



BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC DÂN LẬP HẢI PHÒNG

ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT

Môn học: Quản trị kinh doanh lý hành

Mã môn: TBA33031

Dùng cho ngành: Văn hoá Du lịch

Khoa phụ trách: Văn hóa Du lịch

**THÔNG TIN VỀ CÁC GIẢNG VIÊN
CÓ THỂ THAM GIA GIẢNG DẠY MÔN HỌC**

1. ThS. Lê Thành Công - Giảng viên cơ hữu

- Chức danh, học hàm, học vị: Thạc sĩ
- Thuộc Khoa: Văn hóa du lịch
- Địa chỉ liên hệ: Khoa Văn hóa du lịch - Đại học Dân lập Hải Phòng
- Điện thoại: 0906.004 712 Email: conglt@hpu.edu.vn

2. ThS. Nguyễn Tiến Độ - Giảng viên cơ hữu

- Chức danh, học hàm, học vị: Thạc sĩ
- Thuộc Khoa: Văn hóa du lịch
- Địa chỉ liên hệ: Khoa Văn hóa du lịch - Đại học Dân lập Hải Phòng
- Điện thoại: 0906.011783 Email: dont@hpu.edu.vn

THÔNG TIN VỀ MÔN HỌC

1. Thông tin chung:

- Số tín chỉ: 3 tín chỉ
- Các môn học tiên quyết: Kinh tế học đại cương, Nhập môn khoa học du lịch, Cơ sở kinh tế du lịch, Marketing du lịch, Nghiệp vụ hướng dẫn du lịch...
- Các môn học kế tiếp: Nghiệp vụ điều hành tour
- Các yêu cầu đối với môn học (nếu có):
- Thời gian phân bổ đối với các hoạt động:
 - + Nghe giảng lý thuyết: 44 tiết
 - + Làm bài tập trên lớp: 4 tiết
 - + Tự học, tự nghiên cứu theo sự hướng dẫn của giảng viên: 20 tiết.

2. Mục tiêu của môn học:

- *Kiến thức*: Trang bị kiến thức lý luận, phương pháp luận và một số kiến thức có tính nghiệp vụ, kỹ năng cơ bản của quản trị kinh doanh lữ hành, giúp sinh viên có khả năng nhận thức được những hoạt động phong phú, đa dạng, phức tạp trong hoạt động kinh doanh lữ hành.
- *Kỹ năng*: Rèn luyện cho sinh viên kỹ năng xây dựng và tính giá của chương trình du lịch trọn gói; tổ chức các hoạt động xúc tiến, bán và thực hiện chương trình du lịch; kiểm tra và đánh giá chất lượng sản phẩm lữ hành và xây dựng, lựa chọn chiến lược kinh doanh của DNLH.
- *Thái độ*: Rèn luyện tính tự chủ, tự tin trong hoạt động.

3. Tóm tắt nội dung môn học:

Môn học giới thiệu cho sinh viên những khái niệm cơ bản về lữ hành, hoạt động kinh doanh lữ hành, DNLH..., mối quan hệ giữa DNLH và các nhà cung cấp sản phẩm du lịch. Đồng thời cung cấp cho sinh viên các thao tác xây dựng, xúc tiến, bán và thực hiện các chương trình du lịch; đánh giá chất lượng sản phẩm của các DNLH. Tìm hiểu công tác quản trị nhân lực, môi trường và chiến lược kinh doanh DNLH thường sử dụng cũng như đánh giá hiệu quả kinh doanh các chương trình du lịch của DNLH.

4. Học liệu:

4.1. Học liệu bắt buộc:

1. Nguyễn Văn Đính (chủ biên), *Giáo trình Nghiệp vụ lữ hành*, NXB Đại học Kinh tế quốc dân, 2007.
2. Nguyễn Văn Đính, Phạm Hồng Chương, *Giáo trình quản trị kinh doanh lữ hành*, NXB Thống kê Hà Nội, 2000.

