

# TÀI LIỆU THAM KHẢO

## Tiếng Việt

- Vũ Minh Đức và Vũ Huy Thông, Giáo trình Quản trị bán hàng, 2018, NXB Kinh tế quốc dân.
- Nguyễn Xuân Lãn – Phạm Thị Lan Hương – Đường Thị Liên Hà, Hành vi người tiêu dùng, 2015, NXB Tài chính.
- Kỹ năng & quản trị bán hàng, Lê Lăng Đăng, NXB Đại Học Quốc Gia TP HCM.
- Quản Trị Marketing – Định hướng giá trị, PGS TS Lê Thế Giới (chủ biên), NXB LĐXH, 2012
- Các sách báo, website về quản lý bán hàng.
- Giáo trình *Lý thuyết thống kê*, Trường Đại học Kinh tế quốc dân, năm 2006.
- Giáo trình *Thống kê kinh doanh*, Đại học kinh tế, Đại học Huế, năm 2003.
- Giáo trình *Quản trị tài chính doanh nghiệp*, Nguyễn Hải Sơn, năm 2001, Nhà xuất bản Lao Động – Xã Hội.
- Giáo trình *Bán hàng và quản trị bán hàng*, David Jobber & Geoff Lancaster, Trần Đình Hải biên soạn, NXB Thống Kê, 2002.
- Nguyễn, T. K. T. (2020). Thúc đẩy hoạt động bán hàng tại Công ty TNHH MTV Chinh Thảo Hiếu Thắng.
- Nguyễn, M. T. (2021). *Giải pháp hoàn thiện hoạt động bán hàng tại Viettel Bà Rịa-Vũng Tàu: \$* bLuận văn thạc sĩ (Doctoral dissertation, Trường Đại học Bà Rịa-Vũng Tàu).
- Lê, H. Q. (2021). *Hoạt động bán hàng sản phẩm Misa Amis của Công ty Cổ phần Misa.*
- Như, Q. (2021). *Nâng cao hiệu quả hoạt động bán hàng tại Công ty trách nhiệm hữu hạn Hiệp Thành-Thừa Thiên Huế* (Doctoral dissertation, Trường Đại học Kinh tế Huế).

- Đặng, T. T. L. (2016). *Biện pháp nâng cao hiệu quả hoạt động bán hàng tại công ty TNHH Vinafor* (Doctoral dissertation, Fpoly Hà Nội).
- Công, N. T., & Thúy, P. N. (2007). Các yếu tố ảnh hưởng đến lòng trung thành của khách hàng đối với thương hiệu điện thoại di động. Tạp chí Phát triển Khoa học Công nghệ, số, 8.
- Nghiêm, T. T. (2012). Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến lòng trung thành thương hiệu của khách hàng đối với điện thoại di động Nokia.

### **Tiếng Anh**

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2004). *Principles of marketing* (10th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson-Prentice Hall.
- Janita, M. S., & Miranda, F. J. (2013). The antecedents of client loyalty in Business-to-Business (B2B) electronic marketplaces. *Industrial Marketing Management*, 42(5), 814-823.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49(3),41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). Servqual: A multiple-item scale for measuring consumer perception of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Yang, Z., & Peterson, R. T. (2004). Customer perceived value, satisfaction, and loyalty: The role of switching costs. *Psychology and Marketing*, 21(10), 799-822.