|  |  |
| --- | --- |
| zBỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO**TRƯỜNG ĐH KINH TẾ QUỐC DÂN** | **CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM****Độc lập – Tự do – Hạnh phúc** |

**ĐỀ CƯƠNG HỌC PHẦN CHI TIẾT**

***(Ban hành kèm theo quyết định số QĐ/ĐHKTQD, ngày tháng năm 2019)***

**1. THÔNG TIN TỔNG QUÁT (GENERAL INFORMATION)**

|  |  |
| --- | --- |
| ***- Tên học phần (tiếng Việt):***  | **THIẾT KẾ CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH** |
| ***- Tên học phần (tiếng Anh)*** | **TOUR DESIGNING** |
| ***- Mã số học phần:***  | **DLLH1142** |
| ***- Thuộc khối kiến thức:***  | **HỌC PHẦN BẮT BUỘC** |
| ***- Số tín chỉ: 3*** |  |
| ***+ Số giờ lý thuyết:***  | **26** |
| ***+ Số giờ thảo luận:***  | **12** |
| ***- Các học phần tiên quyết:***  | **KINH TẾ DU LỊCH** |

**2. THÔNG TIN GIẢNG VIÊN**

**Giảng viên**: 1. TS. Hoàng Thị Thu Hương

 Email: hoangthuhuong.neu@gmail.com

2.ThS. Phạm Thị Thanh Huyền

 Email: huyenpham@neu.edu.vn

Bộ môn: Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành Phòng: 709 - Nhà A1

**3. MÔ TẢ HỌC PHẦN (COURSE DESCRIPTIONS)**

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*.*

Với phương pháp lấy người học làm trung tâm, học phần sử dụng phương pháp giảng dạy thuyết trình kết hợp với làm việc nhóm, bài tập lớn, phân tích case study để sinh viên chủ động tìm hiểu kiến thức trong quá trình học đại học cũng như sau khi ra trường. Trước khi đến lớp, sinh viên được yêu cầu đọc tài liệu tham khảo trước ở nhà và trao đổi với giảng viên cũng như bạn bè tại lớp.

**4. TÀI LIỆU THAM KHẢO (LEARNING RESOURCES: COURSE BOOKS, REFERENCE BOOKS, AND SOFTWARES)**

**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

**Tài liệu khác**

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), Tuyến 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 lữ hành, NXB ĐHKTQD, Hà Nội.

6. Marc Mancini (2005), How to start a tour guiding business, ISBN 0945439-10-5.

7. Martin Scarrott (1999), Sport, Leisure and Tourism Information source, Butterworth Heinemann.

8. John Stanley and Linda Stanley (2015), Food tourism – A practical marketing guide, CPI Group

9. Marta Peris-Ortiz and Jose Alvarez-Garcia (2015), Health and wellness tourism, emergence of a new market segment, Springer

10. John Swarbrooke et al. (2003), Adventour tourism – the new frontier, Butterworth Heinemann.

11. Melanie Smith and Laszlo Puczko, (2009), Health and Wellness tourism, Butterworth Heinemann

12. Daniel R. Fesenmaier & Zheng Xiang (2017), Design Science in Tourism - Foundations of Destination Management, Springer

13. Noel Scott, Jun Gao and Jianyu Ma (2017), Visitor Experience Design, CABI

**5. MỤC TIÊU HỌC PHẦN (COURSE GOALS)**

**Bảng 5.1. Mục tiêu học phần**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Mục tiêu** | **Mô tả** **mục tiêu**  | **Chuẩn đầu ra của Chương trình đào tạo** | **Trình độ năng lực** |
| **[1]** | **[2]** | **[3]** | **[4]** |
| **G1** | * Nâng cao năng lực tư duy, logic và lý luận
* Hoàn thiện kiến thức về kinh tế học, quản trị kinh doanh, công nghệ, pháp luật ứng dụng trong kinh tế và kinh doanh
* trình du lịch
 | 1.1.11.2.11.3.21.3.5 | 3 |
| **G2** | * 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 phát triển các ý tưởng kinh doanh và lập nghiệp trong ngành du lịch và lữ hành;
* Có khả năng giao tiếp hiệu quả trong hoạt động kinh doanh du lịch và lữ hành bằng tiếng Việt Nam và tiếng Anh; Có khả năng biểu đạt, trình bày, thuyết trình..;
* Kỹ năng làm việc nhóm và lãnh đạo: Có khả năng tập hợp, lãnh đạo, điều hành và phối hợp các cá nhân trong nhóm

