

BỘ CÔNG THƯƠNG
TRƯỜNG ĐẠI HỌC SAO ĐỎ

ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN
MARKETING DU LỊCH

Số tín chỉ: **03**

Trình độ đào tạo: Đại học

Ngành: Việt Nam học

Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành

Năm 2022

ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

Trình độ đào tạo: Đại học

Ngành đào tạo: Việt Nam học

Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành

1. Tên học phần: Marketing du lịch

2. Mã học phần: VNH 036

3. Số tín chỉ: 3 (2,1)

4. Trình độ cho sinh viên: Năm thứ 3

5. Phân bố thời gian:

- Lên lớp: 30 tiết lý thuyết, 30 giờ thực hành

- Tự học: 60 giờ

6. Điều kiện tiên quyết: Sau khi học xong học phần: Tâm lý học người tiêu dùng.

7. Giảng viên:

STT	Học hàm, học vị, họ tên	Số điện thoại	Email
1	ThS. Nguyễn Thị Hương Huyền	0989.836.345	Huyentb2010@gmail.com
2	ThS. Nguyễn Thị Sao	0977.125.495	Maisaobms@gmail.com
4	ThS. Nguyễn Thị Thảo	0904.422.018	Nguyenthaosd@gmail.com

8. Mô tả nội dung của học phần:

Học phần Marketing du lịch giới thiệu cho sinh viên những nội dung cơ bản về: Khái quát về Marketing và marketing du lịch, thị trường du lịch, phân đoạn thị trường và lựa chọn thị trường mục tiêu, marketing hỗn hợp trong du lịch.

9. Mục tiêu và chuẩn đầu ra học phần:

9.1. Mục tiêu

- Mục tiêu học phần thỏa mãn mục tiêu của chương trình đào tạo:

Mục tiêu	Mô tả	Mức độ theo thang đo Bloom	Phân bố mục tiêu học phần trong CTĐT
MT1	Kiến thức		
MT1.1	Sinh viên xác định được những kiến thức cơ bản về marketing du lịch, thị trường du lịch, phân đoạn thị trường du lịch, nghiên cứu khách du lịch.	3	[1.2.1.2a]
MT1.2	Có kiến thức về các chính sách marketing sản phẩm du lịch bao gồm chính sách sản	3	

Mục tiêu	Mô tả	Mức độ theo thang đo Bloom	Phân bổ mục tiêu học phần trong CTĐT
	phẩm, chính sách giá cả, chính sách phân phối và xúc tiến trong du lịch.		
MT2	Kỹ năng		
MT2.1	Phân tích những nội dung cơ bản về marketing du lịch, thị trường du lịch, phân đoạn thị trường du lịch, nghiên cứu khách du lịch và các chính sách marketing sản phẩm du lịch	4	[1.2.2.3]
MT2.2	Vận dụng được kiến thức chuyên ngành để chủ động, tích cực, sáng tạo để giải quyết những công việc liên quan đến marketing trong quá trình làm việc tại các doanh nghiệp du lịch.	4	
MT3	Mức tự chủ và trách nhiệm		
MT3.1	Sinh viên có năng lực: làm việc độc lập (tự nghiên cứu tài liệu, tự giác làm bài tập) và làm việc theo nhóm.	4	[1.2.3.1]
MT3.2	Có thái độ tích cực trong học tập và chịu trách nhiệm với các nhiệm vụ được giao.	4	

9.2. Chuẩn đầu ra

- Sự phù hợp của chuẩn đầu ra học phần với chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo:

CĐR học phần	Mô tả	Thang đo Bloom	Phân bổ CĐR học phần trong CTĐT
CĐR1	Kiến thức		
CĐR1.1	Có kiến thức cơ bản về marketing du lịch.	3	[2.1.3]
CĐR1.2	Có kiến thức cơ bản về thị trường du lịch, phân đoạn thị trường du lịch, nghiên cứu khách du lịch.	4	
CĐR1.3	Có kiến thức về các chính sách marketing sản phẩm du lịch bao gồm chính sách sản phẩm, chính sách giá cả, chính sách phân phối và xúc tiến trong du lịch.	4	
CĐR2	Kỹ năng		
CĐR2.1	Phân tích làm rõ những nội dung cơ bản về thị trường	4	[2.2.1]

