

**ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN**  
**TRÌNH ĐỘ ĐÀO TẠO: ĐẠI HỌC**  
**CHUYÊN NGÀNH: QUẢN TRỊ KINH DOANH DU LỊCH - KHÁCH SẠN**

**1. Tên học phần:**

Tiếng Việt: HÀNH VI KHÁCH DU LỊCH

Tiếng Anh: Tourist Behavior

**Mã học phần:** ĐHCQ0075

**Số tín chỉ học phần:** 2 (2,0)

**Số tiết học phần:**

Lý thuyết: 30

Tự học: 70

**2. Đơn vị quản lý học phần**

2.1. Giảng viên giảng dạy:

- 1. ThS. Trần Thị Thanh Hương
- 2. ThS. Ngô Thị Lan Hương
- 3. ThS. Trần Thị Thu Lan
- 4. ThS. Trần Hoàng Tùng
- 5. ThS. Đặng Thị Thu Giang
- 6. ThS. Bùi Thị Thuý Hằng

2.2. Bộ môn: Quản trị kinh doanh

2.3. Khoa: Kinh tế

**3. Điều kiện tiên quyết học phần:**

Học sau học phần Tổng quan du lịch khách sạn và Marketing du lịch.

**4. Mục tiêu của học phần:**

Học phần cung cấp cho sinh viên những kiến thức cơ bản về hành vi khách du lịch: Nghiên cứu quy trình ra quyết định, các yếu tố tâm lý, cá nhân, văn hoá, xã hội ảnh hưởng đến hành vi của khách hàng. Qua đó, giúp cho nhà quản trị hiểu được khách hàng, 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.

**4.1. Kiến thức:**

4.1.1. Nhận biết và hiểu được các yếu tố văn hoá, xã hội, tâm lý, cá nhân ảnh hưởng đến hành vi của khách hàng du lịch và mối quan hệ giữa chúng;

4.1.2. Hiểu được các khái niệm cơ bản về hành vi mua của người tiêu dùng; mô hình tổng quát và chi tiết hành vi mua của người tiêu dùng du lịch;

4.1.3. Hiểu quy trình ra quyết định mua của khách hàng và phản ứng đáp lại của khách hàng sau khi mua và sử dụng sản phẩm/dịch vụ từ đó vận dụng vào 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;

4.1.4. Hiểu được nội dung các bước nghiên cứu hành vi người tiêu dùng du lịch và hình thành các kỹ năng nghiên cứu.

#### 4.2. Kỹ năng:

4.2.1. Kỹ năng giải quyết tình huống hành vi khách hàng; biết ứng xử với từng loại hành vi khách hàng;

4.2.2. Kỹ năng phân tích hành vi khách hàng;

4.2.3. Phát triển kỹ năng giao tiếp, kỹ năng thuyết trình, kỹ năng làm việc nhóm, kỹ năng tương tác và phản biện.

#### 4.3. Năng lực tự chủ và trách nhiệm:

4.3.1. Tạo lập ý thức và thói quen sáng tạo trong công việc để nâng cao chất lượng phục vụ khách hàng du lịch;

4.3.2. Có năng lực làm việc độc lập; Tự chủ trong công việc; Nghiêm túc học hỏi, tiếp cận kiến thức mới phục vụ cho công việc.

### 5. Chuẩn đầu ra học phần

Sau khi hoàn thành việc học học phần này, sinh viên có thể:

1. Hiểu được các khái niệm cơ bản về hành vi mua của người tiêu dùng; mô hình tổng quát và chi tiết hành vi mua của người tiêu dùng du lịch;

2. Nhận biết và hiểu được các yếu tố văn hoá, xã hội, tâm lý, cá nhân ảnh hưởng đến hành vi của khách hàng du lịch;

3. Hiểu rõ quy trình ra quyết định mua của người tiêu dùng và phản ứng đáp lại của khách hàng sau khi mua và sử dụng sản phẩm/dịch vụ từ đó vận dụng vào 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;

4. Có kỹ năng giải quyết tình huống hành vi khách hàng; biết ứng xử với từng loại hành vi khách hàng; Kỹ năng phân tích hành vi khách hàng;

5. Có kỹ năng giao tiếp, kỹ năng thuyết trình, kỹ năng làm việc nhóm, kỹ năng tương tác và phản biện;

6. Sáng tạo trong công việc, nghiêm túc học hỏi, tiếp cận kiến thức mới phục vụ cho công việc;

7. Tự chủ trong công việc, sẵn sàng chịu trách nhiệm về kết quả công việc của bản thân.

### 6. Tóm tắt nội dung học phần

Học phần cung cấp các hiểu biết và kiến thức cơ bản về hành vi khách hàng du lịch: Nghiên cứu các yếu tố văn hóa, xã hội, tâm lý, cá nhân, những niềm tin cốt yếu, những giá trị, phong tục tập quán ảnh hưởng đến hành vi của khách hàng du lịch; Quá trình ra quyết định; Phương pháp nghiên cứu hành vi người tiêu dùng du lịch,...

