

CHƯƠNG TRÌNH MÔ ĐUN

(Kèm theo Thông tư số: 03/2017/TT-BLĐTBXH ngày 01/03/2017
của Bộ Lao động – Thương binh và Xã hội)

Tên mô đun: Tiếng Anh chuyên ngành Marketing du lịch

Mã mô đun: MĐ 14

Thời gian thực hiện mô đun: 45 giờ; (Lý thuyết: 15 giờ; Thảo luận, bài tập: 26 giờ; Kiểm tra, thi: 4 giờ).

I. Vị trí, tính chất của mô đun:

- Vị trí: học kỳ 1 hoặc 2 năm thứ hai; được học sau các môn cơ sở khác của nghề.
- Tính chất: mô đun **Tiếng Anh chuyên ngành Marketing du lịch** là mô đun chuyên ngành thuộc lĩnh vực kinh tế du lịch, là mô đun chuyên sâu giúp người học tiếp thu và thực hiện được kỹ năng nghề nghiệp.

II. Mục tiêu mô đun:

- Về kiến thức: Cung cấp cho người học những kiến thức cơ bản về Tiếng Anh chuyên ngành Marketing du lịch như: những thuật ngữ Tiếng Anh về lĩnh vực Marketing du lịch; những nhu cầu, mong muốn của khách hàng; phân khúc thị trường du lịch và các phương pháp truyền thông Marketing tích hợp.

- Về kỹ năng:

- + Sử dụng Tiếng Anh một cách có hiệu quả trong Marketing du lịch
- + Phân tích các đáp ứng Marketing đối với các đặc điểm của ngành du lịch
- + Hiểu biết mong muốn của khách hàng, phân tích được thị trường du lịch
- + Nắm vững các phương pháp truyền thông Marketing tích hợp.
- + Vận dụng các kỹ năng Marketing cụ thể trong ngành du lịch, đạt hiệu quả hơn trong kinh doanh lĩnh vực du lịch.

- Về năng lực tự chủ và trách nhiệm:

- + Kết hợp giữa kỹ năng làm việc độc lập và làm việc theo đội, nhóm
- + Cùng thực hiện, hướng dẫn, giám sát những thành viên trong nhóm thực hiện công việc Marketing du lịch
- + Đánh giá kết quả thực hiện và rút ra bài học kinh nghiệm sau những chiến dịch Marketing du lịch.

III. Nội dung môn học:

1. Nội dung tổng quát và phân bổ thời gian

Số TT	Tên chương, mục	Thời gian (giờ)			
		Tổng số	Lý thuyết	Thực hành, thí nghiệm, thảo luận, bài tập	Kiểm tra/thi

1	Bài mở đầu	1	1		
2	Chương 1: Overview of Tourism Marketing	2	1	1	
3	Chương 2: The Tourism Marketing Environment	9	3	5	1
4	Chương 3: Understanding Customer Needs and Wants	13	4	8	1
5	Chương 4: Market Segmentation, Targeting and Positioning	12	4	7	1
6	Chương 5: Integrated Marketing Communications	7	2	5	
7	Thi/kiểm tra kết thúc môn học	1			1
Cộng		45	15	26	4

2. Nội dung chi tiết

Bài mở đầu: Giới thiệu về mô đun

Thời gian: 01 giờ

Chương 1: Overview of Tourism Marketing

Thời gian: 02 giờ

1. Mục tiêu:

- Hiểu và trình bày được các khái niệm, ý nghĩa của Marketing, Marketing du lịch;
- Phân tích được đặc điểm của Marketing du lịch, các chiến lược Marketing du lịch và đặc điểm của Marketing du lịch ở Việt Nam;
- Thực hiện được các bài tập tình huống;
- Nghiêm túc, chủ động, tích cực trong quá trình nghiên cứu, học tập.

