

ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

TRÌNH ĐỘ ĐÀO TẠO: ĐẠI HỌC LOẠI HÌNH ĐÀO TẠO: CHÍNH QUY

1. TÊN HỌC PHẦN:

Tiếng Việt: **THIẾT KẾ CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH**

Tiếng Anh: **TOUR DESIGNING**

Mã học phần: **DLLH1108**

Số tín chỉ: **2**

2. BỘ MÔN PHỤ TRÁCH GIẢNG DẠY: QTDV DU LỊCH & LỮ HÀNH

3. ĐIỀU KIỆN HỌC TRƯỚC:

Học phần này được thực hiện sau khi đã kết thúc và đạt các học phần Kinh tế du lịch.

4. MÔ TẢ HỌC PHẦN:

Đây là học phần lựa chọn thuộc nhóm các học phần lựa chọn của khối kiến thức chuyên sâu của ngành đào tạo, sau khi học và đạt yêu cầu, sinh viên có khả năng thiết kế và thực hiện chương trình du lịch nội địa (domestic), inbound (đón khách) và outbound (gửi khách). Học phần Thiết kế Tour sẽ giúp sinh viên nắm được kiến thức để nghiên cứu cung/ cầu du lịch, thiết kế lộ trình, lịch trình, tính toán chi phí, giá thành và giá bán tour cũng như thiết lập các điều kiện và điều khoản để thực hiện trước chuyến đi.

5. MỤC TIÊU HỌC PHẦN:

Sau khi học, học phần này sinh viên đạt được các năng lực như sau:

Kiến thức:

- Hiểu và giải thích được các khái niệm cơ bản, phân loại chương trình du lịch;
- Hiểu và xác định được các nội dung của quy trình thiết kế tour, các công việc (chức danh) trong thiết kế Tour. Trong đó đặc biệt chú trọng vào thiết kế và thực hiện Tour du lịch nội địa;
- Hiểu, xác định, và phân tích các yếu tố cấu thành sản phẩm là chương trình du lịch, xu hướng phát triển của các loại tour;
- Hiểu biết các công việc cần thực hiện khi quản lý chương trình du lịch;

- Phân tích, đánh giá các xu hướng phát triển kinh doanh lữ hành du lịch (tour) trên thế giới và liên hệ với thực tế phát triển kinh doanh lữ hành (tour) ở Việt Nam;
- Phân tích, đánh giá, lựa chọn và đàm phán với nhà cung cấp các dịch vụ cho tour (vendors);
- Hiểu về khái niệm, các yếu tố và các phương pháp quản trị chất lượng tour.

Kỹ năng:

- Phân tích và đánh giá các loại tour, quy trình thiết kế tour, cải tiến sản phẩm, quản lý hệ thống các nhà cung cấp dịch vụ (supply chain) hiện tại của công ty;
- Phân tích và đánh giá và nhận định được nguồn khách hiện tại và tiềm năng của công ty;
- Kỹ năng thiết kế Tour nội địa, nhận khách, gửi khách (inbound, outbound) và kỹ năng đàm phán với các nhà cung ứng du lịch;
- Kỹ năng phục vụ khách tại các điểm đón và tiễn, phục khách trên phương tiện vận chuyển, tại khách sạn, nhà hàng, tại điểm tham quan, mua sắm... ;
- Kỹ năng soạn thảo văn bản, kỹ năng lập kế hoạch, kỹ năng xử lý các tình huống

Thái độ:

- Thái độ say mê với nghề kinh doanh và quản lý tour;
- Nhạy cảm với các biến động trong môi trường vĩ mô;
- Tôn trọng luật pháp và giữ chữ tín với khách hàng và doanh nghiệp;
- Tích cực khảo sát, tìm kiếm các điểm đến mới;
- Ngoài ra, giúp người học có ý thức chủ động, tinh thần trách nhiệm trong công việc.

