MỤC LỤC

Trang

DANH MỤC CÁC HÌNH ẢNH: ..... **vii**
DANH MỤC SƠ ĐỒ VÀ BIỂU ĐỒ: ..... **vii**
LỜI CẢM ƠN: ..... **viii**
MỞ ĐẦU **1**
Phần mở đầu: **1**
Lý do làm khóa về đề tài này: **1**
Đề khóa luận: **1**
Đối tượng nghiên cứu: **2**
Mục tiêu khóa luận làm phát triển marketing: **2**
Phạm vi nghiên cứu: **3**
Kết cấu của báo cáo: **3**
CHƯƠNG 1. CƠ SỞ LÝ LUẬN **5**
1. Định nghĩa phát triển marketing. **5**
1.1. Khái niệm chiến lược: **5**
1.2. Khái niệm chiến lược marketing: **5**
1.2.1. Vai trò của chiến lược marketing: **7**
1.2.2. Tầm quan trọng: **7**
1.2.3 Khi nào doanh nghiệp phát triển makerting? **8**
1.2.4. Rủi ro khi thực hiện phát triển makerting thương hiệu công ty **9**
1.3. Phân tích SWOT đối với công ty DONAGAMEX. **11**
1.4. Ý nghĩa của việc thực hiện chiến lược phát triển marketing mix 4P thương hiệu: **11**
CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN MAKERTING THƯƠNG HIỆU CỦA TỔNG CÔNG TY MAY ĐỒNG NAI **13**
2.1. Giới thiệu công ty DONAGAMEX (Tổng Công Ty May Đồng Nai): **13**
2.1.1. Các thông tin chung của công ty: **13**
2.1.2. Lịch sử hình thành phát triển công ty: **13**
2.1.3. Thành tích nổi bật Tổng Công ty May Đồng Nai đã đạt qua các thời kì: **14**
2.2. Các đặc điểm sản xuất kinh doanh tại công ty DONAGAMEX. **16**
2.2.1 Nghành kinh doanh của công ty **16**
2.2.2. Quy mô hoạt động của Tổng Công ty May Đồng Nai **17**
2.2.3. Định hướng phát triển **18**

2.2.4. Tầm nhìn của công ty DONAGAMEX: 19
2.2.5. Giá trị cốt lõi của công ty DONAGAMEX: 19
2.2.6. Sứ mệnh của công ty DONAGAMEX: 20
2.3. Cơ cấu tổ chức của công ty DONAGAMEX: 21
2.3.1 Các phòng ban của công ty DONAGAMEX 22
2.4. Thực trạng marketing thương hiệu công ty DONAGAMEX: 23
2.4.1 Những yếu tố môi trường tác động đến marketing của Công ty DONAGAMEX: 23
2.4.1.1 Môi trường vĩ mô: 23
2.4.1.2 Môi trường vi mô 23
BẢNG KHẢO SÁT THỊ TRƯỜNG 25
2.5. Phân tích thực trạng thương hiệu DONAGAMEX: 29
2.5.1. Phân tích thực trạng về nhận thức thương hiệu: 29
2.5.2. Phản ứng của khách khi sữ dụng thương hiệu công ty DONAGAMEX: 30
2.5.3. Phân tích thực trạng tính cạnh tranh của công ty: 30
2.5.4. Phân tích chất lượng sản phẩm công ty: 32
2.5.5. Phân tích thực trạng chiến lược tiếp thị của công ty: 33
2.6. Định hướng chiến lược phát marketing triển thương hiệu của công ty DONAGAMEX sau này: 34
2.7. Chiến lược marketing mix 4P: 35
2.8. Phân tích ma trận SWOT: 36
2.9. Xác định vấn đề Marketing của thương hiệu DONAGAMEX: 37
2.9.1. Nguyên nhân thương hiệu DONAGAMEX bây giờ không tiếp cận nhiều tới khách hàng mặc dù đã tồn tại rất lâu: 37
2.9.2. Các chỉ số markting thương hiệu tiếp cận đến với khách hàng: 40
2.10. Tổng quan thực trạng hiện tại của công ty DONAGAMEX: 42
***TÓM TẮT CHƯƠNG 2* 43**
CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN THƯƠNG HIỆU 45
3.1. Truyền thông và thương hiệu của công ty: 45
3.2. Điểm mạnh công ty DONAGAMEX: 46
3.3. Điểm yếu 47
3.4. Các chiến lược đề xuất marketing 4P 48
3.4.1. Chiến lược sản phẩm: 48
3.4.2. Chiến lược giá: 49
3.4.3. Chiến lược phân phối: 50
3.4.4. Hỗ trợ tiêu thụ: 50

3.5. Các giải pháp phát triển marketing thương hiệu cho công ty DONAGAMEX: 51
KẾT LUẬN: 54
TÀI LIỆU THAM KHẢO 54