

TRƯỜNG ĐẠI HỌC NGUYỄN TẤT THÀNH
KHOA QUẢN TRỊ KINH DOANH



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

ĐỀ TÀI:

**PHÂN TÍCH VÀ ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP NÂNG CAO
HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG TRUYỀN THÔNG
MARKETING ONLINE CỦA CÔNG TY
TNHH SX TM XD ĐIỆN BÍCH HẠNH**

Giảng viên hướng dẫn:

ThS. CAO MINH NHỰT

Sinh viên thực hiện:

ĐỖ TRẦN MINH THƯ

MSSV: 2000005519

Lớp: 20DQT1B

TP.HCM - 2023

TRƯỜNG ĐẠI HỌC NGUYỄN TẤT THÀNH
KHOA QUẢN TRỊ KINH DOANH



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

ĐỀ TÀI:

**PHÂN TÍCH VÀ ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP NÂNG CAO
HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG TRUYỀN THÔNG
MARKETING ONLINE CỦA CÔNG TY
TNHH SX TM XD ĐIỆN BÍCH HẠNH**

Giảng viên hướng dẫn:

ThS. CAO MINH NHỰT

Sinh viên thực hiện:

ĐỖ TRẦN MINH THU

MSSV: 2000005519

Lớp: 20DQT1B

TP.HCM - 2023

LỜI CẢM ƠN

Trước hết, em xin chân thành gửi lời cảm ơn đến Quý Thầy Cô trong khoa Quản Trị Kinh Doanh Trường Đại học Nguyễn Tất Thành đã trang bị cho em nhiều kiến thức quý báu trong suốt thời gian vừa qua. Đặc biệt, em xin chân thành cảm ơn giảng viên hướng dẫn, Thầy Thạc sĩ Cao Minh Nhật, đã tận tình hướng dẫn từ nội dung đến cách trình bày đề bài khóa luận của em được hoàn thiện hơn. Một lần nữa, em xin chân thành cảm ơn thầy.

Em xin chân thành cảm ơn Ban Lãnh Đạo, các phòng ban của công ty TNHH SX TM XD Điện Bích Hạnh, đã tạo điều kiện thuận lợi cho em được tìm hiểu thực tiễn trong suốt quá trình thực tập tại công ty và cảm ơn các anh, chị đồng nghiệp trong công ty đã nhiệt tình giúp đỡ em trong quá trình thu thập thông tin cũng như cung cấp các số liệu có liên quan đến đề tài nghiên cứu, tạo điều kiện tốt nhất để em hoàn thành được bài khóa luận này.

Sau cùng, em xin chân thành cảm ơn gia đình và bạn bè đã hỗ trợ rất nhiều cho em về mặt tinh thần cũng như về mặt vật chất trong suốt thời gian học tập và nghiên cứu bài khóa luận.

Bài khóa luận được thực hiện trong khoảng thời gian 2 tháng. Nhưng do còn ít kinh nghiệm trong thực tiễn công tác, nhận thức của bản thân còn nhiều hạn chế nên không tránh khỏi những thiếu sót, em rất mong nhận được những ý kiến đóng góp quý báu của Quý Thầy Cô để kiến thức của em trong lĩnh vực này được hoàn thiện hơn đồng thời có điều kiện bổ sung, nâng cao ý thức của mình.

Một lần nữa, em xin chân thành cảm ơn.

Tp. Hồ Chí Minh, ngày 05 tháng 10 năm 2023

SINH VIÊN THỰC HIỆN

(ký và ghi rõ họ tên)

Đỗ Trần Minh Thu

PHẦN MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Chúng ta và thế giới đã và đang trải qua những biến động dữ dội và bất ngờ, khó lường trong tất cả các lĩnh vực của đời sống từ kinh tế, chính trị, văn hóa, khoa học – công nghệ. Đặc biệt là sự biến động và phát triển vũ bão của khoa học công nghệ làm cho nền kinh tế của chúng ta trở nên sôi động và phức tạp hơn bao giờ hết. Trong những năm gần đây, Việt Nam cũng chứng kiến sự bùng nổ của các hình thức mạng xã hội như là một công cụ mới. Để tồn tại và phát triển qua những sự biến động đó đòi hỏi các doanh nghiệp phải luôn đổi mới và lựa chọn phương pháp kinh doanh sao cho phù hợp nhất, tiết kiệm nhất và mang lại hiệu quả cao nhất để có thể tiếp cận với thị trường và khách hàng mục tiêu thông qua các hình thức marketing trực tuyến.

Như chúng ta đã biết Marketing là một trong những chiến lược sống còn của doanh nghiệp. Đó là cơ sở để người tiêu dùng biết đến doanh nghiệp, tiếp cận với sản phẩm của doanh nghiệp. Nhưng trong bối cảnh kinh tế hiện nay, khi mà tình hình lạm phát ngày càng tăng cao, thì việc doanh nghiệp tìm đến những phương thức Marketing mới nhằm cắt giảm chi phí mà vẫn đem lại hiệu quả là điều không thể tránh khỏi. Hoạt động Marketing sẽ và đang chuyển hướng mạnh mẽ ra khỏi thị trường truyền thống và Marketing trên internet sẽ là lựa chọn mới của doanh nghiệp. Hơn thế nữa, hiện nay có khoảng hơn 77.5 triệu người Việt Nam sử dụng internet. Tỷ lệ người sử dụng internet đã vượt qua tỷ lệ nghe đài và đọc báo in, và internet đang dần trở thành phương tiện thông tin được sử dụng phổ biến nhất Việt Nam hiện nay.

