

MỤC LỤC

NHẬN XÉT CỦA GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN	i
LỜI CẢM ƠN	ii
MỤC LỤC	iii
DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT	vi
DANH MỤC CÁC BẢNG BIỂU	vii
DANH MỤC CÁC SƠ ĐỒ	viii
PHẦN MỞ ĐẦU	i
1. Lý do chọn đề tài	i
2. Mục tiêu nghiên cứu	ii
3. Phương pháp nghiên cứu	ii
4. Đối tượng nghiên cứu	ii
5. Phạm vi nghiên cứu	ii
6. Kết cấu của khóa luận	ii
CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ MARKETING-MIX	9
1.1. Tổng quan về Marketing	9
1.1.1. Khái niệm Marketing.....	9
1.1.2. Vai trò của Marketing	12
1.1.3. Mục tiêu của Marketing.....	14
1.1.4. Chức năng của Marketing.....	15
1.2. Lý thuyết về Marketing-Mix	15
1.2.1. Khái niệm Marketing-Mix	15
1.2.2. Vai trò của Marketing-Mix	17
1.2.3. Các yếu tố ảnh hưởng đến Marketing-mix	19
1.2.4. Thị trường mục tiêu	21
1.2.5. Các hoạt động Marketing-mix	27
TÓM TẮT CHƯƠNG 1	43
CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG MARKETING MIX TẠI CÔNG TY TNHH SX TM XD ĐIỆN BÍCH HẠNH (BHT TECHNOLOGY)	44
2.1. Tổng quan về Công ty TNHH SX TM XD Điện Bích Hạnh	44

2.1.1. Lịch sử hình thành và quá trình phát triển	48
2.1.2. Tầm nhìn, sứ mệnh, mục tiêu và giá trị cốt lõi của công ty.....	49
2.1.3. Lĩnh vực kinh doanh	50
2.1.4. Quy trình sản xuất.....	50
2.1.5. Các sản phẩm tiêu biểu của công ty.....	51
2.1.6. Cơ cấu tổ chức	52
2.2. Phân tích kết quả SXKD của Công ty 3 năm gần đây.	54
2.2.1. Kết quả hoạt động SXKD trong 3 năm gần đây	54
2.2.2. Biểu đồ kết quả hoạt động kinh doanh	55
2.2.3. Nhận xét về hoạt động kinh doanh của công ty	55
2.3. Các yếu tố tác động đến hoạt động Marketing-mix của BHT.....	56
2.3.1. Phân tích các yếu tố bên ngoài.....	56
2.3.2. Phân tích môi trường bên trong	69
2.4. Phân tích thực trạng hoạt động Marketing Mix 4p tại công ty BHT Technology.	74
2.4.1. Phân tích sản phẩm	74
2.4.2. Phân tích giá cả.....	88
2.4.3. Phân tích hệ thống phân phối.....	94
2.4.4. Phân tích hoạt động quảng cáo và xúc tiến.....	97
2.4.5. Đánh giá và nhận xét về hoạt động marketing 4P của công ty.....	106
TÓM TẮT CHƯƠNG 2.....	109
CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG MARKETING MIX TẠI CÔNG TY TNHH SX TM XD ĐIỆN BÍCH HẠNH. (BHT TECHNOLOGY).....	110
3.1. Định hướng phát triển và mục tiêu hoàn thiện Marketing-Mix	110
3.1.1. Dự báo tăng trưởng của thị trường năm 2024	110
3.1.2. Định hướng phát triển của BHT Technology đến năm 2024	111
3.1.3. Quan điểm hoàn thiện hoạt động Marketing-Mix tại công ty.	112
3.1.4. Mục tiêu hoàn thiện Marketing-Mix.....	112
3.2. Các giải pháp hoàn thiện hoạt động Marketing-Mix của công ty	113
3.2.1. Giải pháp hoàn thiện hoạt động về sản phẩm	113

3.2.2. Giải pháp hoàn thiện hoạt động về giá	114
3.2.3. Giải pháp hoàn thiện hoạt động về phân phối	115
3.2.4. Giải pháp hoàn thiện hoạt động về công tác truyền thông, xúc tiến... ..	116
TÓM TẮT CHƯƠNG 3	117
KẾT LUẬN	118
TÀI LIỆU THAM KHẢO	119
PHỤ LỤC	121
Phụ lục 1	121
Phụ lục 2	122
Phụ lục 3	124