

TRƯỜNG ĐẠI HỌC QUỐC TẾ HỒNG BÀNG
KHOA DU LỊCH

ĐỀ CƯƠNG CHI TIẾT

Học phần: KỸ NĂNG GIẢI QUYẾT VẤN ĐỀ

Mã học phần: 03589

Trình độ đào tạo: Đại học

(Áp dụng từ năm học 2019-2020)



ĐỀ CƯƠNG HỌC PHẦN

1. Tên học phần : KỸ NĂNG GIẢI QUYẾT VẤN ĐỀ

2. Mã học phần : 03589

3. Số tín chỉ : 2(2,0,4)

4. Trình độ : dành cho sinh viên năm thứ 2

5. Phân bổ thời gian:

- Lên lớp : 30 tiết
- Thực tập phòng thí nghiệm : 0 tiết
- Thực hành : 0 tiết
- Tự học : 60 tiết

6. Điều kiện tiên quyết:

7. Mục tiêu học phần:

Sau khi hoàn tất học phần sinh viên có những kiến thức cơ bản về tâm lý và kỹ năng giao tiếp bằng ngôn ngữ và phi ngôn ngữ để có thể tạo mối quan hệ tốt với mọi người trong một tổ chức và khách du lịch trong nước, kể cả du khách nước ngoài.

8. Mô tả vắn tắt nội dung học phần:

Học phần cung cấp những kiến thức cơ bản về tâm lý và giao tiếp trong hoạt động kinh doanh du lịch. Sự hình thành và phát triển tâm lý của con người, các hiện tượng và quy luật tâm lý tác động phổ biến đến hoạt động kinh doanh du lịch. Tâm lý của du khách ở các quốc gia, nghề nghiệp, độ tuổi khác nhau... Những kiến thức và kỹ năng giao tiếp trong môi trường kinh doanh du lịch như kỹ năng sử dụng các phương tiện giao tiếp, kỹ năng giao tiếp giữa người lãnh đạo với nhân viên, giữa người kinh doanh du lịch với khách du lịch trong nước và nước ngoài...

9. Nhiệm vụ của sinh viên:

Tham dự học, thảo luận, kiểm tra, thi theo Quy chế.

10. Tài liệu học tập:

- Sách, giáo trình chính:

[1] Phan Thị Tô Oanh, 2012, Giáo trình Tâm lý và giao tiếp trong kinh doanh du lịch, Khoa Thương mại –Du lịch, Trường đại học công nghiệp TP HCM (Lưu hành nội bộ)

- Tài liệu tham khảo:

[1] Trịnh Xuân Dũng, 2004, Kỹ năng giao tiếp, NXB Văn hóa-Thông tin

[2] Thái Trí Dũng, 2009, Kỹ năng giao tiếp và thương lượng trong kinh doanh, NXB Thống kê

[3] Nguyễn Văn Đính (Chủ biên), 1995, Tâm lý và nghệ thuật giao tiếp ứng xử trong kinh doanh du lịch NXB Thống kê, Nà Nội

11. Tiêu chuẩn đánh giá sinh viên:

- Dự lớp: lý thuyết trên 75%
- Thảo luận theo nhóm
- Tiểu luận cá nhân hoặc nhóm
- Bài tập cá nhân
- Kiểm tra thường xuyên
- Thi giữa học phần
- Thi kết thúc học phần
- Khác: Theo yêu cầu của giảng viên

12. Thang điểm: Theo học chế tín chỉ

13. Nội dung chi tiết của học phần:

	TÊN CHƯƠNG	SỐ TIẾT	LT	THỰC HÀNH	TỰ HỌC	GHI CHÚ
	Phần 1. Một số vấn đề cơ bản của tâm lý học					
1	Nhập môn Tâm lý học trong kinh doanh du lịch	2	2		4	
2	Các hiện tượng tâm lý cơ bản và một số khái niệm trong tâm lý học	3	3		6	

