

TỔNG LIÊN ĐOÀN LAO ĐỘNG VIỆT NAM
TRƯỜNG TRUNG CẤP KINH TẾ- KỸ THUẬT BÌNH THUẬN

GIÁO TRÌNH
MÔN HỌC: MARKETING DU LỊCH
NGÀNH: QUẢN TRỊ KHU RESORT
TRÌNH ĐỘ: TRUNG CẤP

*(Ban hành kèm theo Quyết định số: /QĐ-TC ngày tháng năm
2023 của Trường Trung cấp Kinh tế - Kỹ thuật Bình Thuận)*

Bình Thuận, năm 2023
(Lưu hành nội bộ)

TUYÊN BỐ BẢN QUYỀN

Tài liệu này thuộc loại sách giáo trình nên các nguồn thông tin có thể được phép dùng nguyên bản hoặc trích dùng cho các mục đích về đào tạo và tham khảo.

Mọi mục đích khác mang tính lệch lạc hoặc sử dụng với mục đích kinh doanh thiếu lành mạnh sẽ bị nghiêm cấm.

TaiLieu.vn

LỜI GIỚI THIỆU

Để đáp ứng nhu cầu về tài liệu giảng dạy và học tập cho học sinh nghề Quản trị khu Resort trình độ trung cấp; đặc biệt là yêu cầu đảm bảo và nâng cao chất lượng đào tạo; Trường Trung cấp Kinh tế - Kỹ thuật Bình Thuận chủ trương tổ chức biên soạn giáo trình, bài giảng cho môn học đang được triển khai giảng dạy.

Thực hiện chủ trương trên, để giúp cho việc giảng dạy của giáo viên và học tập của học sinh được thuận lợi, giáo trình Marketing du lịch được biên soạn dựa theo đề cương chương trình môn học Marketing du lịch và tham khảo các tài liệu, giáo trình của một số nguồn, tác giả trong và ngoài nước.

Trong quá trình biên soạn, tác giả đã có chú ý cập nhật khá đầy đủ các tài liệu có liên quan và đưa vào một số tình huống, ví dụ minh họa được biên soạn từ các tài liệu, báo chí và quan sát thực tiễn của tác giả.

Mặc dù đã rất cố gắng, tác giả nghĩ rằng giáo trình này có thể còn hạn chế, sai sót. Tác giả chân thành mong đợi nhận được sự phê bình, góp ý của người đọc để lần tái bản sau được hoàn thiện hơn.

Trân trọng cảm ơn!

Bình Thuận, ngày tháng năm 202

Tham gia biên soạn

- 1.....
- 2.....
- 3.....
- 4.....
- 5.....

DANH MỤC BẢNG BIỂU, HÌNH VẼ

TT	Bảng, Hình	Số trang
1	Hình 2.1: Các yếu tố của môi trường marketing ảnh hưởng đến doanh nghiệp	
2	Hình 3.1. Hệ thống thông tin marketing	
3	Hình 3.2. Quá trình nghiên cứu marketing	20
4	Hình 4.1. Mô hình hành vi tiêu dùng	26
5	Hình 4.2. Những nhân tố ảnh hưởng đến hành vi mua của người tiêu dùng	27
6	Bảng 4.1: Các giai đoạn của chu kì sống gia đình và hành vi mua hàng	28
7	Hình 4.3. Các yếu tố cản trở quyết định mua của khách hàng cá nhân	33
8	Hình 4.4. Mô hình mua hàng của khách hàng tổ chức	
9	Bảng 5.1. Các cơ sở và tiêu thức phân khúc thị trường người tiêu dùng	
9	Hình 5.1 Mô hình 5 lực lượng cạnh tranh	
10	Hình 5.2 Các phương án lựa chọn thị trường mục tiêu	
11	Hình 6.1: Năm mức độ của sản phẩm	
13	Hình 6.2. Ví dụ về danh mục sản phẩm của một khách sạn	
14	Hình 6.3. Chu kỳ sống của sản phẩm du lịch	
15	Hình 6.4. Mối quan hệ giữa cầu và giá	

16	Hình 6.5. Độ co giãn của cầu khi giá thay đổi	
17	Hình 6.6. Mô hình 3C để lựa chọn phương pháp định giá	
18	Hình 6.7. Hệ thống kênh phân phối sản phẩm du lịch	

