

## MỤC LỤC

<b>NHẬN XÉT CỦA GIÁO VIÊN HƯỚNG DẪN .....</b>	<b>i</b>
<b>LỜI CẢM ƠN.....</b>	<b>ii</b>
<b>DANH MỤC CÁC CỤM TỪ VIẾT TẮT .....</b>	<b>vii</b>
<b>DANH MỤC BIỂU BẢNG .....</b>	<b>viii</b>
<b>DANH MỤC HÌNH/SƠ ĐỒ/BIỂU ĐỒ .....</b>	<b>ix</b>
<b>PHẦN MỞ ĐẦU.....</b>	<b>xi</b>
1. Lý do chọn đề tài .....	xi
2. Mục tiêu của đề tài .....	xii
3. Phương pháp nghiên cứu .....	xii
4. Đối tượng nghiên cứu.....	xii
5. Phạm vi nghiên cứu .....	xii
6. Bố cục của khóa luận.....	xiii
<b>CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ THUYẾT .....</b>	<b>14</b>
1.1 Tổng quan về marketing.....	14
1.1.1 Khái niệm về marketing.....	14
1.1.2 Vai trò của marketing .....	15
1.2 Lý thuyết về Marketing mix 4P.....	16
1.2.1 Khái niệm về marketing mix 4P .....	16
1.2.2 Các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động marketing mix .....	16
<b>TÓM TẮT CHƯƠNG 1.....</b>	<b>18</b>
<b>CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG MARKETING MIX 4P TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN YOUNET MEDIA.....</b>	<b>19</b>
2.1. Tổng quan về công ty .....	19
2.1.1. Giới thiệu về Công ty Cổ phần YouNet Media .....	19
2.1.2. Ngành nghề kinh doanh.....	21

2.1.3. Cơ cấu tổ chức .....	22
2.1.3.1. Sơ đồ tổ chức .....	22
2.1.3.2. Chức năng và vai trò của từng bộ phận .....	23
2.1.4. Phân tích kết quả kinh doanh của Công ty CP YNM .....	24
2.1.4.1 Kết quả hoạt động kinh doanh trong năm 2020, 2021, 2022.....	24
2.1.4.2 Vẽ biểu đồ .....	25
2.2. Nhận xét về hoạt động kinh doanh của công ty CP YouNet Media .....	25
2.3. Các yếu tố tác động đến hoạt động marketing mix 4P của Công ty CP YNM .....	26
2.3.1. Phân tích các yếu tố bên ngoài .....	26
2.3.1.1. Môi trường vĩ mô .....	26
2.3.1.2. Môi trường vi mô của nền kinh tế.....	31
2.3.2. Phân tích môi trường bên trong .....	32
2.3.2.1. Nguồn nhân lực.....	32
2.3.2.2. Tài chính .....	33
2.3.2.3. Sản xuất.....	33
2.3.2.4. Sản phẩm hàng hóa .....	34
2.3.2.5. Nghiên cứu phát triển.....	34
2.3.2.6. Hệ thống thông tin .....	35
2.4. Phân tích thực trạng hoạt động Marketing mix 4P .....	36
2.4.1. Phân tích sản phẩm .....	36
2.4.1.1. Đặc điểm sản phẩm.....	36
2.4.1.2. Chất lượng sản phẩm .....	41
2.4.1.3. Định vị sản phẩm .....	42
2.4.1.4. Phân khúc thị trường.....	43
2.4.1.5. Thị trường tiêu thụ .....	46

2.4.1.6. Sản phẩm thay thế.....	47
2.4.2. Phân tích giá cả.....	49
2.4.2.1. Chiến lược giá.....	49
2.4.2.2. Phân tích giá cả đối thủ.....	51
2.4.2.3. Giá trị sản phẩm.....	57
2.4.3. Phân phối.....	59
2.4.3.1. Kênh phân phối.....	59
2.4.3.2. Vị trí vật lý.....	60
2.4.4. Xúc tiến.....	60
2.4.4.1. Chiến lược quảng cáo.....	60
2.4.4.2. Công cụ xúc tiến.....	60
2.4.4.3. Quảng cáo kỹ thuật số.....	61
2.4.4.4. Quan hệ công chúng.....	63
2.4.5. Đánh giá về hoạt động marketing mix 4P của Công ty YouNet Media. .....	64
2.4.5.1. Về ưu điểm.....	64
2.4.5.2. Về nhược điểm.....	65
<b>TÓM TẮT CHƯƠNG 2.....</b>	<b>66</b>
<b>CHƯƠNG 3: NHẬN XÉT VÀ ĐỀ RA GIẢI PHÁP TỐI ƯU NÂNG CAO HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG MARKETING MIX 4P CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN YOUNET MEDIA.....</b>	<b>67</b>
3.1 Nhận xét về định hướng phát triển và hoàn thiện mục tiêu marketing mix 4P .....	67
3.1.1 Tổng quan về ngành công nghiệp dữ liệu lớn (Big data) và ứng dụng của YouNet Media đối với big data.....	67
3.1.2 Định hướng phát triển của công ty Cổ phần YouNet Media.....	69

3.2 Các giải pháp hoàn thiện hoạt động marketing mix 4P.....	72
3.2.1 Về sản phẩm.....	72
3.2.2 Về giá cả .....	73
3.2.3 Về phân phối.....	73
3.2.4 Truyền thông xúc tiến .....	74
<b>TÓM TẮT CHƯƠNG 3.....</b>	<b>75</b>
<b>KẾT LUẬN.....</b>	<b>76</b>
<b>TÀI LIỆU THAM KHẢO .....</b>	<b>78</b>