3	Một số hiện tượng tâm lý xã hội và các quy luật tâm lý trong du lịch	4	4		8	
	Phần 2. Tâm lý khách du lịch					
4	Nhu cầu và hành vi tiêu dùng của khách du lịch	2	2		4	
5	Sở thích và tâm trạng của khách du lịch	3	3		6	
6	Những đặc trưng tâm lý của khách du lịch	3	3		6	
	Phần 3. Giao tiếp trong du lịch					
7	Khái quát chung về giao tiếp trong hoạt động du lịch	3	3		6	
8	Các kỹ năng giao tiếp trong kinh doanh du lịch	5	5		10	
9	Vấn đề đạo đức nghề nghiệp và tuyển chọn lao động trong du lịch	4	4		8	
	TỔNG CỘNG	30	30	0	60	

PHẦN 1: MỘT SỐ VẤN ĐỀ CƠ BẢN CỦA TÂM LÝ HỌC

CHƯƠNG 1: NHẬP MÔN TÂM LÝ HỌC TRONG KINH DOANH DU LỊCH

1.1. Khái quát chung về Tâm lý học

1.1.1. Khái niệm tâm lý học

1.1.2. Vị trí của tâm lý học

1.1.3. Vai trò của tâm lý học

1.2. Tâm lý học xã hội

1.1.4. Khái niệm tâm lý học xã hội

1.1.5. Đối tượng của tâm lý học xã hội

1.1.6. Nhiệm vụ của tâm lý học xã hội

1.3. Tâm lý học du lịch

1.1.7. Một số khái niệm liên quan

1.1.8. Nhiệm vụ nghiên cứu của tâm lý học du lịch

1.4. Vai trò của Tâm lý học xã hội trong du lịch

1.5. Vận dụng phương pháp nghiên cứu tâm lý học và tâm lý học xã hội trong du lịch

CHƯƠNG 2: CÁC HIỆN TƯỢNG TÂM LÝ CƠ BẢN VÀ MỘT SỐ KHÁI NIỆM TRONG TÂM LÝ HỌC

2.1. Các hiện tượng tâm lý cơ bản

- 2.1.1. Nhận thức cảm tính
- 2.1.2. Nhận thức lý tính
- 2.1.3. Trí nhớ
- 2.1.4. Xúc cảm – Tình cảm
- 2.1.5. Các thuộc tính cơ bản của nhân cách

2.2. Một số khái niệm trong tâm lý học

- 2.2.1 Hoạt động
- 2.2.2 Giao tiếp
- 2.2.3 Ý thức

CHƯƠNG 3: MỘT SỐ HIỆN TƯỢNG TÂM LÝ XÃ HỘI VÀ CÁC QUY LUẬT TÂM LÝ TRONG DU LỊCH

3.1. Một số hiện tượng tâm lý xã hội phổ biến

- 3.1.1. Bầu không khí tâm lý
- 3.1.2. Dư luận xã hội
- 3.1.3. Tương đồng và xung đột tâm lý
- 3.1.4. Truyền thống
- 3.1.5. Phong tục tập quán
- 3.1.6. Tín ngưỡng – Tôn giáo
- 3.1.7. Tính cách dân tộc

3.2. Một số qui luật xã hội phổ biến trong hoạt động du lịch

- 3.2.1. Mode du lịch
- 3.2.2. Cạnh tranh trong hoạt động kinh doanh du lịch
- 3.2.3. Qui luật về sự phát triển nhu cầu du lịch
- 3.2.4. Qui luật về sự lây lan tâm lý trong hoạt động du lịch

PHẦN 2: TÂM LÝ KHÁCH DU LỊCH

CHƯƠNG 4: NHU CẦU VÀ HÀNH VI TIÊU DÙNG CỦA KHÁCH DU LỊCH

4.1. Nhu cầu của khách du lịch

- 4.1.1. Khái niệm và đặc điểm của nhu cầu du lịch
- 4.1.2. Quá trình hình thành và phát triển của nhu cầu du lịch
- 4.1.3. Phân loại các loại hình du lịch theo nhu cầu
- 4.1.4. Các mô hình sản phẩm đáp ứng nhu cầu du lịch