3. Nguyễn Văn Mạnh, Phạm Hồng Chương, *Giáo trình Quản trị kinh doanh lễ hành*, NXB Đại học Kinh tế Quốc dân, 2006.

4.2. Học liệu tham khảo:

1. Dennis L.Foster, *Công nghệ du lịch (Kỹ thuật nghiệp vụ, Người dịch: BA Trần Đình Hải)*, NXB Thống kê TP.HCM, 2001.
2. Nguyễn Văn Đính, Phạm Hồng Chương, *Giáo trình hướng dẫn du lịch*. NXB Thống kê Hà Nội, 2000.
3. Nguyễn Văn Đính, Nguyễn Văn Mạnh, *Tâm lý và nghệ thuật giao tiếp ứng xử trong kinh doanh du lịch*, NXB Thống kê Hà Nội, 1996.
4. Đinh Trung Kiên, *Giáo trình nghiệp vụ hướng dẫn du lịch*, NXB Đại học quốc gia Hà Nội, 2006.
5. Đinh Trung Kiên, *Một số vấn đề về du lịch Việt Nam*, NXB Đại học Quốc gia Hà Nội, 2004.
6. Trần Nhạn, *Giáo trình nghiệp vụ kinh doanh du lịch lễ hành*, NXB Chính trị quốc gia, 2002.
7. Quốc hội nước CHXHCN Việt Nam, *Luật du lịch*, NXB Chính trị Quốc gia, 2005.
8. Tổng cục Du lịch Việt Nam, *Những văn bản liên quan đến quản lý và kinh doanh lễ hành tại Việt Nam*, NXB Thống kê Hà Nội, 1996.
9. Tổng cục Du lịch Việt Nam, *Thông tư 04/TCDL hướng dẫn thực hiện Nghị định 27/2001/NĐ-CP*.

5. Nội dung và hình thức dạy - học:

Nội dung (Ghi cụ thể theo từng chương, mục, tiểu mục)	Hình thức dạy - học						Tổng (tiết)
	Lý thuyết	Bài tập	Thảo luận	TH, TN, điền dã	Tự học, tự NC	Kiểm tra	
CHƯƠNG 1. NHỮNG VẤN ĐỀ CƠ BẢN VỀ KINH DOANH LỄ HÀNH	4.0					2.0	6.0
1.1. Kinh doanh lễ hành	2.0						
1.1.1. Khái niệm							
1.1.2. Sự cần thiết của KDLH							
1.1.3. Các mô hình KDLH							
1.1.4. Các điều kiện KDLH							
1.2. Doanh nghiệp lễ hành	2.0						

1.2.1. Khái niệm, vai trò và nhiệm vụ							
1.2.2. Phân loại							
1.2.3. Hệ thống sản phẩm của DNLH							
1.2.4. Mô hình tổ chức của các DNLH							
Phân tích các điều kiện KDLH tại Việt Nam					2.0		
CHƯƠNG 2. MỐI QUAN HỆ CỦA DNLH VỚI CÁC NHÀ CUNG CẤP SẢN PHẨM DU LỊCH	6.0						6.0
2.1. Hệ thống phân phối sản phẩm trong du lịch	4.0						
2.1.1. Nhà cung cấp sản phẩm du lịch							
2.1.2. Hệ thống kênh phân phối sản phẩm du lịch							
2.1.3. Đại lý lữ hành							
2.2. Cơ sở của mối quan hệ giữa DNLH và các nhà cung cấp	2.0						
2.2.1. Tiền hoa hồng							
2.2.2. Hợp đồng giữa DNLH với các nhà cung cấp							
2.2.3. Chính sách giá của các nhà cung cấp với các doanh nghiệp/đại lý lữ hành							
CHƯƠNG 3. XÂY DỰNG VÀ XÁC ĐỊNH GIÁ CỦA CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH	7.0	2.0					9.0
3.1. Chương trình du lịch	1.0						
3.1.1. Khái niệm							
3.1.2. Đặc điểm							
3.1.3. Phân loại							
3.2. Xây dựng CTDL	3.0						
3.2.1. Quy trình chung							
3.2.2. Một số điểm cần chú ý							
3.3. Xác định giá thành của CTDL	1.0						

