**BỘ GD&ĐT CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM**

**Trường Đại học SPKT TP.HCM Độc lập – Tự do – Hạnh phúc**

**Khoa: CNMay & TT**

**Ch­ương trình Giáo dục đại học**

**Ngành đào tạo: Kinh tế gia đình Trình độ đào tạo: Đại học**

**Chương trình đào tạo: Kinh tế gia đình**

**ĐỀ C­ƯƠNG CHI TIẾT HỌC PHẦN**

1. **Tên học phần: Maketing nhà hàng Mã học phần:** REMA427451
2. **Tên Tiếng Anh: Restaurant Maketing**
3. **Số tín chỉ: 2 tín chỉ**
4. **Phân bố thời gian:** (2:0:4) (2 tiết lý thuyết + 0 tiết thực hành + 4 tiết tự học )

Thời gian học: 15 tuần

1. **Các giảng viên phụ trách học phần**

1/ GV phụ trách chính: Lê Mai Kim Chi

2/ Danh sách giảng viên cùng GD:

2.1/

1. **Điều kiện tham gia học tập học phần**

**Môn học trước:** không

**Môn học tiên quyết:** không

**Khác:** không

1. **Mô tả tóm tắt học phần**

Môn học này cung cấp kiến thức căn bản về marketing, xác định môi trường marketing và giúp lựa chọn thị trường mục tiêu; mô tả các chiến lược marketing trong marketing-mix; giới thiệu cơ bản về quản trị marketing nhằm giúp sinh viên có thể áp dụng vào môi trường kinh doanh tại các nhà hàng quy mô vừa và nhỏ hiện nay.

1. **Mục tiêu Học phần**

| **MỤC TIÊU**  **HỌC PHẦN** | **MÔ TẢ MỤC TI**Ê**U HỌC PHẦN**  **(HP này trang bị cho sinh viên:)** | **CHUẨN ĐẦU RA CTĐT** |
| --- | --- | --- |
| **G1** | Kiến thức về chuyên môn: maketing và maketing trong lĩnh vực nhà hàng | **1.2, 1.3** |
| **G2** | Khả năng nhận diện được môi trường maketing phù hợp với lĩnh vực nhà hàng | **2.1, 2.3, 2.4, 2.5** |
| Khả năng xây dựng chiến lược sản phẩm, chiến lược giá và chiến lược quảng bá cho nhóm sản phẩm trong lĩnh vực nhà hàng |
| **G3** | Kỹ năng giao tiếp (Kỹ năng mềm và anh văn), làm việc nhóm | **3.1, 3.2, 3.3** |
| **G4** | Khả năng tìm hiểu được nhu cầu của xã hội và doanh nghiệp đối với ngành Kinh tế gia đình. | **4.1, 4.2, 4.3** |