- Kỹ năng soạn thảo văn bản, kỹ năng lập kế hoạch, kỹ năng xử lý các tình huống …. | 2.1.32.2.12.2.2 | 3 |
| **G3** | * 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;
* Phẩm chất đạo đức, ý thức nghề nghiệp, trách nhiệm công dân: Tuân thủ luật pháp và có phẩm chất đạo đức (Theo quy định Bộ GDĐT);
* Trách nhiệm, đạo đức, tác phong nghề nghiệp: Có tinh thần làm việc trách nhiệm, trung thực, nghiêm túc, tính kỷ luật cao; Có tác phong lịch sự, nhã nhặn, đúng mực; Say mê, yêu nghề và có tinh thần phục vụ;
* Khả năng cập nhật kiến thức, sáng tạo trong công việc: Có tinh thần tự học, tự tích lũy và cập nhật kiến thức kỹ năng; Có tinh thần làm việc độc lập, sáng tạo

Có ý thức tuân thủ luật Du lịch, bảo vệ môi trường để phát triển du lịch bền vững. | 3.1.13.2.13.2.23.2.3 | 3 |

**6. CHUẨN ĐẦU RA HỌC PHẦN (COURSE LEARNING OUTCOMES)**

**Bảng 6.1. Năng lực người học học phần (CLO)**

| **CĐR** | **CLOs**  | **Mô tả năng lực người học** | **Trình độ năng lực** |
| --- | --- | --- | --- |
| **[1]** | **[2]** | **[3]** | **[4]** |
| **Về kiến thức** | LO1.1 | Nâng cao năng lực tư duy, logic và lý luận. Hoàn thiện kiến thức về kinh tế học, quản trị kinh doanh, công nghệ, pháp luật ứng dụng trong kinh tế và kinh doanh. | 3 |
| LO1.2 | Nắm được kiến thức về các hoạt động tác nghiệp trong lĩnh vực kinh doanh dịch vụ du lịch và lữ hành | 3 |
| LO1.3 | Hiểu và giải thích được các khái niệm cơ bản, phân loại chương trình du lịch; | 3 |
| LO1.4 | 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; 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; | 3 |
| LO1.5 | Phân tích, đánh giá, lựa chọn và đàm phán với nhà cung cấp các dịch vụ cho tour (vendors); | 3 |
| LO1.6 | Hiểu về khái niệm, các yếu tố và các phương pháp quản trị chất lượng tour. | 2 |
| LO1.7 | Hiểu về hoạt động lên kế hoạch, lập chiến lược và triển khai marketing chương trình du lịch | 3 |
| **Về kỹ năng** | LO2.1 | Rèn luyện 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; nhận định được nguồn khách hiện tại và tiềm năng của công ty; Phân tích và đánh giá và nhận định được nguồn khách hiện tại và tiềm năng của công ty; 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… ; phát triển các ý tưởng kinh doanh và lập nghiệp trong ngành du lịch và lữ hành. | 3 |
| LO2.2 | Rèn luyện kỹ năng Có khả năng giao tiếp hiệu quả trong hoạt động kinh doanh du lịch và lữ hành bằng tiếng Việt Nam và tiếng Anh; Có khả năng biểu đạt, trình bày, thuyết trình. | 3 |
| LO2.3 | Kỹ năng làm việc nhóm và lãnh đạo: Có khả năng tập hợp, lãnh đạo, điều hành và phối hợp các cá nhân trong nhóm. Kỹ năng soạn thảo văn bản, kỹ năng lập kế hoạch, kỹ năng xử lý các tình huống ….. | 3 |
| ***Về năng lực tự chủ và trách nhiệm nghề nghiệp*** | LO3.1 | Tích cực khảo sát, tìm kiếm các điểm đến mới; Giúp người học có ý thức chủ động, tinh thần trách nhiệm trong công việc; Khả năng cập nhật kiến thức, sáng tạo trong công việc: Có tinh thần tự học, tự tích lũy và cập nhật kiến thức kỹ năng; Có tinh thần làm việc độc lập, sáng tạo | 3 |
| LO3.2 | Có thái độ nghiêm túc trong học tập, chủ động tích cực tham gia các hoạt động trong quá trình dạy học và nhận thức được tầm quan trọng của việc tổ chức lãnh thổ du lịch khi khai thác phát triển du lịch. | 3 |
| LO3.3 | Phẩm chất đạo đức, ý thức nghề nghiệp, trách nhiệm công dân: Tuân thủ luật pháp và có phẩm chất đạo đức (Theo quy định Bộ GDĐT);Có ý thức tuân thủ luật Du lịch, bảo vệ môi trường để phát triển du lịch bền vững | III |