3.3.1. Một số khái niệm cơ bản							
3.3.2. Phương pháp xác định giá thành của CTDL							
3.4. Xác định giá bán của CTDL	1.5						
3.4.1. Các yếu tố ảnh hưởng đến giá bán của CTDL							
3.4.2. Phương pháp xác định giá bán của CTDL							
3.5. Một số chú ý khi xác định giá thành và giá bán của CTDL	0.5						
Bài tập		2.0					
CHƯƠNG 4. HOẠT ĐỘNG XÚC TIẾN HỖN HỢP, BÁN VÀ THỰC HIỆN CÁC CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH	6.0				2.0		8.0
4.1. Hoạt động xúc tiến hỗn hợp trong kinh doanh lữ hành	2.0						
4.1.1. Khái niệm							
4.1.2. Các công cụ xúc tiến hỗn hợp							
Phân tích ưu, nhược điểm của các hình thức quảng cáo chương trình du lịch					2.0		
4.2. Hoạt động bán các CTDL	2.0						
4.2.1. Xác định nguồn khách							
4.2.2. Lựa chọn kênh phân phối							
4.2.3. Bán CTDL							
4.3. Tổ chức thực hiện CTDL	2.0						
4.3.1. Thỏa thuận với khách							
4.3.2. Chuẩn bị thực hiện							
4.3.3. Thực hiện CTDL							
4.3.4. Những công việc sau khi kết thúc CTDL							
CHƯƠNG 5. QUẢN LÝ CHẤT LƯỢNG CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH	6.0				2.0		8.0
5.1. Khái niệm	0.5						
5.2. Các yếu tố ảnh hưởng tới chất lượng CTDL	1.0						

5.2.1. Nhóm các yếu tố bên trong							
5.2.2. Nhóm các yếu tố bên ngoài							
5.3. Đánh giá chất lượng CTDL	2.0						
5.3.1. Nội dung chất lượng CTDL							
5.3.2. Tiêu chuẩn đánh giá chất lượng CTDL							
5.4. Các biện pháp duy trì và đảm bảo chất lượng CTDL	1.0						
5.4.1. Các biện pháp về chi phí							
5.4.2. Các biện pháp kiểm tra							
5.5. Quản lý chất lượng CTDL tại doanh nghiệp lữ hành	1.5						
5.5.1. Khái niệm							
5.5.2. Quản lý chất lượng theo nhóm công việc							
5.5.3. Quản lý chất lượng theo quá trình							
Đánh giá chất lượng thiết kế của 1 CTDL					2.0		
Bài tập lớn: Xây dựng một CTDL và lập phương án quảng cáo để bán CTDL đó.					8.0		8.0
CHƯƠNG 6. QUẢN TRỊ NHÂN LỰC CỦA DOANH NGHIỆP LỮ HÀNH	6.0				2.0		8.0
6.1. Khái niệm, mục tiêu, tầm quan trọng của quản trị nhân lực	0.5						
6.1.1. Khái niệm							
6.1.2. Mục tiêu							
6.1.3. Tầm quan trọng của quản trị nhân lực							
6.2. Vận dụng thuyết Z vào quản lý nhân lực của doanh nghiệp lữ hành	1.0						
6.2.1. Nội dung thuyết Z							
6.2.2. Các đặc điểm đặc trưng							