1. **Chuẩn đầu ra của học phần**

| **CĐR**  **HỌC PHẦN** | | **MÔ TẢ CHUẨN ĐẦU RA HỌC PHẦN** | **CHUẨN ĐẦU RA CDIO** |
| --- | --- | --- | --- |
| **G1** | **G1.1** | Mô tả được khái niệm, lịch sử hình thành và phát triển của Marketing, chỉ ra được tầm quan trọng của marketing trong lĩnh vực kinh doanh nhà hàng. | **1.2** |
| **G1.2** | Mô tả được môi trường hoạt động Marketing, | **1.2** |
| **G1.3** | Hiểu biết về sản phẩm và các đặc tính của sản phẩm nhà hàng | **1.2** |
| **G1.4** | Trình bày được các kiến thức về giá và công tác định giá sản phẩm các sản phẩm trong kinh doanh nhà hàng | **1.3** |
| **G1.5** | Trình bày được các kiến thức về quảng bá sản phẩm trong lĩnh vực kinh doanh nhà hàng. | **1.3** |
| **G2** | **G2.1** | Nhận biết được các tiêu chí để khảo sát, so sánh đối thủ cạnh tranh của một nhà hàng | **2.1.3** |
| **G2.2** | Nhận biết được phương pháp tạo ra sản phẩm mới của nhà hàng | **2.2.1** |
| **G2.3** | Vận dụng kiến thức để tính giá bán cho sản phẩm và xây dựng chiến lược quảng bá cho sản phẩm | **2.3.1** |
| **G2.4** | Nhận thức và xây dựng thái độ học tập đúng đắn | **2.4.5** |
| **G2.5** | Hiểu tầm quan trọng của đạo đức cá nhân và nghề nghiệp. | **2.5.1** |
| **G3** | **G3.1** | Có kỹ năng lãnh đạo và làm việc nhóm hiệu quả. | **3.1.1, 3.1.2, 3.1.4** |
| **G3.2** | Có kỹ năng cơ bản về giao tiếp thông thường, giao tiếp trong kỹ thuật và thuyết trình trước đám đông. | **3.2.3, 3.2.4, 3.2.5, 3.2.6** |
| **G3.3** | Nhận thức được tầm quan trọng của tiếng Anh và nắm được các phương pháp tự học tiếng Anh. | **3.3.1** |
| **G4** | **G4.1** | Có khả năng tìm hiểu được tác động của xã hội đến công tác marketing nhà hàng | **4.1.1, 4.1.2** |
| **G4.2** | Có khả năng tìm hiểu được nhu cầu của doanh nghiệp đối với công tác Marketing nhà hàng | **4.2.1, 4.2.2** |

1. **Nhiệm vụ của sinh viên**

* Sinh viên phải tham dự tối thiểu 80% giờ trên lớp.
* Sinh viên hoàn thành các nhiệm vụ, bài tập được giao.

1. **Tài liệu học tập**

* **Tài *liệu học tập chính***

[1] Bài giảng: Marketing nhà hàng

[2]

* ***Tài liệu tham khảo***

[3] Tom Powers - “Introduction to Management in the Hospitality Industry", 6th Edition, School of Hotel and Food Administration, University of Guelph

[4] C.B. Smith and Emerius - “Managing hotels effectively” –

[5] Jerome J.Vallen and James R.Abbey - “The art and sience of hospitality management”

[6] John R. Walker - “Introduction to Hospitality”

[7] Jack D. Ninemeier - “Food & Beverage Management”

[8] Robert Christie Mill - “Restaurant Management”

1. **Tỷ lệ phần trăm các thành phần điểm và các hình thức đánh giá sinh viên:**

| **STT** | **Nội dung** | **Chuẩn**  **đầu ra** | **%**  **điểm số** |
| --- | --- | --- | --- |
| 1. **Đánh giá quá trình (50%)** | | | |
| **BT1** | Tìm hiểu các loại hình Marketing trong lĩnh vực nhà hàng | G1.1 | 10% |
| **BT2** | Phân tích môi trường marketing nhà hàng | G1.2  G2.1 | 10% |
| **BT3** | Chọn một cửa hàng ăn uống trong khu vực và phân tích các đặc tính sản phẩm của cửa hàng đó? | G1.3  G2.2; G2.4  G2.5; G3.1;G3.2  G4.1; G4.2 | 10% |
| **BT4** | Vận dụng kiến thức đã học, sinh viên hãy đề xuất một món ăn mới | G1.3  G2.2  G2.4  G2.5  G3.1  G3.2  G4.1  G4.2 | 10% |
| **BT5** | Sưu tầm giá của 1 món ăn ở các cửa hàng khác nhau và phân tích các yếu tố liên quan đến sự chênh lệch về giá giữa các cửa hàng? | 10% |
| **BT6** | Lựa chọn 1 cửa hàng trong khu vực, khảo sát giá của các món ăn trong cửa hàng đó và phân tích sự ảnh hưởng đến việc thay đổi giá bán sản phẩm 🡪 bài tập nhóm | 10% |
| **BT7** | Thuyết trình  Lựa chọn 1 loại hình thức quảng bá và phân tích hiệu quả sử dụng công cụ quảng bá ấy | 40% |
| 1. **Đánh giá cuối kỳ (50%)** | | | |
|  | 1. Đề mở hoặc đề đóng 2. Đánh giá các chuẩn đầu ra:  * Nhóm mục tiêu G1: G1.1, G1.2, G1.3, G1.4, G1.5 * Nhóm Mục tiêu G2: G2.1, G2.2, G2.3 * Nhóm Mục tiêu G3: G3.3 * Nhóm Mục tiêu G4: G4.1, G4.2 | | |