4.2. Hành vi tiêu dùng của khách du lịch

- 4.2.1. Khái niệm hành vi tiêu dùng du lịch
- 4.2.2. Các nhân tố ảnh hưởng tới hành vi tiêu dùng du lịch

CHƯƠNG 5: SỞ THÍCH VÀ TÂM TRẠNG CỦA KHÁCH DU LỊCH

5.1. Sở thích của khách du lịch

- 5.1.1. Khái niệm
- 5.1.2. Sự hình thành sở thích trong tiêu dùng du lịch của khách du lịch

5.2. Thị hiếu của khách du lịch

5.3. Tâm trạng của khách du lịch

- 5.3.1. Khái niệm
- 5.3.2. Các nhân tố ảnh hưởng tới tâm trạng của khách du lịch

CHƯƠNG 6: NHỮNG ĐẶC TRƯNG TÂM LÝ CỦA KHÁCH DU LỊCH

6.1. Phân loại khách du lịch theo các yếu tố tâm lý

- 6.1.1. Phân loại khách du lịch theo mức độ biểu hiện của nhu cầu
- 6.1.2. Phân loại khách du lịch theo thái độ của cá nhân đối với người phục vụ
- 6.1.3. Phân loại khách du lịch theo thói quen tiêu tiền và khả năng thanh toán
- 6.1.4. Phân loại khách du lịch theo giới tính
- 6.1.5. Phân loại khách du lịch theo nghề nghiệp

6.2. Phân loại khách du lịch theo tôn giáo

6.3. Phân loại khách du lịch theo châu lục

6.4. Phân loại khách du lịch theo quốc gia – dân tộc

PHẦN 3. GIAO TIẾP TRONG KINH DOANH DU LỊCH

CHƯƠNG 7. KHÁI QUÁT CHUNG VỀ GIAO TIẾP TRONG KINH DOANH DU LỊCH

7.1. Những vấn đề chung về giao tiếp trong kinh doanh du lịch

7.1.1. Khái niệm

7.1.2. Đặc điểm của giao tiếp kinh doanh du lịch

7.1.3. Vai trò của giao tiếp trong hoạt động kinh doanh du lịch

7.2. Phân loại giao tiếp trong hoạt động kinh doanh du lịch

7.3. Một số mô hình tâm lý trong giao tiếp kinh doanh du lịch

7.4. Một số cơ chế tâm lý trong giao tiếp kinh doanh du lịch

7.4.1. Ấn tượng ban đầu

7.4.2. Định khuôn trong giao tiếp

7.4.3. Bắt chước trong giao tiếp

CHƯƠNG 8: CÁC KỸ NĂNG GIAO TIẾP TRONG KINH DOANH DU LỊCH

8.1. Khái niệm

8.2. Phân loại kỹ năng giao tiếp kinh doanh du lịch

8.3. Một số kỹ năng cơ bản trong giao tiếp kinh doanh du lịch

8.3.1. Kỹ năng lắng nghe

8.3.2. Kỹ năng sử dụng ngôn ngữ nói (thuyết trình, thuyết phục...)

8.3.3. Kỹ năng sử dụng ngôn ngữ viết

8.3.4. Kỹ năng sử dụng phương tiện phi ngôn ngữ

8.3.5. Kỹ năng giao tiếp trong môi trường du lịch (cấp trên, cấp dưới, đồng nghiệp, khách du lịch...)

CHƯƠNG 9: VẤN ĐỀ ĐẠO ĐỨC NGHỀ NGHIỆP VÀ TUYỂN CHỌN LAO ĐỘNG TRONG DU LỊCH

9.1. Những phẩm chất và năng lực cần có của người kinh doanh du lịch

9.2. Đạo đức nghề nghiệp trong kinh doanh du lịch

9.3. Tuyển chọn lao động trong du lịch

Tp.HCM, ngày 08 tháng 01 năm 2019

Trưởng Khoa/Viện

Trưởng Bộ môn/Ngành

Người biên soạn