

## CHƯƠNG TRÌNH TRÌNH ĐỘ ĐẠI HỌC

### NGÀNH ĐÀO TẠO: ĐỊA LÝ HỌC

#### ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

##### 1. Thông tin tổng quát (General information)

- Tên học phần: <b>MARKETING TRONG HOẠT ĐỘNG DU LỊCH</b>			
- Tên tiếng Anh: MARKETING IN TOURISM ACTIVITIES			
- Mã học phần: DL141			
- Học kỳ: 3			
- Thuộc khối kiến thức/kỹ năng:			
Kiến thức cơ bản	<input type="checkbox"/>	Kiến thức cơ sở ngành	<input type="checkbox"/>
Kiến thức chuyên ngành	<input checked="" type="checkbox"/>	Kiến thức khác	<input type="checkbox"/>
Học phần chuyên về kỹ năng chung	<input type="checkbox"/>	Đồ án/Khóa luận tốt nghiệp	<input type="checkbox"/>
- Số tín chỉ: 2 (2 + 0)			
+ Số tiết lý thuyết/số buổi: 30 tiết			
+ Số tiết thực hành/số buổi:			
- Tự học: 45 tiết			
+ Đọc tài liệu: 20 tiết			
+ Làm bài tập: 25 tiết			
+ Hoạt động khác (nếu có): tham dự nhóm ở nơi khảo sát được phân công			
- Học phần tiên quyết: Địa lý du lịch			
- Học phần song hành:			

##### 2. Mô tả học phần (Course descriptions)

Học phần bao gồm 4 chương, trong đó chương 1 trình bày tổng quan về marketing và marketing du lịch; chương 2 trình bày về môi trường của marketing du lịch; chương 3 trình bày về chiến lược và chương 4 trình bày về chính sách marketing du lịch.

##### 3. Mục tiêu học phần

Môn học cung cấp cho sinh viên những khái niệm cơ bản tổng quan về marketing và marketing du lịch. Trang bị cho SV những kinh nghiệm thực tế về marketing du lịch và hoạt động kinh doanh dịch vụ lữ hành tại các doanh nghiệp du lịch. Rèn luyện cho SV có kỹ năng ra các phương pháp nghiên cứu nhu cầu của khách hàng, phân tích hành vi

tiêu dùng của khách du lịch và các phương thức cung ứng sản phẩm trên cơ sở phân tích môi trường kinh doanh của doanh nghiệp. Có thái độ đúng đắn trong tiếp thị các sản phẩm du lịch có đạo đức.

#### 4. Nguồn học liệu

##### *Tài liệu bắt buộc:*

1. Nguyễn Trùng Khánh (2006), *Giáo trình Marketing du lịch*, Nxb Lao động – Xã hội.

##### *Tài liệu tham khảo:*

2. Trần Ngọc Nam- Trần Huy Khang (2010), *Marketing du lịch*, Nxb TP.Hồ Chí Minh
3. Nguyễn Xuân Quang (chủ biên) (2008), *Giáo trình Marketing thương mại*, Đại học kinh tế quốc dân, Nxb Thống kê.

#### 5. Chuẩn đầu ra học phần

Học phần đóng góp cho Chuẩn đầu ra của CTĐT theo mức độ sau:

N : Không đóng góp/không liên quan

S : Có đóng góp/liên quan nhưng không nhiều

H : Đóng góp nhiều/liên quan nhiều

Mã HP	Mức độ đóng góp													
	ELO 1	ELO 2	ELO 3	ELO 4	ELO 5	ELO 6	ELO 7	ELO 8	ELO 9	ELO 10	ELO 11	ELO 12	ELO 13	ELO 14
DL141	N	N	S	H	H	H	H	N	S	N	H	H	H	H

Chi tiết Chuẩn đầu ra được mô tả trong bảng sau:

Chuẩn đầu ra học phần			CDR của CTĐT (ELOx)
Kiến thức	CELO1	Tóm tắt những khái niệm cơ bản về marketing và marketing du lịch.	ELO3- ELO5
	CELO2	Thành thạo các chính sách và công cụ marketing	
	CELO3	Xây dựng được một chiến lược marketing cho doanh nghiệp kinh doanh du lịch.	