1. **Thang điểm: 10 điểm**

* Điểm quá trình chiếm 50%,
* Điểm cuối kỳ chiếm 50%

1. **Nội dung và kế hoạch thực hiện**

| **TUẦN** | **NỘI DUNG** | **CĐR HỌC PHẦN** |
| --- | --- | --- |
|  | **Chương 1: NHẬP MÔN MARKETING** | G1.1  G2.1 |
| ***A/*Tóm tắt các ND và PPGD trên lớp***: (2)*  **Nội dung GD trên lớp**   * 1. Lịch sử Marketing   2. Khái niệm và bản chất   1.3. Mục tiêu Marketing  **Tóm tắt các PPGD***:*  + Thao giảng, thuyết trình và tương tác với sinh viên |
| ***B/*Các nội dung cần tự học ở nhà**: *(4)*   1. Tìm hiểu các loại hình marketing trong lĩnh vực nhà hàng? |
|  | **Chương 1: NHẬP MÔN MARKETING (tt)** | G1.1  G1.1 |
| ***A/*Tóm tắt các ND và PPGD trên lớp***: (2)*  **Nội dung GD trên lớp**  **1.4. Chức năng của Marketing**  **1.5. Các thành phần của Marketing**  **Tóm tắt các PPGD***:*  + Thao giảng, thuyết trình và tương tác với sinh viên |
| ***B/*Các nội dung cần tự học ở nhà**: *(4)*   1. Tìm hiểu các loại hình marketing trong lĩnh vực nhà hàng? |
|  | **Chương 2: MÔI TRƯỜNG MARKETING** | G1.2  G2.1  G4.1  G4.2 |
| ***A/*Tóm tắt các ND và PPGD trên lớp***: (2)*  **Nội dung GD trên lớp**   * 1. **Môi trường vĩ mô**   2. **Môi trường vi mô**   **Tóm tắt các PPGD***:*  + Thao giảng, thuyết trình và tương tác với sinh viên |
| ***B/*Các nội dung cần tự học ở nhà**: *(4)*   1. Phân tích môi trường marketing nhà hàng? |
|  | **Chương 2: MÔI TRƯỜNG MARKETING (tt)** | G1.2  G2.1  G3.1  G3.2  G4.1  G4.2 |
| ***A/*Tóm tắt các ND và PPGD trên lớp***: (2)*  **Nội dung GD trên lớp**   * 1. **Phân tích Swot**   **Tóm tắt các PPGD***:*  + Thao giảng, thuyết trình và tương tác với sinh viên |
| ***B/*Các nội dung cần tự học ở nhà**: *(4)*   1. Lựa chọn một lĩnh vực kinh doanh và phân tích SWOT |
|  | **Chương 3: CHIẾN LƯỢC SẢN PHẨM** | G1.3  G2.2  G2.4  G2.5  G3.1  G3.2  G4.1  G4.2 |
| ***A/*Tóm tắt các ND và PPGD trên lớp***: (2)*   * 1. **Sản phẩm theo quan điểm Marketing**   2. **Sản phẩm của nhà hàng**      1. Khái niệm về nhà hàng      2. Sản phẩm của nhà hàng      3. Đặc tính sản phẩm nhà hàng   **Tóm tắt các PPGD***:*  + Thao giảng, thuyết trình và tương tác với sinh viên |
| ***B/*Các nội dung cần tự học ở nhà**: *(4)*   1. Chọn một cửa hàng ăn uống trong khu vực để phân tích các đặc tính sản phẩm của cửa hàng đó? |
|  | **Chương 3: CHIẾN LƯỢC SẢN PHẨM (tt)** | G1.3  G2.2  G2.4  G2.5  G3.1  G3.2  G4.1  G4.2 |
| ***A/*Tóm tắt các ND và PPGD trên lớp***: (2)*  **Nội dung GD trên lớp**   * 1. **Chiến lược phát triển sản phẩm mới trong hoạt động kinh doanh nhà hàng**      1. Khái niệm về sản phẩm mới      2. Phương pháp tạo món ăn mới   **Tóm tắt các PPGD***:*  + Thao giảng, thuyết trình và tương tác với sinh viên |
