|  |  |
| --- | --- |
| BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO**TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ QUỐC DÂN** | **CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM****Độc lập – Tự do – Hạnh phúc** |

**ĐỀ CƯƠNG HỌC PHẦN CHI TIẾT**

***(Ban hành kèm theo quyết định số QĐ/ĐHKTQD, ngày tháng năm 2019)***

**1. THÔNG TIN TỔNG QUÁT (GENERAL INFORMATION)**

|  |  |
| --- | --- |
| ***- Tên học phần (tiếng Việt):***  | **Quản trị Điểm đến Du lịch** |
| ***- Tên học phần (tiếng Anh)*** | **Destination Management** |
| ***- Mã số học phần*** | **DLLH1120**   |
| ***- Thuộc khối kiến thức*** | **Kiến thức ngành** |
| ***- Số tín chỉ*** | **3** |
|  ***+ Số giờ lý thuyết*** | **26** |
| ***+ Số giờ thảo luận*** | **12** |
| ***- Các học phần tiên quyết*** | Học phần này được thực hiện sau khi đã học và đạt các học phần Kinh tế du lịch. |

**2. THÔNG TIN GIẢNG VIÊN**

Giảng viên: ThS. Trần Thành Đạt, Bộ môn Quản trị Dịch vụ Du lịch và Lữ hành

Email: tranthanhdat@neu.edu.vn; Phòng 709 Nhà A1

Giảng viên: TS. Nguyễn Thị Mỹ Hạnh, Bộ môn Quản trị Dịch vụ Du lịch và Lữ hành

Email: hanhntm@neu.edu.vn; Phòng 709 Nhà A1

**3. MÔ TẢ HỌC PHẦN (COURSE DESCRIPTIONS)**

Học phần “Quản trị điểm đến du lịch” là một trong những học phần chuyên ngành quản trị lữ hành. Với thời lượng là 3 đơn vị tín chỉ, học phần này sẽ trang bị cho người học các kiến thức cơ bản về bản chất và đặc điểm của điểm đến du lịch; điểm đến du lịch trong hệ thống du lịch; vai trò và các công cụ quản lý điểm đến du lịch cũng như kỹ năng tìm hiểu, phân tích và dự báo những vấn đề phát sinh trong quá trình phát triển của điểm đến du lịch. Từ đó có thể xây dựng chiến lược và công cụ quản lý điểm đến du lịch. Bên cạnh đó, học phần cũng thảo luận những vấn đề liên quan đến phát triển du lịch bền vững, nâng cao nhận thức của người học về trách nhiệm trong phát triển và kinh doanh du lịch đối với môi trường và xã hội.

**4. TÀI LIỆU THAM KHẢO (LEARNING RESOURCES: COURSE BOOKS, REFERENCE BOOKS, AND SOFTWARES)**

**Giáo trình**

- UNWTO (2008), *A Practical Guide to Tourism Destination Management*.

- Nguyễn Văn Mạnh & Phạm Hồng Chương (2009), *Giáo trình Quản trị Kinh doanh Lữ hành*, Tái bản lần thứ 2. Hà Nội: NXB ĐH Kinh tế Quốc dân.

**Tài liệu khác**

- Tổng cục Du lịch Việt Nam (2014), *Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam giai đoạn đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030*

- USAID, *Tourism Destination Management – Achieving Sustainable and Competitive Results*

- UNWTO, (2012) *Handbook on Tourism Product Development*

- Nguyễn Văn Đính & Trần Thị Minh Hoà (2005), *Giáo trình Kinh tế Du lịch*. Hà Nội: NXB Lao Động

- Burns. P & Holdel. A (1995), *Tourism: A new perspective*. London: Prentice Hall

- Nguyễn Văn Mạnh & Nguyễn Đình Hòa (2008), *Giáo trình Marketing Du lịch*. Hà Nội: NXB ĐH Kinh tế Quốc dân.

