**ĐẠI HỌC THÁI NGUYÊN**

**TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ &QUẢN TRỊ KINH DOANH**

----------------------------



**ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN**

**Học phần:** QUẢN TRỊ KINH DOANH LỮ HÀNH

**Mã số:** HOS231

**Số tín chỉ: 3**

**Khoa:** Marketing, Thương Mại & Du lịch

**Bộ môn phụ trách:** Quản trị Du lịch khách sạn

**Thái Nguyên, 2020**

|  |  |
| --- | --- |
| TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ &QTKD  **KHOA**: MARKETING, THƯƠNG MẠI & DU LỊCH  **Bộ môn phụ trách**: QT DU LỊCH KHÁCH SẠN |  |

**ĐỀ C­ƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN**

**1. Tên học phần:** QUẢN TRỊ KINH DOANH LỮ HÀNH; **Mã học phần**: HOS231;

**2. Tên Tiếng Anh:** Business travel managerment;

**3. Số tín chỉ:** 3 **tín chỉ** (2 tín chỉ lý thuyết, 1 tín chỉ thực hành/thảo luận, …. tín chỉ tự học)

**4. Điều kiện tham gia học tập học phần**

Môn học tiên quyết: Quản trị chất lượng dịch vụ du lịch

Môn học trước: Quản trị học, kinh tế du lịch

**5. Các giảng viên phụ trách học phần**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **STT** | **Học hàm, học vị, họ tên** | **Số điện thoại** | **Email** | **Ghi chú** |
| 1 | ThS. Nguyễn Thị Thanh Tâm | 0987300185 | thanhtamtueba1985@gmail.com |  |
| 2 | TS. Trần Thị Tuyết | 0968256548 | tuyettranthi@tueba.edu.vn |  |
| 3 | ThS. Bùi T Thanh Hương | 0976601859 | thanhhuong.tueba@gmail.com |  |

**6. Mô tả học phần:**

Đây là một học phần bắt buộc dành cho sinh viên các ngành đào tạo Quản trị dịch vụ du lịch lữ hành của Trường. Môn học vừa trang bị những lý luận, phương pháp luận, nhưng đồng thời lại có tính nghiệp vụ, hình thành những kỹ năng quản trị kinh doanh, kỹ năng tác nghiệp cho sinh viên trong lĩnh vực kinh doanh du lịch lữ hành, kinh doanh lưu trú và ăn uống. Kiến thức trang bị trong môn học này là sự tiếp nối các kiến thức đã được trang bị trước đó cho sinh viên như các môn học cơ bản, cơ sở, các môn học kinh tế thị trường, quan trị kinh doanh, kinh tế du lịch, quản trị kinh doanh khách sạn.

Các nội dung kiến thức cụ thể của học phần như sau: Khái quát về lịch sử phát triển kinh doanh lữ hành, nội dung cơ bản của Kinh doanh lữ hành; Cơ cấu tổ chức và quản trị nguồn nhân lực của doanh nghiệp lữ hành; Quan hệ giữa nhà cung cấp với doanh nghiệp lữ hành; Tổ chức kinh doanh của đại lý lữ hành; Xây dựng chương trình du lịch; Tổ chức xúc tiến hỗn hợp bán và thực hiện chương trình du lịch; Hệ thống các chỉ tiêu đánh giá kinh doanh chương trình du lịch; Môi trường kinh doanh và chiến lược, chính sách kinh doanh của doanh nghiệp lữ hành.

**7. Mục tiêu học phần**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Mục tiêu**  ***(Goals)*** | **Mô tả**  ***(Goal description)***  *Học phần này trang bị cho sinh viên:* | **Chuẩn đầu ra**  **CTĐT** | **Trình độ năng lực** |
| **G1** | Những kiến thức về tổ chức và quản lý 1 doanh nghiệp kinh doanh lữ hành; Cách thức xây dựng và vận hành 1 tour du lịch. | 1.1, 1.2, 1.5, 1. 8 | 6 |
| **G2** | Rèn luyện kỹ năng phân tích và xử lý thông tin; Kỹ năng giao tiếp ứng xử và làm việc độc lập,; Phát triển kỹ năng tổ chức làm việc nhóm | 2.2, 2.3 | 4 |
| **G3** | Khả năng tự học hỏi các kiến thức chuyên ngành cũng như có thể kết hợp với các cá nhân khác để hoàn thành công việc; Có tinh thần trách nhiệm cao trong công việc, ham học hỏi, nâng cao kiến thức nghiệp vụ, kiên trì bền bỉ với lựa chọn của bản thân, chịu được sức ép từ môi trường làm việc năng động, sáng tạo. | 3.1, 3.2 | 4 |

