

# MỤC LỤC

<b>NHẬN XÉT CỦA GIÁNG VIÊN HƯỚNG DẪN.....</b>	<b>i</b>
<b>LỜI CẢM ƠN.....</b>	<b>ii</b>
<b>DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT .....</b>	<b>vii</b>
<b>DANH MỤC CÁC BẢNG BIỂU .....</b>	<b>viii</b>
<b>DANH MỤC HÌNH/SƠ ĐỒ/BIỂU ĐỒ .....</b>	<b>ix</b>
<b>LỜI MỞ ĐẦU.....</b>	<b>x</b>
<b>1. LÝ DO CHỌN ĐỀ TÀI.....</b>	<b>x</b>
<b>2. MỤC TIÊU NGHIÊN CỨU .....</b>	<b>x</b>
<b>3. ĐỐI TƯỢNG NGHIÊN CỨU .....</b>	<b>xi</b>
<b>4. PHẠM VI NGHIÊN CỨU .....</b>	<b>xi</b>
<b>5. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU.....</b>	<b>xi</b>
<b>6. BỐ CỤC CỦA KHÓA LUẬN .....</b>	<b>xi</b>
<b>CHƯƠNG I: CƠ SỞ LÝ LUẬN CHUNG VỀ MARKETING DỊCH VỤ .....</b>	<b>1</b>
<b>1.1. Tổng quan về Marketing .....</b>	<b>1</b>
1.1.1. Marketing là gì? .....	1
1.1.2. Sự ra đời của Marketing .....	2
1.1.3. Các giai đoạn phát triển của marketing .....	3
1.1.4. Vai trò của Marketing .....	4
<b>1.2. Tổng quan về Marketing Mix 7P.....</b>	<b>5</b>
1.2.1. Khái niệm Marketing Mix 7P .....	5
1.2.2. Vai trò của Marketing Mix 7P .....	6
1.2.3. Thành phần của Marketing 7P .....	7
1.2.3.1. Sản phẩm (Product): .....	7
1.2.3.2. Giá cả (Price) .....	8
1.2.3.3. Phân phối (Place): .....	9
1.2.3.4. Xúc tiến (Promotion) .....	10

1.2.3.5. Con người (People).....	11
1.2.3.6. Quy trình (Process).....	11
1.2.3.7. Điều kiện vật chất (Physical evidence).....	11
<b>TÓM TẮT CHƯƠNG 1.....</b>	<b>13</b>
<b>CHƯƠNG II: PHÂN TÍCH THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG MARKETING CHO DỊCH VỤ GIẢI TRÍ TẠI CÔNG TY TNHH THƯƠNG MẠI DỊCH VỤ GIẢI TRÍ JAZZY PARADISE.....</b>	<b>14</b>
<b>2.1. Giới thiệu sơ lược về Công ty TNHH Thương Mại Dịch Vụ Giải Trí Jazzy Paradise. ....</b>	<b>14</b>
2.1.1. Lịch sử hình thành và phát triển .....	14
2.1.2. Các ngành nghề kinh doanh.....	16
2.1.3. Phân khúc thị trường.....	20
2.1.4. Khách hàng mục tiêu .....	21
<b>2.2. Cơ cấu tổ chức .....</b>	<b>22</b>
2.2.1. Sơ đồ tổ chức .....	22
2.2.2. Chức năng, nhiệm vụ các phòng ban.....	22
<b>2.3. Phân tích kết quả SXKD của Công ty TNHH Thương Mại Dịch Vụ Giải Trí Jazzy Paradise đã đạt được năm 2020-2022. ....</b>	<b>26</b>
Bảng kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty Jazzy Paradise năm 2020-2022.....	26
2.3.1. Doanh thu: .....	27
2.3.2. Chi phí: .....	27
2.3.3. Lợi nhuận:.....	27
2.3.4. Thuận lợi và khó khăn .....	28
<b>2.4. Phân tích môi trường .....</b>	<b>28</b>
2.4.1. Môi trường vĩ mô.....	28
2.4.1.1. Môi trường nhân khẩu học:.....	28
2.4.1.2. Môi trường tự nhiên.....	29

2.4.1.3. Môi trường kinh tế .....	29
2.4.1.4. Môi trường công nghệ - kỹ thuật .....	30
2.4.1.5. Môi trường chính trị - pháp luật.....	31
2.4.1.6. Môi trường văn hóa- xã hội .....	32
<b>2.4.2.Môi trường vi mô .....</b>	<b>32</b>
2.4.2.1. Khách hàng .....	32
2.4.2.2. Nhà cung cấp.....	33
2.4.2.3. Đối thủ cạnh tranh.....	33
2.4.2.4. Thị trường tiêu thụ .....	33
2.4.2.5. Công chúng .....	34
2.4.2.6. Sản phẩm thay thế.....	34
<b>2.5. Phân tích thực trạng Marketing mix 7P tại Công ty TNHH thương mại dịch vụ giải trí Jazzy Paradise.....</b>	<b>35</b>
2.5.1.Chính sách sản phẩm .....	35
2.5.2.Chính sách giá.....	37
2.5.3.Chính sách kênh phân phối.....	39
2.5.4.Chính sách xúc tiến.....	41
2.5.4.1. Quảng cáo .....	41
2.5.4.2. Khuyến mại .....	42
2.5.4.3. Chào hàng cá nhân.....	43
2.5.4.4. Tuyên truyền .....	43
2.5.5.Chính sách con người .....	43
2.5.6.Chính sách về quy trình .....	46
2.5.6.1. Quy trình cung cấp dịch vụ của Jazzy Paradise.....	46
2.5.6.2. Quy trình sử dụng dịch vụ giải trí của khách hàng.....	47
2.5.7.Chính sách về điều kiện vật chất .....	48
<b>2.6. Đánh giá hoạt động chung Marketing Mix 7P cho dịch vụ giải trí – giáo dục của Công ty TNHH thương mại dịch vụ giải trí Jazzy Paradise.</b>	<b>51</b>

<b>TÓM TẮT CHƯƠNG 2.....</b>	<b>54</b>
<b>CHƯƠNG III: ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN HOẠT ĐỘNG MARKETING CHO DỊCH VỤ GIẢI TRÍ CÔNG TY TNHH THƯƠNG MẠI DỊCH VỤ GIẢI TRÍ JAZZY PARADISE .....</b>	<b>55</b>
<b>3.1. Mục tiêu và định hướng phát triển của Công ty TNHH thương mại     dịch vụ giải trí Jazzy Paradise. ....</b>	<b>55</b>
<b>3.2. Một số giải pháp phát triển hoạt động marketing cho dịch vụ giải trí     tại Công ty TNHH thương mại dịch vụ giải trí Jazzy Paradise.....</b>	<b>56</b>
3.2.1. Giải pháp sản phẩm .....	56
3.2.2. Giải pháp giá.....	56
3.2.3. Giải pháp phân phối.....	56
3.2.4. Giải pháp xúc tiến.....	57
3.2.5. Giải pháp con người .....	60
3.2.6. Giải pháp quy trình .....	60
3.2.7. Chính sách cơ sở vật chất .....	60
<b>3.3. Một số kiến nghị khác .....</b>	<b>61</b>
3.3.1. Những kiến nghị đối với công ty .....	61
3.3.2. Một số kiến nghị đối với nhà nước.....	61
<b>TÓM TẮT CHƯƠNG 3.....</b>	<b>63</b>
<b>KẾT LUẬN .....</b>	<b>64</b>
<b>TÀI LIỆU THAM KHẢO .....</b>	<b>65</b>