**7. ĐÁNH GIÁ HỌC PHẦN (COURSE ASSESSMENT)**

**Bảng 7.3. Đánh giá học phần**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Hình thức đánh giá** | **Nội dung** | **Thời điểm** | **NLNH học phần** | **Tiêu chí đánh giá** | **Tỷ lệ (%)** |
| **[1]** | **[2]** | **[3]** | **[4]** | **[5]** | **[6]** |
| Chuyên cần |  | Tuần 1-13 | 3 | *+ Hình thức:* điểm danh + tích cực xây dựng bài trên lớp*+ Thời điểm:* Tuần 1 - 13 | 10 |
| Bài tập nhóm | Chương 1-6 | Tuần 7-10 | 3 | *+ Hình thức*: làm bài kiểm tra giữa học kỳ (viết tự luận).+ *Nội dung:* hiểu về các khái niệm và lấy ví dụ liên hệ | 20 |
| Kiểm tra giữa kỳ(bài kiểm tra cá nhân) | Chương 3,4,5,7,8 | Tuần 11 - 13 | 3 | *+ Hình thức*: thuyết trình+ *Nội dung:* thiết kế 1 tour du lịch trọn gói | 20 |
| Đánh giá cuối kỳ | Chương 1-8 | Lịch thi học phần | 3 | *+ Hình thức:* trắc nghiệm/tự luận*+Thời điểm:* Theo lịch thi học kỳ (60/90 phút) | 50 |

**8. KẾ HOẠCH GIẢNG DẠY (LESSON PLAN)**

**8.1. Nội dung giảng dạy**

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

*Giới thiệu 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 lữ hành,* Tái bản lần thứ II, NXB ĐHKTQD (Chương 6)
2. Jame M. Poynter (1993), *Tour Design, Marketing and Management*, Regents/Prentice Hall (Chapter 1)

**CHƯƠNG 2 – TRẢI NGHIỆM DU LỊCH**

*Giới thiệu chương*

Chương 2 giới thiệu mô hình trải nghiệm khách du lịch, cũng như mối quan hệ giữa cảm xúc đối với trải nghiệm du lịch, vận dụng trải nghiệm du lịch vào thiết kế du lịch.

**2.1 Trải nghiệm du lịch**

 2.1.1 Tìm hiểu về trải nghiệm du lịch

 2.1.2 Mô hình trải nghiệm du lịch

 2.1.3 Trải nghiệm du lịch và thiết kế du lịch

**2.2 Cảm xúc trong du lịch – Từ khám phá tới thiết kế**

2.2.1 Khái niệm, đặc điểm và cấu trúc cảm xúc

 2.2.2 Cảm xúc trong du lịch – Từ hành vi người tiêu dùng tới Quản trị điểm đến

**2.3 Các giai đoạn trải nghiệm**

 2.3.1 Giai đoạn tiền trải nghiệm

 2.3.2 Giai đoạn trải nghiệm trên đường

 2.3.3 Giai đoạn hậu trải nghiệm

***Tài liệu tham khảo của chương:***

1. Daniel R. Fesenmaier & Zheng Xiang (2017), *Design Science in Tourism - Foundations of Destination Management,* Springer
2. Noel Scott, Jun Gao and Jianyu Ma (2017), *Visitor Experience Design*, CABI

**CHƯƠNG 3 – QUY TRÌNH XÂY DỰNG CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH**

*Giới thiệu chương*

Chương 3 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.

**3.1 Quy trình xâydựng chương trình du lịch**

 3.1.1 Mô hình quy trình xây dựng chương trình du lịch

 3.1.2 Quy trình xây dựng chương trình du lịch

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

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

 3.2.2 Khái niệm, nội dung nghiên cứu cầu du lịch

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

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

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

 3.3.2 Căn cứ lựa chọn các tài nguyên du lịch

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

 3.3.4 Nghiên cứu các nhà cung cấp tại điểm đến

 3.3.5 Chuẩn bị lên kế hoạch

**3.4 Xây dựng mục đích, ý tưởng chương trình du lịch**

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

 3.4.2 Căn cứ lựa chọn một chương trình du lịch mới

**3.5 Thiết kế chương trình du lịch**

3.5.1 Thiết kế khung chương trình du lịch

 3.5.1 Thiết kế chương trình du lịch chi tiết

**3.6 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 lữ hành,* Tái bản lần thứ II, NXB ĐHKTQD (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 4 – GIÁ THÀNH VÀ GIÁ BÁN CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH**

*Giới thiệu chương*

Chương 4 giới thiệu kiến thức cơ bản về khái niện, 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.

**4.1 Xác định giá thành chương trình du lịch**

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

 4.1.2 Nội dung chương trình du lịch

 4.1.3 Công thức tính giá thành

 4.1.4 Phương pháp tính giá thành

**4.2 Xác định giá bán chương trình du lịch**

4.2.1 Khái niệm giá bán chương trình du lịch

 4.2.2 Công thức tính giá bán

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

 4.2.4 Phương pháp xác định giá bán chương trình du lịch

 4.2.5 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)
2. Marc Mancini (2006), *Conducting Tours*, Third edition, Delmar Thomson Learning (Chapter 9)

**CHƯƠNG 5 – NHÀ CUNG CẤP DỊCH VỤ DU LỊCH (TOUR VENDORS)**

***Giới thiệu chương***

Nội dung chương 5 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.

**5.1 Vai trò của nhà cung cấp**

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

 5.1.2 Giới thiệu những nhà cung cấp dịch vụ du lịch

**5.2 Những nhà cung cấp dịch vụ du lịch chính**

 5.2.1 Dịch vụ vận chuyển khách du lịch

 5.2.2 Dịch vụ lưu trú

 5.2.2 Dịch vụ ăn uống

 5.2.4 Hoạt động/ địa điểm thu hút khách du lịch

***Tài liệu tham khảo của chương:***

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

**CHƯƠNG 6 – QUẢN TRỊ CHẤT LƯỢNG THIẾT KẾ CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH**

*Giới thiệu 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.

**6.1 Chất lượng thiết kế chương trình du lịch**

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

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

6.1.3 Những chú ý khi xây dựng chương trình du lịch

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

6.2.1 Phương pháp đánh giá

 6.2.2 Phương pháp trưng cầu ý kiến

 6.2.3 Phương pháp trắc nghiệm

 6.2.4 Phương pháp chuyên gia

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

 6.2.6 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 lữ hành,* NXB ĐHKTQD, Hà Nội (Chương 8).

**CHƯƠNG 7 – LẬP KẾ HOẠCH MARKETING VÀ CHIẾN LƯỢC TRUYỀN THÔNG MARKETING CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH**

*Giới thiệu chương*

Chương 7 về marketing chương trình du lịch, xác định ngân sách cho kế hoạch marketing hàng năm, lập chiến lược và kế hoạch marketing. Nội dung chương cũng đề cập đến kế hoạch truyền thông, quảng cáo và bán hàng