6.3. Áp dụng phương pháp quản lý định hướng khách hàng	1.0						
6.4. Các nhân tố ảnh hưởng đến quản trị nhân lực	0.5						
6.5. Bộ phận quản trị nhân lực	1.0						
6.6. Nội dung quản trị nhân lực	2.0						
Tìm hiểu các học thuyết về quản trị nhân lực					2.0		
CHƯƠNG 7. MÔI TRƯỜNG, CHIẾN LƯỢC KINH DOANH CỦA CÁC DNLH	4.0				3.0		7.0
7.1. Môi trường kinh doanh của doanh nghiệp lữ hành	2.0						
7.1.1. Khái niệm							
7.1.2. Môi trường bên ngoài							
7.1.3. Môi trường bên trong							
7.2. Chiến lược kinh doanh của các DNLH	2.0						
7.2.1. Khái niệm							
7.2.2. Xác định vị trí của doanh nghiệp trên thị trường							
7.2.3. Một số hình thái chiến lược cơ bản của các DNLH							
Áp dụng mô hình SWOT để phân tích môi trường kinh doanh của các DNLH tại Hải Phòng					3.0		
CHƯƠNG 8. ĐÁNH GIÁ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH	6.0	2.0					8.0
8.1. Hệ thống các chỉ tiêu tuyệt đối	2.0						
8.1.1. Chỉ tiêu tổng doanh thu							
8.1.2. Chỉ tiêu tổng chi phí							
8.1.3. Chỉ tiêu lợi nhuận thuần							
8.1.4. Chỉ tiêu tổng số ngày khách							
8.1.5. Chỉ tiêu tổng số lượt khách							
8.2. Hệ thống các chỉ tiêu tương đối	1.5						

8.2.1. Chỉ tiêu thị phần							
8.2.2. Chỉ tiêu tốc độ phát triển							
8.3. Hệ thống các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả kinh doanh CTDL	2.5						
8.3.1. Chỉ tiêu hiệu quả tổng quát							
8.3.2. Chỉ tiêu doanh lợi, tỷ suất lợi nhuận							
8.3.3. Chỉ tiêu hiệu quả sử dụng vốn lưu động							
8.3.4. Chỉ tiêu năng suất lao động bình quân							
8.3.5. Chỉ tiêu doanh thu trung bình một ngày khách							
8.3.6. Chỉ tiêu chi phí trung bình trên một ngày khách							
8.3.7. Chỉ tiêu lợi nhuận trung bình trên một ngày khách							
Bài tập		2.0					
Tổng (tiết)	44.0	4.0			20.0		68.0

6. Mô tả phần nội dung tự nghiên cứu của sinh viên

Nội dung 1: Phân tích các điều kiện KDLH tại Việt Nam (2 tiết)

- Giảng viên giao bài tập về nhà cho sinh viên thực hiện, sau đó thu bài để chấm điểm. Trong quá trình sinh viên thực hiện nhiệm vụ, giảng viên thường xuyên kiểm tra, đôn đốc và giải đáp thắc mắc của sinh viên thông qua điện thoại, email hoặc trực tiếp trên lớp.

- Sinh viên có nhiệm vụ liên hệ thực tế, phân tích các điều kiện kinh doanh lữ hành ở Việt Nam hiện nay và nộp lại bài tập cho giảng viên. Với mỗi điều kiện cần có các dẫn chứng cụ thể, có thể bằng các thông tin, số liệu, các văn bản đã được công bố,...

- Điểm của bài tập này được tính là 50% điểm kiểm tra lần 1.

- Tiêu chí đánh giá:

+ Các điều kiện phải có ví dụ minh chứng xác thực với điều kiện thực tế.

+ Nội dung trình bày khoa học, logic, lập luận chặt chẽ.

Nội dung 2: Phân tích ưu, nhược điểm của các hình thức quảng cáo chương trình du lịch (2 tiết)

- Giảng viên giao bài tập về nhà cho sinh viên thực hiện và thu bài để chấm điểm. Trong quá trình sinh viên thực hiện nhiệm vụ, giảng viên thường xuyên kiểm tra, đôn đốc và giải đáp thắc mắc của sinh viên thông qua điện thoại, email hoặc trực tiếp trên lớp.

- Nhiệm vụ của sinh viên: Mỗi nhóm sinh viên phân tích các ưu - nhược điểm của các hình thức quảng cáo chương trình du lịch đã được giới thiệu trên lớp.

- Điểm của bài tập này được tính là 50% điểm kiểm tra lần 1.