6. NỘI DUNG HỌC PHẦN:

PHÂN BỐ THỜI GIAN

<i>STT</i>	<i>Nội dung</i>	<i>Tổng số tiết</i>	<i>Trong đó</i>		<i>Ghi chú</i>
			<i>Lý thuyết</i>	<i>Bài tập, thảo luận, kiểm tra</i>	
1	Chương 1: Giới thiệu về chương trình du lịch (Tour)	06	05	01	

2	Chương 2: Quy trình thiết kế chương trình du lịch	06	04	02	
3	Chương 3: Giá thành và giá bán chương trình du lịch	06	03	03	
4	Chương 4: Nhà cung cấp dịch vụ du lịch	08	04	04	Báo cáo viên
6	Chương 5: Quản trị chất lượng thiết kế chương trình du lịch	02	02		
	Cộng	30	20	10	

CHƯƠNG 1 – GIỚI THIỆU VỀ CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH (TOUR)

Giới thiệu khái quát về chương:

Chương 1 đưa ra những định nghĩa và đặc điểm của sản phẩm là chương trình tour du lịch. Chương này cũng nêu lên ý nghĩa và căn cứ để từ đó có thể phân loại các chương trình tour du lịch và phân tích quy trình kinh doanh tour.

1.1 Định nghĩa chương trình du lịch

1.1.1 Định nghĩa chương trình du lịch

1.1.2 Các đặc trưng của chương trình du lịch

1.2 Đặc điểm của chương trình du lịch

1.2.1 Khái niệm sản phẩm du lịch

1.2.2 Các mô hình sản phẩm du lịch

1.2.3 Giá trị của chương trình du lịch

1.2.4 Đặc điểm của chương trình du lịch

1.2.5 Yêu cầu của chương trình du lịch trọn gói

1.3 Phân loại chương trình du lịch

1.3.1 Ý nghĩa của việc phân loại chương trình du lịch

1.3.2 Giới thiệu một số căn cứ phân loại chương trình du lịch

1.3.3 Du lịch nội địa (domestic), du lịch đón khách (inbound) và du lịch gửi khách (outbound)

1.4 Giới thiệu một số xu hướng du lịch

1.4.1 Các chương trình du lịch tại Việt Nam

1.4.2 Các chương trình du lịch quốc tế

Tài liệu tham khảo của chương:

1. Nguyễn Văn Mạnh và Phạm Hồng Chương (2009), *Giáo trình Quản trị kinh doanh lễ hành*, Tái bản lần thứ II, NXB ĐHKQTĐ (Chương 6)
2. Jame M. Poynter (1993), *Tour Design, Marketing and Management*, Regents/Prentice Hall (Chapter 1)

CHƯƠNG 2 – QUY TRÌNH XÂY DỰNG CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH

Giới thiệu khái quát về chương:

Chương 2 giới thiệu nội dung quy trình chung xây dựng chương trình du lịch trọn gói dựa trên nghiên cứu cầu/ nhu cầu du lịch cũng như cung/ điểm đến, từ đó, xây dựng mục đích, ý tưởng chương trình du lịch, thiết kế lộ trình chi tiết cho chương trình. Quy trình này cũng bao gồm những lưu ý khi thiết kế tour và chú ý khi thương lượng với nhà cung cấp.

