MỤC LỤC

NHẬN XÉT CỦA GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN i
LỜI CẢM ƠN ii
MỤC LỤC iii
DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT vi
DANH MỤC CÁC BẢNG BIỂU vii
DANH MỤC CÁC HÌNH ẢNH, SƠ ĐỒ viii
PHẦN MỞ ĐẦU ix
1. Lý do chọn đề tài ix
2. Mục tiêu nghiên cứu x
2.1. Mục tiêu chung x
2.2. Mục tiêu cụ thể x
3. Đối tượng nghiên cứu xi
4. Phạm vi nghiên cứu xi
5. Phương pháp nghiên cứu xi
6. Bố cục của khóa luận xi
CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN 13
1.1. Tổng quan về truyền thông 13
1.1.1. Khái niệm về truyền thông 13
1.1.2. Mô hình truyền thông 14
1.1.3. Khái niệm về truyền thông marketing 15
1.1.4. Vai trò của truyền thông marketing 17
1.1.5. Khái niệm về truyền thông marketing online 17
1.1.6. Vai trò của truyền thông marketing online 18
1.2. Tổng quan về Marketing 19
1.2.1. Khái niệm về marketing 19
1.2.2. Lợi ích của marketing online so với marketing truyền thống 20
1.3. Cơ sở thực tiễn về hoạt động marketing online 23
1.3.1. Vai trò và xu hướng marketing online trên toàn cầu 23
1.3.2. Tình hình sử dụng dịch vụ marketing online ở nước ta hiện nay 25
1.4. Các công cụ truyền thông marketing online hiện nay 26

1.4.1. Website Marketing 27
1.4.2. Email Marketing 27
1.4.3. Online Advertising Marketing (Quảng cáo trực tuyến) 29
1.4.4. SEM - Search Engine Marketing (Marketing trên công cụ tìm kiếm) . 29
1.5. Tiến trình thực hiện chương trình truyền thông marketing online 30
1.5.1. Xác định công chúng mục tiêu 31
1.5.2. Xác định mục tiêu truyền thông 31
1.5.3. Thiết kế thông điệp 33
1.5.4. Lựa chọn kênh truyền thông 35
1.5.5. Xác định ngân sách truyền thông 36
1.5.6. Đo lường và đánh giá kết quả truyền thông 37
1.6. Các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động truyền thông marketing online . 39
1.6.1. Môi trường vi mô 39
1.6.2. Môi trường vĩ mô 43
TÓM TẮT CHƯƠNG 1 46
CHƯƠNG 2: PHÂN TÍCH THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG TRUYỀN THÔNG MARKETING ONLINE CỦA CÔNG TY TNHH SX TM XD ĐIỆN BÍCH HẠNH 47
2.1 Tổng quan về công ty TNHH SX TM XD Điện Bích Hạnh 47
2.1.1. Giới thiệu sơ lược về công ty 47
2.1.2. Quá trình hình thành và phát triển 51
2.1.3. Lĩnh vực kinh doanh 53
2.1.4. Các sản phẩm tiêu biểu 53
2.1.5. Sứ mệnh, tầm nhìn, mục tiêu và giá trị cốt lõi 54
2.1.6. Cơ cấu tổ chức 54
2.1.7. Tình hình hoạt động kinh doanh của công ty 58
2.2 Phân tích môi trường tổng quan tác động đến hoạt động truyền thông marketing online của BHT Technology 61
2.2.1. Môi trường vĩ mô 61
2.2.2. Môi trường vi mô 67

2.3 Phân tích thực trạng hoạt động truyền thông marketing online của BHT Technology 74
2.3.1. Thực trạng hoạt động truyền thông marketing online của BHT Technology 74
2.3.2. Các bước thực hiện truyền thông tại BHT Technology 85
TÓM TẮT CHƯƠNG 2 93
CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP NHẰM NÂNG CAO HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG TRUYỀN THÔNG MARKETING ONLINE CỦA CÔNG TY TNHH SX TM XD ĐIỆN BÍCH HẠNH 94
3.1. Định hướng phát triển của doanh nghiệp trong thời gian tới 94
3.2. Giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động truyền thông marketing online cho doanh nghiệp 95
TÓM TẮT CHƯƠNG 3 98
PHẦN KẾT LUẬN 99
DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO 101
1. Sách 101
2. Tài liệu online 101
PHỤ LỤC 103
Phụ lục 1 ..... **103**
Phụ lục 2 ..... **104**
Phụ lục 3 ..... **106**