- Tiêu chí đánh giá:

+ Có các ví dụ, dẫn chứng cụ thể (Khuyến khích có hình ảnh minh họa).

+ Lập luận logic, chặt chẽ.

Nội dung 3: Đánh giá chất lượng thiết kế của 1 CTDL (2 tiết)

- Giảng viên giao bài tập về nhà cho sinh viên thực hiện và thu bài để chấm điểm. Trong quá trình sinh viên thực hiện nhiệm vụ, giảng viên thường xuyên kiểm tra, đôn đốc và giải đáp thắc mắc của sinh viên thông qua điện thoại, email hoặc trực tiếp trên lớp.

- Nhiệm vụ của sinh viên: Mỗi nhóm sinh viên được cung cấp 1 tờ chương trình du lịch một công ty. Dựa vào các tiêu chí đã học trên lớp để đánh giá chất lượng thiết kế chương trình du lịch đó và sau đó điều chỉnh, sửa đổi lại chương trình cho hợp lý (*nếu thấy cần thiết*).

- Điểm của bài tập này được tính là điểm kiểm tra lần 2.

- Tiêu chí đánh giá:

+ Đánh giá đúng, lập luận chặt chẽ, giải thích rõ vì sao.

+ Những sửa đổi, điều chỉnh hợp lý.

Nội dung 4: Xây dựng một CTDL và lập phương án quảng cáo để bán CTDL đó. (8 tiết)

- Giảng viên giao bài tập lớn về nhà cho sinh viên thực hiện sau đó thu bài chấm điểm. Trong quá trình sinh viên thực hiện nhiệm vụ, giảng viên thường xuyên kiểm tra, đôn đốc và giải đáp thắc mắc của sinh viên thông qua điện thoại, email hoặc trực tiếp trên lớp.

- Nhiệm vụ của sinh viên: Dựa vào quy trình xây dựng CTDL đã học trên lớp và các kiến thức đã được học ở các môn học liên quan để xây dựng một CTDL trọn gói cho 1 đối tượng khách cụ thể. Sau đó lên phương án quảng cáo để bán

CTDL. Các nhóm có nhiệm vụ báo cáo tiến độ thực hiện của mình theo lịch quy định của giảng viên.

- Điểm của bài tập này được tính là điểm bài tập lớn/thực hành.

- Trong quá trình thực hiện bài tập, sinh viên phải thường xuyên báo cáo tiến độ thực hiện cho giảng viên. Giảng viên sẽ kiểm tra tiến độ và đưa ra những nhận xét, góp ý để sinh viên hoàn thiện bài tập của mình trước khi in và nộp để chấm điểm.

- Bài tập lớn phải đảm bảo bố cục như sau :

1.1. Các thông tin chung về chương trình:

+ Tên gọi của chương trình

+ Thời gian

+ Đối tượng khách: Lựa chọn 1 thị trường khách cụ thể, phân tích các đặc điểm của đối tượng khách mà nhóm đã lựa chọn (*độ tuổi, giới tính, nghề nghiệp, sở thích, khả năng thanh toán,...*).

+ Mục đích của CTDL.

1.2. CTDL khung và CTDL chi tiết: Chương trình phải phù hợp với đối tượng khách đã lựa chọn ở trên.

1.3. Phương án vận chuyển, lưu trú, ăn uống và dự phòng ứng cứu (*nếu có*).

1.4. Các dịch vụ của CTDL: Bao gồm/không bao gồm dịch vụ gì?

1.5. Xác định giá thành và giá bán:

Lựa chọn các nhà cung cấp dịch vụ đầu vào cấu thành CTDL để xác định giá thành cho một khách, thêm các hệ số chi phí để xác định giá bán của CTDL (*lưu ý giá của các dịch vụ phải phù hợp với và chính xác tại thời điểm hiện tại*).