2.1 Quy trình xây dựng chương trình du lịch

2.1.1 Mô hình quy trình xây dựng chương trình du lịch

2.1.2 Quy trình xây dựng chương trình du lịch

2.2 Nghiên cứu mối quan hệ giữa nhu cầu của khách với nội dung chương trình du lịch (cầu du lịch)

2.2.1 Khái niệm, nội dung và phương pháp xác định nhu cầu du lịch

2.2.2 Khái niệm, nội dung nghiên cứu cầu du lịch

2.2.3 Mối quan hệ giữa nội dung của tiêu dùng du lịch với chương trình du lịch

2.3 Nghiên cứu mối quan hệ giữa khả năng đáp ứng với nội dung chương trình du lịch (cung du lịch)

2.3.1 Nghiên cứu mối quan hệ giữa khả năng đáp ứng với nội dung chương trình du lịch.

2.3.2 Căn cứ lựa chọn các tài nguyên du lịch

2.3.3 Các thành phần tham gia lập kế hoạch chương trình du lịch

2.3.4 Nghiên cứu các nhà cung cấp tại điểm đến

2.3.5 Chuẩn bị lên kế hoạch

2.4 Xây dựng mục đích, ý tưởng chương trình du lịch

2.4.1 Nguồn thông tin hình thành ý tưởng chương trình du lịch

2.4.2 Căn cứ lựa chọn một chương trình du lịch mới

2.5 Thiết kế chương trình du lịch

2.5.1 Thiết kế khung chương trình du lịch

2.5.1 Thiết kế chương trình du lịch chi tiết

2.6 Một số điểm cần chú ý khi xây dựng chương trình du lịch

Tài liệu tham khảo của chương:

1. Nguyễn Văn Mạnh và Phạm Hồng Chương (2009), *Giáo trình Quản trị kinh doanh lễ hành*, Tái bản lần thứ II, NXB ĐHKQTĐ (Chương 6)
2. Jame M. Poynter (1993), *Tour Design, Marketing and Management*, Regents/Prentice Hall (Chapter 1)
3. Marc Mancini (2006), *Conducting Tours*, Third edition, Delmar Thomson Learning (Chapter 4,9)

CHƯƠNG 3 – GIÁ THÀNH VÀ GIÁ BÁN CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH

Giới thiệu khái quát về chương:

Chương 3 giới thiệu kiến thức cơ bản về khái niệm, phân loại, nội dung các yếu tố cấu thành giá thành cũng như ưu, nhược điểm của từng phương pháp. Chương cũng đưa ra khái niệm, công thức, những nhân tố ảnh hưởng tới giá bán và giới thiệu các phương pháp xác định giá bán tour du lịch cũng như những vấn đề cần lưu ý khi xây dựng giá bán cho từng đối tượng khách hàng cụ thể.

3.1 Xác định giá thành chương trình du lịch

3.1.1 Khái niệm và phân loại giá thành chương trình du lịch

3.1.2 Nội dung chương trình du lịch

3.1.3 Công thức tính giá thành

3.1.4 Phương pháp tính giá thành

3.2 Xác định giá bán chương trình du lịch

3.2.1 Khái niệm giá bán chương trình du lịch

3.2.2 Công thức tính giá bán

3.2.3 Những nhân tố ảnh hưởng tới giá bán chương trình du lịch

3.2.4 Phương pháp xác định giá bán chương trình du lịch

3.2.5 Vấn đề lưu ý khi xây dựng giá bán

Tài liệu tham khảo của chương:

1. Jame M. Poynter (1993), *Tour Design, Marketing and Management*, Regents/Prentice Hall (Chapter 2)

- Marc Mancini (2006), *Conducting Tours*, Third edition, Delmar Thomson Learning (Chapter 9)

CHƯƠNG 4 – NHÀ CUNG CẤP DỊCH VỤ DU LỊCH (TOUR VENDORS)

Giới thiệu khái quát về chương:

Nội dung chương 4 về “nguyên liệu đầu vào” để thiết kế tour, chính là những nhà cung cấp đầu vào dịch vụ du lịch, mối quan hệ giữa doanh nghiệp lữ hành với những nhà cung cấp chính để xây dựng chương trình du lịch.

4.1 Vai trò của nhà cung cấp

4.1.1 Vai trò của các nhà cung cấp dịch vụ du lịch

4.1.2 Giới thiệu những nhà cung cấp dịch vụ du lịch

4.2 Những nhà cung cấp dịch vụ du lịch chính

4.2.1 Dịch vụ vận chuyển khách du lịch

4.2.2 Dịch vụ lưu trú

4.3.2 Dịch vụ ăn uống

4.3.4 Hoạt động/ địa điểm thu hút khách du lịch

Tài liệu tham khảo của chương:

