

PHẦN I: ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN

1. Khoa phụ trách: Quản trị kinh doanh

2. Giảng viên

TT	Họ và tên	Năm sinh	Học hàm, học vị	Nơi tốt nghiệp	Chuyên môn	Giảng chính, kiêm chức	Điện thoại, email
1	Nguyễn Thị Ngọc Anh	1988	Thạc sỹ	ĐH KTQD	Quản trị doanh nghiệp thương mại	Giảng chính	ĐT: 0987595487 Email: msnguyen112@gmail.com

3. Thông tin về học phần

- Tên học phần: QUẢN TRỊ MARKETING DU LỊCH VÀ KHÁCH SẠN
- Số tín chỉ: 03
- Điều kiện tiên quyết: Quản trị học, Quản trị marketing, Marketing căn bản, Đề cương khoa học du lịch.

4. Đối tượng áp dụng

- Ngành đào tạo: Học phần bắt buộc đối với ngành Quản trị kinh doanh
- Trình độ: Đại học
- Hệ đào tạo: Chính quy

5. Mục tiêu của học phần:

5.1. Kiến thức

- Hiểu các khái niệm về marketing du lịch, du khách, lữ hành. Các đặc điểm của du lịch, kinh doanh du lịch, du khách. Các hoạt động của marketing du lịch. Marketing

mix, các luận thuyết – định hướng của hoạt động marketing. Khái niệm phân khúc thị trường và các tiêu thức của phân khúc thị trường trong ngành du lịch.

- Phân tích được cung- cầu du lịch. Phân biệt được cầu, cung du lịch với cầu, cung của một loại hàng hóa.

- Phân tích được các chiến lược marketing: sản phẩm, giá cả, phân phối và xúc tiến trong hoạt động kinh doanh du lịch.

- Phân tích được hành vi người tiêu dùng, phối thức tiếp thị trong kinh doanh du lịch. Hiểu được thương hiệu, lợi ích của thương hiệu và các quyết định của thương hiệu trong kinh doanh du lịch.

- Hiểu được sự hình thành sản phẩm, giá cả, cách thức phân phối sản phẩm và truyền thông tích hợp trong lĩnh vực kinh doanh du lịch.

5.2. Kỹ năng:

- Vận dụng các lý thuyết, chiến lược marketing giải thích các vấn đề trong kinh doanh một sản phẩm du lịch cụ thể.

- Thực hiện phân khúc thị trường du lịch.

- Phân tích hành vi của người tiêu dùng khi lựa chọn loại hình dịch vụ du lịch cụ thể.

- Nhìn nhận và đánh giá về xu hướng, nhu cầu du lịch trong thời điểm hiện nay và ứng dụng công nghệ thông tin trong kinh doanh du lịch.

5.3. Thái độ

- Giúp sinh viên có thái độ yêu thích môn học, ngành học. Có tinh thần trách nhiệm và hoàn thành các nhiệm vụ được giao liên quan đến môn học.

- Nhận thức rõ ý nghĩa, tầm quan trọng của các kiến thức quản trị marketing du lịch và khách sạn.

- Rèn luyện tính kiên trì và đạo đức nghề nghiệp. Có sự tự tin và hiểu biết về Quản trị marketing du lịch và khách sạn làm hành trang cho công việc sau khi ra trường.

6. Tóm tắt nội dung học phần

Quản trị Marketing du lịch là môn học nhằm củng cố các kiến thức marketing căn bản và ứng dụng của Marketing vào ngành du lịch. Cung cấp cho sinh viên các phương thức phân tích, phát triển cơ hội thị trường, chiến lược marketing du lịch và nội dung công tác lập kế hoạch marketing du lịch, những kinh nghiệm thực tế về marketing du lịch

và hoạt động kinh doanh dịch vụ lữ hành tại các doanh nghiệp du lịch ở Việt Nam và trên thế giới. Trên cơ sở lý thuyết giảng dạy, sinh viên có thể hiểu được hoạt động marketing du lịch thực tế tại các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ du lịch, lữ hành. Từ đó, phân tích, đánh giá những thuận lợi, khó khăn và những rủi ro trong quá trình marketing du lịch và những giải pháp nâng cao hiệu quả marketing du lịch, đề xuất được các chiến lược marketing cho một doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ du lịch cụ thể trên thị trường.

7. Phương pháp và phương tiện giảng dạy

7.1. Phương pháp giảng dạy

- Diễn giải, phân tích, phát vấn-đổi thoại
- Đặt vấn đề - giải quyết vấn đề
- Thảo luận nhóm tại lớp

7.2. Phương tiện giảng dạy

- Phần, bảng, máy tính, máy chiếu, kịch bản giảng dạy.
- Giáo trình Marketing du lịch, PGS. TS. Nguyễn Văn Mạnh, PGS.TS. Nguyễn Đình Hòa, NXB Đại học Kinh tế quốc dân.
- Giáo trình Quản trị doanh nghiệp khách sạn- du lịch, Nguyễn Trọng Đăng- Nguyễn Doãn Thanh Liễu- Vũ Đức Minh- Trần Thị Phùng.

8. Thang điểm đánh giá: thang điểm 10 (từ 0 đến 10), làm tròn đến một chữ số thập phân.

9. Phương pháp và nội dung đánh giá:

9.1. Điểm chuyên cần (10%): Được chấm theo thang điểm 10, dựa trên các tiêu chí sau: Thời gian dự học trên lớp, ý thức học tập trên lớp, mức độ hoàn thành các câu hỏi, bài tập giao về nhà và nội dung tự học ở nhà...

9.2. Kiểm tra đánh giá thường xuyên (10%) (2 bài)

- Bài kiểm tra được thực hiện dưới hình thức kiểm tra viết hoặc bài tập nhóm.
- Thời gian kiểm tra:
 - + Sau khi kết thúc chương 2: Kiểm tra bài 1
 - + Sau khi kết thúc chương 8: Kiểm tra bài 2

9.3. Kiểm tra đánh giá giữa học phần (10%)

- Bài kiểm tra được thực hiện dưới hình thức kiểm tra viết
- Thời gian kiểm tra: Sau khi kết thúc chương 5

9.4. Thi kết thúc học phần (70%)

- Thi kết thúc học phần do nhà trường tổ chức vào cuối kỳ học
- Thi theo hình thức tự luận

10. Tài liệu học tập và tham khảo

10.1 Tài liệu học tập bắt buộc:

PGS. TS. Nguyễn Văn Mạnh, PGS.TS. Nguyễn Đình Hòa. Giáo trình Marketing du lịch, NXB Đại học Kinh tế quốc dân.

10.2. Tài liệu tham khảo:

Nguyễn Trọng Đăng- Nguyễn Doãn Thanh Liễu- Vũ Đức Minh- Trần Thị Phùng. Quản trị doanh nghiệp khách sạn- du lịch.

11. Nội dung chi tiết học phần

Chương 1

TỔNG QUAN VỀ QUẢN TRỊ MARKETING DU LỊCH

1.1. CÁC KHÁI NIỆM CƠ BẢN VỀ QUẢN TRỊ MARKETING

1.1.1. Các khái niệm cơ bản về marketing

1.1.2. Khái niệm về quản trị marketing

1.2. CÁC KHÁI NIỆM VỀ QUẢN TRỊ MARKETING DU LỊCH

1.2.1. Khái niệm quản trị Marketing du lịch

1.2.2. Nội dung hoạt động quản trị Marketing du lịch của tổ chức

Chương 2

MÔI TRƯỜNG MARKETING DU LỊCH VÀ KẾ HOẠCH MKT CỦA DOANH NGHIỆP DU LỊCH

2.1. Khái niệm môi trường MKT của doanh nghiệp du lịch

2.1.1. Môi trường MKT vĩ mô

2.1.2. Môi trường MKT vi mô

2.2. Kế hoạch Marketing của doanh nghiệp du lịch

2.2.1. Khái niệm kế hoạch chiến lược, kế hoạch MKT du lịch

2.2.2. Nội dung cơ bản của kế hoạch Marketing du lịch

2.3. Quy trình lập kế hoạch MKT du lịch

2.3.1. Phân tích ma trận SWOT

2.3.2. Xác định mục tiêu MKT

2.3.3. Xây dựng các chiến lược và chiến thuật MKT

2.3.4. Kiểm tra và đánh giá kế hoạch MKT

Chương 3

HÀNH VI KHÁCH HÀNG VÀ HÀNH VI MUA HÀNG DU LỊCH

3.1. Mô hình hành vi khách hàng

3.2. Quá trình ra quyết định của người tiêu dùng

Chương 4

THỊ TRƯỜNG, PHÂN ĐOẠN THỊ TRƯỜNG, LỰA CHỌN THỊ TRƯỜNG MỤC TIÊU VÀ ĐỊNH VỊ THỊ TRƯỜNG CỦA DOANH NGHIỆP DU LỊCH

4.1. Thị trường du lịch

4.1.1. Khái niệm thị trường du lịch

4.1.2. Các loại thị trường du lịch và sự tác động qua lại giữa chúng

4.1.3. Cầu trong du lịch

4.1.4. Cung trong du lịch

4.2. Phân đoạn thị trường du lịch

4.2.1. Khái niệm và ý nghĩa phân đoạn thị trường du lịch

4.2.2. Các yêu cầu của phân đoạn thị trường du lịch

4.2.3. Các tiêu thức để phân đoạn thị trường marketing du lịch

4.3. Lựa chọn thị trường mục tiêu

4.3.1. Khái niệm thị trường mục tiêu

4.3.2. Các phương án lựa chọn thị trường mục tiêu

4.4. Định vị thị trường của doanh nghiệp du lịch

4.4.1. Khái niệm định vị thị trường của doanh nghiệp du lịch

4.4.2. Các yếu tố để định vị thị trường của doanh nghiệp du lịch

4.4.3. Các bước định vị thị trường của doanh nghiệp du lịch

Chương 5

QUẢN TRỊ SẢN PHẨM CỦA DOANH NGHIỆP DU LỊCH

5.1. Khái niệm về sản phẩm dịch vụ du lịch

5.2. Hoạch định, phân tích và quản trị sản phẩm của doanh nghiệp du lịch.

5.2.1. Hoạch định sản phẩm

5.2.2. Phân tích sản phẩm

5.3. Quyết định nhãn hiệu sản phẩm

5.3.1. Khái niệm về nhãn hiệu sản phẩm

5.3.2. Quyết định về nhãn hiệu sản phẩm

5.4. Phát triển sản phẩm mới

5.4.1. Khái niệm sản phẩm mới

5.4.2. Quy trình phát triển sản phẩm mới

5.5. Chu kỳ sống của sản phẩm du lịch

Chương 6

QUẢN TRỊ GIÁ CỦA DOANH NGHIỆP DU LỊCH

6.1. Bản chất của giá

6.2. Những vấn đề cần quan tâm khi xác định giá

6.2.1. Những nhân tố tác động đến việc xác định giá

6.2.2. Các phương pháp cơ bản để xác định giá

6.3. Các chiến lược về giá

6.3.1. Các chiến lược về giá cho sản phẩm mới

6.3.2. Các chiến lược về giá cho sản phẩm hiện tại

Chương 7

QUẢN TRỊ KÊNH PHÂN PHỐI CỦA DOANH NGHIỆP DU LỊCH

7.1. Bản chất và tầm quan trọng của chiến lược phân phối trong du lịch

7.1.1. Khái niệm, mục tiêu và nội dung của chiến lược phân phối

7.1.2. Vai trò của các tổ chức trung gian

7.2. Cấu trúc và tổ chức kênh phân phối trong du lịch

7.2.1. Các kênh phân phối và cấu trúc kênh phân phối trong du lịch

7.2.2. Tổ chức và hoạt động của kênh phân phối trong du lịch

7.3. Lựa chọn và quản lý kênh phân phối

Chương 8

QUẢN TRỊ XÚC TIẾN HỖN HỢP CỦA DOANH NGHIỆP DU LỊCH

8.1. Khái niệm và vai trò của xúc tiến hỗn hợp

8.2. Các công cụ xúc tiến hỗn hợp trong du lịch

8.3. Xây dựng chiến lược xúc tiến hỗn hợp

12. Phân bổ thời gian

Nội dung	Phân bổ thời gian				Tổng cộng
	Lý thuyết	Kiểm tra	Bài tập, thảo luận	Tự học, tự nghiên cứu	
Chương 1. Tổng quan về Quản trị MKT Du lịch	3			6	9
Chương 2. Môi trường MKT Du lịch và kế hoạch MKT của Doanh nghiệp Du lịch	3		1	8	12
Chương 3. Hành vi khách hàng và hành vi mua hàng du lịch	4		1	10	15
Chương 4. Thị trường, Phân đoạn thị trường, Lựa chọn thị trường mục tiêu và Định vị thị trường của doanh nghiệp Du lịch.	4		1	12	17
Kiểm tra thường xuyên		1			1
Chương 5. Thiết kế và quản trị sản phẩm	4		2	12	18
Chương 6. Định giá sản phẩm của doanh nghiệp Du lịch	4		1	12	17
Kiểm tra giữa kỳ		1			1
Chương 7. Quản trị kênh phân phối MKT du lịch	5		2	16	23
Kiểm tra thường xuyên		1			1
Chương 8. Xúc tiến hỗn hợp sản phẩm du lịch	4		2	14	20
Tổng kết	1				1
Tổng cộng	32	3	10	90	135

13. Lịch trình tổ chức dạy học cụ thể:

Bài 1 (tiết 1-3)

Chương 1: TỔNG QUAN VỀ QUẢN TRỊ MARKETING DU LỊCH

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết	Nội dung chính	Tài liệu học tập, tham khảo	Ghi chú
Lý thuyết	3	1.1. Các khái niệm cơ bản về Quản trị MKT 1.1.1. Các khái niệm cơ bản về Marketing 1.1.2. Khái niệm về Quản trị Marketing 1.2. Các khái niệm về quản trị Marketing du lịch 1.2.1. Khái niệm quản trị Marketing du lịch 1.2.2. Nội dung hoạt động quản trị Marketing du lịch của tổ chức	GS. TS. Nguyễn Văn Mạnh, PGS.TS. Nguyễn Đình Hòa. Giáo trình Marketing du lịch, NXB Đại học Kinh tế quốc dân, Chương 1.	
Thảo luận	0			
Tự nghiên cứu	6	- Đọc tài liệu về nội dung bài học - Nghiên cứu trước khi lên lớp: + Môi trường marketing du lịch và kế hoạch marketing của doanh nghiệp du lịch. + Vận dụng lấy ví dụ thực tế.	GS. TS. Nguyễn Văn Mạnh, PGS.TS. Nguyễn Đình Hòa. Giáo trình Marketing du lịch, NXB Đại học Kinh tế quốc dân, Chương 2.	

Bài 2 (tiết 4-6)

Chương 2. MÔI TRƯỜNG MARKETING DU LỊCH VÀ KẾ HOẠCH MKT CỦA DOANH NGHIỆP DU LỊCH

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết	Nội dung chính	Tài liệu học tập, tham khảo	Ghi chú
Lý thuyết	3	<p>2.1. Khái niệm môi trường MKT của doanh nghiệp du lịch</p> <p>2.1.1. Môi trường MKT vi mô</p> <p>2.1.2. Môi trường MKT vĩ mô</p> <p>2.2. Kế hoạch Marketing của doanh nghiệp du lịch</p> <p>2.2.1. Khái niệm kế hoạch chiến lược, kế hoạch MKT du lịch</p> <p>2.2.2. Nội dung cơ bản của kế hoạch Marketing du lịch</p> <p>2.3. Quy trình lập kế hoạch MKT du lịch</p> <p>2.3.1. Phân tích ma trận SWOT</p> <p>2.3.2. Xác định mục tiêu MKT</p> <p>2.3.3. Xây dựng các chiến lược và chiến thuật MKT</p> <p>2.3.4. Kiểm tra và đánh giá kế hoạch MKT</p>	GS. TS. Nguyễn Văn Mạnh, PGS.TS. Nguyễn Đình Hòa. Giáo trình Marketing du lịch, NXB Đại học Kinh tế quốc dân, Chương 2.	
Thảo luận	0			
Tự nghiên cứu	8	<ul style="list-style-type: none"> - Đọc tài liệu về nội dung bài học - Nghiên cứu trước khi lên lớp: + Hành vi khách hàng và hành vi mua hàng doanh nghiệp. + Lấy ví dụ thực tế. 	GS. TS. Nguyễn Văn Mạnh, PGS.TS. Nguyễn Đình Hòa. Giáo trình Marketing du lịch, NXB Đại học Kinh tế quốc dân, Chương 3.	

Bài 3 (tiết 7-9)
Chương 2 (tiếp)

Hình thức tổ chức	Số tiết	Nội dung chính	Tài liệu học tập, tham khảo	Ghi chú

dạy học				
Lý thuyết	0			
Thảo luận	1	Thảo luận nhóm bài tập tình huống thực tế cuối chương 2.		

Chương 3. HÀNH VI KHÁCH HÀNG VÀ HÀNH VI MUA HÀNG DU LỊCH

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết	Nội dung chính	Tài liệu học tập, tham khảo	Ghi chú
Lý thuyết	2	3.1. Mô hình hành vi khách hàng	GS. TS. Nguyễn Văn Mạnh, PGS.TS. Nguyễn Đình Hòa. Giáo trình Marketing du lịch, NXB Đại học Kinh tế quốc dân, Chương 3.	
Thảo luận	0			

Bài 4 (tiết 10-12)

Chương 3 (tiếp)

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết	Nội dung chính	Tài liệu học tập, tham khảo	Ghi chú
Lý thuyết	2	3.2. Quá trình ra quyết định của người tiêu dùng	GS. TS. Nguyễn Văn Mạnh, PGS.TS. Nguyễn Đình Hòa. Giáo trình Marketing du lịch, NXB Đại học Kinh tế quốc dân, Chương 3.	
Thảo luận	1	Thảo luận nhóm bài tập tình huống thực tế cuối chương 3.		
Tự nghiên	10	- Đọc tài liệu về nội dung bài học - Nghiên cứu trước khi lên lớp:	GS. TS. Nguyễn Văn Mạnh, PGS.TS. Nguyễn Đình Hòa.	

cứu		+ Thị trường, phân đoạn thị trường, lựa chọn thị trường mục tiêu và định vị thị trường của doanh nghiệp du lịch. + Lấy ví dụ thực tế.	Giáo trình Marketing du lịch, NXB Đại học Kinh tế quốc dân, Chương 4.	
-----	--	--	---	--

Bài 5 (tiết 13-15)

Chương 4. THỊ TRƯỜNG, PHÂN ĐOẠN THỊ TRƯỜNG, LỰA CHỌN THỊ TRƯỜNG MỤC TIÊU VÀ ĐỊNH VỊ THỊ TRƯỜNG CỦA DOANH NGHIỆP DU LỊCH

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết	Nội dung chính	Tài liệu học tập, tham khảo	Ghi chú
Lý thuyết	3	<p>4.1. Thị trường du lịch</p> <p>4.1.1. Khái niệm thị trường du lịch</p> <p>4.1.2. Các loại thị trường du lịch và sự tác động qua lại giữa chúng</p> <p>4.1.3. Cầu trong du lịch</p> <p>4.1.4. Cung trong du lịch</p> <p>4.2. Phân đoạn thị trường du lịch</p> <p>4.2.1. Khái niệm và ý nghĩa phân đoạn thị trường du lịch</p> <p>4.2.2. Các yêu cầu của phân đoạn thị trường du lịch</p> <p>4.2.3. Các tiêu thức để phân đoạn thị trường marketing du lịch</p> <p>4.3. Lựa chọn thị trường mục tiêu</p> <p>4.3.1. Khái niệm thị trường mục tiêu</p> <p>4.3.2. Các phương án lựa chọn thị trường mục tiêu</p>	GS. TS. Nguyễn Văn Mạnh, PGS.TS. Nguyễn Đình Hòa. Giáo trình Marketing du lịch, NXB Đại học Kinh tế quốc dân, Chương 4.	

Thảo luận	0			
-----------	---	--	--	--

Bài 6 (tiết 16- 18)

Chương 4 (tiếp)

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết	Nội dung chính	Tài liệu học tập, tham khảo	Ghi chú
Lý thuyết	2	<p>4.4. Định vị thị trường của doanh nghiệp du lịch</p> <p>4.4.1. Khái niệm định vị thị trường của doanh nghiệp du lịch</p> <p>4.4.2. Các yếu tố để định vị thị trường của doanh nghiệp du lịch</p> <p>4.4.3. Các bước định vị thị trường của doanh nghiệp du lịch</p>	GS. TS. Nguyễn Văn Mạnh, PGS.TS. Nguyễn Đình Hòa. Giáo trình Marketing du lịch, NXB Đại học Kinh tế quốc dân, Chương 4.	
Thảo luận	1	Thảo luận bài tập tình huống cuối chương.		
Tự nghiên cứu	12	<ul style="list-style-type: none"> - Đọc tài liệu về nội dung bài học từ đầu chương 1 đến hết chương 4, chuẩn bị cho bài kiểm tra thường xuyên số 1. - Nghiên cứu trước khi lên lớp: <ul style="list-style-type: none"> + Lấy ví dụ thực tế. + Thiết kế và quản trị sản phẩm. 	GS. TS. Nguyễn Văn Mạnh, PGS.TS. Nguyễn Đình Hòa. Giáo trình Marketing du lịch, NXB Đại học Kinh tế quốc dân, Chương 1, 2, 3, 4, 5.	

Bài 7 (tiết 19- 21)

Chương 5. QUẢN TRỊ SẢN PHẨM CỦA DOANH NGHIỆP DU LỊCH

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết	Nội dung chính	Tài liệu học tập, tham khảo	Ghi chú
Lý thuyết	2	<p>5.1. Khái niệm về sản phẩm dịch vụ du lịch</p> <p>5.2. Hoạch định, phân tích và</p>	GS. TS. Nguyễn Văn Mạnh, PGS.TS. Nguyễn Đình Hòa. Giáo trình Marketing du lịch, NXB Đại học Kinh tế quốc	

		quản trị sản phẩm của doanh nghiệp du lịch. 5.2.1. Hoạch định sản phẩm 5.2.2. Phân tích sản phẩm	dân, Chương 6.	
Kiểm tra thường xuyên	1	Hình thức và nội dung bài kiểm tra do giảng viên giảng dạy quyết định.		
Thảo luận	0			

Bài 8 (tiết 22-24)

Chương 5 (tiếp)

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết	Nội dung chính	Tài liệu học tập, tham khảo	Ghi chú
Lý thuyết	2	5.3. Quyết định nhãn hiệu sản phẩm 5.3.1. Khái niệm về nhãn hiệu sản phẩm 5.3.2. Quyết định về nhãn hiệu sản phẩm 5.4. Phát triển sản phẩm mới 5.4.1. Khái niệm sản phẩm mới 5.4.2. Quy trình phát triển sản phẩm mới 5.5. Chu kỳ sống của sản phẩm du lịch	GS. TS. Nguyễn Văn Mạnh, PGS.TS. Nguyễn Đình Hòa. Giáo trình Marketing du lịch, NXB Đại học Kinh tế quốc dân, Chương 6.	
Thảo luận	1	Thảo luận nhóm bài tập tình huống thực tế cuối chương.		
Tự nghiên cứu	12	- Đọc tài liệu về nội dung bài học. - Nghiên cứu trước khi lên lớp: + Lấy ví dụ thực tế. + Định giá sản phẩm của doanh	GS. TS. Nguyễn Văn Mạnh, PGS.TS. Nguyễn Đình Hòa. Giáo trình Marketing du lịch, NXB Đại học Kinh tế quốc dân, Chương 7.	

		ngành du lịch.	
--	--	----------------	--

Bài 9 (tiết 25- 27)

Chương 6. QUẢN TRỊ GIÁ CỦA DOANH NGHIỆP DU LỊCH

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết	Nội dung chính	Tài liệu học tập, tham khảo	Ghi chú
Lý thuyết	2	<p>6.1. Bản chất của giá</p> <p>6.2. Những vấn đề cần quan tâm khi xác định giá</p> <p>6.2.1. Những nhân tố tác động đến việc xác định giá</p> <p>6.2.2. Các phương pháp cơ bản để xác định giá</p>	GS. TS. Nguyễn Văn Mạnh, PGS.TS. Nguyễn Đình Hòa. Giáo trình Marketing du lịch, NXB Đại học Kinh tế quốc dân, Chương 7.	
Thảo luận	1	Thảo luận nhóm bài tập tình huống thực tế cuối chương 5.		
Tự nghiên cứu	12	<ul style="list-style-type: none"> - Đọc tài liệu về nội dung bài học các chương đã học, chuẩn bị cho bài kiểm tra giữa kỳ. - Nghiên cứu trước khi lên lớp: <ul style="list-style-type: none"> + Lấy ví dụ thực tế. + Quản trị kênh phân phối marketing du lịch. 	GS. TS. Nguyễn Văn Mạnh, PGS.TS. Nguyễn Đình Hòa. Giáo trình Marketing du lịch, NXB Đại học Kinh tế quốc dân, Chương 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8.	

Bài 10 (tiết 28- 30)

Chương 6 (tiếp)

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết	Nội dung chính	Tài liệu học tập, tham khảo	Ghi chú
Lý thuyết	2	<p>6.3. Các chiến lược về giá</p> <p>6.3.1. Các chiến lược về giá cho</p>	GS. TS. Nguyễn Văn Mạnh, PGS.TS. Nguyễn Đình Hòa. Giáo trình Marketing du lịch,	

		sản phẩm mới 6.3.2. Các chiến lược về giá cho sản phẩm hiện tại	NXB Đại học Kinh tế quốc dân, Chương 7.	
Kiểm tra giữa kỳ	1	Hình thức và nội dung bài kiểm tra do giảng viên giảng dạy quyết định.		

Bài 11 (tiết 31- 33)

Chương 7. QUẢN TRỊ KÊNH PHÂN PHỐI CỦA DOANH NGHIỆP DU LỊCH

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết	Nội dung chính	Tài liệu học tập, tham khảo	Ghi chú
Lý thuyết	2	7.1. Bản chất và tầm quan trọng của chiến lược phân phối trong du lịch 7.1.1. Khái niệm, mục tiêu và nội dung của chiến lược phân phối 7.1.2. Vai trò của các tổ chức trung gian	GS. TS. Nguyễn Văn Mạnh, PGS.TS. Nguyễn Đình Hòa. Giáo trình Marketing du lịch, NXB Đại học Kinh tế quốc dân, Chương 8.	
Thảo luận	1	Bài tập tình huống cuối chương 6.		

Bài 12 (tiết 34- 36)

Chương 7 (tiếp)

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết	Nội dung chính	Tài liệu học tập, tham khảo	Ghi chú
Lý thuyết	3	7.2. Cấu trúc và tổ chức kênh phân phối trong du lịch 7.2.1. Các kênh phân phối và cấu trúc kênh phân phối trong du lịch 7.2.2. Tổ chức và hoạt động của	GS. TS. Nguyễn Văn Mạnh, PGS.TS. Nguyễn Đình Hòa. Giáo trình Marketing du lịch, NXB Đại học Kinh tế quốc dân, Chương 8.	

		kênh phân phối trong du lịch 7.3. Lựa chọn và quản lý kênh phân phối		
Thảo luận	0			
Tự nghiên cứu	16	- Đọc tài liệu về nội dung bài học các chương đã học. - Thực hiện các bài tập do giảng viên yêu cầu. - Chuẩn bị cho bài kiểm tra thường xuyên số 2.	GS. TS. Nguyễn Văn Mạnh, PGS.TS. Nguyễn Đình Hòa. Giáo trình Marketing du lịch, NXB Đại học Kinh tế quốc dân.	

Bài 13 (tiết 37- 39)

Chương 7 (tiếp)

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết	Nội dung chính	Tài liệu học tập, tham khảo	Ghi chú
Thảo luận	2	Bài tập tình huống cuối chương 7		
Kiểm tra thường xuyên	1	Hình thức và nội dung bài kiểm tra do giảng viên giảng dạy quyết định.		

Bài 14 (tiết 40- 42)

Chương 8. QUẢN TRỊ XÚC TIẾN HỖN HỢP CỦA DOANH NGHIỆP DU LỊCH

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết	Nội dung chính	Tài liệu học tập, tham khảo	Ghi chú
Lý thuyết	3	8.1. Khái niệm và vai trò của xúc tiến hỗn hợp 8.2. Các công cụ xúc tiến hỗn hợp trong du lịch 8.3. Xây dựng chiến lược xúc tiến hỗn hợp	GS. TS. Nguyễn Văn Mạnh, PGS.TS. Nguyễn Đình Hòa. Giáo trình Marketing du lịch, NXB Đại học Kinh tế quốc dân, Chương 9.	

Thảo luận	0			

**Bài 15 (tiết 43- 45)
Chương 8 (tiếp)**

Hình thức tổ chức dạy học	Số tiết	Nội dung chính	Tài liệu học tập, tham khảo	Ghi chú
Thảo luận	2	Thảo luận nhóm bài tập tình huống thực tế cuối chương 8.	GS. TS. Nguyễn Văn Mạnh, PGS.TS. Nguyễn Đình Hòa. Giáo trình Marketing du lịch, NXB Đại học Kinh tế quốc dân, Chương 9.	
Tổng kết	1			
Tự nghiên cứu	14	- Đọc tài liệu về nội dung bài học. - Làm bài tập tình huống. - Ôn lại các kiến thức đã học và đặt câu hỏi (nếu có).	GS. TS. Nguyễn Văn Mạnh, PGS.TS. Nguyễn Đình Hòa. Giáo trình Marketing du lịch, NXB Đại học Kinh tế quốc dân.	

Ngày.....thángnăm 2016

TRƯỞNG KHOA

TS Đào Văn Tú