CDR học phần	Mô tả	Thang đo Bloom	Phân bổ CDR học phần trong CTĐT
	du lịch, phân đoạn thị trường du lịch, nghiên cứu khách du lịch và các chính sách marketing sản phẩm du lịch		
CDR2.2	Vận dụng được kiến thức chuyên ngành để chủ động, tích cực, sáng tạo để giải quyết những công việc liên quan đến marketing trong quá trình làm việc tại các doanh nghiệp du lịch.	4	
CDR3	Năng lực tự chủ và trách nhiệm		
CDR3.1	Có năng lực làm việc độc lập, làm việc theo nhóm, chịu trách nhiệm với các nhiệm vụ được phân công.	4	[2.3.1]
CDR3.2	Tự định hướng, đưa ra kết luận và bảo vệ quan điểm cá nhân trong lĩnh vực chuyên môn.	4	[2.3.2]

10. Ma trận liên kết nội dung với chuẩn đầu ra học phần:

Chương	Nội dung học phần	Chuẩn đầu ra của học phần						
		CĐR1			CĐR2		CĐR3	
		CĐR 1.1	CĐR 1.2	CĐR 1.3	CĐR 2.1	CĐR 2.2	CĐR 3.1	CĐR 3.2
1	<p>Chương 1: Tổng quan về marketing và marketing du lịch.</p> <p>1.1. Khái niệm Marketing</p> <p>1.1.1. Một số khái niệm cơ bản</p> <p>1.1.2. Khái niệm marketing</p> <p>1.1.3. Quy trình marketing</p> <p>1.2. Marketing du lịch</p> <p>1.2.1. Sản phẩm du lịch</p> <p>1.2.2. Khái niệm marketing du lịch</p> <p>1.2.3. Đặc điểm của Marketing du lịch</p>	3					3	3
2	<p>Chương 2: Thị trường du lịch</p> <p>2.1. Đặc điểm của thị trường du lịch</p> <p>2.1.1. Khái niệm</p> <p>2.1.2. Đặc điểm của thị trường du lịch</p> <p>2.2. Phân loại thị trường du lịch</p> <p>2.2.1. Căn cứ vào cơ cấu khách du lịch</p> <p>2.2.2. Căn cứ vào sự phân chia vùng lãnh thổ</p> <p>2.2.3. Căn cứ vào đặc điểm không gian cung cầu</p> <p>2.2.4. Căn cứ vào tính mùa vụ</p> <p>2.3. Cung và cầu trên thị trường du lịch.</p>		3		3	3	3	3

Chương	Nội dung học phần	Chuẩn đầu ra của học phần						
		CĐR1			CĐR2		CĐR3	
		CĐR 1.1	CĐR 1.2	CĐR 1.3	CĐR 2.1	CĐR 2.2	CĐR 3.1	CĐR 3.2
	2.3.1. Cầu du lịch và đặc trưng của cầu du lịch. 2.3.2. Cung du lịch và đặc trưng của cung du lịch 2.4. Các yếu tố ảnh hưởng đến thị trường du lịch 2.4.1. Các yếu tố thuộc về tự nhiên 2.4.2. Các yếu tố về văn hoá - xã hội 2.4.3. Các yếu tố thuộc về kinh tế 2.4.4. Các yếu tố thuộc về chính trị 2.4.5. Các yếu tố khác 2.5. Nghiên cứu khách du lịch 2.5.1. Những yếu tố khách quan ảnh hưởng đến khách du lịch. 2.5.2. Những yếu tố chủ quan ảnh hưởng đến khách du lịch 2.5.3. Những nhân tố thuộc về tâm lý 2.6. Phương pháp nghiên cứu thị trường 2.6.1. Thu thập thông tin 2.6.2. Xử lý thông tin							
3	Chương 3: Phân đoạn và lựa chọn thị trường mục tiêu 3.1. Phân đoạn thị trường du lịch 3.1.1. Khái niệm 3.1.2. Các tiêu thức phân đoạn 3.1.3. Các phương pháp phân đoạn		4		3	3	3	3