Kỹ năng	CELO4	Tư duy, phân tích và ra quyết định; vận dụng một cách hiệu quả trong marketing DL.	ELO8- ELO10
Thái độ	CELO5	Yêu thích môn học, ngành học mà sinh viên đang theo học.	ELO11- ELO14

## 6. Chỉ báo thực hiện chuẩn đầu ra

CDR (LOx)	Chỉ báo thực hiện	Mô tả chỉ báo thực hiện
CELO1	CELO1.1	Trình bày được khái niệm du lịch, khách du lịch, các sản phẩm du lịch.
	CELO1.2	Trình bày được các loại hình du lịch và phân loại các sản phẩm du lịch.
CELO2	CELO2.1	Trình bày được khái niệm marketing du lịch.
	CELO2.2	Mô phỏng được một chiến lược marketing du lịch.
	CELO2.3	Thành thạo các chính sách và công cụ marketing
CELO3	CELO3.1	Xây dựng được phương pháp nghiên cứu thị trường, những đặc điểm dẫn đến sự lựa chọn địa điểm du lịch.
	CELO3.2	Tiến hành điều tra các nhu cầu của du khách ở địa điểm du lịch nào đó.
	CELO3.3	Xác định được điều kiện cơ bản để phát triển sản phẩm du lịch mới, quy trình phát triển sản phẩm mới.
CELO4	CELO4.1	Xây dựng được chiến lược xây dựng thương hiệu; chiến lược giá cả; chiến lược phân phối
	CELO4.2	Phân tích được các công cụ tạo nên chiến lược xúc tiến bán hàng tại các đơn vị kinh doanh du lịch.
CELO5		Quan tâm, yêu thích trong quảng bá tài nguyên du lịch

## 7. Đánh giá học phần

Hình thức kiểm tra	Nội dung	Thời điểm	Chỉ báo thực hiện	Tỉ lệ (%)
Vấn	Cá nhân: Đánh giá quá trình học cá nhân	Suốt quá	CELO5	25

đáp/tự luận	qua thái độ, hành vi tham gia môn học	trình học		
	<b>Bài tập nhóm:</b> Điều tra và xây dựng chiến lược phát triển Marketing DL ở 1 điểm du lịch tự chọn	Sau tiết 40	CELO3.1-CELO3.3	25
Điều tra thực tế	Kiểm tra cuối kì: Bài tập có nghiên cứu thị trường marketing du lịch và phân tích (tiểu luận nhóm)	Theo lịch của trường	CELO4.1-CELO4.2	50

## 8. Nội dung chi tiết học phần

Số tiết	Nội dung	Hoạt động dạy, học và đánh giá	Chỉ báo thực hiện	Tài liệu TK
5 tiết	<p><b>Chương 1: TỔNG QUAN VỀ MARKETING VÀ MARKETING DU LỊCH</b></p> <p>1.1. Tổng quan về Marketing</p> <p>1.2. Vai trò và chức năng của hoạt động Marketing</p> <p>1.3. Marketing du lịch</p> <p>1.4. Những đặc trưng của sản phẩm, dịch vụ du lịch</p>	<p><b>Phương pháp giảng dạy:</b> Đàm thoại, nêu vấn đề</p> <p><b>Nội dung tự học ở nhà:</b> Tìm hiểu về marketing và marketing du lịch</p> <p><b>Hoạt động đánh giá:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Đánh giá trên lớp: cho /nhận phản hồi các vấn đề thảo luận.</li> <li>- Đánh giá tự học: nội dung trình bày.</li> </ul>	CELO1.1-1.2	[1]
7 tiết	<p><b>Chương 2: MÔI TRƯỜNG MARKETING DU LỊCH VÀ THỊ TRƯỜNG DU LỊCH</b></p> <p>2.1. Khái niệm về môi trường Marketing</p> <p>2.2. Môi trường vi mô</p> <p>2.3. Môi trường vĩ mô</p> <p>2.4. Môi trường nội bộ doanh nghiệp</p> <p>2.5. Thị trường du lịch</p>	<p><b>Phương pháp giảng dạy:</b> Đàm thoại, nêu vấn đề, giải quyết vấn đề, nhóm</p> <p><b>Nội dung tự học ở nhà:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tìm hiểu môi trường nội bộ doanh nghiệp làm marketing DL.</li> <li>- Tìm hiểu thị trường DL tại điểm được phân công</li> </ul>	CELO2.1	[1]

		<p><b>Hoạt động đánh giá:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Đánh giá trên lớp: cho /nhận phản hồi các vấn đề thảo luận, bài thuyết trình.</li> <li>- Đánh giá tự học: nội dung trình bày và kỹ năng thuyết trình nhóm</li> </ul>		
10 tiết	<p><i>Chương 3: HOẠCH ĐỊNH CHIẾN LƯỢC MARKETING DU LỊCH</i></p> <p>3.1. Mục tiêu của việc hoạch định chiến lược Marketing du lịch</p> <p>3.2. Trình tự và nội dung hoạch định chiến lược Marketing du lịch.</p>	<p><b>Phương pháp giảng dạy:</b> Nhóm thuyết trình</p> <p><b>Nội dung tự học ở nhà:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nhóm triển khai nội dung hoạch định tại điểm được phân công</li> </ul> <p><b>Hoạt động đánh giá:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Đánh giá trên lớp: cho /nhận phản hồi các vấn đề thảo luận, bài thuyết trình.</li> <li>- Đánh giá tự học: bài thuyết trình nhóm</li> </ul>	CELO2.2	[1]
8 tiết	<p><i>Chương 4: CHÍNH SÁCH MARKETING DU LỊCH</i></p> <p>4.1. Chính sách về sản phẩm du lịch</p> <p>4.2. Chính sách giá cả sản phẩm du lịch</p> <p>4.3. Chính sách phân phối trong du lịch</p> <p>4.4. Chính sách xúc tiến hỗn hợp trong du lịch.</p>	<p><b>Phương pháp giảng dạy:</b> Nhóm thuyết trình, giải quyết vđ</p> <p><b>Nội dung tự học ở nhà:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nhóm triển khai chính sách về marketing DL tại điểm được phân công</li> </ul> <p><b>Hoạt động đánh giá:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Đánh giá trên lớp: cho /nhận phản hồi các vấn đề thảo luận, bài thuyết trình.</li> <li>- Đánh giá tự học: thuyết trình nhóm</li> </ul>	CELO2.3 CELO3.1 -3.3	[1]