2. Nội dung chương:

1.1. Definition of Tourism Marketing

1.2. Specificity of Tourism Marketing

1.3. The importance of Tourism Marketing

1.4. Marketing in Travel Strategy

1.5. Tourism Marketing in Viet Nam

Chương 2: The Tourism Marketing Environment

Thời gian: 09 giờ

1. Mục tiêu:

- Hiểu và xác định được những đặc điểm chính của môi trường Marketing du lịch;
- Xác định được các yếu tố tác động đến môi trường du lịch như chế độ chính trị, nền kinh tế, kỹ thuật công nghệ, nguồn nhân lực...;
- Thực hiện được các bài tập tình huống ;
- Tích cực, chủ động trong quá trình học tập, nghiên cứu.

2. Nội dung chương:

2.1. Introduction

2.2. The Macro Environment

2.2.1. Political, Legal and Regulatory Issue

2.2.2. The Economic Issue

2.2.3. Social Issue

2.2.4. Technological Issue

2.3. Micro Environment

2.3.1. Capital Structure

2.3.2. Resources

2.3.3. Capabilities

Chương 3: Understanding Customer Needs and Wants

Thời gian: 13 giờ

1. Mục tiêu:

- Hiểu được cơ sở lý luận của việc nghiên cứu nhu cầu và mong muốn của khách hàng, đặc biệt là các khách hàng tiềm năng;
- Đánh giá được nhu cầu và mong muốn của khách hàng;
- Nắm vững và ứng dụng tốt quy trình, kỹ thuật nghiên cứu Marketing;
- Thực hiện được các bài tập tình huống về các nhóm khách hàng khác nhau;.
- Nghiêm túc, chủ động, tích cực trong quá trình học tập, nghiên cứu

2. Nội dung:

3.1. Introduction

3.2. The Rationale for Market Research

3.3. Assessing the Customers' Needs an Wants

3.4. The Marketing Research Process

3.5. Defining the Problem and the Research Objectives

3.6. Market Research Techniques

Chương 4: Market Segmentation, Targeting and Positioning Thời gian: 12 giờ

1. Mục tiêu:

- Trình bày được các nội dung khái quát về phân khúc thị trường, chọn thị trường mục tiêu và định vị thị trường du lịch;
- Hiểu rõ được phân khúc thị trường, mục tiêu thị trường, từ đó đưa ra sản phẩm phù hợp để đạt hiệu quả kinh doanh;
- Thực hiện được các bài tập tình huống về phân khúc thị trường, định vị sản phẩm kinh doanh;
- Chủ động, tích cực trong quá trình học tập và nghiên cứu môn học.

2. Nội dung chương:

4.1. Introduction

4.2. The Market Segment

4.3. The Benefits of Segmentation

4.4. The Requirements for Effective Segmentation

4.5. Market Targeting

4.6. Product Positioning

Chương 5: Integrated Marketing Communications

Thời gian: 07 giờ

1. Mục tiêu:

- Hiểu và nắm vững các phương pháp truyền thông Marketing tích hợp; ý nghĩa, cách thức thực hiện từng phương pháp để đạt hiệu quả Marketing.
- Thực hiện được các bài tập tình huống truyền thông Marketing tích hợp.
- Nghiêm túc, tích cực, chủ động trong việc học tập, nghiên cứu

2. Nội dung:

5.1. Introduction

5.2. Selecting the Right Communication Vehicles

5.3. Advertising

5.4. Sales Promotions

5.5. Personal Selling

5.6. Direct Marketing

5.7. Interactive Marketing

Thi kết thúc môn học:

Thời gian: 1 giờ

IV. Điều kiện thực hiện môn học:

1. Phòng học chuyên môn hóa/nhà xưởng: phòng học thực hành đáp ứng không quá 20 sinh viên.
2. Trang thiết bị máy móc: máy tính, máy chiếu.
3. Học liệu, dụng cụ, nguyên vật liệu: bảng biểu, sơ đồ, màn hình, micro, âm thanh, các dụng cụ hậu cần cho sự kiện.
4. Các điều kiện khác: phòng thoát mát, đủ ánh sáng, quạt gió, vệ sinh sạch sẽ

V. Nội dung và phương pháp, đánh giá:

1. Nội dung

- Kiến thức:

Vận dụng những kiến thức cơ bản về Tiếng Anh chuyên ngành Marketing du lịch như: những thuật ngữ Tiếng Anh về lĩnh vực Marketing du lịch; những nhu cầu, mong muốn của khách hàng; phân khúc thị trường du lịch và các phương pháp truyền thông Marketing tích hợp.