Chương	Nội dung học phần	Chuẩn đầu ra của học phần						
		CĐR1			CĐR2		CĐR3	
		CĐR 1.1	CĐR 1.2	CĐR 1.3	CĐR 2.1	CĐR 2.2	CĐR 3.1	CĐR 3.2
	3.2. Lựa chọn thị trường mục tiêu 3.2.1. Khái niệm 3.2.2. Phương pháp 3.3. Định vị thị trường 3.3.1. Khái niệm 3.3.2. Lý do để xác định vị thế 3.3.3. Những yếu tố cần thiết cho việc xác định vị thế có hiệu quả 3.3.4. Các phương pháp xác định vị thế							
4	Chương 4: Chính sách marketing - mix 4.1. Chính sách sản phẩm 4.1.1. Khái niệm chính sách sản phẩm du lịch 4.1.2. Nội dung của chính sách sản phẩm 4.2. Chính sách giá 4.2.1. Khái niệm chính sách giá 4.2.2. Xác định mục tiêu của chính sách giá 4.2.3. Xác định khung giá 4.2.4. Các hình thức định giá sản phẩm du lịch 4.2.5. Định giá chương trình du lịch 4.3. Chính sách phân phối sản phẩm du lịch 4.3.1. Khái niệm và bản chất phân phối			3	3	3	3	3

Chương	Nội dung học phần	Chuẩn đầu ra của học phần						
		CĐR1			CĐR2		CĐR3	
		CĐR 1.1	CĐR 1.2	CĐR 1.3	CĐR 2.1	CĐR 2.2	CĐR 3.1	CĐR 3.2
	4.3.2. Vị trí và vai trò 4.3.3. Nội dung của chính sách phân phối 4.4. Chính sách xúc tiến 4.4.1. Khái niệm 4.4.2. Tầm quan trọng 4.4.3. Nội dung của chính sách xúc tiến							

11. Đánh giá học phần

11.1. Ma trận phương pháp kiểm tra đánh giá với chuẩn đầu ra học phần

STT	Điểm thành phần	Quy định	Trọng số	Phương pháp kiểm tra đánh giá	CDR của học phần			Ghi chú
					CDR1	CDR2	CDR3	
1	Điểm thường xuyên, đánh giá nhận thức, thái độ thảo luận, chuyên cần của sinh viên...	01 điểm	20%	Đánh giá nhận thức và thái độ tham gia thảo luận; đánh giá phần bài tập; chuyên cần: vấn đáp	CDR1.1, CDR1.2	CDR2.1, CDR2.2	CDR3.1, CDR3.2	Điểm trung bình của các lần đánh giá
2	Kiểm tra giữa học phần	01 điểm	30%	Tự luận: 90 phút	CDR1.1, CDR1.3	CDR2.1, CDR2.2	CDR3.1, CDR3.2	
3	Thi kết thúc học phần	01 điểm	50%	Tự luận, thời gian: 90 phút	CDR1.2, CDR1.3	CDR2.1, CDR2.2	CDR3.1, CDR3.2	

11.2. Cách tính điểm học phần

Điểm học phần là trung bình cộng các điểm thành phần đã nhân trọng số. Tính theo thang điểm 10, làm tròn đến một chữ số thập phân. Sau đó chuyển thành thang điểm chữ và thang điểm 4.

12. Yêu cầu học phần

- Yêu cầu về nghiên cứu tài liệu: Đọc giáo trình trước khi đến lớp, đọc thêm các tài liệu liên quan đến Marketing du lịch.

- Yêu cầu về thái độ học tập: Chuẩn bị đầy đủ tài liệu trước khi đến lớp. Thực hiện tốt nhiệm vụ được giảng viên phân công. Ghi chép và tích cực thảo luận, xây dựng bài trên lớp.

- Yêu cầu về thực hiện nhiệm vụ về nhà: Sinh viên thực hiện nghiêm túc các nội dung tự học ở nhà theo sự hướng dẫn của giảng viên, hoàn thành tất cả bài tập và nhiệm vụ giảng viên giao.

- Yêu cầu về chuyên cần: Sinh viên tham dự ít nhất 80% thời lượng học phần theo quy chế.

- Yêu cầu về kiểm tra giữa học phần và kết thúc học phần: Sinh viên thực hiện theo quy chế.

13. Tài liệu phục vụ học phần:

- *Tài liệu bắt buộc*

[1] PGS TS Nguyễn Văn Mạnh (2009), Marketing du lịch, NXB Đại học Kinh tế quốc dân.

- Tài liệu tham khảo

[2] GS TS Nguyễn Văn Đỉnh (2021), Kinh tế du lịch, NXB Đại học Kinh tế quốc dân.