**5. MỤC TIÊU HỌC PHẦN (COURSE GOALS)**

**Bảng 1. Mục tiêu học phần**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Mục tiêu** | **Mô tả** **mục tiêu**  | **Chuẩn đầu ra của Chương trình đào tạo** | **Trình độ năng lực** |
| **[1]** | **[2]** | **[3]** | **[4]** |
| G1 | Hiểu các nội dung liên quan đến điểm đến du lịch: khái niệm, đặc điểm, phân loại điểm đến; vai trò của cơ sở lưu trú đối với điểm đến; mô hình vòng đời của điểm đến du lịch; mô hình hành trình của khách du lịch.Hiểu khái niệm, tầm quan trọng, và các nội dung của quản trị điểm đến du lịch và vai trò của tổ chức quản trị điểm đến du lịch.Hiểu khái niệm, các trụ cột, và nguyên tắc và của phát triển du lịch bền vững, mối quan hệ giữa tính bền vững và tính cạnh tranh của điểm đến, và vai trò của cơ sở lưu trú trong phát triển bền vững điểm đến.Hiểu các mô hình phân tích môi trường hoạt động và chiến lược phát triển điểm đến và vai trò của cơ sở lưu trú trong chiến lược phát triển điểm đến.Hiểu khái niệm và các phương pháp định vị điểm điểm du lịch, khái niệm và các chức năng của thương hiệu điểm đến du lịch, và cấu trúc thương hiệu điểm đến; Hiểu và phân tích được nội dung các hoạt động marketing điểm đến du lịch và liên hệ sự tương hỗ giữa DMO và các cơ sở lưu trú trong hoạt động marketing điểm đến.Giải thích được ý nghĩa của việc nâng cao chất lượng trải nghiệm của khách du lịch và mô hình quản trị chất lượng sản phẩm du lịch và quản trị khách tham quan tại điểm đến; Hiểu một số xu hướng liên quan đến quản trị điểm đến du lịch. | 1.3.4 | 3 |
| G2 | Áp dụng được kỹ năng phân tích các yếu tố cơ bản của điểm đến du lịch; kỹ năng phân tích và hoạch định chiến lược điểm đến du lịch; kỹ năng làm việc nhóm và thuyết trình. | 2.1.22.2.12.2.2 | 3 |
| G3 | Có tinh thần tự học, tự tích lũy và cập nhật kiến thức kỹ năng;Trách nhiệm với môi trường và xã hội: bảo vệ môi trường, bảo vệ giá trị văn hóa, truyền thống của dân tộc | 3.1.13.2.3 | 3 |