- Jame M. Poynter (1993), *Tour Design, Marketing and Management*, Regents/Prentice Hall (Chapter 10, 13)
- Marc Mancini (2006), *Conducting Tours*, Third edition, Delmar Thomson Learning (Chapter 5,6,7,8)

CHƯƠNG 5 – QUẢN TRỊ CHẤT LƯỢNG THIẾT KẾ CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH

Giới thiệu khái quát về chương:

Chương 5 về chất lượng thiết kế chương trình du lịch và quản trị chất lượng thiết kế chương trình du lịch thông qua những sai lệch trong quá trình thiết kế và thực hiện chương trình du lịch cũng như những yếu tố ảnh hưởng. Nội dung chương cũng đề cập đến các phương pháp đánh giá chất lượng thiết kế chương trình du lịch.

5.1 Chất lượng thiết kế chương trình du lịch

5.1.1 Sai lệch trong quá trình thiết kế và thực hiện chương trình du lịch

5.1.2 Những yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng chương trình du lịch

5.1.3 Những chú ý khi xây dựng chương trình du lịch

5.2 Các phương pháp đánh giá chất lượng thiết kế chương trình du lịch

5.2.1 Phương pháp đánh giá

5.2.2 Phương pháp trung cầu ý kiến

5.2.3 Phương pháp trắc nghiệm

5.2.4 Phương pháp chuyên gia

5.2.5 Phương pháp so sánh chất lượng dịch vụ của hãng với hãng tốt nhất

5.2.6 Phương pháp thập tâm

Tài liệu tham khảo của chương:

1. Jame M. Poynter (1993), *Tour Design, Marketing and Management*, Regents/Prentice Hall (Chapter 11,15)
2. Nguyễn Văn Mạnh và Phạm Hồng Chương (2009), *Giáo trình Quản trị kinh doanh lý hành*, NXB ĐHKQTĐ, Hà Nội (Chương 8).

7. GIÁO TRÌNH:

1. Jame M. Poynter (1993), *Tour Design, Marketing and Management*, Regents/Prentice Hall
2. Marc Mancini (2006), *Conducting Tours*, Third edition, Delmar Thomson Learning

8. TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Betsy Fay (1992), *Essentials of Tour Management*, Prentice- Hall In.
2. Reilly, R.T. (1991), *Handbook of professional tour management*, second edition, Delman publishers. Inc.
3. Bùi Thị Hải Yến (2008), *Tuyển điểm du lịch Việt Nam*, NXB Giáo dục.
4. Dương Văn Sáu (2008), *Di tích lịch sử - văn hóa và danh thắng Việt Nam*, NXB Đại học Quốc gia Hà Nội
5. Nguyễn Văn Mạnh và Phạm Hồng Chương (2009), *Giáo trình Quản trị kinh doanh lý hành*, NXB ĐHKQTĐ, Hà Nội.
6. Marc Mancini (2005), *How to start a tour guiding business*, ISBN 0945439-10-5.

9. PHƯƠNG PHÁP ĐÁNH GIÁ HỌC PHẦN:

Cơ cấu điểm tổng kết học phần:

- Điểm chuyên cần: 10%
- Thuyết trình và báo cáo bài tập nhóm: 20%
- 01 bài kiểm tra giữa học kỳ (viết tự luận): 20%
- Thi cuối học phần 90 phút: 50%.
- Hình thức thi cuối học phần: Thi viết tự luận/ trắc nghiệm (Đề thi không được sử dụng tài liệu).

- Điều kiện dự thi cuối học phần: Mỗi điểm thành phần đạt từ 5 điểm trở lên.
- Công thức tính điểm học phần = *(Chuyên cần * 0,1) + (Bài tập nhóm * 0,2) + (Bài kiểm tra * 0,2) + (Bài thi cuối học phần * 0,5)*.

Hà Nội, ngày ... tháng ... năm 2018

TRƯỞNG BỘ MÔN

HIỆU TRƯỞNG

TS. Hoàng Thị Thu Hương

GS.TS. Trần Thọ Đạt