| ***B/*Các nội dung cần tự học ở nhà**: *(4)*   1. Vận dụng kiến thức đã học, sinh viên hãy đề xuất một món ăn mới? |
|  | **Chương 4: CHIẾN LƯỢC GIÁ** | G1.3  G2.1  G2.2  G2.4  G2.5  G3.1  G3.2  G4.1  G4.2 |
| ***A/*Tóm tắt các ND và PPGD trên lớp***: (2)*  **Nội dung GD trên lớp**   * 1. Khái niệm về giá và tầm quan trọng của giá trong marketing nhà hàng   2. Các yếu tố ảnh hưởng đến việc định giá   **Tóm tắt các PPGD***:*  + Thao giảng, thuyết trình và tương tác với sinh viên |
| ***B/*Các nội dung cần tự học ở nhà**: *(4)*   1. Sưu tầm giá của 1 món ăn ở các cửa hàng khác nhau và phân tích các yếu tố liên quan đến sự chênh lệch về giá giữa các cửa hàng? |
|  | **Chương 4: CHIẾN LƯỢC GIÁ (tt)** | G1.3  G2.1  G2.2  G2.4  G2.5  G4.1  G4.2 |
| ***A/*Tóm tắt các ND và PPGD trên lớp***: (2)*  **Nội dung GD trên lớp**   * 1. Phương pháp tính lãi và giá bán sản phẩm dịch vụ nhà hàng   **Tóm tắt các PPGD***:*  + Thao giảng, thuyết trình và tương tác với sinh viên |
| ***B/*Các nội dung cần tự học ở nhà**: *(4)*   1. Làm bài tập |
|  | **Chương 4: CHIẾN LƯỢC GIÁ (tt)** | G1.3  G2.1  G2.2  G2.4  G2.5  G3.1  G3.2  G4.1  G4.2 |
| ***A/*Tóm tắt các ND** *và* **PPGD trên lớp***: (2)*  **Nội dung GD trên lớp**   * 1. Phương pháp tính lãi và giá bán sản phẩm dịch vụ nhà hàng (tt)   Làm bài tập   * 1. Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến việc thay đổi giá bán sản phẩm trong kinh doanh nhà hàng.   **Tóm tắt các PPGD***:*  + Thao giảng, thuyết trình và tương tác với sinh viên |
| ***B/*Các nội dung cần tự học ở nhà**: *(4)*   1. Lựa chọn 1 cửa hàng trong khu vực, khảo sát giá của các món ăn trong cửa hàng đó và phân tích sự ảnh hưởng đến việc thay đổi giá bán sản phẩm 🡪 bài tập nhóm |
|  | **Chương 5: CHIẾN LƯỢC QUẢNG BÁ** | G1.3  G2.1  G2.2  G2.4  G2.5  G3.1  G3.2  G4.1  G4.2 |
| ***A/*Tóm tắt các ND và PPGD trên lớp***: (2)*  **Nội dung GD trên lớp**   * 1. Khái niệm và tầm quan trọng của quảng bá trong marketing nhà hàng   2. Các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động quảng bá   3. Các thành phần trong quảng bá   **Tóm tắt các PPGD***:*  + Thao giảng, thuyết trình và tương tác với sinh viên |
| ***B/*Các nội dung cần tự học ở nhà**: *(4)*   1. Sưu tầm các các hình thức quảng bá liên quan đến lĩnh vực nhà hàng |
|  | **Chương 5: CHIẾN LƯỢC QUẢNG BÁ (tt)** | G1.3  G2.1  G2.2  G2.4  G2.5  G3.1  G3.2  G4.1  G4.2 |
| ***A/*Tóm tắt các ND và PPGD trên lớp***: (2)*  **Nội dung GD trên lớp**   * 1. Các thành phần trong quảng bá (tt)   2. Những yếu tố quyết định việc chọn các công cụ quảng bá   **Tóm tắt các PPGD***:*  + Thao giảng, thuyết trình và tương tác với sinh viên |