**8. Chuẩn đầu ra của học phần**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Chuẩn đầu ra HP** | | **Mô tả**  *Sau khi học xong môn học này, người học có thể:* | **Chuẩn đầu ra CTĐT** | **Trình độ năng lực** |
| **G1** | **G1.1** | Hiểu được các kiến thức cơ bản về doanh nghiệp lữ hành, tour du lịch… | 1. 1 | 2 |
| **G1.2** | Vận dụng những kiến thức đã học vào quản lý một doanh nghiệp lữ hành | 1.2 | 3 |
| **G1.3** | Xây dựng và điệu hành được 1 tour du lịch | 1.8 | 6 |
| **G1.4** | Đánh giá được hiệu quả của 1 tour du lịch | 1.5 | 5 |
| **G2** | **G2.1** | Khả năng giao tiếp ứng xử làm việc độc lập và làm việc nhóm, kỹ năng tự học, tìm tòi sang tạo, làm việc có kế hoạch khoa học | 2.2 | 4 |
| **G2.2** | Rèn luyện kỹ năng phân tích và xử lý thông tin; | 2.3 | 4 |
| **G3** | **G3.1** | Có thái độ tự học hỏi các kiến thức chuyên ngành cũng như có thể kết hợp với các cá nhân khác để hoàn thành công việc. | 3.1 | 4 |
| **G3.2** | Có tinh thần trách nhiệm cao trong công việc, ham học hỏi nhằm nâng cao kiến thức | 3.2 | 4 |

**9. Nhiệm vụ của sinh viên**

***9.1. Phần lý thuyết, bài tập, thảo luận***

- Dự lớp ≥ 80 % tổng số thời lượng của học phần.

- Chuẩn bị nội dung thảo luận.

- Hoàn thành các bài tập được giao.

- Nghiên cứu tài liệu học tập.

***9.2. Phần thực hành, tiểu luận*** *(nếu có)*

- Hoàn thành các bài thực hành của học phần.

- Hoàn thành các bài tiểu luận theo yêu cầu.

***9.3. Phần khác*** *(nếu có): (Ví dụ như tham quan thực tế)*

**10. Tài liệu học tập**

***- Tài liệu chính***

1) TS. Nguyễn Văn Mạnh, TS. Phạm Hồng Chương (Đồng chủ biên), *Quản trị kinh doanh lữ hành ,* NXB Đại học Kinh tế Quốc dân, 2006

***- Tài liệu tham khảo***

1) Nguyễn Văn Đính, Nguyễn Văn Mạnh, *Tâm lý và nghệ thuật giao tiếp ứng xử trong kinh doanh du lịch* , NXB Thống kê 1996 [TL2]

2) Nguyễn Văn Đính, Trần Thị Minh Hòa, *Kinh tế du lịch*, NXB Đại học Kinh tế Quốc dân, 2008.

3) Phạm Xuân Hậu, *Quản trị chất lượng dịch vụ Khách sạn - Du lịch* , NXB Đại học Quốc gia Hà Nội, 2001.