## 9. Quy định của học phần

- Giờ tự học: Ngoài giờ lên lớp theo thời khóa biểu, sinh viên sẽ phải đầu tư 30 giờ tự học/ 01 tín chỉ lý thuyết, 15 giờ tự học/ 01 tín chỉ thực hành như:

+ Chuẩn bị bài học trước giờ học; Đọc tài liệu tham khảo; xem xét và củng cố bài học

+ Nghiên cứu, lên kế hoạch, ...

+ Hoàn tất nhật ký việc tự học.

- SV tham gia đầy đủ với tinh thần tập thể, ham học hỏi.

- Làm bài tập đầy đủ theo yêu cầu của giảng viên.

- Sinh viên không nộp bài thu hoạch không có lý do sẽ nhận 0 điểm.

## 10. Phiên bản chỉnh sửa

Lần , ngày 15/5/2018.

## 11. Phụ trách học phần

- Khoa: Xã hội và Nhân văn

Bộ môn: Địa lí học

- Địa chỉ và email liên hệ: [xhmv@tdmu.edu.vn](mailto:xhmv@tdmu.edu.vn)

- Điện thoại: 02743 837 800

Bình Dương, ngày tháng năm 20

TRƯỞNG KHOA

GIÁM ĐỐC CHƯƠNG TRÌNH

GV BIÊN SOẠN

Nguyễn Thị Hoài Phương

Nguyễn Thị Hoài Phương

## PHỤ LỤC

### RUBRIC CÁC BÀI KIỂM TRA ĐÁNH GIÁ (Thang điểm 10)

### ĐÁNH GIÁ QUÁ TRÌNH

### Rubric kiểm tra, đánh giá

#### 1. Rubric tự học

TIÊU CHÍ	TỐT	ĐẠT	CHƯA ĐẠT
Chuẩn bị bài học trước buổi thực tế; Đọc tài liệu tham khảo; Xem xét và củng cố bài học sau buổi	80 - 100% (6đ)	60 - 79% (4đ)	Ít hơn 60% (0 đ)

thực tế: 40%			
Nghiên cứu, lên kế hoạch thực tế: 40%	80 - 100% (6đ)	60 - 79% (4đ)	Ít hơn 60% (0 đ)
Hoàn tất nhật ký việc tự học: 20%	80 - 100% (6đ)	60 - 79% (4đ)	Ít hơn 60% (0 đ)

### ***2. Rubric tham dự lớp***

<b>TIÊU CHÍ</b>	<b>TỐT</b>	<b>ĐẠT</b>	<b>CHƯA ĐẠT</b>
Thời gian tham dự: 60%	80 - 100% (6đ)	60 - 79% (4đ)	Ít hơn 60% (0 đ)
Thái độ tham dự: 40%	Chú ý, tích cực đóng góp (6đ)	Có chú ý và đóng góp (4đ)	Không chú ý/không đóng góp (0đ)

### ***3. Rubric bài kiểm tra giữa kỳ***

<b>STT</b>	<b>Chỉ báo thực hiện</b>	<b>Tiêu chí đánh giá</b>	<b>Thang điểm</b>
KTGK	CELO3.1- CELO3.3	Bài thu hoạch đưa ra kế hoạch và chiến lược về marketing cho điểm được phân công của nhóm	10đ

### ***4. Rubric tiểu luận - kiểm tra kết thúc học phần***

<b>STT</b>	<b>Chỉ báo thực hiện</b>	<b>Câu hỏi tự luận</b>	<b>Tiêu chí đánh giá</b>	<b>Thang điểm</b>
1	CELO1 – CELO3	Bài tập có nghiên cứu thị trường marketing du lịch và phân tích (tiểu luận nhóm)	- Sinh viên thu thập các số liệu từ khảo sát điều tra, từ đó đưa ra chính sách	10đ