| ***B/*Các nội dung cần tự học ở nhà**: *(4)*   1. Lựa chọn 1 loại hình thức quảng bá và phân tích hiệu quả sử dụng công cụ quảng bá ấy 🡪 thuyết trình trước lớp |
|  | **Chương 5: CHIẾN LƯỢC QUẢNG BÁ (tt)** | G1.3  G2.1  G2.2  G2.4  G2.5  G3.1  G3.2  G4.1  G4.2 |
| ***A/*Tóm tắt các ND và PPGD trên lớp***: (2)*  **Nội dung GD trên lớp**   * 1. Quảng cáo   2. Tuyên truyền và quan hệ công chúng (PR)   **Tóm tắt các PPGD***:*  + Thao giảng, thuyết trình và tương tác với sinh viên |
| ***B/*Các nội dung cần tự học ở nhà**: *(4)*   1. Lựa chọn 1 loại hình thức quảng bá và phân tích hiệu quả sử dụng công cụ quảng bá ấy 🡪 thuyết trình trước lớp |
|  | **Chương 5: CHIẾN LƯỢC QUẢNG BÁ (tt)** | G1.3  G2.1  G2.2  G2.4  G2.5  G3.1  G3.2  G4.1  G4.2 |
| ***A/*Tóm tắt các ND và PPGD trên lớp***: (2)*  **Nội dung GD trên lớp**   * 1. Khuyến mại   2. Bán hàng trực tiếp   **Tóm tắt các PPGD***:*  + Thao giảng, thuyết trình và tương tác với sinh viên |
| ***B/*Các nội dung cần tự học ở nhà**: *(4)*   1. Lựa chọn 1 loại hình thức quảng bá và phân tích hiệu quả sử dụng công cụ quảng bá ấy 🡪 thuyết trình trước lớp |
|  | **Chương 5: CHIẾN LƯỢC QUẢNG BÁ (tt)** | G1.3  G2.1  G2.2  G2.4  G2.5  G3.1  G3.2  G4.1  G4.2 |
| ***A/*Tóm tắt các ND và PPGD trên lớp***: (2)*  **Nội dung GD trên lớp**   * 1. Marketing trực tiếp   Làm một số bài tập tính huống trong quảng bá sản phẩm.  **Tóm tắt các PPGD***:*  + Thao giảng, thuyết trình và tương tác với sinh viên |
| ***B/*Các nội dung cần tự học ở nhà**: *(4)*   1. Lựa chọn 1 loại hình thức quảng bá và phân tích hiệu quả sử dụng công cụ quảng bá ấy 🡪 thuyết trình trước lớp |
|  | **ÔN TẬP** | G1.3  G2.1  G2.2  G2.4  G2.5  G3.1  G3.2  G4.1  G4.2 |
| ***A/*Tóm tắt các ND và PPGD trên lớp***: (2)*  **Nội dung GD trên lớp**  Thuyết trình về Hình thức quảng bá sản phẩm  Ôn lại toàn bộ kiến thức đã học  **Tóm tắt các PPGD***:*  + Thao giảng, thuyết trình và tương tác với sinh viên |
| ***B/*Các nội dung cần tự học ở nhà**: *(4)*  Ôn lại toàn bộ kiến thức đã học |

**14. Đạo đức khoa học:**

* Sinh viên không sao chép các báo cáo, tiểu luận của nhau.
* Các phần trích dẫn trong báo cáo, tiểu luận phải ghi rõ xuất sứ; tên tác giả và năm xuất bả**n**

**15. Ngày phê duyệt:** ngày /tháng /năm

**16. Cấp phê duyệt:**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Trưởng khoa** | **Tổ trưởng BM** | **Người biên soạn** |

**17. Tiến trình cập nhật ĐCCT**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Lần cập nhật** | **Nội dung cập nhật** | **Thời gian cập nhật** | **Người cập nhật** | **Người xét duyệt** |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |