|  |  |
| --- | --- |
| 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 Kinh doanh Du lịch và Lữ hành*** |  |
| ***- Tên học phần (tiếng Anh): Travel and Tourism Business Management*** |  |
| ***- Mã số học phần:* DLLH1105** |  |
| ***- Thuộc khối kiến thức: kiến thức ngành, bắt buộc*** |  |
| ***- Số tín chỉ: 3*** |  |
| ***+ Số giờ lý thuyết: 26*** |  |
| ***+ Số giờ thảo luận: 13*** |  |
| ***- Các học phần tiên quyết: Kinh tế du lịch*** |  |

**2. THÔNG TIN GIẢNG VIÊN**

Giảng viên: TS. Hoàng Thị Thu Hương – Trưởng bộ môn QTDV Du lịch và Lữ hành

Email: [hoanghuong@neu.edu.vn](mailto:hoanghuong@neu.edu.vn); Phòng 710 - Nhà A1

Giảng viên: TS. Nguyễn Thị Mỹ Hạnh – Phó Trưởng bộ môn QTDV Du lịch và Lữ hành

Email: hanhntm.neu@gmail.com; Phòng 710 - Nhà A1

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

Đây là môn học bắt buộc kiến thức chuyên sâu trọng tâm của ngành đào tạo Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành. Môn học bao gồm các nội dung cơ bản như: vai trò, chức năng, lợi ích, xu hướng phát triển của kinh doanh du lịch và lữ hành, sản phẩm, thị trường của kinh doanh du lịch và lữ hành, các điều kiện để phát triển kinh doanh lữ hành, các hoạt động tác nghiệp và quản trị: marketing, điều hành, nhân lực, chất lượng, hướng dẫn, tư vấn bán hàng trong các doanh nghiệp kinh doanh du lịch và lữ hành, phân tích kết quả kinh doanh dịch vụ du lịch và lữ hành của doanh nghiệp, xây dựng chiến lược kinh doanh, kinh doanh lữ hành ở Việt Nam.

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

**Giáo trình**

1. Nguyễn Văn Mạnh và Phạm Hồng Chương (2009), *Giáo trình Quản trị kinh doanh lữ hành,* Tái bản lần thứ II, NXB ĐHKTQD,

**Tài liệu khác**

1. Nguyễn Văn Mạnh, Luận án tiến sỹ kinh tế "*Các giải pháp nhằm phát triển kinh doanh du lịch lữ hành trên địa bàn Hà Nội* ", Hà Nội năm 2002
2. Phạm Hồng Ch­ương, Luận án tiến sỹ kinh tế: *“Khai thác và mở rộng thị trường du lịch Quốc tế của các doanh nghiệp lữ hành trên địa bàn Hà Nội"*, Hà Nội 2003.
3. *Luật Du lịch,* ( Song ngữ Việt - Anh ) NXB CTQG, Hà Nội, 2017
4. Bùi Thị Hải Yến (2008 ), Tuyến điểm du lịch Việt nam, NXB Giáo dục
5. Dương Văn Sáu (2008), Di tích lịch sử - văn hóa và danh thắng Việt Nam

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

**Bảng 5.1. 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 | Nhận thức cơ bản về nội dung, ph­ương pháp trong tổ chức và quản trị kinh doanh du lịch và lữ hành; hiểu biết các kiến thức kinh doanh du lịch và lữ hành; hiểu biết về trung gian Marketing; hiểu biết về nhà cung cấp, khách, sản phẩm và đưa sản phẩm tới người tiêu dùng; kiến thức về chất lượng, tài chính, chiến lược. | 1.3.1 | IV |
| G2 | Các kỹ năng tác nghiệp, thực hiện tốt các chức năng và nhiệm vụ đ­ược phân công trong kinh doanh dịch vụ du lịch và lữ hành; Kỹ năng quan hệ với nhà cung cấp, khách du lịch, cư dân nơi đến; Kỹ năng chăm sóc khách hàng; Hình thành các kỹ năng quản trị doanh nghiệp: quản trị sản xuất, quản trị marketing, quản trị nguồn nhân lực và quản trị tài chính trong doanh nghiệp lữ hành; Khả năng t­ư duy độc lập sáng tạo góp phần xây dựng và thực hiện sản phẩm du lịch hoàn chỉnh nhằm đáp ứng đúng mong muốn của khách, bảo đảm đ­ược lợi ích của nhà kinh doanh du lịch và nơi đến du lịch | 2.1.1  2.1.2  2.1.5 | III |
| G3 | Người học có được ý thức yêu thích nghề kinh doanh du lịch và lữ hành; trách nhiệm với bản thân, với khách, với doanh nghiệp, với nhà cung cấp, với môi trường văn hóa xã hội và cư dân nơi đến; tôn trọng pháp luật. | 3.2.1 | III |

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

**Bảng 6.1.Năng lực người học học phần (CLO)**

| **CĐR** | **CLOs** | **Mô tả năng lực người học** | **Trình độ năng lực** |
| --- | --- | --- | --- |
| **[1]** | **[2]** | **[3]** | **[4]** |
| 1.3.1 | LO 1.1 | Nhận thức cơ bản về nội dung, ph­ương pháp trong tổ chức và quản trị kinh doanh du lịch và lữ hành | 4 |
| LO 1.2 | Hiểu biết các kiến thức kinh doanh du lịch và lữ hành | 4 |
| LO 1.3 | Hiểu biết về trung gian Marketing | 4 |
| LO 1.4 | Hiểu biết về nhà cung cấp, khách, sản phẩm và đưa sản phẩm tới người tiêu dùng; kiến thức về chất lượng, tài chính, chiến lược. | 4 |
| 2.1.1  2.1.2  2.1.5 | LO 2.1 | Các kỹ năng tác nghiệp, thực hiện tốt các chức năng và nhiệm vụ được phân công trong kinh doanh dịch vụ du lịch và lữ hành | 3 |
| LO 2.2 | Kỹ năng quan hệ với nhà cung cấp, khách du lịch, cư dân nơi đến và kỹ năng chăm sóc khách hàng | 3 |
| LO 2.3 | Hình thành các kỹ năng quản trị doanh nghiệp: quản trị sản xuất, quản trị marketing, quản trị nguồn nhân lực và quản trị tài chính trong doanh nghiệp lữ hành | 3 |
| LO 2.4 | Khả năng tư duy độc lập sáng tạo góp phần xây dựng và thực hiện sản phẩm du lịch hoàn chỉnh nhằm đáp ứng đúng mong muốn của khách, bảo đảm được lợi ích của nhà kinh doanh du lịch và nơi đến du lịch | 3 |
| 3.2.1 | LO 3.1 | Người học có được ý thức yêu thích nghề kinh doanh du lịch và lữ hành | 3 |
| LO 3.2 | Trách nhiệm với bản thân, với khách, với doanh nghiệp, với nhà cung cấp, với môi trường văn hóa xã hội và cư dân nơi đến | 3 |
| LO 3.3 | Tôn trọng pháp luật | 3 |

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

**Bảng 7.3. 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 | Điểm danh + tích cực xây dựng bài trên lớp | Tuần 1-13 | LO 1.1 – 1.4  LO 2.1 – 2.4  LO 3.1 – 3.3 | Tham gia đầy đủ, đúng giờ, tích cực xây dựng bài trên lớp | 10% |
| Bài tập lớn | Tìm hiểu đặc điểm hoạt động kinh doanh ăn uống | Tuần 4 – Tuần 7 | LO 1.1 – 1.4  LO 2.1 – 2.4  LO 3.1 – 3.3 | Sinh viên nghiên cứu viết báo cáo và nộp cho giảng viên, thuyết trình. | 10% |
| Bài tập nhóm | Các tình huống trong quản trị nhân lực của Nhà hàng | Tuần 9 – Tuần 10 | LO 1.1 – 1.4  LO 2.1 – 2.4  LO 3.1 – 3.3 | Sinh viên thuyết trình, đóng vai. | 10% |
| Kiểm tra giữa kỳ cá nhân | Nội dung chương 1-3 | Tuần 7 | LO 1.1 – 1.4  LO 2.1 – 2.4  LO 3.1 – 3.3 | Sinh viên làm bài tự luận/ trắc nghiệm | 10% |
| Đánh giá cuối kỳ | Thi kết thúc học kỳ | Lịch thi học phần | LO 1.1 – 1.4  LO 2.1 – 2.4  LO 3.1 – 3.3 | Sinh viên làm bài tự luận/ trắc nghiệm | 60% |

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

**8.1. Nội dung giảng dạy**

**CHƯƠNG MỞ ĐẦU**

1. Giới thiệu môn học

2. Mục đích

3. Phương pháp

4. Các quy định và yêu cầu của môn học

5. Nội dung học phần

6. Phương pháp đánh giá

***Tài liệu tham khảo của chương***

1. Bộ môn Quản trị dich vụ du lịch và lữ hành (2017), Bản đề cương chi tiết học phần Quản trị kinh doanh lữ hành, bản tài liệu phát tay của giảng viên.

**CHƯƠNG 1 - KHÁI QUÁT VỀ LỊCH SỬ PHÁT TRIỂN KINH DOANH DU LỊCH LỮ HÀNH**

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

Chương này nhằm giới thiệu sơ bộ về quá trình hình thành và phát triển kinh doanh lữ hành, đặc biệt là kinh doanh lữ hành của Thomas Cook. Khái quát các xu hướng phát triển kinh doanh lưc hành từ nửa cuối thế kỷ 19 đến thời hiện đại. Giới thiệu một số tổ chức thế giới, quốc tế về kinh doanh lữ hành và du lịch, một số doanh nghiệp lữ hành nổi tiếng trên thế giới

**1.1. Nguồn gốc của kinh doanh du lịch lữ hành**

1.1.1. Khái quát về nguồn gốc của kinh doanh lữ hành

1.1.2. Những hình thức sơ khai của hoạt động lữ hành

1.1.3. Sự nghiệp kinh doanh lữ hành của Thomas Cook và con trai.

**1.2. Một số xu hướng kinh doanh du lịch lữ hành trên thế giới nửa cuối thế kỷ 19 đến nay**

1.2.1. Xu hướng mở rộng nội dung, phạm vi hoạt động kinh doanh lữ hành

1.2.2. Xu hướng tập trung tư bản cao tăng cường liên kết ngang, dọc hình thành thị trường lữ hành cạnh tranh có độc quyền và độc quyền của nhóm người bán

1.2.3. Sự tăng trưởng nhanh và vững chắc lượng khách du lịch cùng với sự thay tập quán trong tiêu dùng du lịch

**1.3. Vai trò của các tổ chức Quốc tế lữ hành**

1.3.1. Tổ chức du lịch thế giới (UN WTO - World Tourism Organization)

1.3.2. Liên đoàn hiệp hội các hãng lữ hành (UFTTA - Universal Federation of Travel Agent Association)

1.3.3. Liên hiệp thé giới các đại lý lữ hành (WATA - World Association of Travel Agencies

1.3.4. Hiệp hội lữ hành Châu Á - Thái Bình Dương (PATA -Pacific Asia Travel Association)

1.3.5. Hiệp hội lữ hành các nước Đông Nam Á (ASEANTA -ASEAN Travel Association).

* 1. **Một số hãng lữ hành nổi tiếng trên thế giới**

**1.5. Sơ lược lịch sử phát triển kinh doanh lữ hành ở Việt Nam**

1.5.1. Khái quát về quá trình hình thành và phát triển ngành du lịch Việt Nam

1.5.2. Kinh doanh lữ hành từ 1990 - 2004

1.5.3. Kinh doanh lữ hành từ 2005 - 2015

**1.6. Xu hướng trong tiêu dùng du lịch và các giải pháp phát triển kinh doanh lữ hành kinh doanh chủ yếu của doanh nghiệp lữ hàn**h