1.6. Xây dựng phương án quảng cáo để bán CTDL trên.

1.7. Cung cấp các thông tin cần thiết cho khách khi thực hiện CTDL (*Thời tiết, thủ tục xuất nhập cảnh, hành lý, ăn uống, khách sạn, hàng hoá và tiền tệ, phong tục tập quán điển hình, những điều kiêng kỵ,...*).

- Tiêu chí đánh giá:

+ CTDL phải có tính hấp dẫn và tính khả thi.

+ Lịch trình và các hoạt động được thiết kế khoa học, hợp lý.

+ Xác định giá thành và giá bán hợp lý, chính xác.

+ Phương án quảng cáo hợp lý, hiệu quả.

+ Khuyến khích các CTDL có tính mới lạ, độc đáo.

Nội dung 5: Tìm hiểu các học thuyết về quản trị nhân lực. (3 tiết)

- Giảng viên giao bài tập về nhà cho sinh viên thực hiện và thu bài để chấm điểm. Trong quá trình sinh viên thực hiện nhiệm vụ, giảng viên thường xuyên kiểm tra, đôn đốc và giải đáp thắc mắc của sinh viên thông qua điện thoại, email hoặc trực tiếp trên lớp.

- Nhiệm vụ của sinh viên: Tìm hiểu các học thuyết về Quản trị nhân lực, trong đó trình bày rõ lịch sử hình thành, nội dung, ưu - nhược điểm của từng học thuyết.

- Điểm của bài tập này được tính là 50% điểm kiểm tra lần 3.

- Tiêu chí đánh giá:

+ Trình bày khoa học, logic.

+ Nội dung chính xác.

+ Có dẫn chứng minh họa.

Nội dung 6: Áp dụng mô hình SWOT để phân tích môi trường kinh doanh của các doanh nghiệp lữ hành tại Hải Phòng (3 tiết)

- Giảng viên giao bài tập về nhà cho sinh viên thực hiện và thu bài để chấm điểm. Trong quá trình sinh viên thực hiện nhiệm vụ, giảng viên thường xuyên kiểm tra, đôn đốc và giải đáp thắc mắc của sinh viên thông qua điện thoại, email hoặc trực tiếp trên lớp.

- Nhiệm vụ của sinh viên: Liên hệ với thực tế để phân tích môi trường kinh doanh của các doanh nghiệp lữ hành tại Hải Phòng (*các điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức*).

- Điểm của bài tập này được tính là 50% điểm kiểm tra lần 3.

- Tiêu chí đánh giá:

+ Trình bày khoa học, logic.

+ Nội dung chính xác.

+ Có dẫn chứng, số liệu minh họa.

7. Tiêu chí đánh giá nhiệm vụ giảng viên giao cho sinh viên:

- Thực hiện đầy đủ nhiệm vụ được giao theo đề cương môn học.

- Chuẩn bị tốt nội dung theo sự hướng dẫn của giáo viên

8. Hình thức kiểm tra, đánh giá môn học:

- Đánh giá thường xuyên trên lớp;

- Đánh giá qua bài tập thực hành theo nhóm;

- Hình thức thi tự luận.

9. Các loại điểm kiểm tra và trọng số của từng loại điểm:

- Điểm quá trình: 40% gồm điểm chuyên cần, điểm thảo luận nhóm, báo cáo bài thực hành...

- Thi hết môn: 70%

10. Yêu cầu của giảng viên đối với môn học:

- Yêu cầu về điều kiện để tổ chức giảng dạy môn học (giảng đường, phòng máy,...): Phòng học đủ rộng, máy chiếu, thiết bị tăng âm thanh.

- Yêu cầu đối với sinh viên:

+ Dự lớp $\geq 70\%$

+ Hoàn thành mọi yêu cầu của môn học và giáo viên đưa ra.

+ Tích cực xây dựng bài trên lớp.

+ Làm việc theo nhóm.

Hải Phòng, ngày 10 tháng 1 năm 2014

Phó trưởng Khoa

Người viết đề cương chi tiết

ThS. Đào Thị Thanh Mai

ThS. Nguyễn Tiến Độ