Bill Gates đã từng nói: “Trong 5 – 10 năm nữa, bạn chỉ có hai lựa chọn, một là kinh doanh cùng internet, hoặc không nên kinh doanh gì nữa”. Sự ra đời và phát triển mạnh mẽ của mạng internet đã khiến các phương thức marketing dựa trên môi trường mạng thông tin toàn cầu đang dần là sự lựa chọn hàng đầu của các doanh nghiệp trên thế giới cũng như ở Việt Nam. Trong đó, Marketing Online nổi lên như là một cuộc cách mạng trong việc làm marketing trong kinh doanh. Sự ứng dụng và phát triển lĩnh vực Marketing Online đã không còn xa lạ gì với các doanh

nghiệp ở các nước phát triển, nhưng ở Việt Nam, marketing trực tuyến mới chỉ phát triển mạnh mẽ trong khoảng những năm trở lại đây và ngày càng chứng tỏ mức độ hiệu quả của nó so với các phương thức marketing truyền thống.

Truyền thông theo đó cũng đang phát triển theo những xu hướng mới, tập trung nhiều hơn vào người tiêu dùng và truyền đạt những thông điệp mà họ muốn nghe, thay vì chỉ nói những gì nhà tiếp thị muốn truyền tải. Hình thức truyền thông truyền thống, một chiều từ một nguồn tin đến nhiều độc giả, đang dần bị thay thế bởi truyền thông trên mạng xã hội, với nhiều nguồn tin truyền đến nhiều người. Thông tin này được cá nhân hóa để đáp ứng nhu cầu của đối tượng mục tiêu mà nhà tiếp thị mong muốn. Điều này đúng với tính chất của truyền thông Marketing online.

Nắm bắt được xu thế chung đó, Công ty TNHH SX TM XD Điện Bích Hạnh đã và đang tiến hành ứng dụng những tiện ích của internet trong công tác tiếp thị của mình nhằm mang sản phẩm đến tay người tiêu dùng một cách nhanh chóng, tiết kiệm chi phí và không kém phần hiệu quả. **“Phân tích và đề xuất giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động truyền thông marketing online của Công ty TNHH SX TM XD Điện Bích Hạnh”** là đề tài em chọn trong bài khóa luận tốt nghiệp này. Vì đề tài còn quá rộng lớn và hiện cũng chưa có nhiều tài liệu sách báo viết về đề tài này, nên không thể tránh những thiếu sót. Rất mong nhận được sự đóng góp ý kiến của Quý Thầy Cô và các bạn, để em có thêm những kinh nghiệm và tích lũy thực tiễn cho công việc bản thân sau này.

2. Mục tiêu nghiên cứu

2.1. Mục tiêu chung

Hệ thống hóa các lý luận cơ bản, các phương thức phát triển thị trường và các công cụ Marketing online nhằm quảng bá thương hiệu, sản phẩm và dịch vụ của Công ty TNHH SX TM XD Điện Bích Hạnh.

2.2. Mục tiêu cụ thể

- Nghiên cứu thực trạng hoạt động truyền thông marketing online của Công ty TNHH SX TM XD Điện Bích Hạnh.
- Đánh giá lợi ích, ưu thế của việc sử dụng Marketing online
- Đề xuất một số giải pháp nhằm đẩy mạnh hoạt động truyền thông marketing

online đối với Công ty TNHH SX TM XD Điện Bích Hạnh.

3. Đối tượng nghiên cứu

Tập trung nghiên cứu phân tích chiến lược truyền thông marketing online của Công ty TNHH SX TM XD Điện Bích Hạnh qua tình hình thực tiễn của công ty hiện nay, từ đó xác định được ưu điểm để duy trì, phát triển đồng thời phân tích những nhược điểm cần kiểm soát và xử lý.

4. Phạm vi nghiên cứu

- *Phạm vi về thời gian*: Đề tài nghiên cứu về Công ty TNHH SX TM XD Điện Bích Hạnh được thực hiện trong thời gian từ 18/07/2023 đến 18/09/2023, đồng thời sử dụng số liệu nghiên cứu trong thời gian 3 năm từ 2020 – 2022.
- *Phạm vi về không gian*: Đề tài nghiên cứu tình hình thực hiện hoạt động Truyền thông Marketing Online trong nội bộ Công ty TNHH SX TM XD Điện Bích Hạnh.

5. Phương pháp nghiên cứu

Báo cáo sử dụng phương pháp định tính để nhận xét về hoạt động Truyền Thông Marketing Online của Công ty TNHH SX TM XD Điện Bích Hạnh thông qua các thông tin, các ý kiến nhận định của những nhân viên đang làm trực tiếp trong lĩnh vực này và những người có liên quan.

6. Bố cục của khóa luận

Ngoài phần mở đầu, phần kết luận và danh mục tài liệu tham khảo, khóa luận có kết cấu gồm 3 chương:

Chương 1: Cơ sở lý luận.

Chương 2: Phân tích thực trạng hoạt động Truyền thông Marketing Online của Công ty TNHH SX TM XD Điện Bích Hạnh.

Chương 3: Đề xuất giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động Truyền thông Marketing Online của Công ty TNHH SX TM XD Điện Bích Hạnh.