1.6.1. Xu hướng trong tiêu dùng lữ hành du lịch

1.6.2. Các giải pháp phát triển kinh doanh dịch vụ du lịch và lữ hành ở Việt Nam đến 2020

**1.7. Toàn cầu hóa và vấn đề đối với quản lý du lịch**

1.7.1 Khái niệm toàn cầu hóa

1.7.2.Vấn đề đối với quản lý du lịch

***Tài liệu tham khảo của chương:***

1. Nguyễn Văn Mạnh và Phạm Hồng Chương (2009)*, Chương 1. Giáo trình Quản trị kinh doanh lữ hành,* Tái bản lần thứ II, NXB ĐHKTQD.
2. International Tourism Management, Case Study, Chapter 2.
3. Nguyễn Văn Mạnh (2007), Để du lịch Việt Nam phát triển bền vững sau khi gia nhập WTO, Tạp chí kinh tế và phát triển, tháng 01 năm 2007
4. Nguyễn Văn Mạnh và Phạm Hồng Chương (2009)*, Chương 11. Giáo trình Quản trị kinh doanh lữ hành,* Tái bản lần thứ II, NXB ĐHKTQD.

**CHƯƠNG 2 - CÁC NỘI DUNG CƠ BẢN CỦA KINH DOANH DU LỊCH LỮ HÀNH**

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

Chương 2, nhằm cung cấp các kiến thức cơ bản về kinh doanh lữ hành là gì, doanh nghiệp lữ hành, phân lợại kinh doanh lữ hành, thị trường lữ hành, sản phẩm lữ hành, điều kiện 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 các doanh nghiệp lữ hành

**2. 2. Định nghĩa kinh doanh lữ hành và các mô hình kinh doanh lữ hành**

2.2.1. Định nghĩa (nghĩa rộng và nghĩa hẹp)

2.2.2. Phân loại kinh doanh lữ hành

2.2.3. Định nghĩa doanh nghiệp lữ hành

**2.3. Hệ thống sản phẩm của kinh doanh lữ hành**

2.3.1. Các dịch vụ trung gian

2.3.2. Chương trình du lịch

2.3.3. Sản phẩm du lịch tổng hợp 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 chuyến đi

2.4.3. Phân loại thị trường khách theo hình thức tổ chức chuyến đi

***Tài liệu tham khảo của chương:***

1. Nguyễn Văn Mạnh và Phạm Hồng Chương (2009)*, Chương 2. Giáo trình Quản trị kinh doanh lữ hành,* Tái bản lần thứ II, NXB ĐHKTQD.
2. DAVID W. HOWELL(1989), PASSPORT*: Chapter 4. An Introduction To the Travel and Tourism Industry,* South- Western Publishing Co. Cincinnati, Ohio
3. David Weaver, Lawra Lawton(2002), *Chapter 2 The toursm system* ( Pg 21 – 48), Tourism Management, John Wiley & Sons Australia, Ltd.

