

TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN LANG
KHOA DU LỊCH

ĐỀ THI, ĐÁP ÁN/RUBRIC VÀ THANG ĐIỂM
THI KẾT THÚC HỌC PHẦN
Học kỳ 2, năm học 2024-2025

I. Thông tin chung

Tên học phần:	Xúc tiến và quảng bá du lịch		
Mã học phần:	71TOUR40123	Số tín chỉ:	03
Mã nhóm lớp học phần:	242_71TOUR40123_01		
Hình thức thi: Tự luận (Đề thi lần 1)	Thời gian làm bài:	75	phút
☐ Đề thi có sử dụng phần mềm riêng	GV ghi cụ thể tên phần mềm:		
Thí sinh được tham khảo tài liệu:	☒ Có	☐ Không	

- SV gõ trực tiếp trên khung trả lời của hệ thống thi

II. Các yêu cầu của đề thi nhằm đáp ứng CLO

Ký hiệu CLO	Nội dung CLO	Hình thức đánh giá	Trọng số CLO trong thành phần đánh giá (%)	Câu hỏi thi số	Điểm số tối đa	Lấy dữ liệu đo lường mức đạt PLO/PI
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
CLO1	Áp dụng kiến thức chuyên ngành du lịch triển khai các hoạt động xúc tiến quảng bá du lịch nhằm mang lại hiệu quả cho tổ chức	Tự luận	50%	1,2	5.0	PI 2.2
CLO4	Xử lý các vấn đề liên quan tới hoạt động xúc tiến và quảng bá du lịch đảm bảo hiệu quả, bền vững	Tự luận	50%	3	5.0	PI 8.3

III. Nội dung câu hỏi thi

ĐỀ THI LẦN 1

Câu hỏi 1: Trình bày các khái niệm xúc tiến, xúc tiến du lịch và nội dung của xúc tiến du lịch? (2.5 điểm).

Câu hỏi 2: Trình bày các bước thực hiện hoạt động quảng cáo? (2.5 điểm).

Câu hỏi 3: Viết 1 nội dung quảng cáo để giới thiệu sản phẩm dịch vụ đặt phòng tại Vinpearl Resort Phú Quốc và Vé máy bay với nội dung dài không quá 400 từ. Biết rằng giá bán dịch vụ là: 3.000.000 đồng/1 phòng 2 khách/1 đêm; Vé máy bay khứ hồi: 2.000.000 đồng/1 khách; Các thông tin như tên doanh nghiệp, thông tin liên hệ có thể tự giả định?. (5.0 điểm).

ĐÁP ÁP VÀ THANG ĐIỂM LẦN 1

Phần câu hỏi	Nội dung đáp án	Thang điểm	Ghi chú
Câu 1		2.5	
Nội dung a.	Khái niệm xúc tiến Xúc tiến là những nỗ lực của doanh nghiệp để thông tin, thuyết phục, nhắc nhở và khuyến khích khách hàng mua sản phẩm cũng như hiểu rõ về doanh nghiệp. Chính sách xúc tiến hỗn hợp bao gồm tất cả các hoạt động và giải pháp nhằm đề ra và thực hiện các chiến lược, chiến thuật xúc tiến hỗn hợp nhằm thúc đẩy bán hàng, nâng cao uy tín và vị thế, tăng cường khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp trên thị trường	0.5	
Nội dung b.	Xúc tiến du lịch Xúc tiến du lịch là hoạt động nghiên cứu thị trường, tổ chức tuyên truyền, quảng bá, vận động nhằm tìm kiếm, thúc đẩy cơ hội phát triển và thu hút khách du lịch Xúc tiến du lịch là hoạt động nghiên cứu thị trường, tổ chức tuyên truyền, quảng bá, vận động nhằm tìm kiếm, thúc đẩy cơ hội phát triển và thu hút khách du lịch. (Khoản 13, Điều 3, Luật Du lịch 2017).	0.5	
Nội dung c.	Nội dung xúc tiến du lịch 1. Quảng bá, giới thiệu về đất nước, con người Việt Nam, di sản văn hóa, di tích lịch sử - văn hóa, danh lam thắng cảnh, công trình lao động sáng tạo của con người, bản sắc văn hóa dân tộc nhằm tăng cường thu hút khách du lịch 2. Xây dựng, phát triển thương hiệu du lịch quốc gia, vùng, địa phương, doanh nghiệp; nghiên cứu thị trường du lịch, xây dựng, quảng bá sản phẩm du lịch phù hợp với thị hiếu của khách du lịch	1.5	