### 7. Cấu trúc nội dung học phần



Đề mục	Nội dung	Số tiết			Mục tiêu
		Tổng	Lý thuyết	TH/TN	
<b>Chương 1</b>	<b>Khái quát về hành vi mua của người tiêu dùng du lịch</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	4.1.2 4.2.3 4.3.1 4.3.2
1.1	Các khái niệm cơ bản				4.3.1
1.2	Mô hình hành vi mua				4.3.2
<b>Chương 2</b>	<b>Các nhân tố văn hóa, xã hội ảnh hưởng tới hành vi khách hàng du lịch</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>0</b>	4.1.1 4.2.1 4.2.2 4.2.3 4.3.1 4.3.2
2.1	Ảnh hưởng của nhân tố văn hóa đến hành vi khách hàng du lịch				4.2.2 4.2.3
2.2.	Ảnh hưởng của các nhân tố xã hội đến hành vi khách hàng				4.3.1 4.3.2
<b>Chương 3</b>	<b>Ảnh hưởng của nhân tố cá nhân và tâm lý</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>0</b>	4.1.1 4.2.1 4.2.2 4.2.3 4.3.1 4.3.2
3.1	Các nhân tố cá nhân tác động đến hành vi khách hàng				4.2.2 4.2.3
3.2	Các yếu tố tâm lý tác động đến hành vi khách hàng				4.3.1 4.3.2
<b>Chương 4</b>	<b>Quá trình ra quyết định</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	4.1.3 4.2.2 4.2.3 4.3.1 4.3.2
4.1	Quá trình ra quyết định				4.2.2
4.2	Quy trình kinh doanh				4.2.3 4.3.1 4.3.2
<b>Chương 5</b>	<b>Phương pháp nghiên cứu hành vi người tiêu dùng du lịch</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	4.1.4 4.2.2 4.2.3 4.3.1 4.3.2
5.1	Phát hiện vấn đề và đặt mục tiêu nghiên cứu				4.2.2 4.2.3
5.2	Đặt kế hoạch nghiên cứu				4.3.1
5.3	thu thập nguồn dữ liệu				4.3.2
5.4	Xử lý và phân tích nguồn dữ liệu				
5.5	Báo cáo kết quả nghiên cứu				
	<b>Kiểm tra giữa kỳ</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	

### 8. Phương pháp giảng dạy

- Thuyết giảng, giải thích, phát vấn - đối thoại;
- Đặt vấn đề - giải quyết vấn đề;
- Thảo luận nhóm, thuyết trình.

### 9. Nhiệm vụ của sinh viên:

Sinh viên phải thực hiện các nhiệm vụ sau:

- Có mặt tối thiểu 70% số tiết học lý thuyết.

HỒNG  
 TRƯỜNG  
 ĐẠI HỌC  
 CÔNG NGHỆ  
 QUẢNG M  
 ★

- Hoàn thành đầy đủ các bài tập theo hướng dẫn và yêu cầu của giáo viên và được đánh giá kết quả thực hiện.

- 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.

- Chủ động nghiên cứu tài liệu, chủ động chuẩn bị bài học trước khi lên lớp theo hướng dẫn và yêu cầu của giảng viên và thực hiện giờ tự học theo mục 12.

- Tham gia kiểm tra giữa học kỳ.

- Tham gia thi kết thúc học phần.

## 10. Đánh giá kết quả học tập của sinh viên

### 10.1. Cách đánh giá

Sinh viên được đánh giá tích lũy học phần như sau:

TT	Điểm thành phần	Quy định	Trọng số	Ghi chú
1	Điểm chuyên cần	Số tiết sinh viên tham dự học/tổng số tiết quy định. Ý thức, thái độ học tập trên lớp, ý thức chuẩn bị bài, làm bài tập ... của sinh viên.	10%	Sinh viên không tham dự đủ 70% số tiết học trên lớp thì không được dự thi kết thúc học phần
2	Điểm quá trình	Điểm bài kiểm tra giữa kỳ	30%	
3	Điểm thi kết thúc học phần	Thi trắc nghiệm + tự luận (90 phút)	60%	

### 10.2. Cách tính điểm:

Điểm học phần bao gồm điểm kiểm tra thường xuyên trong quá trình học tập; điểm đánh giá nhận thức và thái độ tham gia thảo luận; điểm chuyên cần; điểm thi giữa học phần và điểm thi kết thúc học phần thực hiện theo công thức sau:

$$\boxed{\text{Điểm học phần}} = \boxed{\text{Điểm chuyên cần} \times 0.1} + \boxed{\text{Điểm quá trình} \times 0.3} + \boxed{\text{Điểm thi kết thúc học phần} \times 0.6}$$

Điểm học phần tính theo thang điểm 10 làm tròn đến một chữ số thập phân, sau đó được quy đổi sang điểm chữ và điểm số theo thang điểm 4 theo quy chế đào tạo của Nhà trường.

## 11. Tài liệu học tập:

### 11.1. Tài liệu chính:

[1] PGS. TS Nguyễn Văn Mạnh, Giáo trình “Hành vi khách hàng du lịch”, NXB Lao động - xã hội, 2010.

### 11.2. Tài liệu tham khảo:

[2] PGS.TS Vũ Huy Thông, Giáo trình “Hành vi người tiêu dùng”, NXB ĐHKQTĐ, 2018.



## 12. Hướng dẫn tự học của học phần

Chương	Nội dung	LT (tiết)	BT (tiết)	TH (tiết)	Sinh viên cần chuẩn bị
1	Khái quát về hành vi mua của người tiêu dùng du lịch	10	0	0	Tài liệu [1], [2]
2	Các nhân tố văn hóa, xã hội ảnh hưởng tới hành vi khách hàng du lịch	18	0	0	Tài liệu [1], [2]
3	Ảnh hưởng của nhân tố cá nhân và tâm lý	18	0	0	Tài liệu [1], [2]
4	Quá trình ra quyết định	10	0	0	Tài liệu [1], [2]
5	Phương pháp nghiên cứu hành vi người tiêu dùng du lịch	14	0	0	Tài liệu [1], [2]

Quảng Ninh, ngày 3 tháng 12 năm 2022



HIỆU TRƯỞNG

P.TRƯỞNG BỘ MÔN

GIẢNG VIÊN BIÊN SOẠN

TS. Hoàng Hùng Thắng

ThS. Đặng Thị Thu Giang

ThS. Trần Thị Thanh Hương