**CHƯƠNG 3 - CƠ CẤU TỔ CHỨC VÀ QUẢN TRỊ NHÂN LỰC CỦA DOANH NGHIỆP DU LỊCH LỮ HÀNH**

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

Chương 3, nhằm giới thiệu về cơ cấu tổ chưc của doanh nghiệp lữ hành, vai trò, chức năng, nhiệm vụ của từng bộ phân trong cơ cấu tổ chức. Các hoạt động chính quản trị nhân lực trong 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 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 lý 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 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

***Tài liệu tham khảo của chương***

1. Nguyễn Văn Mạnh và Phạm Hồng Chương (2009)*, Chương 3. Giáo trình Quản trị kinh doanh lữ hành,* Tái bản lần thứ II, NXB ĐHKTQD.
2. DAVID W. HOWELL (1989), PASSPORT*: Chapter 5. An Introduction To the Travel and Tourism Industry,* South- Western Publishing Co. Cincinnati, Ohio

**CHƯƠNG 4 - QUAN HỆ GIỮA NHÀ CUNG CẤP VÀ DOANH NGHIỆP LỮ HÀNH**

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

Chương 4, giới thiệu về các nhà cung cấp đầu vào chính của doanh nghiệp lữ hành, các hình thức quan hệ với mỗi loại nhà cung cấp, cách thức quan hệ với các nhà cung cấp dịch vụ chính để tạo chương trình du lịch

**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 lữ hành.

4.1.3. Phân loại các nhà cung cấp của doanh nghiệp 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**

4.2.1 Khái niêm kênh phân phối sản phẩm lữ hành và du lịch

4.2.2 Vai trò của kênh phân phối

4.2.3 Các loại kênh phân phối sản phẩm lữ hành và du lịch

**4.3. Các hình thức quan hệ của doanh nghiệp lữ hành với các 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 với các nhà cung cấp**

4.4.1. Hợp đồng giữa các 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

**4.5 Quan hệ với một số nhà cung cấp vận chuyển**

4.5.1 Nhà cung cấp vận chuyển hàng không

4.5.2 Nhà cung cấp vận chuyển đường sắt

4.5.3 Nhà cung cấp vận chuyển đường thủy

4.5.4 Nhà cung cấp vận chuyển đường bộ

**4.6 Quan hệ với nhà cung cấp dịch vụ tham quan**

4.6.1 Nhà cung cấp là các viện bảo tàng

4.6.2 Nhà cunng cấp là các di sản thế giới

4.6.3 Nhà cung cấp là các vườn quốc gia, các khu bảo tồn thiên nhiên

**4.7 Quan hệ với nhà cung cấp dịch vụ lưu trú và ăn uống**

***Tài liệu tham khảo của chương:***

1. Nguyễn Văn Mạnh và Phạm Hồng Chương (2009)*, Chương4. Giáo trình Quản trị kinh doanh lữ hành,* Tái bản lần thứ II, NXB ĐHKTQD.
2. DAVID W. HOWELL(1989), PASSPORT*: Chapter 6 &7. An Introduction To the Travel and Tourism Industry,* South- Western Publishing Co. Cincinnati, Ohio
3. Jacqueline Holland and David Leslie (2018), Tour Operators and Operations: Development, Management and Responsibility, CABI, ISBN: 978 1 78064 824 8. (Chương 3).
4. David Weaver, Lawra Lawton(2002), Chapter 5 The toursm system ( Pg 129-163), Tourism Management, John Wiley & Sons Australia, Ltd

**CHƯƠNG 5 QUY TRÌNH KINH DOANH CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH**

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

Sản phẩm chính của kinh doanh lữ hành là chương trình du lịch. Chương trình du lịch rất phong phú và đa dạng một mặt nó phụ thuộc vào mong muốn của người tiêu dùng ở mỗi đoạn thị trường mục tiêu, mặt khác nó phụ thuộc vào khả năng đáp ứng của cung du lịch. Để kinh doanh thành công m yêu cầu bắt buộc nhà kinh doanh lữ hành phải có kiến thức và kỹ năng kinh doanh loại sản phẩm này. Chương 6, Cung cấp đầy đủ quy trình thiết kế chương trình du lịch. Bao gồm định nghĩa và phân loại chương trình du lịch, đặc điểm của sản phẩm là chương trình du lịch, nghiên cứu thị trường cầu, nghiên cứu thị trường cung, thiết kế khung chương trình, thiết kế chương trình chi tiết, tính giá thành, tính giá bán, tính điểm hòa vốn