**7.1 Lập kế hoạch Marketing**

 7.1.1 Lập một kế hoạch marketing

7.1.2 Lập quỹ cho kế hoạch marketing

7.1.3 Xây dựng chiến lược marketing

**7.2 Chiến lược truyền thông Marketing chương trình du lịch**

7.2.1 Kế hoạch kênh truyền thông

7.2.2 Kế hoạch quảng cáo

7.2.3 Kế hoạch PR

7.2.4 Kế hoạch bán tour

***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 lữ hành,* NXB ĐHKTQD, Hà Nội (Chương 8).

**CHƯƠNG 8 – HƯỚNG DẪN THIẾT KẾ MỘT SỐ TOUR ĐẶC BIỆT**

*Giới thiệu chương*

Chương 8 hướng dẫn sinh viên thiết kế một số tour đặc biệt, bao gồm: tour thể thao, tour thám hiểm, tour chữa lành, tour ẩm thực

**8.1 Tour ẩm thực**

 8.1.1 Quan điểm và sự phát triển của tour ẩm thực

 8.1.2 Thiết kế tour ẩm thực

**8.2 Tour thám hiểm**

 8.2.1 Quan điểm và sự phát triển của tour thám hiểm

 8.2.2 Thiết kế tour thám hiểm

**8.3 Tour chữa lành**

 8.3.1 Quan điểm và sự phát triển của tour chữa lành

 8.3.2 Thiết kế tour chữa lành

**8.4 Tour thể thao**

 8.4.1 Quan điểm và sự phát triển của tour chữa lành

 8.4.2 Thiết kế tour chữa lành

***Tài liệu tham khảo của chương:***

* + - 1. Martin Scarrott (1999), *Sport, Leisure and Tourism Information source*, Butterworth Heinemann.
			2. John Stanley and Linda Stanley (2015*), Food tourism – A practical marketing guide,* CPI Group
			3. Marta Peris-Ortiz and Jose Alvarez-Garcia (2015*), Health and wellness tourism, emergence of a new market segment,* Springer
			4. John Swarbrooke et al. (2003), *Adventour tourism – the new frontier,* Butterworth Heinemann.
			5. Melanie Smith and Laszlo Puczko, (2009), *Health and Wellness tourism,* Butterworth Heinemann

**8.2. Kế hoạch giảng dạy**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Tuần** | **Nội dung** | **NLNH học phần** | **Hoạt động dạy và học** | **Bài đánh giá** |
| **[1]** | **[2]** | **[3]** | **[4]** | **[5]** |
| 1 | Chương 1 | 3 | **Giảng viên*** Giới thiệu học phần, đề cương chi tiết, tài liệu học tập, tài liệu tham khảo, nội quy lớp học, quy định thi, kiểm tra, đánh giá, hướng dẫn kế hoạch học tập, xây dựng các nhóm học tập.
* Thuyết giảng, đàm thoại và giải thích các nội dung của chương.
* Giao nhiệm vụ thảo luận.
* Trả lời các câu hỏi của sinh viên

**Sinh viên:*** Nghiên cứu tài liệu học tập.
* Chuẩn bị trả lời các câu hỏi đàm thoại

- Thảo luận theo nhiệm vụ được giao. |  |
| 2 |
| 3 | Chương 2 | 3 | **Giảng viên*** Thuyết giảng, đàm thoại và giải thích các nội dung của chương.
* Giao nhiệm vụ thảo luận.
* Trả lời các câu hỏi của sinh viên

**Sinh viên:**- Làm bài tập dự án:- Thiết kế city tour- Thuyết trình | Thiết kế city tour |
| 4 |
| 5 |
| 6 | Chương 3 | 3 | **Giảng viên*** Thuyết giảng, đàm thoại và giải thích các nội dung của chương.
* Giao bài tập

**Sinh viên:**- Nghiên cứu tài liệu học tập ở nhà: *Phân biệt chi phí cố định và chi phí biến đổi, giá bán, giá thành** Chuẩn bị trả lời các câu hỏi đàm thoại

Làm bài tập trên lớp |  |
| 7 |
| 8 | Chương 4 | 3 | **Giảng viên*** Thuyết giảng, đàm thoại và giải thích các nội dung của chương.
* Giao bài tập nghiên cứu trước tài nhà.
* Trả lời các câu hỏi của sinh viên
* Mời guest speaker và thảo luận chủ đề với guest speaker

**Sinh viên:**- Sinh viên chia nhóm và ghiên cứu tài liệu học tập ở nhà: Lấy ví dụ về các nhà cung cấp dịch vụ du lịch chính và lưu ý khi lựa chọn * Chuẩn bị trả lời các câu hỏi đàm thoại, PBL

