

# MỤC LỤC

## DANH MỤC VIẾT TẮT

## DANH MỤC BẢNG BIỂU

## DANH MỤC SƠ ĐỒ, BIỂU ĐỒ

LỜI MỞ ĐẦU ..... 9

## MỞ ĐẦU

Lý do lựa chọn đề tài ..... 9

Mục tiêu nghiên cứu ..... 9

Phạm vi nghiên cứu ..... 10

Hạn chế khi nghiên cứu ..... 10

Phương pháp nghiên cứu ..... 10

Dự kiến kết quả ..... 11

Ý nghĩa khoa học và thực tiễn ..... 11

Tóm tắt nội dung khóa luận tốt nghiệp ..... 11

## CHƯƠNG I: CƠ SỞ LÝ LUẬN

1.1 Lý thuyết về marketing ..... 12

1.1.1 Khái niệm và chức năng của marketing offline ..... 13

1.1.2 Khái niệm và chức năng của marketing online ..... 13

1.2 Vai trò của Marketing ..... 15

1.3 Các chính sách marketing du lịch ..... 16

1.3.1 Chính sách về sản phẩm ..... 16

1.3.2 Chính sách về giá cả ..... 16

1.3.3 Chính sách phân phối ..... 16

1.3.4 Chính sách xúc tiến hỗn hợp ..... 17

1.4 Phân tích sự ảnh hưởng từ môi trường đến hoạt động marketing.....	17
1.4.1 Môi trường văn hóa xã hội.....	17
1.4.2 Môi trường pháp luật.....	18
1.4.3 Môi trường kinh tế.....	18
1.4.4 Môi trường công nghệ.....	18
1.4.5 Môi trường tự nhiên.....	18
1.5 Phân tích nhu cầu và hành vi mua hàng của khách hàng.....	19
1.5.1 Nhu cầu của khách hàng.....	19
1.5.2 Hành vi mua hàng của khách hàng.....	20

## **CHƯƠNG 2: TỔNG QUAN VỀ CÔNG TY TNHH DỊCH VỤ TIN HỌC VÀ DU LỊCH DUY LONG**

2.1 Giới thiệu về công ty.....	22
2.1.1 Tổng quan về công ty TNHH Dịch vụ tin học và du lịch Duy Long.....	22
2.1.2 Quá trình hình thành và phát triển.....	23
2.1.3 Tầm nhìn, sứ mệnh và giá trị cốt lõi.....	24
2.1.3.1 Tầm nhìn.....	24
2.1.3.2 Sứ mệnh.....	24
2.1.3.3 Giá trị cốt lõi.....	24
2.1.3.4 Khẩu hiệu (Slogan).....	25
2.1.3.5 Triết lý kinh doanh.....	25
2.1.3.6 Sản phẩm.....	25
2.1.3.7 Cơ cấu, sơ đồ bộ máy tổ chức.....	26
2.1.3.7.1 Sơ đồ bộ máy tổ chức.....	26
2.1.3.7.2 Chức năng và nhiệm vụ từng phòng ban.....	27

2.1.3.7.3 Lao động theo độ tuổi.....	27
2.1.3.7.4 Lao động theo giới tính .....	28
2.1.3.7.5 Lao động theo trình độ học vấn .....	29
2.2 Kết quả hoạt động kinh doanh của công ty trong 3 năm gần đây .....	30
2.2.1 Phân khúc thị trường sản phẩm du lịch của công ty.....	32
2.2.1.1 Theo nhân chủng học .....	32
2.2.1.1.1 Theo độ tuổi.....	32
2.2.1.1.2 Theo vùng miền.....	33
2.2.1.1.3 Phân khúc theo thu nhập .....	33
2.2.1.1.4 Theo tâm lý khách hàng trong du lịch .....	34
2.3 Yếu tố ảnh hưởng đến khách hàng trong quyết định mua hàng.....	35
2.3.1 Tài chính của khách hàng.....	35
2.3.2 Chất lượng và sự uy tín .....	35
2.4 Phân tích các đối thủ cùng ngành.....	35
2.5 Phân tích hoạt động marketing của công ty.....	36
2.5.1 Sản phẩm .....	36
2.5.2 Giá.....	37
2.5.3 Phân phối .....	39
2.5.4 Xúc tiến.....	40
2.5.4.1 Online .....	40
2.5.4.2 Offline.....	41
2.6 Phân tích SWOT.....	42
2.6.1 Điểm mạnh .....	42
2.6.2 Điểm yếu.....	42

2.6.3 Cơ hội.....	42
2.6.4 Thách thức .....	42
2.7 Đánh giá chung về công ty.....	43
Tóm tắt chương 2 .....	44

### **CHƯƠNG 3 : THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG MARKETING CỦA CÔNG TY TNHH DỊCH VỤ TIN HỌC VÀ DU LỊCH DUY LONG**

3.1 Chiến lược khai thác thị trường hiện có.....	45
3.2 Chiến lược mở rộng thị trường .....	45
3.3 Đa dạng sản phẩm du lịch .....	45
3.4 Giải pháp .....	46
3.4.1 Hoàn thiện chính sách sản phẩm .....	46
3.4.2 Hoàn thiện chính sách về giá .....	48
3.4.3 Hoàn thiện chính sách phân phối .....	50
3.4.4 Hoàn thiện chính sách xúc tiến quảng cáo .....	50
3.5 Giải pháp nâng cao hoạt động marketing của công ty .....	51
3.5.1 Xúc tiến hoạt động marketing .....	51
3.6 Kiến nghị .....	52
3.6.1 Đẩy mạnh marketing online .....	52
3.6.2 Chính sách hỗ trợ làm việc cho nhân viên .....	53
3.6.2.1 Chính sách khen thưởng .....	53
<b>KẾT LUẬN.....</b>	<b>54</b>
<b>TÀI LIỆU THAM KHẢO .....</b>	<b>55</b>