4) Trần Đức Thanh, *Nhập môn khoa học du lịch*, NXB Đại học Quốc gia Hà Nội

5) *Việt Nam tourism*

**11. Nội dụng giảng dạy chi tiết**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Tiết** | **Nội dung giảng dạy**  *(Ghi chi tiết đến từng mục nhỏ của từng chương)* | **Chuẩn đầu ra học phần** *(CĐR đạt được khi kết thúc chương)* | **Trình độ năng lực** *(TĐNL đạt được khi kết thúc chương)* | **Phương pháp dạy học** *(Thuyết giảng, thảo luận nhóm...)* | **Phương pháp đánh giá**  *(Kiểm tra quá trình, trắc nghiệm, thuyết trình nhóm,...)* |
| 1-5 | ***Chương 2: Các nội dung cơ bản của kinh doanh lữ hành***  *2.1 Vai trò của kinh doanh lữ hành*  2.1.1 Tính tất yếu khách quan của kinh doanh lữ hành  2.1.2 Chức năng của doanh nghiệp kinh doanh lữ hành  2.1.3 Lợi ích của kinh doanh lữ hành  *2.2 Định nghĩa kinh doanh lữ hành và phân loại kinh doanh lữ hành*  2.2.1 Định nghĩa kinh doanh lữ hành  2.2.2 Phân loại kinh doanh lữ hành  2.2.3 Định nghĩa doanh nghiệp kinh doanh lữ hành  *2.3 Hệ thống sản phẩm của doanh nghiệp kinh doanh lữ hành*  2.3.1 Dịch vụ trung gian  2.3.2 Chương trình du lịch  2.3.3 Các sản phẩm khác  *2.4 Thị trường khách của kinh doanh lữ hành*  2.4.1 Nguồn khách của kinh doanh lữ hành  2.4.2 Phân loại khách theo động cơ của chuyến đi  2.4.3 Phân loại thị trường khách theo hình thức tổ chức của chuyến đi | G1.1  G2.1 G3.1 | 2 | Lý thuyết | Kiểm tra quá trình |
| 6-10 | ***Chương 3: Cơ cấu tổ chức và quản trị nhân lực của doanh nghiệp lữ hành***  *3.1 Cơ sở lý luận về cơ cấu tổ chức của doanh nghiệp lữ hành*  3.1.1 Khái niệm cơ cấu tổ chức của doanh nghiệp lữ hành  3.1.2 Các nhân tố ảnh hưởng đến cơ cấu tổ chức của doanh nghiệp lữ hành  3.1.3 Các mô hình cơ cấu tổ chức tiêu biểu có thể áp dụng trong doanh nghiệp lữ hành  3.1.4 Cơ cấu tổ chức mang tính phổ biến của doanh nghiệp lữ hành ở Việt Nam  *3.2 Quản trị nguồn nhân lực của doanh nghiệp lữ hành*  3.2.1 Khái niệm  3.2.2 Vận dụng thuyết Z vào quản trị nhân lực của doanh nghiệp lữ hành  3.2.3 Áp dụng phương pháp quản lý định hướng khách hàng  3.2.4 Các nhân tố cơ bản ảnh hưởng đến quản trị nhân lực của doanh nghiệp lữ hành  3.2.5 Bộ phận quản trị nguồn nhân lực của doanh nghiệp lữ hành  3.2.6 Nội dung quản trị nguồn nhân lực của doanh nghiệp lữ hành  3.2.7 Đánh giá hiệu quả sử dụng nguồn nhân lực | G1.2  G2.1  G3.1 G3.2 | 3 | Lý thuyết + Thảo luận | Bài thuyết trình nhóm |
| 11-15 | ***Chương 4: Quan hệ giữa nhà cung cấp với doanh nghiệp kinh doanh lữ hành***  *4.1 Nhà cung cấp của doanh nghiệp lữ hành*  4.1.1 Định nghĩa cung du lịch và nhà cung cấp của doanh nghiệp lữ hành  4.1.2 Vai trò của các nhà cung cấp đối với doanh nghiệp kinh doanh lữ hành  4.1.3 Phân loại các nhà cung cấp của doanh nghiệp kinh doanh lữ hành  4.1.4 Quyền mặc cả của các nhà cung cấp với doanh nghiệp lữ hành  *4.2 Doanh nghiệp lữ hành – kênh phân phối sản phẩm cho nhà cung cấp*  *4.3 Các hình thức quan hệ của doanh nghiệp lữ hành với nhà cung cấp*  4.3.1 Quan hệ theo hình thức ký gửi  4.3.2 Quan hệ theo hình thức bán buôn  *4.4 Một số vấn đề trong quan hệ giữa doanh nghiệp lữ hành và nhà cung cấp*  4.4.1 Hợp đồng giữa doanh nghiệp lữ hành với các nhà cung cấp  4.4.2 Vận dụng chính sách giá của các nhà cung cấp sản phẩm đối với doanh nghiệp lữ hành | G1.2  G2.1  G2.2 G3.1  G3.1 | 3 | Lý thuyết + Thảo luận nhóm | Bài thuyết trình nhóm |