Tailieu.vn

MỤC LỤC

GIÁO TRÌNH MÔN HỌC

1. Tên môn học: MARKETING DU LỊCH

2. Mã môn học: MH13

3. Vị trí, tính chất, ý nghĩa và vai trò của môn học:

3.1. Vị trí: Là môn học thuộc môn cơ sở nghề trong chương trình dạy nghề trình độ trung cấp nghề Quản trị khu Resort.

3.2. Tính chất: nhằm trang bị cho người học những kiến thức cơ bản về thị trường.

4. Mục tiêu của môn học:

4.1. Kiến thức

- Hiểu được bản chất của dịch vụ du lịch và marketing du lịch;
- Trình bày được các yếu tố của môi trường marketing du lịch;
- Hiểu được đặc điểm các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi khách hàng trong kinh doanh du lịch;
- Trình bày được các tiêu thức phân khúc thị trường và các phương án lựa chọn thị trường mục tiêu;

4.2. Kỹ năng

- Nhận diện các yếu tố của môi trường marketing của tổ chức kinh doanh du lịch;
- Phân tích được đặc điểm hành vi khách du lịch;
- Vận dụng lý thuyết để phân khúc thị trường và xác định được thị trường mục tiêu trong kinh doanh du lịch;
- Nhận diện được các quyết định marketing mix trong du lịch.

4.3. Về năng lực tự chủ và trách nhiệm

- Nhận thức được tầm quan trọng của môn học và vai trò của marketing trong kinh doanh du lịch;

- Có ý thức chủ động, độc lập, sáng tạo; khẳng định sự tự tin, kiên nhẫn và tính trách nhiệm trong công việc.

5. Nội dung của môn học

5.1. Chương trình khung

TT	Mã môn học	Tên môn học	Số tín chỉ	Thời gian học tập (giờ)	Học kỳ						
					Tron g đó	1 T hự c hà nh	2 K i ể m tr a	3	4		
I. Các môn học chung	15	316	116	185	15	151	165	0	0		
1	MH01	Giáo dục chính trị	2	30	15	13	2		30		
2	MH02	Pháp luật	1	15	9	5	1	15			
3	MH03	Giáo dục thể chất	1	30	4	24	2	30			
4	MH04	Giáo dục quốc phòn g - an	2	45	21	21	3		45		

TT	Mã môn học	Tên môn học	Số tín chỉ	Thời gian học tập (giờ)	Học kỳ						
					Tron g đó	1 T h ự c h à n h	2 K i ê m t r a	3		4	
				Tổng số	Lý thuy ết						
		ninh									
5	MH05	Tin học	2	45	15	29	1	45			
6	MH06	Tiêng Anh	4	90	30	56	4		90		
7	MH07	Giáo dục sức khỏe sinh sản, sức khỏe tình dục và phòng chống HIV/AIDS	1	16	7	9		16			
8	MH08	Kỹ năng mềm	2	45	15	28	2	45			
II. Các môn học, mô	9	180	75	100	5	90	0	90	0		

TT	Mã môn học	Tên môn học	Số tín chỉ	Thời gian học tập (giờ)	Học kỳ						
					Tron g đó	1 T h ự c h à n h	2 K i ể m t r a	3	4		
đun cơ sở					Tổng số	Lý thuyết					
9	MH09	Tổng quan du lịch	2	45	15	29	1	45			
10	MH10	Soạn thảo văn bản	2	45	15	29	1			45	
11	MĐ11	Tin học ứng dụng trong kinh doanh khu resort	2	45	15	29	1			45	
12	MH12	Tâm lý khách du lịch	3	45	30	13	2	45			
III. Các môn học chuyên môn	42	1170	210	937	23	150	345	315	360		

TT	Mã môn học	Tên môn học	Số tín chỉ	Thời gian học tập (giờ)	Học kỳ						
					Tron g đó	1 T h ự c h à n h	2 K i ê m t r a	3		4	
13	MH1 3	Mark eting du lịch	2	45	15	29	1		45		
14	MĐ1 4	Nghi ệp vụ lễ tân	6	150	30	116	4	150			
15	MĐ1 5	Nghi ệp vụ nhà hàng	6	150	30	116	4		150		
16	MĐ1 6	Nghi ệp vụ Bar	3	60	30	27	3			60	
17	MĐ1 7	Nghi ệp vụ phục vụ buồn g	6	150	30	116	4			150	
18	MĐ1 8	Tiến g anh chuy ên ngàn h	6	150	30	116	4		150		
19	MH1 9	Quản trị dịch vụ hội nghị,	3	60	30	28	2			60	

TT	Mã môn học	Tên môn học	Số tín chỉ	Thời gian học tập (giờ)	Học kỳ						
					Tron g đó	1 T hự c hà nh	2 Ki ể m tr a	3	4		
				Tổng số	Lý th uy ết						
		hội thảo									
20	MH20	Quản trị nguồn nhân lực	2	45	15	29	1			45	
21	MĐ21	Thực tập nghề nghiệp tại cơ sở	8	360	0	360					3
IV. Các môn học tự chọn	4	90	30	58	2	90	0	0		0	
1. Các môn học chuyên môn (học sinh chọn 1 tron g 2	2	45	15	29	1	45	0	0		0	

TT	Mã môn học	Tên môn học	Số tín chỉ	Thời gian học tập (giờ)	Học kỳ						
					Tron g đó	1 T hự c hà nh	2 Ki ể m tr a	3	4		
				Tổng số	Lý th uy ết						
môn)											
22	MH2 2	Quan hệ và chăm sóc khách hàng	2	45	15	29	1	45			
	MH2 3	Nghi ệp vụ thanh toán	2	45	15	29	1	45		0	
2. Các môn học cơ sở (học sinh chọn 1 tron g 3 môn)	2	45	15	29	1	45	0	0	0		
23	MH2 4	An ninh - an toàn trong khu	2	45	15	29	1	45			

TT	Mã môn học	Tên môn học	Số tín chỉ	Thời gian học tập (giờ)	Học kỳ						
					Tron g đó	1 T h ự c h à n h	2 K i ể m t r a	3		4	
				Tổng số							
		Reso rt									
	MH2 5	Quản trị Tiệc	2	45	15	29	1	45			
	MH2 6	Tổ chức sự kiện	2	45	15	29	1	45			
	Tổng cộng			70	1756	431	1280	45	481	510	405

5.2. Chương trình chi tiết môn học

TT	Tên chương mục	Thời gian (giờ)			
		Tổng số	Lý thuyết	Thực hành	Kiểm tra

1	Chương 1: Tổng quan về marketing du lịch - Khái niệm marketing - Nội dung của hoạt động marketing du lịch - Sự cần thiết của marketing trong du lịch - Các nguyên tắc và đặc điểm của marketing trong du lịch	5	3	2	
2	Chương 2: Thị trường du lịch - Thị trường du lịch - Các quy luật của thị trường - Nghiên cứu khách du lịch	10	3	7	

3	Chương 3: Chính sách sản phẩm-dịch vụ trong du lịch - Chính sách sản phẩm - dịch vụ du lịch - Nghiên cứu chu kỳ sống của sản phẩm - Những quyết định liên quan đến chính sách sản phẩm du lịch	10	3	7	
---	--	----	---	---	--

4	Chương 4: Chính sách Giá cả - Các mục tiêu của chính sách giá - Các yếu tố chủ yếu ảnh hưởng đến quyết định giá - Phương pháp xác lập chính sách giá	10	3	6	1
5	Chương 5: Tổ chức phân phối sản phẩm du lịch - Nội dung của chính sách phân phối - Kênh phân phối trong kinh doanh lữ hành - Phân phối trong kinh doanh khách sạn	10	3	7	
Tổng cộng	45	15	29	1	

6. Điều kiện thực hiện môn học

6.1. Phòng học: Phòng học lý thuyết

6.2. Trang thiết bị : Máy chiếu, máy tính, loa, nam châm, bút, giấy, bảng, phấn, quỳ, kệ và một số dụng cụ thực hành khác.

6.3. Học liệu, dụng cụ, nguyên vật liệu: Giáo trình, chương trình môn học, giáo án, tài liệu, câu hỏi trắc nghiệm, bài tập tình huống; các phần mềm thiết kế, quay phim, video.

7. Nội dung, hình thức và phương pháp đánh giá môn học

7.1. Nội dung đánh giá

- Kiến thức: Nội dung về marketing du lịch, hành vi khách hàng du lịch, giá cả thị trường, các phương án lựa chọn thị trường mục tiêu, các cấp độ cấu thành sản phẩm du lịch.

- Kỹ năng: Phân tích hành vi khách hàng du lịch, phân khúc thị trường và lựa chọn thị trường mục tiêu.

- Năng lực tự chủ và trách nhiệm: Nhận thức được tầm quan trọng của môn học và hoạt động marketing đối với doanh nghiệp kinh doanh du lịch; có ý thức chủ động, độc lập, sáng tạo; khẳng định sự tự tin, kiên nhẫn và tính trách nhiệm trong công việc.

2. Hình thức và phương pháp đánh giá

Phương pháp Hình thức		Số lần	Phương pháp	Thời gian (phút)	
1	Kiểm tra thường xuyên	1-3	Điểm danh Trắc nghiệm, trò chơi Phát vấn		
2	Kiểm tra định kỳ (TBC các cột kiểm tra định kỳ)	1	Viết		45

3	Thi kết thúc môn học	1	Viết	60
---	----------------------	---	------	----

8. Hướng dẫn thực hiện môn học

8.1. Phạm vi áp dụng môn học: Chương trình môn học được sử dụng để giảng dạy cho ngành Quản trị khu resort trình độ trung cấp.

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

8.2.1. Đối với người dạy

- Lý thuyết: Áp dụng phương pháp dạy học tích cực bao gồm: thuyết trình ngắn, nêu vấn đề, hướng dẫn đọc tài liệu, bài tập tình huống, câu hỏi thảo luận....

- Bài tập: Phân chia nhóm nhỏ thực hiện bài tập theo nội dung đề ra.

- Thảo luận: Phân chia nhóm nhỏ thảo luận theo nội dung đề ra.

- Hướng dẫn tự học theo nhóm: Nhóm trưởng phân công các thành viên trong nhóm tìm hiểu, nghiên cứu theo yêu cầu nội dung trong bài học, cả nhóm thảo luận, trình bày nội dung, ghi chép và viết báo cáo nhóm.

8.2.2. Đối với người học: Người học phải thực hiện các nhiệm vụ như sau:

- Tự học và thảo luận nhóm.
- Tham dự đủ các bài kiểm tra thường xuyên, định kỳ.
- Tham dự thi kết thúc môn học.
- Chủ động tổ chức thực hiện giờ tự học.

9. Tài liệu tham khảo

[1] GS.TS. Nguyễn Văn Đính, PGS.TS. Trần Thị Minh Hòa (2008), *Giáo trình Kinh tế du lịch*, NXB Đại học Kinh tế Quốc dân;

[2] TS. Hà Nam Khánh Giao (2011), *Marketing du lịch*, NXB Tổng hợp TP. Hồ Chí Minh;

[3] Lê Đăng Lãng (2007), *Kỹ năng và quản trị bán hàng*, NXB Thống kê;

[4] GS.TS. Nguyễn Văn Mạnh, TS. Nguyễn Đình Hòa (2015), *Marketing du lịch*, NXB Đại học Kinh tế Quốc dân;

[5] TS. Vũ Đức Minh (2008), *Giáo trình Tổng quan du lịch*, NXB Thống kê;

[6] TS. Bùi Xuân Nhàn (2009), *Marketing du lịch*, NXB Thống kê;

[7] ThS. Trần Ngọc Nam, Trần Huy Khang (2005), *Marketing du lịch*, NXB TP. Hồ Chí Minh

CHƯƠNG 1

TỔNG QUAN VỀ MARKETING DU LỊCH

NỘI DUNG CHƯƠNG 1

1.1. Khái quát về sản phẩm du lịch

1.1.1. Khái niệm sản phẩm du lịch

Theo điều 3 Luật Du lịch Việt Nam 2017, quy định:

Du lịch là các hoạt động có liên quan đến chuyến đi của con người ngoài nơi cư trú thường xuyên trong thời gian không quá 01 năm liên tục nhằm đáp ứng nhu cầu tham quan, nghỉ dưỡng, giải trí, tìm hiểu, khám phá tài nguyên du lịch hoặc kết hợp với mục đích hợp pháp khác.

Sản phẩm du lịch là tập hợp các dịch vụ trên cơ sở khai thác giá trị tài nguyên du lịch để thỏa mãn nhu cầu của khách du lịch.

Trong đó:

Tài nguyên du lịch là cảnh quan thiên nhiên, yếu tố tự nhiên và các giá trị văn hóa làm cơ sở để hình thành sản phẩm du lịch, khu du lịch, điểm du lịch, nhằm đáp ứng nhu cầu du lịch. Tài nguyên du lịch bao gồm tài nguyên du lịch tự nhiên và tài nguyên du lịch văn hóa.

Dịch vụ du lịch là việc cung cấp các dịch vụ về lữ hành, vận chuyển, lưu trú, ăn uống, vui chơi giải trí, thông tin, hướng dẫn và những dịch vụ khác nhằm đáp ứng nhu cầu của khách du lịch. (Điều 3 Luật Du lịch 2005)

1.1.2. Các yếu tố hợp thành sản phẩm du lịch

1.1.2.1. Yếu tố tạo sức hấp dẫn đối với du khách

Bao gồm các điểm du lịch, các tuyến du lịch để thỏa mãn cho nhu cầu tham quan, thưởng ngoạn của du khách, đó là những cảnh quan thiên nhiên đẹp nổi tiếng, các kỳ quan, các di sản văn hóa thế giới, các di tích lịch sử mang đậm nét đặc sắc văn hóa của các quốc gia, các vùng.....

1.1.2.2. Cơ sở du lịch

Cơ sở du lịch bao gồm mạng lưới cơ sở lưu trú như khách sạn, làng du lịch để phục vụ cho nhu cầu lưu trú của du khách, cửa