

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: Hành vi khách hàng du lịch

Mã mô đun: MĐ 19

Thời gian thực hiện mô đun: 45 giờ; (Lý thuyết: 15 giờ; Thực hành, thí nghiệm, 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 trước các môn cơ sở khác của nghề.
- Tính chất: mô đun hành vi khách hàng 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 các kiến thức cơ bản về hành vi khách hàng du lịch: nghiên cứu quy trình sử dụng dịch vụ, các yếu tố tâm lý, cá nhân, văn hóa, xã hội ảnh hưởng đến hành vi của khách hàng du lịch.

- Về kỹ năng:

+ Vận dụng của nghiên cứu hành vi khách hàng trong việc ra các quyết định marketing;

+ Phân tích người tiêu dùng sử dụng ngân quỹ cá nhân, lựa chọn, đánh giá các nhãn hiệu và đưa ra những quyết định tiêu dùng như thế nào;

+ Hiểu được khách hàng và từ đó làm cơ sở cho việc phân khúc thị trường, định vị sản phẩm và xây dựng chiến lược marketing hỗn hợp cho phù hợp với các khách hàng của mình;

- Về năng lực tự chủ và trách nhiệm:

+ Làm việc độc lập chiếm tỷ lệ ít và làm theo nhóm chiếm tỷ lệ cao, hình thành quan điểm tiếp thị là một nghề.

+ Cùng thực hiện, hướng dẫn, giám sát những thành viên trong nhóm thực hiện nghiên cứu hành vi của khách hàng.

+ Đánh giá kết quả thực hiện và rút ra bài học kinh nghiệm cho bản thân.

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: Tổng quan về hành vi khách hàng	2	1	1	
3	Chương 2: Ảnh hưởng của yếu tố văn hóa đến hành vi khách hàng	9	3	5	1
4	Chương 3: Ảnh hưởng của các yếu tố xã hội đến hành vi khách hàng	10	3	6	1
5	Chương 4: Các yếu tố cá nhân tác động đến hành vi khách hàng	12	4	8	1
6	Chương 5: Quá trình quyết định của người mua	9	3	6	
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: Tổng quan về hành vi khách hàng

Thời gian: 02 giờ

1. Mục tiêu:

- Hiểu và trình bày được nội dung cơ bản hành vi khách hàng.
- Vận dụng các bước nghiên cứu hành vi khách hàng.
- 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. Khái niệm hành vi khách hàng
- 1.2. Mục đích nghiên cứu hành vi khách hàng
- 1.3. Phân loại và xác định vai trò khách hàng
- 1.4. Nghiên cứu hành vi khách hàng
- 1.5. Các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi khách hàng

3. Thực hành: Vận dụng các bước nghiên cứu hành vi khách hàng.

Chương 2: Ảnh hưởng của yếu tố văn hóa đến hành vi khách hàng Thời gian: 09 giờ

1. Mục tiêu:

- Hiểu và trình bày được khái niệm và đặc trưng của yếu tố văn hóa.
- Phân tích sự tác động của yếu tố văn hóa đến hành vi khách hàng du lịch.
- 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. Khái niệm văn hóa

2.2. Những đặc trưng của văn hóa

2.3. Phân tích sự tác động của yếu tố văn hóa đến hành vi của khách hàng

2.4. Ứng dụng của nghiên cứu văn hóa vào hoạt động tiếp thị du lịch, khách sạn

3. Thực hành: Các nhóm tìm hiểu yếu tố văn hóa nào ảnh hưởng đến hành vi tiêu dùng dịch vụ khách sạn, du lịch.

4. Kiểm tra

Chương 3: Ảnh hưởng của các yếu tố xã hội đến hành vi khách hàng Thời gian: 10 giờ

1. Mục tiêu:

- Hiểu và phân loại được các yếu tố xã hội.
- Phân tích sự tác động của các yếu tố xã hội đến hành vi khách hàng du lịch.
- Thực hiện được các bài tập tình huống.
- Nghiêm túc, chủ động, tích cực trong quá trình học tập, nghiên cứu

2. Nội dung:

3.1. Nhóm xã hội

3.2. Nhóm tham khảo

3.3. Gia đình

3.4. Tầng lớp xã hội

3.5. Phân tích sự tác động của yếu tố xã hội đến hành vi của khách hàng

3.6. Ứng dụng của nghiên cứu xã hội vào hoạt động tiếp thị du lịch, khách sạn

3. Thực hành: Các nhóm tìm hiểu yếu tố xã hội nào ảnh hưởng đến hành vi tiêu dùng dịch vụ khách sạn, du lịch.

4. Kiểm tra

Chương 4: Các yếu tố cá nhân tác động đến hành vi khách hàng Thời gian: 12 giờ

1. Mục tiêu:

- Xác định được các yếu tố cá nhân tác động đến hành vi khách hàng du lịch.
- Xác định được các yếu tố tâm lý tác động đến hành vi khách hàng du lịch.
- Phân tích sự tác động của các yếu tố cá nhân và tâm lý đến hành vi khách hàng du lịch.
- Thực hiện được các bài tập tình huống.
- Chủ động, tích cực trong quá trình học tập và nghiên cứu môn học.