| 16-20 | ***Chương 5: Tổ chức kinh doanh của đại lý lữ hành***  *5.1 Khái niệm và phân loại đại lý lữ hành*  5.1.1 Khái niệm đại lý lữ hành (Travel agency)  5.1.2 Chức năng và trách nhiệm pháp lý của đại lý lữ hành  5.1.3 Phân loại đại lỹ lữ hành  *5.2 Hệ thống dịch vụ của đại lý lữ hành*  5.2.1 Đại lý hàng không  5.2.2 Cung cấp dịch vụ thiết kế lộ trình  5.2.3 Cung cấp dịch vụ lưu trú và ăn uống  5.2.4 Cung cấp dịch vụ lữ hành bằng tàu thủy  5.2.5 Đăng ký, bán chương trình du lịch trọn gói  5.2.6 Cung cấp các loại dịch vụ khác  *5.3 Tổ chức quản lý kinh doanh đại lý lữ hành*  5.3.1 Các thách thức trong kinh doanh đại lý lữ hành  5.3.2 Quy trình phục vụ của đại lý lữ hành  5.3.3 Hạch toán kinh doanh của đại lý lữ hành | G1.2 G2.1 G2.2 G3.1 G3.2 | 3 | Lý thuyết + Thảo luận nhóm | Bài thuyết trình nhóm |
| 21- 25 | ***Chương 6: Xây dựng chương trình du lịch***  *6.1 Định nghĩa và phân loại chương trình du lịch*  6.1.1 Định nghĩa chương trình du lịch  6.1.2 Đặc điểm của sản phẩm là chương trình du lịch  6.1.3 Phân loại các chương trình du lịch  *6.2 Quy trình xây dựng một chương trình du lịch trọn gói*  6.2.1 Quy trình chung xây dựng chương trình du lịch trọn gói  6.2.2 Nghiên cứu mối quan hệ giữa nhu cầu của khách du lịch với nội dung của chương trình du lịch (bảo đảm thỏa mãn mong đợi của khách)  6.2.3 Nghiên cứu mối quan hệ giữa khả năng đáp ứng với nội dung chương trình du lịch  6.2.4 Một số điểm cần chú ý khi xây dựng chương trình du lịch  *6.3 Giới thiệu một số chương trình du lịch*  6.3.1 Các chương trình du lịch tại Việt Nam  6.3.2 Chương trình du lịch xuyên Đông Dương và các chương trình từ Việt Nam đi nước ngoài (Outbound Tour Progame)  *6.4 Xác định giá thành, giá bán và các quy định của một chương trình du lịch*  6.4.1 Xác định giá thành của một chương trình du lịch  *6.4.2 Các quy định của một chương trình du lịch* | G1.3  G2.1  G2.2  G3.1 G3.2 | 6 | Lý thuyết + Thảo luận nhóm + Thực hành | Bài tập nhóm |
| 26-30 | ***Chương 7: Tổ chức xúc tiến hỗn hợp, bán và thực hiện các chương trình du lịch***  *7.1 Tổ chức xúc tiến hỗn hợp chương trình du lịch*  7.1.1 Khái niệm xúc tiến hỗn hợp  7.1.2 Hoạt động quảng cáo chương trình du lịch  7.1.3 Hoạt động tuyên truyền và quan hệ công chúng (Publicity and public relations)  7.1.4 Hoạt đông khuyến khích, thúc đẩy tiêu thụ, khuyến mãi và khuyến mại.  *7.2 Tổ chức bán các chương trình du lịch trọn gói*  7.2.1 Xác định nguồn khách  7.2.2 Quan hệ giữa các công ty lữ hành với nhau và với khách du lịch  *7.3 Tổ chức thực hiện các chương trình du lịch tại doanh nghiệp lữ hành*  7.3.1 Quy trình thực hiện chương trình du lịch  7.3.2 Các hoạt động của hướng dẫn viên  *7.4 Tổ chức các hoạt động sau khi kết thúc chuyến đi của khách* | G1.2 G2.1 G2.2 G3.1 G3.2 | 6 | Lý thuyết + Thảo luận nhóm + Thực hành | Bài tập nhóm |
