

TRƯỜNG ĐẠI HỌC NGUYỄN TẤT THÀNH
KHOA QUẢN TRỊ KINH DOANH



NGUYEN TAT THANH

KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

ĐỀ TÀI:

**PHÂN TÍCH VÀ ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP NHẪM XÂY
DỰNG VÀ PHÁT TRIỂN THƯƠNG HIỆU THE ESPRESSO
CỦA CÔNG TY CP TM DV SX ĐỨC KHOA**

Giảng viên hướng dẫn:

ThS. CAO MINH NHỰT

Sinh viên thực hiện:

TRẦN THỊ KIM HƯƠNG

MSSV: 2000004991

Lớp: 20DMK1B

TP.HCM – 9/2023

TRƯỜNG ĐẠI HỌC NGUYỄN TẤT THÀNH
KHOA QUẢN TRỊ KINH DOANH



NGUYEN TAT THANH

KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

ĐỀ TÀI:

**PHÂN TÍCH VÀ ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP NHẪM XÂY
DỰNG VÀ PHÁT TRIỂN THƯƠNG HIỆU THE ESPRESSO
CỦA CÔNG TY CP TM DV SX ĐỨC KHOA**

Giảng viên hướng dẫn:

ThS. CAO MINH NHỰT

Sinh viên thực hiện:

TRẦN THỊ KIM HƯƠNG

MSSV: 2000004991

Lớp: 20DMK1B

TP.HCM – 9/2023

LỜI CẢM ƠN

Đầu tiên, em muốn gửi lời cảm ơn chân thành đến Ban giám hiệu Trường Đại học Nguyễn Tất Thành, quý thầy cô Khoa Quản trị Kinh doanh đã tận tâm giảng dạy và truyền cảm hứng đến tất cả những sinh viên như em, để chúng em có thêm nhiều kiến thức, mở mang thêm cách tư duy, sáng tạo trong cuộc sống. Đặc biệt, em xin cảm ơn Thầy ThS. Cao Minh Nhật - Người đã tận tình giúp đỡ, hướng dẫn cho em trong suốt thời gian em làm khóa luận tốt nghiệp này.

Trong khoản thời gian 3 năm tại trường, em đã có cơ hội được trải nghiệm chương trình học theo tiêu chí là Thực học – Thực hành – Thực danh – Thực nghiệm cũng từ đó em có cơ hội được thực tập tại Công ty CP TM DV SX Đức Khoa và hoàn thiện khóa luận ngày hôm nay. Vì thời gian và kiến thức còn hạn hẹp nên bài khóa luận của em không thể tránh khỏi những thiếu sót, rất mong sự góp ý của Quý thầy cô để em rút kinh nghiệm và hoàn thành tốt hơn.

Em xin chân thành cảm ơn.

Ngày Tháng Năm 2023

Sinh viên thực hiện

(Ký và ghi họ tên)

.....

PHẦN MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Ngày nay, thương hiệu không còn là một khái niệm xa lạ đối với người dân Việt Nam, nó đã trở thành một đề tài được dư luận thường xuyên nhắc tới. Một thương hiệu mạnh sẽ làm cho giá trị của sản phẩm và dịch vụ tăng lên, tạo được dấu ấn trong tâm trí khách hàng, giúp họ dễ dàng nhận biết và tìm hiểu về doanh nghiệp và tự tin hơn khi quyết định mua sắm hoặc sử dụng dịch vụ.

Khách hàng thường có xu hướng ủng hộ và trung thành với các thương hiệu mà họ tin tưởng từ đó giúp doanh nghiệp dễ dàng tạo ra một thông điệp rõ ràng và nhận diện thương hiệu trong chiến dịch tiếp thị.

The Espresso là một trong những doanh nghiệp áp dụng hình thức nhượng quyền ở Việt Nam, trong quá trình xây dựng và phát triển thương hiệu của mình The Espresso đã gặp không ít những khó khăn và thách thức, bên cạnh đó để có thể tồn tại và phát triển The Espresso cũng có những chiến lược để lại dấu ấn trong tâm trí khách hàng.

Việc lựa chọn đề tài "*Phân tích và đề xuất giải pháp nhằm xây dựng và phát triển thương hiệu The Espresso của Công ty CP TM DV SX Đức Khoa*" là cơ hội để em áp dụng kiến thức đã học được trong lĩnh vực Marketing vào thực tế, đồng thời giúp em phát hiện ra các cơ hội cải tiến và đề xuất các biện pháp tối ưu hóa để phát triển thương hiệu của Công ty. Em có thể đề xuất những ý kiến, giải pháp để nâng cao hiệu quả của Công ty trong việc tiếp cận khách hàng, tăng cường sự hấp dẫn của sản phẩm và tăng cường sự cạnh tranh trên thị trường.

2. Mục tiêu nghiên cứu

Khóa luận này được nghiên cứu với mục tiêu là tìm hiểu, vận dụng lý thuyết đã học về Marketing, thương hiệu để phân tích đánh giá thực trạng nhằm xây dựng và phát triển thương hiệu The Espresso của Công ty CP TM DV SX Đức Khoa. Xác định những kết quả tích cực, hạn chế và nguyên nhân của những hạn chế để từ đó đề xuất những giải pháp nhằm phát triển thương hiệu The Espresso của Công ty.

3. Phương pháp nghiên cứu

Khóa luận sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính để làm thông qua các phương pháp cụ thể sau:

- Phương pháp quan sát thực tiễn: Quan sát thực tế công tác thực hiện kinh doanh sản phẩm tại chi nhánh, trao đổi giữa các nhân viên của công ty.
- Phương pháp thu thập thông tin: Thu thập thông tin cần thiết từ các anh chị tại phòng kinh doanh, đọc qua các sách, chứng từ thực tế từ công ty. Đồng thời tìm hiểu thêm qua các trang mạng internet và báo chí, tài liệu tham khảo.
- Phương pháp phân tích, so sánh giữa các kiến thức đã học và thực tế áp dụng vào công việc.

4. Đối tượng nghiên cứu

Khóa luận nghiên cứu trọng tâm về tình hình xây dựng và phát triển thương hiệu The Espresso của Công ty CP TM DV SX Đức Khoa

5. Phạm vi nghiên cứu

Khóa luận tập trung phân tích và đề xuất giải pháp nhằm hỗ trợ xây dựng và phát triển thương hiệu The Espresso của Công ty CP TM DV SX Đức Khoa.

6. Kết cấu của khóa luận

Phần mở đầu

Phần nội dung

- Chương 1: Cơ sở lý luận
- Chương 2: Phân tích thực trạng xây dựng và phát triển thương hiệu The Espresso của Công ty CP TM DV SX Đức Khoa
- Chương 3: Đề xuất giải pháp nhằm hỗ trợ xây dựng và phát triển thương hiệu The Espresso của Công ty CP TM DV SX Đức Khoa

Phần kết luận