**5.1. Định nghĩa và phân loại chương trình du lịch**

5.1.1. Định nghĩa chương trình du lịch

5.1.2. Đặc điểm của sản phẩm là chương trình du lịch

5.1.3. Phân loại các chương trình du lịch

**5.2. Quy trình kinh doanh chương trình du lịch trọng gói**

5.2.1. Tổ chức thiết kế chương trình du lịch trọn gói

5.2.2. Tổ chức xúc tiến bán

5.2.3. Tổ chức kênh tiêu thụ

5.2.4. Tổ chức thực hiện

5.2.5. Tổ chức các hoạt động sau tiêu dùng tour.

* 1. **Các quy định chính của một chương trình du lịch**

***Tài liệu tham khảo của chương:***

1. Nguyễn Văn Mạnh và Phạm Hồng Chương (2009)*, Chương 6. Giáo trình Quản trị kinh doanh lữ hành,* Tái bản lần thứ II, NXB ĐHKTQD.
2. DAVID W. HOWELL (1989), PASSPORT*: Chapter 8. An Introduction To the Travel and Tourism Industry,* South- Western Publishing Co. Cincinnati, Ohio
3. Nguyễn Văn Mạnh và Phạm Hồng Chương (2009)*, Chương 7. Giáo trình Quản trị kinh doanh lữ hành,* Tái bản lần thứ II, NXB ĐHKTQD.
4. Jacqueline Holland and David Leslie (2018), Tour Operators and Operations: Development, Management and Responsibility, CABI, ISBN: 978 1 78064 824 8. (Chương 2, Chương 7)
5. DAVID W. HOWELL(1989), PASSPORT*: Chapter 9&10. An Introduction To the Travel and Tourism Industry,* South- Western Publishing Co. Cincinnati, Ohio

**CHƯƠNG 6 - QUẢN LÝ CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM CỦA DOANH NGHIỆP LỮ HÀNH**

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

Chất lượng sản phẩm của doanh nghiệp lữ hành khó đo lường và khó kiểm soát. Chất lượng sản phẩm của doanh nghiệp lữ hành phụ thuộc vào nhiều yếu tố cả bên trong và bên ngoài doanh nghiệp, trong đó có các yêu tố không kiểm soát được như thiên tai, bệnh dịch, biểu tình, đình công … Chương này cung cấp các kiến thức về chất lượng dịch vụ lữ hành. Cụ thể là chương trình du lịch, các yếu tố ảnh hưởng, các tiêu chí đánh giá chất lương; các biện pháp bảo đảm chất lương, phương pháp quản lý chất lượng của doanh nghiệp lữ hành.

**6. 1. Khái niệm chát lượng sản phẩm lữ hành**

6.1.1. Tiếp cận chất lượng sản phẩm lữ hành theo đặc điểm của dịch vụ

6.1.2. Tiếp cận chất lượng sản phẩm lữ hành theo sự phù hợp giữa thiết kế và thực hiện sản phẩm

6.1.3. Khái niệm chất lượng chương trình du lịch

**6.2. Đánh giá chất lượng sản phẩm của doanh nghiệp lữ hành**

6.2.1. Đánh giá chất lượng sản phẩm của doanh nghiệp lữ hành

6.2.2. Hệ thống tiêu chí đánh giá chất lượng chương trình du lịch

**6.3. Các yếu tố ảnh hưởng tới chất lượng sản phẩm lữ hành**

6.3.1. Nhóm các yếu tố bên trong

6.3.2. Nhóm các yếu tố bên ngoài

**6.4. Đảm bảo, duy trì, hoàn thiện và kiểm tra chất lượng sản phẩm của doanh nghiệp lữ hành**

6.4.1. Đảm bảo, duy trì và hoàn thiện chát lượng sản phẩm của doanh nghiệp lữ hành

6.4.2. Kiểm tra chát lượng sản phẩm của doanh nghiệp lữ hành

**6.5. Quản lý chát lượng phục vụ tại doanh nghiệp lữ hành**

6.5.1. Quản lý chất lượng phục vụ du lịch

6.5.2.Quản lý chất lượng theo các nhóm công việc

6.5.3. Quản lý chất lượng theo chức năng quản lý

***Tài liệu tham khảo của chương***

1. Nguyễn Văn Mạnh và Phạm Hồng Chương (2009)*, Chương8. Giáo trình Quản trị kinh doanh lữ hành,* Tái bản lần thứ II, NXB ĐHKTQD.
2. Jacqueline Holland and David Leslie (2018), Tour Operators and Operations: Development, Management and Responsibility, CABI, ISBN: 978 1 78064 824 8. (Chương 4).
3. DAVID W. HOWELL (1989), PASSPORT*: Chapter 11. An Introduction To the Travel and Tourism Industry,* South- Western Publishing Co. Cincinnati, Ohio

**CHƯƠNG 7 - HỆ THỐNG CÁC CHỈ TIÊU ĐÁNH GIÁ KINH DOANH CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH**

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

Quản lý năng xuất và hiệu quả kinh doanh là nhiệm vụ của bất cứ nhà kinh doanh nào Tùy thuộc vào đặc điểm của sản phẩm kinh doanh để vận dụng các chỉ tiêu tài chính để đo lường kết quả kinh doanh, đánh giá sự phát triển của doanh nghiệp, dự báo phát triển kinh doanh của doanh nghiệp. Chương này cung cấp hệ thống các chỉ tiêu tuyệt đối đánh giá kết quả kinh doanh chương trình vdu lịch, hệ thống các chỉ tiêu tương đối, hệ thống các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp lữ hành.

**7. 1 Hệ thống các chỉ tiêu tuyệt đối đánh giá kết quả kinh doanh chương trình du lịch**

7.1.1. Chỉ tiêu Tổng doanh thu

7.1.2. Chỉ tiêu Tổng Chi phí

7.1.3. Chỉ tiêu Lợi nhuận thuần

7.1.4. Chỉ tiêu Tổng số ngày khách

7.1.5. Chỉ tiêu Tổng số lượt khách

**7. 2. Hệ thống các chỉ tiêu tương đối đánh giá vị thế trên thị trường và tốc độ phát triển**

* + 1. Chỉ tiêu thị phần
    2. Chỉ tiêu tốc độ phát triển liên hoàn
    3. Chỉ tiêu tốc độ phát triển định gốc
    4. Chỉ tiêu tốc độ trung bình

**7.3. Hệ thống các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả kinh doanh chương trình du lịch**

* + 1. Chỉ tiêu hiệu quả tổng quát
    2. Chỉ tiêu doanh lợi
    3. Chỉ tiêu hiệu quả sử dụng vốn lưu động
    4. Chỉ tiêu năng suất lao động bình quân
    5. Chỉ tiêu doanh thu trung bình một ngày khác
    6. Chỉ tiêu chi phí trung bình một ngày khách
    7. Chỉ tiêu lợi nhuận trung bình một ngày khách

***Tài liệu tham khảo của chương***

1. Nguyễn Văn Mạnh và Phạm Hồng Chương (2009)*, Chương 10. Giáo trình Quản trị kinh doanh lữ hành,* Tái bản lần thứ II, NXB ĐHKTQD.
2. Jacqueline Holland and David Leslie (2018), Tour Operators and Operations: Development, Management and Responsibility, CABI, ISBN: 978 1 78064 824 8. (Chương 8)
3. DAVID W. HOWELL (1989), PASSPORT*: Chapter 12. An Introduction To the Travel and Tourism Industry,* South- Western Publishing Co. Cincinnati, Ohio