| 31-35 | ***Chương 8: Quản lý chất lượng sản phẩm của doanh nghiệp lữ hành***  *8.1 Khái niệm chất lượng sản phẩm lữ hành*  8.1.1 Tiếp cận chất lượng sản phẩm lữ hành theo đặc điểm của dịch vụ  8.1.2 Tiếp cận chất lượng sản phẩm lữ hành theo sự phù hợp giữa thiết kế và thực hiện sản phẩm  8.1.3 Khái niệm chất lượng chương trình du lịch  *8.2 Đánh giá chất lượng sản phẩm của doanh nghiệp lữ hành*  8.2.1 Đánh giá chất lượng sản phẩm của doanh nghiệp lữ hành  8.2.2 Hệ thống tiêu chí đánh giá chất lượng chương trình du lịch  *8.3 Những yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng sản phẩm lữ hành*  8.3.1 Nhóm các yếu tố bên trong  8.3.2 Nhóm các yếu tố bên ngoài  *8.4 Đảm bảo, duy trì, hoàn thiện và kiểm tra chất lượng sản phẩm của công ty lữ hành*  8.4.1 Đảm bảo, duy trì, hoàn thiện chất lượng sản phẩm của công ty lữ hành  8.4.2 Kiểm tra chất lượng sản phẩm của công ty lữ hành  *8.5 Quản lý chất lượng phục vụ tại một doanh nghiệp lữ hành*  8.5.1 Quản lý chất lượng phục vụ du lịch  8.5.2 Quản lý chất lượng theo các nhóm công việc  8.5.3 Quản lý chất lượng phục vụ theo chức năng quản lý | G1.4 G2.1 G2.2  G3.1  G3.2 | 5 | Lý thuyết + Thảo luận nhóm | Bài thuyết trình nhóm |
| 36-40 | ***Chương 9: Ứng dụng công nghệ thông tin và thương mại điện tử trong hoạt động kinh doanh lữ hành***  *9.1 Khái quát sự phát triển của công nghệ thông tin và ứng dụng của công nghệ thông tin trong ngành du lịch*  9.1.1 Công nghệ thông tin và sự phát triển các ứng dụng của công nghệ thông tin kinh doanh lữ hành trên thế giới  9.1.2 Sự phát triển của Internet và thương mại điện tử  *9.2 Ứng dụng và ảnh hưởng của kinh doanh điện tử và thương mại điện tử trong kinh doanh lữ hành*  9.2.1 Kinh doanh trực tuyến và các chiến lược phân phối đa kênh cho du lịch  9.2.2 Quản trị mối quan hệ giữa khách hàng và nhà cung cấp  9.2.3 Khai thác thị trường ngách (niche market) và tạo ra giá trị gia tăng cho khách hàng  9.2.4 Marketing trực tuyến trong lữ hành (E – Marketing)  9.2.5 Quản trị tối ưu doanh thu (yield management)  *9.3 Các công ty lữ hành trực tuyến lớn trên thế giới với các chiến lược khai thác công nghệ thông tin phục vụ cho kinh doanh*  9.3.1 Travelocity.com với chiến lược dẫn đầu thị trường trực tuyến  9.3.2 Priceline.com với chiến lược kinh doanh độc đáo “Khách hàng tự đặt giá cho sản phẩm, dịch vụ”  9.3.3 Lastminute.com với chiến lược dẫn đầu thị trường thế giới về bán sản phẩm giờ chót  9.3.4 Một số địa chỉ webside của các doanh nghiệp lữ hành trực tuyến trên thế giới  *9.4 Tình hình ứng dụng công nghệ thông tin, viễn thông trong kinh doanh lữ hành tại Việt Nam*  9.4.1 Khái quát tình hình ứng dụng thương mại điện tử (TMĐT) tại Việt Nam  9.4.2 Ứng dụng thương mại điện tử vào các doanh nghiệp lữ hành tại Việt Nam  9.4.3 Một số địa chỉ webside các doanh nghiệp lữ hành tại Việt Nam | G1.2  G1.3  G2.1  G2.2 G3.1 G3.2 | 6 | Lý thuyết + Thảo luận nhóm + Thực hành | Bài tập nhóm |
| 41-45 | ***Chương 10: Hệ thống các chỉ tiêu đánh giá hoạt động kinh doanh chương trình du lịch***  *10.1 Hệ thống các chỉ tiêu tuyệt đối để đánh giá các kết quả kinh doanh chương trình du lịch*  10.1.1 Chỉ tiêu tổng doanh thu từ kinh doanh chương trình du lịch  10.1.2 Chỉ tiêu tổng kinh phí kinh doanh chương trình du lịch trong kỳ phân tích  10.1.3 Chỉ tiêu lợi nhuận thuần từ kinh doanh chương trình du lịch trong kỳ phân tích  10.1.4 Chỉ tiêu tổng số ngày khách thực hiện trong kỳ phân tích  10.1.5 Chỉ tiêu tổng số lượt khách trong kỳ phân tích  *10.2 Hệ thống các chỉ tiêu tương đối để đánh giá vị thế trên thị trường và tốc độ phát triển*  10.2.1 Chỉ tiêu thị phần  10.2.2 Chỉ tiêu tốc độ phát triển liên hoàn  10.2.3 Chỉ tiêu phát triển định gốc  10.2.4 Chỉ tiêu tốc độ trung bình  *10.3 Hệ thống các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả kinh doanh chương trình du lịch*  10.3.1 Chỉ tiêu hiệu quả tống quát  10.3.2 Chỉ tiêu doanh lợi, tỷ suất lợi nhuận  10.3.3 Chỉ tiêu hiệu quả sử dụng vốn lưu động cho kinh doanh các chương trình du lịch  10.3.4 Chỉ tiêu năng suất lao động bình quân  10.3.5 Chỉ tiêu doanh thu trung bình một ngày khách  10.3.6 Chỉ tiêu chi phí trung bình trên một ngày khách  10.3.7 Chỉ tiêu lợi nhuận trung bình trên một ngày khách | G1.2  G2.2  G3.2 | 3 | Lý thuyết + Bài tập | Bài tập cá nhân |
| 46-50 | ***Chương 11: Môi trường kinh doanh và chiến lược chính sách kinh doanh của doanh nghiệp lữ hành***  *11.1 Môi trường kinh doanh của doanh nghiệp lữ hành*  11.1.1 Môi trường vĩ mô  11.1.2 Môi trường cạnh tranh trực tiếp – những cơ hội và thách thức  11.1.3 Môi trường bên trong – những điểm mạnh, điểm yếu của doanh nghiệp  *11.2 Chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp lữ hành*  11.2.1 Xác định vị trí quan trọng của doanh nghiệp trên thị trường  11.2.2 Một số hình thái chiến lược cơ bản của doanh nghiệp lữ hành  *11.3 Các chính sách kinh doanh chủ yếu của doanh nghiệp lữ hành*  11.2.3 Chính sách sản phẩm  11.2.4 Chính sách giá cả | G1.1 G1.2 G2.2  G3.1  G3.2 | 3 | Lý thuyết + Thảo luận nhóm | Bài thuyết trình nhóm |
| 50- 54 | ***Chương 12: Kinh doanh lữ hành ở Việt Nam***  *12.1 Khái quát quá trình hình thành và phát triển ngành du lịch Việt Nam*  12.1.1 Vài nét về hoạt động du lịch trước năm 1960  12.1.2 Khái quát về sự phát triển ngành du lịch Việt Nam  12.1.3 Các nhận xét về thành công và hạn chế, nguyên nhân của các thành công và hạn chế phát triển ngành du lịch Việt Nam từ 2011- nay  *12.2 Kinh doanh lữ hành giai đoạn 2011 đến nay*  12.2.1 Quản lý nhà nước về kinh doanh lữ hành  12.2.2 Số lượng, quy mô của các doanh nghiệp lữ hành Việt Nam  12.2.3 Thực trang về quy trình kinh doanh chương trình du lịch  12.2.4 Nhận xét về môi trường kinh doanh lữ hành ở Việt Nam 2011- nay  *12.3 Xu hướng trong tiêu dùng du lịch và các giải pháp nhằm phát triển hoạt động kinh doanh du lịch lữ hành ở Việt Nam* | G1.4  G2.1  G2.2  G3.1  G3.2 | 5 | Lý thuyết + Thảo luận nhóm | Bài thuyết trình nhóm |

