



**TRƯỜNG ĐẠI HỌC NHA TRANG**  
**Khoa: DU LỊCH**  
**Bộ môn: Quản trị dịch vụ du lịch & lữ hành**

**ĐỀ CƯƠNG HỌC PHẦN**

(Ban hành kèm theo Quyết định số:        / QĐ-ĐHNT ngày    tháng    năm 2022 của  
Trường Đại học Nha Trang)

**1. Thông tin về học phần:**

Tên học phần :        **MARKETING DU TOURISME**  
- Tiếng Việt:        **Marketing du lịch**  
- Tiếng Anh:        **Tourism marketing**  
Mã học phần    :        TOM369                      Số tín chỉ: 3 (2-1)  
Đào tạo trình độ:        Đại học  
Học phần tiên quyết: không

**2. Mô tả học phần**

Học phần cung cấp cho người học các kiến thức cơ bản về quản trị marketing trong các doanh nghiệp nói chung và doanh nghiệp du lịch nói riêng. Học phần cung cấp các kiến thức cần thiết về việc nghiên cứu thị trường khách du lịch, hoạch định các chính sách sản phẩm dịch vụ, giá cả, phân phối, xúc tiến bán hàng cũng như các chính sách hậu bán hàng của doanh nghiệp du lịch (khách sạn, nhà hàng, công ty lữ hành,...); có tính đến sự khác biệt của môi trường kinh doanh ở Việt Nam và ở một số nước sử dụng tiếng Pháp.

**3. Mục tiêu:**

Cung cấp cho sinh viên kiến thức marketing và trang bị kỹ năng cần thiết để nghiên cứu thị trường khách du lịch, hành vi người tiêu dùng sản phẩm du lịch, phân tích các chính sách sản phẩm, giá cả, phân phối, xúc tiến bán hàng của các doanh nghiệp du lịch (khách sạn, công ty du lịch, công ty lữ hành, nhà hàng,...); đồng thời giúp sinh viên biết đề xuất các quyết định quan trọng để nâng cao doanh thu tiêu thụ, duy trì phát triển và chinh phục các thị trường mới cho doanh nghiệp du lịch.

**4. Chuẩn đầu ra (CLOs):** Sau khi học xong học phần, người học có thể:

- a) Nắm vững các kiến thức về công tác marketing; về các chính sách sản phẩm/dịch vụ, chính sách giá cả, chính sách phân phối và xúc tiến bán hàng;
- b) Nắm vững các đặc điểm kinh doanh du lịch và thị trường khách du lịch, phân khúc thị trường khách du lịch;
- c) Đánh giá được cơ hội, thách thức từ môi trường kinh doanh cũng như thị trường tiêu thụ sản phẩm/ dịch vụ du lịch; điểm mạnh, điểm yếu của các doanh nghiệp du lịch trong việc đáp ứng nhu cầu khách du lịch;
- d) Có khả năng ứng dụng lý thuyết đã học để tư vấn cho các doanh nghiệp du lịch ra quyết định về bộ máy marketing; biết phân tích và đề xuất các chính sách marketing (về sản phẩm/dịch vụ, giá cả, phân phối, xúc tiến bán hàng) cho doanh nghiệp du lịch.
- e) Sử dụng khá thành thạo ngôn ngữ Pháp để thuyết trình, đọc, viết các báo cáo khoa học về lĩnh vực marketing và trong môi trường làm việc cũng như học tập sau đại học sau này; phát triển năng lực tự học, tự nghiên cứu.

5. Ma trận tương thích giữa Chuẩn đầu ra học phần với Chuẩn đầu ra CTĐT Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành (song ngữ Pháp-Việt)

CĐR HP (CLOs)	CĐR CTĐT (PLOs)									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
a										
b				X						
c				X	X	X	X			
d				X	X	X	X		X	X
e				X	X	X	X		X	X

6. Nội dung:

STT	Chủ đề	Nhằm đạt CLOs	Số tiết	
			LT	TH
<b>1</b>	<b>Chủ đề 1 : La mercatique et la connaissance du marché</b>		<b>4</b>	
	Présentation	a, b, e	1	
1.1	Le concept de la mercatique		1	
1.2	La notion du marché		1	
1.3	Les connaissances du marché		1	
<b>2</b>	<b>Chủ đề 2. La connaissance des consommateurs</b>		<b>5</b>	
2.1	Le consommateur		2	
2.2	L'évolution de la consommation	a, b, c, e	2	
	Thảo luận		1	
<b>3</b>	<b>Chủ đề 3. La politique du produit</b>		<b>4</b>	
3.1	Le produit		1	
3.2	La politique de gamme	a, b, d, e	1	
3.3	La politique de marque			
3.4	La politique de conditionnement		1	
3.5	La création des nouveaux produits		1	
<b>4</b>	<b>Chủ đề 4. La politique de prix</b>		<b>5</b>	
4.1	Les éléments à prendre en compte pour fixer le prix		2	
4.2	Les modes de fixation des prix	a, b, c, e	2	
	Thảo luận		1	
<b>5</b>	<b>Chủ đề 5. La politique de distribution et de communication</b>		<b>5</b>	
5.1	La politique de distribution	a, b, c, d, e	2	
5.2	La politique de communication		2	
	Kiểm tra giữa kỳ		1	
<b>6</b>	<b>Chủ đề 6. Le secteur du tourisme</b>		<b>3</b>	
6.1	Secteur et acteurs de l'industrie touristique		1	
6.2	Impacts touristiques	a, b, c, d, e	1	
6.3	Nouvelles tendances de l'industrie touristique		1	
<b>7</b>	<b>Chủ đề 7. Le processus du choix des touristes</b>		<b>3</b>	
7.1	Motivation et freins à la consommation touristique		1	
7.2	Influence des facteurs socio-économiques sur le comportement des touristes	a, b, c, d, e	2	
<b>8</b>	<b>Chủ đề 8. Stratégie et segmentation dans</b>		<b>3</b>	