- Về kỹ năng:

- + Sử dụng Tiếng Anh một cách có hiệu quả trong Marketing du lịch
- + Phân tích các đáp ứng Marketing đối với các đặc điểm của ngành du lịch
- + Hiểu biết mong muốn của khách hàng, phân tích được thị trường du lịch
- + Nắm vững các phương pháp truyền thông Marketing tích hợp.
- + Vận dụng các kỹ năng Marketing cụ thể trong ngành du lịch, đạt hiệu quả hơn trong kinh doanh lĩnh vực du lịch.

- Năng lực tự chủ và trách nhiệm:

- + Có ý thức học tập theo phương pháp biết suy luận, kết hợp lý luận với thực tiễn
- + Chủ động, tích cực trong việc học tập, nghiên cứu môn học; tiếp cận và giải quyết các vấn đề kinh tế hiện đại phù hợp với xu thế phát triển hiện nay.

2. Phương pháp:

Bài thi kết thúc môn được đánh giá theo thang điểm 10

Thời gian làm bài thi: 60 phút

Hình thức thi: vấn đáp, tự luận bằng Tiếng Anh

Sinh viên được sử dụng tài liệu

Bài thi tự luận được kết cấu tối thiểu 3 câu, bao gồm trong các nội dung:

- Overview of Tourism Marketing
- The Tourism Marketing Environment
- Understanding Customer Needs and Wants
- Market Segmentation, Targeting and Positioning
- Integrated Marketing Communications

VI. Hướng dẫn thực hiện môn học:

1. Phạm vi áp dụng môn học: Chương trình môn học được sử dụng để giảng dạy cho trình độ Cao đẳng nghề. Tổng thời gian thực hiện môn học là 45 giờ.

2. Hướng dẫn về phương pháp giảng dạy, học tập môn học:

- Đối với giáo viên, giảng viên: Chương trình nhấn mạnh nội dung thực tế khá nhiều. Để giảng dạy được chương trình ngoài các kiến thức cơ bản trong nội dung 5 chương, giảng viên phải có kiến thức thực tế. Giảng viên cần tham khảo thêm nhiều tài liệu, đặc biệt là tài liệu Tiếng Anh về Marketing và Marketing du lịch. Phương pháp giảng dạy: Kết hợp nhiều phương pháp giảng dạy. Phương pháp chính là thảo luận, vấn đáp; áp dụng các kỹ năng nghe, nói, đọc, viết.

- Đối với người học: Nghiên cứu kỹ chương trình học phần chi tiết, chuẩn bị các nội dung trước khi đến lớp theo yêu cầu của giảng viên, tham gia thảo luận:

- + Phải có tài liệu trước khi đến lớp
- + Nghiên cứu giáo trình trước khi lên lớp
- + Chuẩn bị tốt các nội dung giáo viên giao việc về nhà
- + Có ý thức liên hệ những kiến thức đã học vào thực tiễn
- + Đọc tài liệu do giáo viên hướng dẫn
- + Khảo sát thực tế.

3. Những trọng tâm cần chú ý:

Sau mỗi chương giáo viên cần tóm lại nội dung của chương và giao thêm bài tập về nhà cho SV; khi tiến hành giảng dạy chương mới cần nhắc lại nội dung chương đã học để tạo tính liên tục.

4. Tài liệu tham khảo:

❶ Mark Anthony Camilleri (2018), *Travel Marketing , Tourism Economics and the Airline Product*, www.springer.com.

❷ Trần Ngọc Nam và Trần Huy Khang (2005), *Marketing du lịch*, NXB Thành phố Hồ Chí Minh.

❸ Chương trình ESRT (2015), *Vietnam Tourism Marketing Strategy to 2020 & Action Plan 2013-2015 (Proposed)*.

5. Ghi chú và giải thích (nếu có):

TRƯỜNG KHOA

GIẢNG VIÊN BIÊN SOẠN

Trần Thị Bích Tuyên