



TRƯỜNG ĐẠI HỌC NHA TRANG

Khoa/Viện: Du lịch

Bộ môn: Marketing

ĐỀ CƯƠNG HỌC PHẦN

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

1. Thông tin về học phần:

Tên học phần:

- Tiếng Việt: **MARKETING DU LỊCH**
- Tiếng Anh: **MARKETING FOR TOURISM**

Mã học phần:

Số tín chỉ: 3 (3-0)

Đào tạo trình độ: Đại học

Học phần tiên quyết:

2. Mô tả học phần: Học phần trang bị cho người học những kiến thức tổng quát về lĩnh vực Marketing du lịch, giúp sinh viên làm quen với các khái niệm, thuật ngữ chuyên môn, và các quy trình của hoạt động Marketing du lịch. Thông qua học phần, người học tiếp nhận kiến thức nền tảng về hoạt động marketing hỗn hợp và phát triển quy trình thực hiện marketing hỗn hợp cho doanh nghiệp kinh doanh du lịch.

3. Mục tiêu:

Sau khi xong HP này, người học có thể:

- Giải thích được các thuật ngữ liên quan đến hoạt động marketing du lịch.
- Giải thích các đặc điểm của hoạt động marketing du lịch
- Cho ý kiến đánh giá các lợi ích và vai trò của marketing du lịch
- Đánh giá ưu, nhược điểm của hoạt động marketing du lịch.
- Trình bày các kế hoạch marketing marketing du lịch.
- Tham gia quản trị hoạt động Marketing du lịch

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

- a) Đề xuất và đánh giá phương án phân khúc thị trường, lựa chọn thị trường mục tiêu và định vị cho doanh nghiệp du lịch.
- b) Vận dụng khái niệm marketing mix vào hoạt động doanh nghiệp du lịch
- c) Xây dựng chiến lược marketing mix cho doanh nghiệp du lịch

d) Đánh giá và cải tiến các chiến dịch marketing mix cho doanh nghiệp du lịch

5. Ma trận tương thích giữa Chuẩn đầu ra học phần với Chuẩn đầu ra CTĐT ngành Quản trị dịch vụ Du lịch và lữ hành

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

6. Nội dung:

TT.	Chủ đề	Nhằm đạt CLOs	Số tiết	
			LT	TH
1	Tổng quan 1.1 Định nghĩa Marketing du lịch 1.2 Tiến trình Marketing 1.3 Đặc điểm của dịch vụ 1.4 Chiến lược quản trị marketing của doanh nghiệp dịch vụ		5	
2	Vai trò của Marketing trong việc xây dựng chiến lược 2.1 Bản chất của một doanh nghiệp hiệu quả 2.2 Hoạch định chiến lược cho doanh nghiệp 2.3 Chiến lược marketing và marketing mix 2.4 Quản trị hoạt động marketing mix		5	
3	Thị trường tiêu dùng và hành vi người tiêu dùng 3.1 Mô hình hành vi người tiêu dùng 3.2 Đặc điểm cá nhân ảnh hưởng đến hành vi người tiêu dùng 3.3 Thành phần tham gia vào quá trình mua hàng của tổ chức 3.4 Quyết định mua hàng của tổ chức		5	
4	Phân khúc thị trường, lựa chọn thị trường mục tiêu và định vị		10	

4.1	Ba bước của tiến trình marketing			
4.2	Phân khúc thị trường			
4.3	Đánh giá phân khúc			
4.4	Lựa chọn phân khúc			
5	Marketing hỗn hợp		20	
5.1	Sản phẩm – Xây dựng giá trị cho khách hàng.			
5.2	Giá – Nhận được giá trị từ khách hàng			
5.3	Phân phối – Chuyển giao giá trị cho khách hàng			
5.4	Xúc tiến – Gắn kết với khách hàng và truyền thông giá trị			

7. Phương pháp dạy học:

TT.	Phương pháp dạy học	Áp dụng cho chủ đề	Nhằm đạt CLOs
1	Thuyết giảng và Thảo luận	1	a, b
2	Thuyết giảng và Thảo luận	2	a, b
3	Thuyết giảng và Thảo luận	3	a, b
4	Thuyết giảng và Thảo luận	4	a, b, d
5	Thuyết giảng và Thảo luận	5	a, b, c, d

8. Đánh giá kết quả học tập:

TT.	Hoạt động đánh giá	Nhằm đạt CLOs	Trọng số (%)
1	Đánh giá quá trình	a, b, c, d	25%
2	Thi giữa kỳ	a, b	25%
3	Thi cuối kỳ	a, b, c, d	50%

9. Tài liệu dạy học:

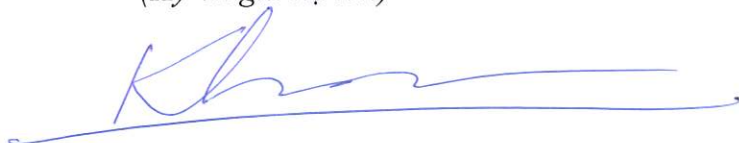
TT.	Tên tác giả	Tên tài liệu	Năm xuất bản	Nhà xuất bản	Địa chỉ khai thác tài liệu	Mục đích sử dụng	
						Tài liệu chính	Tham khảo
1	Philip T. Kotler,	Marketing for Hospitality and Tourism,	2017	Peason	Giảng viên	x	

	John T. Bowen, James Makens, Seyhmus Baloglu	Global Edition, 7th Edition					
2	Hoàng Văn Thành	Giáo trình Marketing du lịch	2014	Chính trị Quốc Gia	Thư viện ĐHNT		X
3	Nguyễn Văn Mạnh, Nguyễn Đình Hòa	Giáo trình Marketing du lịch	2009	Đại học Kinh tế Quốc dân	Thư viện ĐHNT		X

Ngày cập nhật: Nha Trang, ngày 02 tháng 01 năm 2022

CHỦ NHIỆM HỌC PHẦN

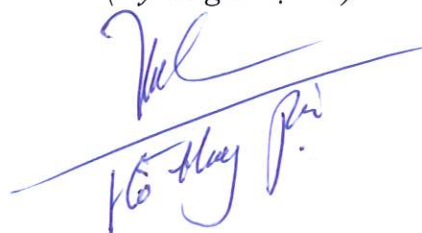
(Ký và ghi họ tên)



Nguyễn Hữu Khôi

TRƯỞNG BỘ MÔN

(Ký và ghi họ tên)



BAN CHỦ NHIỆM CTĐT

(Ký và ghi họ tên)