8.1	<b>L'industrie touristique</b> La stratégie marketing et positionnement	a, b, c, d, e	1	
8.2	La segmentation marketing		2	
<b>9</b>	<b>Chủ đề 9. Les politiques du marketing dans l'industrie touristique</b>		<b>6</b>	<b>7</b>
9.1	L'image touristique	a, b, c, d, e	1	
9.2	La politique de tarification		1	
9.3	La distribution des prestations touristiques		1	
9.4	Stratégie de communication dans l'industrie touristique		3	
	Bài tập thực hành - Nghiên cứu tình huống của các khách sạn ở địa phương Khánh Hòa (Vinpearl resort, Six Senses Ninh Van bay, hotel DTX) - Thiết kế logo, slogan, trang phục, để quảng bá của một công ty du lịch.			7

### 7. Phương pháp dạy học :

TT	Hoạt động đánh giá	Áp dụng cho chủ đề	Nhằm đạt CLOs
1	Thuyết giảng/ giảng dạy dựa trên vấn đề	1,2,3,4,5,6,7,8,9	a, b, c, d, e
2	Tổ chức học tập theo nhóm, semina	2,3,4,5,6,7,9	a, b, c, d, e
3	Case study	2,3,4,9	a, b, c, d, e

### 8. Đánh giá kết quả học tập:

TT.	Hoạt động đánh giá	Hình thức/công cụ đánh giá	Nhằm đạt CLOs	Trọng số (%)
1	Đánh giá quá trình	- Chuyên cần (Đạt 80% số tiết lên lớp). - Bài thuyết trình nhóm theo chủ đề giảng viên phân công (Đảm bảo nội dung, kỹ năng thuyết trình, trả lời câu hỏi trong bài thuyết trình). - Bài tập cá nhân trên lớp (Đảm bảo nội dung yêu cầu, trả lời câu hỏi).	a, b, c, d, e	5% 10% 10%
2	Thi giữa kỳ	Tự luận / Trắc nghiệm (1 giờ)	a, b, c, d, e	30%
3	Thi cuối kỳ	Vấn đáp	a, b, d, e	40%

### 9. Tài liệu dạy học:

STT	Tên tác giả	Tên tài liệu	Năm xuất bản	Nhà xuất bản	Địa chỉ khai thác tài liệu	Mục đích sử dụng	
						Tài liệu chính	Tham khảo
1	Đỗ Thị Thanh Vinh	Marketing du tourisme (Bài giảng ppt)	2021		E-learning Thư viện số ĐHNT	x	

2.	Isabelle Frochet, Patrick Legohérel	Marketing du tourisme	2014	Dunod	Văn phòng Pháp ngữ - Khoa Du lịch ĐHNT		
3	Đỗ Thị Thanh Vinh	Marketing de l'entreprise (Bài giảng Word)	2019		E-learning Thư viện số ĐHNT	x	
4	Philip Kotler, John T.Bowen, James C.Makens	Marketing for Tourism and Hospitality	2006	Pearson, USA	Bộ môn QTDL		x
5	Vũ Thị Hoa	Marketing căn bản (Bài giảng Word)	2019		E-learning Thư viện số ĐHNT		x
6	Lê Thế Giới	Quản trị marketing định hướng giá trị (Sách tham khảo)	2014	Tài chính	E-learning Thư viện số ĐHNT		x
7	Philip Kotler, Gary Amstrong	Sách biên dịch Nguyên lý tiếp thị (Sách biên dịch)	2012	Lao động-xã hội	E-learning Thư viện số ĐHNT		x

Ngày cập nhật: 10/11/2022

**CHỦ NHIỆM HỌC PHẦN**



**Đỗ Thị Thanh Vinh**

**TRƯỞNG BỘ MÔN**



**Ninh Thị Kim Anh**

**TRƯỞNG BAN CHỦ NHIỆM CTĐT**



**Huỳnh Cát Duyên**