- Thảo luận theo nhiệm vụ được giao. |  |
| 9 |
| 10 | Chương 5 | 3 | **Giảng viên*** Thuyết giảng, đàm thoại và giải thích các nội dung của chương.
* PBL
* Giao nhiệm vụ thảo luận.
* Trả lời các câu hỏi của sinh viên

**Sinh viên:**- Chia nhóm- Xây dựng một bản khảo sát chất lượng chương trình du lịch cho khách  | Bản khảo sát chất lượng chương trình du lịch cho khách |
| 11 |
| 12 | Chương 6 | 3 | **Giảng viên*** Thuyết giảng, đàm thoại và giải thích các nội dung của chương.
* Giao nhiệm vụ làm việc nhóm, thảo luận, thuyết trình.
* Trả lời các câu hỏi của sinh viên

**Sinh viên:*** Nghiên cứu tài liệu học tập ở nhà: *Các chiến lược truyền thông marketing du lịch*

- Thiết kế tờ rơi quảng cáo chương trình du lịch/ Viết content giới thiệu chương trình du lịch | Thiết kế tờ rơi quảng cáo chương trình du lịch/ Viết content giới thiệu chương trình du lịch |
| 13 |

**9. QUY ĐỊNH CỦA HỌC PHẦN (COURSE REQUIREMENTS AND EXPECTATION)**

**9.1. Quy định về tham dự lớp học**

- Sinh viên/học viên có trách nhiệm tham dự đầy đủ các buổi học. Trong trường hợp nghỉ học do lý do bất khả kháng thì phải có giấy tờ chứng minh đầy đủ và hợp lý.

- Sinh viên có trách nhiệm chủ động nghiên cứu tài liệu, chủ động chuẩn bị bài học trước khi đến lớp theo hướng dẫn và yêu cầu của giảng viên

- Sinh viên vắng quá 3 buổi học dù có lý do hay không có lý do đều bị coi như không hoàn thành khóa học và phải đăng ký học lại.

- Sinh viên nộp bài tập cá nhân và bài tập nhóm muộn so với thời gian quy định của giảng viên sẽ nhận điểm 0 của bài tập đó.

- Về trao đổi giữa giảng viên và sinh viên: Khuyến khích sinh viên tham gia thảo luận, phản hồi trực tiếp với giảng viên về nội dung học phần, phương pháp dạy và học, tài liệu giảng dạy và đọc. Giảng viên cũng khuyến khích sinh viên phản hồi về hình thức, phương pháp và nội dung kiểm tra, đánh giá kết quả học tập của sinh viên. Sinh viên có thể giao trao đổi với giảng viên trên lớp, trong giờ hành chính hoặc qua email. Những thông tin phản hồi của sinh viên có giá trị góp phần nâng cao chất lượng dạy và học của học phần.

**9.2. Quy định về hành vi lớp học**

- Học phần được thực hiện trên nguyên tắc tôn trọng người học và người dạy. Mọi hành vi làm ảnh hưởng đến quá trình dạy và học đều bị nghiêm cấm.

- Sinh viên cần chủ động tham gia bài giảng trên lớp thông qua trao đổi với giảng viên (trả lời và đặt câu hỏi), thảo luận với sinh viên khác trên lớp, thảo luận nhóm, nghiên cứu tình huống, thuyết trình.

- Sinh viên phải đi học đúng giờ quy định. Sinh viên đi trễ quá 10 phút sau khi giờ học bắt đầu sẽ không được tham dự buổi học.

- Tuyệt đối không làm ồn, gây ảnh hưởng đến người khác trong quá trình học.

- Tuyệt đối không được ăn uống, nhai kẹo cao su, sử dụng các thiết bị như điện thoại, máy nghe nhạc trong giờ học.

- Máy tính xách tay, máy tính bảng chỉ được thực hiện vào mục đích ghi chép bài giảng, tính toán phục vụ bài giảng, bài tập, tuyệt đối không dùng vào việc khác.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Xác nhận của Trường** | **Trưởng Bộ môn** | **Giảng viên** |