14. Nội dung chi tiết học phần:

TT	Nội dung giảng dạy	Số tiết	Phương pháp dạy – học	CĐR học phần
1	<p>Chương 1: Tổng quan về marketing và marketing du lịch.</p> <p>Mục tiêu chung: Hiểu và trình bày được khái niệm, quy trình marketing và marketing trong du lịch</p> <p>Nội dung cụ thể:</p> <p>1.1. Khái niệm Marketing</p> <p>1.1.1. Một số khái niệm cơ bản</p> <p>1.1.2. Khái niệm marketing</p> <p>1.1.3. Quy trình marketing</p> <p>1.2. Marketing du lịch</p> <p>1.2.1. Sản phẩm du lịch</p> <p>1.2.2. Khái niệm marketing du lịch</p> <p>1.2.3. Đặc điểm của Marketing du lịch</p>	12 (4LT, 8TH)	<p>Thuyết trình; Dạy học dựa trên vấn đề; Tổ chức học theo nhóm.</p> <p>- Giảng viên:</p> <ul style="list-style-type: none"> + Giải thích các khái niệm, định nghĩa. + Nêu vấn đề, hướng dẫn sinh viên giải quyết vấn đề. + Giao bài tập cho cá nhân, các nhóm. + GV nhận xét, đánh giá và kết luận. <p>- Sinh viên:</p> <ul style="list-style-type: none"> + Đọc trước tài liệu: [1]: chương 1. [2]: Chương 1 và 2. + Lắng nghe, quan sát, ghi chép và giải quyết các vấn đề. + Trả lời câu hỏi cá nhân, theo nhóm trong [1]: Chương 1, mục 1.1 - 1.3. + Thảo luận 	CĐR1.1, CĐR3.1, CĐR3.2.
2	<p>Chương 2: Thị trường du lịch</p> <p>Mục tiêu chung: Hiểu và trình bày được đặc điểm, phân loại, đánh giá các yếu tố ảnh hưởng thị trường du lịch</p> <p>Nội dung cụ thể:</p> <p>2.1. Đặc điểm của thị trường du lịch</p> <p>2.1.1. Khái niệm</p> <p>2.1.2. Đặc điểm của thị trường</p>	18 (6LT, 10TH, 2KT)	<p>Thuyết trình; Tổ chức cho sinh viên tranh luận; Tổ chức học theo nhóm.</p> <p>- Giảng viên:</p> <ul style="list-style-type: none"> + Giải thích các khái niệm, định nghĩa. + Giao nội dung thảo luận cho các nhóm. + Giảng viên đánh giá, nhận xét và đưa ra kết luận. 	CĐR1.2, CĐR2.1, CĐR2.2, CĐR3.1, CĐR3.2.

TT	Nội dung giảng dạy	Số tiết	Phương pháp dạy – học	CDR học phần
	<p>du lịch</p> <p>2.2. Phân loại thị trường du lịch</p> <p>2.2.1. Căn cứ vào cơ cấu khách du lịch</p> <p>2.2.2. Căn cứ vào sự phân chia vùng lãnh thổ</p> <p>2.2.3. Căn cứ vào đặc điểm không gian cung cầu</p> <p>2.2.4. Căn cứ vào tính mùa vụ</p> <p>2.3. Cung và cầu trên thị trường lịch.</p> <p>2.3.1. Cầu du lịch và đặc trưng của cầu du lịch.</p> <p>2.3.2. Cung du lịch và đặc trưng của cung du lịch</p> <p>2.4. Các yếu tố ảnh hưởng đến thị trường du lịch</p> <p>2.4.1. Các yếu tố thuộc về tự nhiên</p> <p>2.4.2. Các yếu tố về văn hoá - xã hội</p> <p>2.4.3. Các yếu tố thuộc về kinh tế</p> <p>2.4.4. Các yếu tố thuộc về chính trị</p> <p>2.4.5. Các yếu tố khác</p> <p>2.5. Nghiên cứu khách du lịch</p> <p>2.5.1. Những yếu tố khách quan ảnh hưởng đến khách du lịch.</p> <p>2.5.2. Những yếu tố chủ quan ảnh hưởng đến khách du lịch</p> <p>2.5.3. Những nhân tố thuộc về tâm lý</p> <p>2.6. Phương pháp nghiên cứu thị trường</p> <p>2.6.1. Thu thập thông tin</p>		<p>- Sinh viên:</p> <p>+ Đọc trước tài liệu:</p> <p>[1]: Chương 2;</p> <p>[2]: Chương 3;</p> <p>+ Lắng nghe, quan sát, ghi chép, thảo luận và phản biện.</p> <p>+ Làm bài tập theo nhóm trong tài liệu [1]: Chương 2, mục 2.1-2.6.</p> <p>+ Thảo luận.</p> <p>+ Làm bài kiểm tra.</p>	