**6. CHUẨN ĐẦU RA HỌC PHẦN (COURSE LEARNING OUTCOMES)**

**Bảng 2. Năng lực người học học phần (CLO)**

| **CĐR CTĐT** | **CLOs**  | **Mô tả năng lực người học** | **Trình độ năng lực** |
| --- | --- | --- | --- |
| **[1]** | **[2]** | **[3]** | **[4]** |
| 1.3.4 | CLO1.1 | Hiểu các nội dung liên quan đến điểm đến du lịch: khái niệm, đặc điểm, phân loại điểm đến; vai trò của cơ sở lưu trú đối với điểm đến; mô hình vòng đời của điểm đến du lịch; mô hình hành trình của khách du lịch. | 3 |
| CLO1.2 | Hiểu khái niệm, tầm quan trọng, và các nội dung của quản trị điểm đến du lịch, vai trò của tổ chức quản trị điểm đến du lịch, và một số xu hướng liên quan đến quản trị điểm đến du lịch.. | 3 |
| CLO1.3 | Hiểu khái niệm, các trụ cột, và nguyên tắc và của phát triển du lịch bền vững, mối quan hệ giữa tính bền vững và tính cạnh tranh của điểm đến, và vai trò của cơ sở lưu trú trong phát triển bền vững điểm đến. | 3 |
| CLO1.4 | Hiểu các mô hình phân tích môi trường hoạt động và chiến lược phát triển điểm đến và vai trò của cơ sở lưu trú trong chiến lược phát triển điểm đến. | 3 |
| CLO1.5 | Hiểu khái niệm và các phương pháp định vị điểm điểm du lịch, khái niệm và các chức năng của thương hiệu điểm đến du lịch, và cấu trúc thương hiệu điểm đến;  | 3 |
| CLO1.6 | Hiểu và phân tích được nội dung các hoạt động marketing điểm đến du lịch và liên hệ sự tương hỗ giữa DMO và các cơ sở lưu trú trong hoạt động marketing điểm đến. | 3 |
| CLO 1.7 | Giải thích được ý nghĩa của việc nâng cao chất lượng trải nghiệm của khách du lịch và mô hình quản trị chất lượng sản phẩm du lịch và quản trị khách tham quan tại điểm đến;  | 3 |
| 2.1.22.2.12.2.2 | CLO 2.1 | Áp dụng được kỹ năng phân tích các yếu tố cơ bản của điểm đến du lịch. | 3 |
| CLO 2.2 | Áp dụng được kỹ năng phân tích và hoạch định chiến lược điểm đến du lịch. | 3 |
| CLO 2.3 | Áp dụng được kỹ năng làm việc nhóm và thuyết trình bằng tiếng Việt và hiểu được một số thuật ngữ cơ bản trong tiếng Anh liên quan đến quản trị điểm đến du lịch | 3 |
| 3.1.13.2.3 | CLO3.1 | Có tinh thần tự học, tự tích lũy và cập nhật kiến thức kỹ năng;Hình thành tác phong làm việc chuyên nghiệp và tinh thần định hướng khách hàng của người làm du lịch. | 3 |
| CLO 3.2 | Trách nhiệm với môi trường và xã hội: bảo vệ môi trường, bảo vệ giá trị văn hóa, truyền thống của dân tộc | 3 |

**7. ĐÁNH GIÁ HỌC PHẦN (COURSE ASSESSMENT)**

**Bảng 3. Đánh giá học phần**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Hình thức đánh giá** | **Nội dung** | **Thời điểm** | **NLNH học phần** | **Tiêu chí đánh giá** | **Tỷ lệ (%)** |
| **[1]** | **[2]** | **[3]** | **[4]** | **[5]** | **[6]** |
| Chuyên cần | Chương 1 - 7 | Tuần 1-13 | CLO 1.1, 1.2, 1.5, 1.6, 1.7, 3.1 | - Mức độ tham gia lớp học đầy đủ.- Mức độ tham gia trả lời câu hỏi của giảng viên (số lần và chất lượng ý kiến trả lời)- Mức độ tham gia đặt câu hỏi với bài giảng của giảng viên (số lần và chất lượng câu hỏi) | 10% |
| 01 bài kiểm tra cá nhân | Chương 1, 2, 3 | Tuần 7 | CLO 1.1, 1.2, 1.3, 3.1 | Mức độ hiểu, giải thích, và lấy ví dụ liên quan đến các câu hỏi trong bài kiểm tra cá nhân 15% (60 phút) | 15% |
| 01 bài tập nhóm | Chương 4, 5, 6, 7 | Tuần 10 | CLO 1.3, 1.4, 1.5, 1.6, 1,7 2.1, 2.2, 2.3, 3.1, 3.2 | - Mức độ hoàn thành bài tập nhóm, thuyết trình (đúng hạn, chất lượng nội dung và thuyết trình, đóng góp vào buổi thuyết trình, và trả lời câu hỏi của giảng viên và lớp) | 15% |
| Đánh giá cuối kỳ | Chương 1 - 7 | Theo lịch thi  | CLO 1.1, 1.2, 1.3, 1.5, 1.6, 1.7, 3.1 | Bài thi tự luận cá nhân 90 phút | 60% |

**8. KẾ HOẠCH GIẢNG DẠY (LESSON PLAN)**

**8.1. Nội dung giảng dạy**

**CHƯƠNG 1 – GIỚI THIỆU VỀ QUẢN TRỊ ĐIỂM ĐẾN DU LỊCH**

 ***Giới thiệu khái quát về chương:***

Chương 1 đề cập tới những vấn đề tổng quan từ khái niệm, cơ cấu, đặc điểm, sức cạnh tranh của điểm đến tới mô hình cơ bản về hành vi của khách du lịch được sử dụng trong các hoạt động tổ chức quản lý điểm đến; các vấn đề đặt ra với điểm đến và yêu cầu của hoạt động quản lý điểm đến; các nội dung của công tác quản lý điểm đến. Chương 1 cũng bàn về những chủ đề liên quan đến phát triển du lịch bền vững như lịch sử và khái niệm phát triển du lịch bền vững, những trụ cột của phát triển du lịch bền vững (văn hóa, kinh tế, xã hội), và các nguyên tắc phát triển du lịch bền vững. Chương này cũng giới thiệu một số hình thức du lịch bền vững như du lịch có trách nhiệm, du lịch sinh thái, du lịch dựa vào cộng đồng, v.v. Chương 1 cũng mở ra những vấn đề hiện tại và tương lai trong hoạt động quản lý điểm đến ở phạm vi thế giới và Việt Nam.

* 1. **Điểm đến du lịch và những khái niệm liên quan**
		1. Khái niệm về điểm đến du lịch
		2. Phân loại điểm đến du lịch
		3. Các thành phần cơ bản của điểm đến du lịch
		4. Vòng đời điểm đến du lịch
		5. Các bên tham gia tại một điểm đến du lịch
	2. **Hành trình của khách du lịch**
		1. Mô hình hành trình của khách du lịch
		2. Hoạt động quản lý điểm đến du lịch trong hành trình của khách du lịch
		3. Trài nghiệm của khách du lịch
	3. **Bản chất, tầm quan trọng, và nội dung của quản lý điểm đến du lịch**
		1. Bản chất và tầm quan trọng của quản lý điểm đến du lịch
		2. Nội dung của công tác quản lý điểm đến du lịch
		3. Mô hình quản lý điểm đến du lịch (Ritchie)
	4. **Những vấn đề trong quản lý điểm đến du lịch thế giới và Việt Nam**
		1. Những vấn đề trong quản lý điểm đến du lịch thế giới
		2. Những vấn đề trong quản lý điểm đến du lịch tại Việt Nam

***Tài liệu tham khảo của chương:***

* 1. UNWTO (2008), *A Practical Guide to Tourism Destination Management* (Chương 1)
	2. Ritchie, J. R. B & G. I. Crouch (2003), *The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective*. Oxon, UK: CABI Publishing (Chương 2)

**CHƯƠNG 2 – TỔ CHỨC QUẢN LÝ ĐIỂM ĐẾN DU LỊCH (DMO)**

 ***Giới thiệu khái quát về chương:***

Chương 6 cung cấp các kiến thức về các mô hình tổ chức quản lý điểm đến du lịch, các đặc điểm và yêu cầu của các mô hình, cũng như các phương pháp tổ chức quản lý, tăng cường sự tham gia của các bên trong hoạt động quản lý điểm đến du lịch.

**2.1 Vai trò, cơ cấu của tổ chức quản lý điểm đến**

2.1.1. Vai trò của tổ chức quản lý điểm đến

2.1.2. Liên kết dọc, ngang và vai trò của các bên tham gia

2.1.3. Các mô hình tổ chức quản lý điểm đến

**2.2 Hoạt động của cơ quan quản lý điểm đến**

2.2.1 Tổ chức thực hiện các chính sách, chiến lược

2.2.2 Xây dựng ngân quỹ

* + 1. Giám sát thực hiện các chính sách tại điểm đến

***Tài liệu tham khảo của chương:***

* UNWTO (2008), *A Practical Guide to Tourism Destination Management* (Chương 1)
* Ritchie, J. R. B & G. I. Crouch (2003), *The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective*. Oxon, UK: CABI Publishing (Chương 9)

**CHƯƠNG 3 – PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG ĐIỂM ĐẾN DU LỊCH**

 ***Giới thiệu khái quát về chương:***

Chương 3 thảo luận những nội dung cơ bản liên quan đến phát triển bền vững điểm đến du lịch: khái niệm và lịch sử phát triển du lịch bền vững, 3 trụ cột của phát triển du lịch bền vững, các nguyên tắc phát triển du lịch bền vững, và một số hình thức du lịch bền vững. Bên cạnh đó, chương cũng thảo luận mối quan hệ giữa tính bền vững và tính cạnh tranh của điểm đến du lịch.

**3.1. Khái niệm phát triển du lịch bền vững**

**3.2. Những trụ cột của phát triển du lịch bền vững**

**3.3. Các nguyên tắc phát triển du lịch bền vững**

**3.4. Một số hình thức du lịch bền vững**

**3.5 Tính bền vững và tính cạnh tranh của điểm đến**

**3.6 Vai trò của cơ sở lưu trú trong phát triển bền vững điểm đến**

***Tài liệu tham khảo của chương:***

* UNWTO (2008), *A Practical Guide to Tourism Destination Management* (Chương 1)

**CHƯƠNG 4 - CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN ĐIỂM ĐẾN DU LỊCH**

***Giới thiệu khái quát về chương:***

Chương 4 đề cập đến các nội dung về xây dựng kế hoạch phát triển điểm du lịch từ các hoạt động phân tích, nghiên cứu, đánh giá hiện trạng tới việc hoạt định chiến lược và xây dựng các kế hoạch hành động.

**4.1. Mô hình tổng thể xây dựng chiến lược phát triển điểm đến**

4.1.1. Bản chất xây dựng chiến lược phát triển điểm đến

4.1.2. Mô hình xây dựng chiến lược phát triển điểm đến

**4.2. Đánh giá hiện trạng/sức cạnh tranh điểm đến**

4.2.1. Đánh giá sức cạnh tranh của điểm đến

 4.2.1.1 Phân tích môi trường vĩ mô

 4.2.1.2 Phân tích môi trường cạnh tranh

 4.2.1.3 Đánh giá các nguồn lực của điểm đến.

 4.2.1.3 Đánh giá các xu hướng của thị trường du lịch

 4.2.1.4 Đánh giá các ngành liên quan và các ngành hỗ trợ

4.2.2. Phân tích môi trường cạnh tranh và đối thủ cạnh tranh

 4.2.2.1 Phân tích môi trường cạnh tranh

 4.2.2.2 Phân tích đối thủ cạnh tranh

**4.3. Xây dựng tầm nhìn và mục tiêu chiến lược**

4.3.1. Phát triển tầm nhìn

4.3.2. Xây dựng các mục tiêu chiến lược

**4.4 Các chiến lược cạnh tranh của điểm đến**

**4.5. Phát triển chương trình hành động**

**4.6. Kiểm soát thực hiện chiến lược**

**4.7. Vai trò của các bên tham gia (stakeholders) trong xây dựng và thực hiện chiến lược**

***Tài liệu tham khảo của chương:***

* UNWTO (2008), *A Practical Guide to Tourism Destination Management* (Chương 2)
* Ritchie, J. R. B & G. I. Crouch (2003), *The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective*. Oxon, UK: CABI Publishing (Chương 3)

**CHƯƠNG 5 - ĐỊNH VỊ, THƯƠNG HIỆU VÀ SẢN PHẨM ĐIỂM ĐẾN DU LỊCH**

***Giới thiệu khái quát về chương:***

Chương 5 cung cấp kiến thức cơ bản về định vị điểm đến du lịch, các điểm độc đáo của điểm đến; bản chất, cấu thành và phương pháp xây dựng thương hiệu điểm đến du lịch; cách tiếp cận và phương pháp phát triển sản phẩm tại một điểm đến du lịch.

**5.1 Định vị điểm đến du lịch**

5.1.1 Đặc điểm độc đáo của điểm đến

5.1.2 Định vị điểm đến

**5.2. Thương hiệu điểm đến du lịch**

5.2.1 Khái niệm và bản chất của thương hiệu điểm đến du lịch

5.2.2 Cấu trúc thương hiệu điểm đến

5.2.3 Chiến lược thương hiệu điểm đến

5.2.4 Quản lý thương hiệu điểm đến

**5.3 Phát triển sản phẩm điểm đến du lịch**

5.3.1 Khái niệm và cấu trúc sản phẩm du lịch

5.3.2 Các nguyên tắc phát triển sản phẩm du lịch

5.3.3 Quản lý sản phẩm điểm đến du lịch

***Tài liệu tham khảo của chương:***

* UNWTO (2008), *A Practical Guide to Tourism Destination Management* (Chương 3, 5)
* Ritchie, J. R. B & G. I. Crouch (2003), *The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective*. Oxon, UK: CABI Publishing (Chương 9)

**CHƯƠNG 6 - MARKETING ĐIỂM ĐẾN DU LỊCH**

***Giới thiệu khái quát về chương:***

Chương 6 cung cấp những lý luận, phương pháp và công cụ thực hiện các hoạt động marketing điểm đến du lịch, từ việc xác định thị trường mục tiêu cho tới việc xây dựng và triển khai các công cụ marketing hỗn hợp nhằm quảng bá và xúc tiến điểm đến du lịch.

**6.1 Các bên tham gia vào hoạt động marketing điểm đến du lịch**

**6.2 Thị trường du lịch**

6.2.1 Phân đoạn thị trường điểm đến du lịch

6.2.2 Lựa chọn thị trường mục tiêu

6.2.3 Xu hướng thị trường du lịch Việt Nam và thế giới

**6.3 Các công cụ marketing-mix điểm đến du lịch**

**6.4 Các công cụ marketing trực tuyến**

6.4.1 Chiến lược marketing trực tuyến điểm đến du lịch

6.4.2 Nội dung các công cụ marketing trực tuyến

**6.5. Các công cụ marketing phi trực tuyến**

6.5.1 Các công cụ marketing phi trực tuyến điểm đến du lịch

6.5.2 Nội dung các công cụ marketing phi trực tuyến

**6.6. Phát triển hệ thống phân phối**

6.6.1 Phát triển các kênh phân phối

6.6.2 Xúc tiến với hệ thống bán

***Tài liệu tham khảo của chương:***

* UNWTO (2008), *A Practical Guide to Tourism Destination Management* (Chương 4, 7)

**CHƯƠNG 7 – NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG TRẢI NGHIỆM CỦA KHÁCH DU LỊCH**

***Giới thiệu khái quát về chương:***

Chương 7 cung cấp những kiến thức và công cụ quản lý khác nhau tác động tới việc tổ chức và thực hiện các dịch vụ du lịch tại điểm đến, nhằm nâng cao trải nghiệm của khách du lịch, quản lý và nâng cao chất lượng các sản phẩm và dịch vụ du lịch tại điểm đến, quản lý khách tham quan tại điểm đến (Visitor management), phối hợp với cộng đồng và các ngành liên quan nhằm nâng cao trải nghiệm của khách du lịch.

**7.1 Đảm bảo tiêu chuẩn chất lượng dịch vụ du lịch**

7.1.1 Yêu cầu xây dựng tiêu chuẩn chất lượng

7.1.2 Phát triển các chuẩn mực chất lượng

7.1.3 Mô hình quản lý chất lượng sản phẩm điểm đến (SERVQUAL Model)

**7.2. Quản lý khách tham quan tại điểm đến (Vistor management)**

7.2.1. Những nội dung trong quản lý khách tham quan tại điểm đến

7.2.2. Một số phương pháp quản lý khách tham quan trên thế giới

**7.3. Phát triển nguồn nhân lực**

7.2.1 Các yêu cầu về nguồn nhân lực tại điểm đến du lịch

7.2.2. Xây dựng kế hoạch phát triển nguồn nhân lực

**7.4. Làm việc với cộng đồng**

7.3.1 Vai trò của cộng đồng với trải nghiệm của khách du lịch

7.3.2 Giao tiếp và làm việc với cộng đồng

**7.5 Làm việc với các nhà cung ứng dịch vụ công**

***Tài liệu tham khảo của chương:***

* UNWTO (2008), *A Practical Guide to Tourism Destination Management* (Chương 6)
* Ritchie, J. R. B & G. I. Crouch (2003), *The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective*. Oxon, UK: CABI Publishing (Chương 9)
* Albrecht, J. N (2017), *Visitor Management in Tourism Destinations*, CABI Series in Tourism Management Research. Boston, MA: CABI (Bài 8, 12)

**8.2. Kế hoạch giảng dạy**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Tuần** | **Nội dung** | **NLNH học phần** | **Hoạt động dạy và học** | **Bài đánh giá** |
| **[1]** | **[2]** | **[3]** | **[4]** | **[5]** |
| 1-2 | Chương 1 | CLO 1.1CLO 3.1 | **Học ở lớp:**Thuyết giảngThảo luận **Học ở nhà:** Nghiên cứu trước tài liệu Chương 2 | - Đánh giá quá trình, thái độ học tập, mức độ chủ động và tích cực trong học tập 10% |
| 3-4 | Chương 2 | CLO 1.2CLO 3.1 | **Học ở lớp:**Thuyết giảngThảo luận nhómHọc ở nhà: Nghiên cứu trước tài liệu Chương 3 | - Đánh giá quá trình, thái độ học tập, mức độ chủ động và tích cực trong học tập 10% |
| 5 | Chương 3 | CLO 1.3CLO 3.1CLO 3.2 | **Học ở lớp:**Thuyết giảngThảo luận **Học ở nhà:** Nghiên cứu trước tài liệu Chương 4 | - Đánh giá quá trình, thái độ học tập, mức độ chủ động và tích cực trong học tập 10% |
| 6-7 | Chương 4 | CLO 1.4CLO 3.1 | **Học ở lớp:**Thuyết giảngThảo luận **Học ở nhà**: Nghiên cứu trước tài liệu Chương 5 | - Đánh giá quá trình, thái độ học tập, mức độ chủ động và tích cực trong học tập 10% |
| 7 | Chương 1, 2, 3 | CLO 1.1CLO 1.2CLO 1.3CLO 3.1 | **Làm bài kiểm tra cá nhân**  | Mức độ hiểu, giải thích, và lấy ví dụ liên quan đến các câu hỏi trong bài kiểm tra cá nhân 15% (60 phút) |
| 8-9 | Chương 5 | CLO 1.5CLO 3.1 | **Học ở lớp:**Thuyết giảngThảo luận **Học ở nhà:** Nghiên cứu trước tài liệu Chương 6 | - Đánh giá quá trình, thái độ học tập, mức độ chủ động và tích cực trong học tập 10% |
| 10 | Chương 4, 5, 6, 7 | CLO 1.3CLO 1.4CLO 1.5CLO 1.6CLO 1.7CLO 2.1CLO 2.2CLO 2.3CLO 3.1CLO 3.2 | **Nộp và thuyết trình bài tập nhóm** | - Khả năng áp dụng kiến thức đã học phân tích các nội dung trong bài tập nhóm, khả năng thuyết trình, làm việc nhóm, và trả lời câu hỏi. | 15% |
| 11-12 | Chương 6 | CLO 1.6CLO 3.1 | **Học ở lớp:**Thuyết giảngThảo luận **Học ở nhà:** Nghiên cứu trước tài liệu Chương 7 | - Đánh giá quá trình, thái độ học tập, mức độ chủ động và tích cực trong học tập 10%- Bài tập nhóm, thuyết trình 15% |
| 13 | Chương 7 | CLO 1.7CLO 3.1 | **Học ở lớp:**Thuyết giảngThảo luận **Học ở nhà:** Nghiên cứu trước tài liệu Chương 8 | - Đánh giá quá trình, thái độ học tập, mức độ chủ động và tích cực trong học tập 10% |
| Lịch thi cuối kỳ của nhà trường | Chương 1 - 7 | CLO 1.1CLO 1.2CLO 1.3CLO 1.5CLO 1.6CLO 1.7CLO 3.1 | **Thi cuối kì theo lịch chung của nhà trường** | - Mức độ hiểu, giải thích, và lấy ví dụ liên quan đến các câu hỏi trong bài thi cuối kỳ 60% (90 phút) |