**12. Đánh giá kết quả học tập**

***12.1. Thang điểm: 10***

***12.2. Đánh giá quá trình:*** 50%, trong đó:

Kiểm tra thường xuyên: 30%

Kiểm tra giữa kỳ: 20%

***12.3. Thi kết thúc học phần: 50%***

***12.4. Kế hoạch kiểm tra, đánh giá:***

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Hình thức kiểm tra** | **Nội dung** | **Thời điểm** | **CĐR đánh giá** | **Trình**  **độ**  **năng**  **lực** | **Phương**  **pháp**  **đánh**  **giá** | **Tỷ lệ %** |
| Kiểm tra tiến trình | *Tổ chức quản lý kinh doanh đại lý lữ hành. Liên hệ thực tế ở Việt Nam* | Tiết 20 | G1.2  G2.1  G2.2  G3.1 G3.2 | 3  4  4 | Kiểm tra viết | 10 |
| BT nhóm | - Xây dựng chương trình du lịch mới  - Xây dựng chính sách truyền thông cho sản phẩm du lịch đã xây dựng  - Tính toán các chỉ tiêu | Tiết 25  Tiết 30  Tiết 45 | G13  G2.2  G3.2 | 6  4  4 | Bài tập trên lớp | 20 |
| Tự luận | Kiểm tra giữa kỹ | Tiết 27 | G1.2  G2.2  G3.2 | 3  4  4 | Kiểm tra viết | 20 |
| Trắc nhiệm | Thi cuối kỳ  - Nội dung bao quát tất cả các CĐR quan trọng của môn học.  - Thời gian làm bài 60 phút. *(Không được sử dụng tài liệu).* | Cuối học kỳ | G1.3  G1.4  G2.2  G3.2 | 6  4  4 | Trắc nghiệm trên giấy | 50 |

***12.5. Bảng đối chiếu các chuẩn đầu ra học phần được đánh giá***

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **CĐR**  **học phần** | **Hình thức kiểm tra** | | | | | | |
| **Tự luận** | **Bài tập** | **...** | **Thảo luận nhóm** | **...** | **KT giữa kỳ** | **Thi kết thúc HP** |
| G1.1 | x | x |  | x |  | x | x |
| G1.2 |  | x |  | x |  |  | x |
| G1.3 |  | x |  | x |  | x | x |
| G1.4 |  | x |  | x |  | x | x |
| G2.1 | x | x |  | x |  | x | x |
| G2.2 | x | x |  | x |  | x | x |
| G3.1 | x | x |  | x |  | x | x |
| G3.2 | x | x |  | x |  | x | x |

**13. Các yêu cầu đối với người học:**

**-** Sinh viên tham gia học đầy đủ (số buổi nghỉ không quá 20 % tổng thời lượng của học phần.

- Tuân thủ mọi nội quy của trường và lớp học

- Đạo đức nghiên cứu khoa học: Các bài tập ở nhà và bài tiểu luận phải được thực hiện từ chính bản thân sinh viên. Nếu bị phát hiện có sao chép thì xử lý các sinh viên có liên quan bằng hình thức đánh giá **0** (không) điểm quá trình và cuối kỳ.

**14. Ngày phê duyệt lần đầu:**

**15. Cấp phê duyệt:**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **Trưởng khoa** | **Trưởng Bộ môn** | **Nhóm biên soạn** |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

**16. Tiến trình cập nhật ĐCCT**

|  |  |
| --- | --- |
| **Lần 1:** Tóm tắt nội dung cập nhật ĐCCT lần 1: ngày tháng năm | Trưởng Bộ môn |
| **Lần 2:** Tóm tắt nội dung cập nhật ĐCCT lần 2: ngày tháng năm | Trưởng Bộ môn |