TT	Nội dung giảng dạy	Số tiết	Phương pháp dạy – học	CDR học phần
	2.6.2. Xử lý thông tin Kiểm tra giữa học phần			
3	<p>Chương 3: Phân đoạn và lựa chọn thị trường mục tiêu Mục tiêu chung: Hiểu và trình bày được phân đoạn, lựa chọn và định vị thị trường mục tiêu Nội dung cụ thể: 3.1. Phân đoạn thị trường du lịch 3.1.1. Khái niệm 3.1.2. Các tiêu thức phân đoạn 3.1.3. Các phương pháp phân đoạn 3.2. Lựa chọn thị trường mục tiêu 3.2.1. Khái niệm 3.2.2. Phương pháp 3.3. Định vị thị trường 3.3.1. Khái niệm 3.3.2. Lý do để xác định vị thế 3.3.3. Những yếu tố cần thiết cho việc xác định vị thế có hiệu quả 3.3.4. Các phương pháp xác định vị thế</p>	18 (6LT, 12TH)	<p>Thuyết trình; Tổ chức cho sinh viên tranh luận; Tổ chức học theo nhóm. - Giảng viên: + Nêu vấn đề cần giải quyết. + Đưa nội dung thảo luận. + Giao bài tập cho các nhóm. + Giảng viên đánh giá, nhận xét và đưa ra kết luận. - Sinh viên: + Đọc trước tài liệu: [1]: Chương 3; [2]: Chương 4. + Lắng nghe, quan sát, ghi chép, tranh luận và phản biện. + Làm bài tập theo nhóm trong tài liệu [1]: Chương 3, Bài 3.1-3.3. + Thảo luận.</p>	CDR1.2, CDR2.1, CDR2.2, CDR3.1, CDR3.2.
4	<p>Chương 4: Chính sách marketing – mix Mục tiêu chung: Hiểu và phân tích được chính sách marketing - mix Nội dung cụ thể: 4.1. Chính sách sản phẩm 4.1.1. Khái niệm chính sách sản phẩm du lịch 4.1.2. Nội dung của chính sách sản phẩm 4.2. Chính sách giá</p>	12 (4LT, 8TH)	<p>Thuyết trình; Tổ chức cho sinh viên tranh luận; Tổ chức học theo nhóm. - Giảng viên: + Nêu vấn đề cần giải quyết. + Đưa nội dung thảo luận. + Giao bài tập cho các nhóm. + Giảng viên đánh giá, nhận xét và đưa ra kết</p>	CDR1.3, CDR2.1, CDR2.2, CDR3.1, CDR3.2.

TT	Nội dung giảng dạy	Số tiết	Phương pháp dạy – học	CDR học phần
	4.2.1. Khái niệm chính sách giá 4.2.2. Xác định mục tiêu của chính sách giá 4.2.3. Xác định khung giá 4.2.4. Các hình thức định giá sản phẩm du lịch 4.2.5. Định giá chương trình du lịch 4.3. Chính sách phân phối sản phẩm du lịch 4.3.1. Khái niệm và bản chất phân phối 4.3.2. Vị trí và vai trò 4.3.3. Nội dung của chính sách phân phối 4.4. Chính sách xúc tiến 4.4.1. Khái niệm 4.4.2. Tầm quan trọng 4.4.3. Nội dung của chính sách xúc tiến		luận. - Sinh viên: + Đọc trước tài liệu: [1]: Chương 4; [2]: Chương 5. + Lắng nghe, quan sát, ghi chép, tranh luận và phản biện. + Làm bài tập theo nhóm trong tài liệu [1]: Chương 4, Bài 4.1- 4.3. + Thảo luận.	

Hải Dương, ngày 9 tháng 8 năm 2022

KT. HIỆU TRƯỞNG
PHÓ HIỆU TRƯỞNG



TS. Nguyễn Thị Kim Nguyễn

TRƯỞNG KHOA

Nguyễn Đăng Tiến

TRƯỞNG BỘ MÔN

Nguyễn Thị Hương Huyền