	3. Tuyên truyền nâng cao nhận thức xã hội về du lịch, góp phần bảo đảm môi trường du lịch an ninh, an toàn, lành mạnh, văn minh, phát huy truyền thống mến khách của dân tộc. 4. Vận động, tìm kiếm cơ hội, tập trung nguồn lực đầu tư phát triển kết cấu hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch; đa dạng hóa và nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch		
Câu 2		2.5	
Nội dung a.	Bước 1: Xác định mục tiêu viết quảng cáo Nội dung quảng cáo thường tinh gọn, chú trọng vào một mục tiêu nhất định, xoay quanh những tuyến nội dung cụ thể để thuyết phục khách hàng. Có nhiều mục tiêu khác nhau: thương hiệu, tương tác, bán hàng, đẩy thông tin, khảo sát... Tuy nhiên, hãy tập trung, nhắm lấy 1 và chỉ 1 mục tiêu duy nhất, 1 thông điệp xuyên suốt cho bài viết	0.5	
Nội dung b.	Bước 2: Xác định đối tượng của quảng cáo Mỗi sản phẩm có nhiều nhóm khách hàng khác nhau. Nhưng để hiệu quả, hãy chia nhỏ và phân tích điểm nổi bật các nhóm đối tượng mục tiêu và tìm xem nhóm khách hàng nào tiềm năng nhất để giúp bạn đạt mục tiêu đã xác định ở bước 1. Cá nhân hóa khách hàng sẽ thúc đẩy hành vi mua hàng cao hơn	0.5	
Nội dung c.	Bước 3: Chia tuyến nội dung phù hợp nhu cầu khách hàng Xác định cấp độ nhu cầu của nhóm khách hàng, và tìm ra tuyến nội dung phù hợp Cấp độ 1: Khách chưa biết gì về sản phẩm, hãy đưa ra các nội dung về lợi ích của sản phẩm để kích thích thêm khách hàng. Cấp độ 2: Khách không có nhu cầu; thu hút khách hàng bởi các thông tin về lợi ích sản phẩm. Cấp độ 3: Có nhu cầu. Nội dung quảng cáo mang tính so sánh các hệ thống giải pháp để tăng thêm tính thuyết phục khách hàng lựa chọn sản phẩm doanh nghiệp Cấp độ 4: Khách phân vân, các nội dung quảng cáo về tính năng, giá, thương hiệu và đặc biệt là ưu đãi khuyến mại đặc biệt để thu hút sự chú ý của khách hàng. Cấp độ 5: Đã mua sản phẩm, đang phân vân mua lại. Với nhóm đối tượng này, hãy ưu tiên chăm sóc và viết các nội dung đặc biệt đề cập	0.5	

	đến chính sách ưu đãi cho khách hàng trung thành, mở rộng cách dùng sản phẩm		
Nội dung d.	Bước 4: Viết nội dung quảng cáo Khi đã có đầy đủ sự phân tích và thấu hiểu khách hàng, hãy sử dụng ngôn từ để biến thông tin ở bước 3 thành bài quảng cáo độc đáo, kích thích hành vi của khách hàng. Một câu tiêu đề thật chất giúp giữ chân khách hàng 3 giây đầu tiên. “Phải làm sao để khách hàng thấy rằng việc lướt qua 1 bài quảng cáo còn khó khăn hơn là phải đọc nó!” (Claude C. Hopkins)	0.5	
Nội dung e.	Bước 5: Triển khai quảng cáo, đo lường, đánh giá Theo dõi phản ứng của khách hàng về nội dung quảng cáo, kết quả quảng cáo thu về. Xử dụng các công cụ để đánh giá và điều chỉnh cho lần tiếp theo	0.5	
Câu 3		5.0	
Nội dung a	Tiêu đề hấp dẫn Viết được tiêu đề hấp dẫn, thu hút	1.0	
Nội dung b	Nội dung quảng cáo Viết được nội dung bao quát và giới thiệu được dịch vụ	2.0	
Nội dung c	Ưu đãi đặc biệt/Lợi ích của sản phẩm Nêu được ưu đãi hoặc lợi ích của sản phẩm	0.5	
Nội dung d	Chính sách bán hàng Nêu được chính sách bán hàng	0.5	
Nội dung e	Kêu gọi hành động Đưa ra được lời kêu gọi mua hàng	0.5	
Nội dung f	Hình ảnh minh họa Có thể tượng trưng	0.5	
	Điểm tổng	10.0	

TP. Hồ Chí Minh, ngày 05 tháng 03 năm 2025

Người duyệt đề

Giảng viên ra đề



TS. Trần Thị Thùy Trang



ThS. Nguyễn Giang Nam