**9. QUY ĐỊNH CỦA HỌC PHẦN (COURSE REQUIREMENTS AND EXPECTATION)**

**9.1. Quy định về tham dự lớp học**

- Sinh viên/học viên có trách nhiệm tham dự đầy đủ các buổi học. Trong trường hợp nghỉ học do lý do bất khả kháng thì phải có giấy tờ chứng minh đầy đủ và hợp lý.

- Sinh viên có trách nhiệm chủ động nghiên cứu tài liệu, chủ động chuẩn bị bài học trước khi đến lớp theo hướng dẫn và yêu cầu của giảng viên

- Sinh viên vắng quá 3 buổi học dù có lý do hay không có lý do đều bị coi như không hoàn thành khóa học và phải đăng ký học lại.

- Sinh viên nộp bài tập cá nhân và bài tập nhóm muộn so với thời gian quy định của giảng viên sẽ nhận điểm 0 của bài tập đó.

- Về trao đổi giữa giảng viên và sinh viên: Khuyến khích sinh viên tham gia thảo luận, phản hồi trực tiếp với giảng viên về nội dung học phần, phương pháp dạy và học, tài liệu giảng dạy và đọc. Giảng viên cũng khuyến khích sinh viên phản hồi về hình thức, phương pháp và nội dung kiểm tra, đánh giá kết quả học tập của sinh viên. Sinh viên có thể giao trao đổi với giảng viên trên lớp, trong giờ hành chính hoặc qua email. Những thông tin phản hồi của sinh viên có giá trị góp phần nâng cao chất lượng dạy và học của học phần.

**9.2. Quy định về hành vi lớp học**

- Học phần được thực hiện trên nguyên tắc tôn trọng người học và người dạy. Mọi hành vi làm ảnh hưởng đến quá trình dạy và học đều bị nghiêm cấm.

- Sinh viên cần chủ động tham gia bài giảng trên lớp thông qua trao đổi với giảng viên (trả lời và đặt câu hỏi), thảo luận với sinh viên khác trên lớp, thảo luận nhóm, nghiên cứu tình huống, thuyết trình.

- Sinh viên phải đi học đúng giờ quy định. Sinh viên đi trễ quá 10 phút sau khi giờ học bắt đầu sẽ không được tham dự buổi học.

- Tuyệt đối không làm ồn, gây ảnh hưởng đến người khác trong quá trình học.

- Tuyệt đối không được ăn uống, nhai kẹo cao su, sử dụng các thiết bị như điện thoại, máy nghe nhạc trong giờ học.

- Máy tính xách tay, máy tính bảng chỉ được thực hiện vào mục đích ghi chép bài giảng, tính toán phục vụ bài giảng, bài tập, tuyệt đối không dùng vào việc khác.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Xác nhận của Trường** | **Trưởng Bộ môn** | **Giảng viên****Ths. Trần Thành Đạt** |