. Tài liệu tham khảo

1. Giáo trình Marketing du lịch, NXB ĐH Kinh tế quốc dân , PGS.TS Nguyễn Văn Mạnh.

1. Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, and Iwan Setiawan, Marketing 4.0 (Moving from traditional to Digital). NXB Trẻ, 2017.

2. Sunil Gupta, Driving Digital Strategy (Kinh doanh trong thời đại 4.0). NXB Đại học Kinh Tế Quốc Dân, 2018.

3. Brian Halligan and Dharmesh Shah, Inbound marketing (Thu hút thế giới về với bạn trong môi trường trực tuyến). NXB Tổng hợp Tp. Hồ Chí Minh, 2019.

TP.Hồ Chí Minh, ngày tháng năm 2025

Hiệu trưởng **Duyệt**	**Trưởng Bộ môn** (Ký và ghi rõ họ tên)	**Giảng viên biên soạn** (Ký và ghi rõ họ tên)