**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 mở đầu  Chương 1. Khái quát về lịch sử kinh doanh du lịch và lữ hành | LO 1.2  LO 3.1  LO 3.2  LO 3.3 | Giảng viên   * Thuyết giảng, đàm thoại và giải thích các nội dung của chương. * PBL * Giao nhiệm vụ thảo luận. * Trả lời các câu hỏi của sinh viên   Sinh viên:  - Nghiên cứu tài liệu học tập ở nhà:  - Chuẩn bị trả lời các câu hỏi đàm thoại, PBL  - Thảo luận theo nhiệm vụ được giao. | Chuyên cần |
| 3-4 | Chương 2. Các nội dung cơ bản của kinh doanh du lịch và lữ hành | LO 1.1  LO 1.2  LO 1.3  LO 1.4  LO 2.1  LO 2.2  LO 2.3  LO 2.4  LO 3.2 | Giảng viên   * Thuyết giảng, đàm thoại và giải thích các nội dung của chương. * PBL * Giao nhiệm vụ thảo luận. * Trả lời các câu hỏi của sinh viên   Sinh viên:  - Nghiên cứu tài liệu học tập ở nhà:  - Chuẩn bị trả lời các câu hỏi đàm thoại, PBL  - Thảo luận theo nhiệm vụ được giao. | Chuyên cần |
| 5-6 | Chương 3. Cơ cấu tổ chức và quản trị nguồn nhân lực của doanh nghiệp du lịch lữ hành | LO 1.1  LO 1.2 | Giảng viên   * Thuyết giảng, đàm thoại và giải thích các nội dung của chương. * PBL * Giao nhiệm vụ thảo luận. * Trả lời các câu hỏi của sinh viên   Sinh viên:  - Nghiên cứu tài liệu học tập ở nhà:  - Chuẩn bị trả lời các câu hỏi đàm thoại, PBL  - Thảo luận theo nhiệm vụ được giao. | Chuyên cần, bài tập lớn |
| 7 | Kiểm tra giữa học kỳ |  |  |  |
| 8 - 9 | Chương ­4. Quan hệ giữa nhà cung cấp với doanh nghiệp du lịch lữ hành  Chương 5. Quy trình kinh doanh chương trình du lịch | LO 1.3  LO 2.2  LO 2.3  LO 2.4  LO 3.2 | Giảng viên   * Thuyết giảng, đàm thoại và giải thích các nội dung của chương. * PBL * Giao nhiệm vụ thảo luận. * Trả lời các câu hỏi của sinh viên   Sinh viên:  - Nghiên cứu tài liệu học tập ở nhà:  - Chuẩn bị trả lời các câu hỏi đàm thoại, PBL  - Thảo luận theo nhiệm vụ được giao. | Chuyên cần, bài tập nhóm |
| 10-12 | Chương 6. Quản lý chất lượng sản phẩm của doanh nghiệp lữ hành  Chương 7. Hệ thống các chỉ tiêu đánh giá hoạt động kinh doanh chương trình du lịch | LO 1.2  LO 3.1  LO 3.2  LO 3.3 | Giảng viên   * Thuyết giảng, đàm thoại và giải thích các nội dung của chương. * PBL * Giao nhiệm vụ thảo luận. * Trả lời các câu hỏi của sinh viên   Sinh viên:  - Nghiên cứu tài liệu học tập ở nhà:  - Chuẩn bị trả lời các câu hỏi đàm thoại, PBL  - Thảo luận theo nhiệm vụ được giao. | Chuyên cần |
| 13 | Tổng kết học phần |  |  |  |

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

**9.1. Quy định về tham dự lớp học**

- Sinh 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 20% tổng số buổi học của học phần sẽ bị coi như không hoàn thành khóa học và phải đăng ký học lại.

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

- Sinh viên sẽ được yêu cầu trả lời các câu hỏi vấn đáp ngẫu nhiên trong suốt 12 buổi học

- 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 thảo luận nhóm, thảo luận trên lớp, 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** |