2. Nội dung chương:

4.1. Tuổi tác và sự trải nghiệm

4.2. Nghề nghiệp

4.3. Tình trạng kinh tế

4.4. Trình độ học vấn

4.5. Phong cách sống

4.6. Cá tính

4.7. Nhu cầu và động cơ

4.8. Nhận thức của khách hàng

4.9. Tiềm thức

4.10. Phán đoán của khách hàng

3. Thực hành: Các nhóm tìm hiểu yếu tố cá nhân nào ảnh hưởng đến hành vi tiêu dùng dịch vụ khách sạn, du lịch.

4. Kiểm tra:

Chương 5: Quá trình quyết định của người mua

Thời gian: 9 giờ

1. Mục tiêu:

- Hiểu và trình bày được quá trình ra quyết định của người mua.
- Phân tích các dạng mua của khách hàng.
- Vận dụng chiến lược tiếp thị tác động vào quá trình mua.
- Thực hiện được các bài tập tình huống.
- Nghiêm túc, tích cực, chủ động trong việc học tập, nghiên cứu

2. Nội dung:

5.1. Quá trình ra quyết định của người mua

5.2. Các dạng mua của khách hàng

5.3. Chiến lược tiếp thị ở mỗi giai đoạn trong quá trình mua

3. Thực hành: Các nhóm xây dựng chiến lược tiếp thị tác động vào quá trình mua của khách hàng.

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, hàng hóa, màn hình, micro, âm thanh, các dụng cụ thực hiện khảo sát, đánh giá hành vi khách hàng.

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:

- Về kiến thức:

Cung cấp cho người học các kiến thức cơ bản về hành vi khách hàng du lịch: nghiên cứu qui trình sử dụng dịch vụ, các yếu tố tâm lý, cá nhân, văn hóa, xã hội ảnh hưởng đến hành vi của khách hàng du lịch.

- Về kỹ năng:

+ Vận dụng của nghiên cứu hành vi khách hàng trong việc ra các quyết định marketing;

+ Phân tích người tiêu dùng sử dụng ngân quỹ cá nhân, lựa chọn, đánh giá các nhãn hiệu và đưa ra những quyết định tiêu dùng như thế nào;

+ Hiểu được khách hàng và từ đó làm cơ sở cho việc phân khúc thị trường, định vị sản phẩm và xây dựng chiến lược marketing hỗn hợp cho phù hợp với các khách hàng của mình;

- 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: tự luận

Sinh viên được sử dụng tài liệu

Bài thi được kết cấu tối thiểu 3 câu. Bao gồm trong các nội dung:

- + Ảnh hưởng của yếu tố văn hóa đến hành vi khách hàng;
- + Ảnh hưởng của các yếu tố xã hội đến hành vi khách hàng;
- + Các yếu tố cá nhân tác động đến hành vi khách hàng;
- + Quá trình quyết định của người mua;

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 trên Internet đặc biệt là hành vi thực tế của khách hàng. Phương pháp giảng dạy: Kết hợp nhiều phương pháp giảng dạy. Phương pháp chính là thảo luận trên nền tảng việc giao cho sinh viên về nghiên cứu thực tế tại các doanh nghiệp du lịch, khách sạn.

- 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 Nguyễn Văn Mạnh (2010), *Giáo trình hành vi khách hàng du lịch*. Nhà xuất bản Lao động – xã hội.

❷ Nguyễn Hồng Giang (2019), *Bài giảng hành vi khách hàng*, Tài liệu nội bộ.

❸ Philip Kotler và Gary Amstrong (1994), *Những nguyên lý tiếp thị - Chương 5: Thị trường tiêu dùng và hành vi của người tiêu thụ*, NXB TP. HCM biên dịch.

5. Ghi chú và giải thích (nếu có):

TRƯỞNG KHOA

GIẢNG VIÊN BIÊN SOẠN

Nguyễn Hồng Giang