

MỤC LỤC

NHẬN XÉT GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN	i
LỜI CẢM ƠN	ii
LỜI CAM ĐOAN	iii
DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT	viii
DANH MỤC BẢNG BIỂU	ix
DANH MỤC HÌNH/ SƠ ĐỒ/ BIỂU ĐỒ	x
LỜI MỞ ĐẦU	xi
1. Lý do chọn đề tài	xi
2. Mục tiêu nghiên cứu	xii
3. Phương pháp nghiên cứu	xii
4. Đối tượng nghiên cứu	xii
5. Phạm vi nghiên cứu:.....	xii
6. Bố cục khóa luận.....	xiii
CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN CHUNG VỀ MARKETING	1
1.1. Tổng quan về Marketing	1
1.1.1. Một số khái niệm	1
1.1.2. Vai trò của Marketing	2
1.1.3. Chức năng của Marketing	5
1.1.4. Mục tiêu của Marketing	5
1.2. Lý thuyết Marketing 7P	6
1.2.1. Sản phẩm (Product)	6
1.2.2. Giá (Price).....	6
1.2.3. Chiến lược phân phối (Place)	7
1.2.4. Chiến lược xúc tiến (Promotion)	8
1.2.5. Con người (People).....	8
1.2.6. Quy trình cung ứng dịch vụ (Process)	9
1.2.7. Cơ sở vật chất (Physical evidence).....	9
TÓM TẮT CHƯƠNG 1.....	11
CHƯƠNG 2: PHÂN TÍCH HOẠT ĐỘNG MARKETING CỦA CÔNG TY TNHH TM-DV-XNK PHẠM NGUYỄN.....	12

2.1. Giới thiệu sơ lược về Công ty TNHH Thương Mại Xuất Nhập Khẩu Phạm Nguyễn.....	12
2.1.1. Lịch sử hình thành	12
2.1.2. Ngành nghề kinh doanh của công ty TNHH Thương Mại Xuất Nhập Khẩu Phạm Nguyễn	14
2.2. Cơ cấu tổ chức:	15
2.2.1. Sơ đồ tổ chức	15
2.2.2. Chức năng, vai trò các bộ phận trong doanh nghiệp	16
2.2.2.1. Giám đốc	16
2.2.2.2. Phó giám đốc.....	16
2.2.2.3. Phòng hành chính.....	17
2.2.2.4. Phòng kế toán.....	18
2.2.2.5. Phòng kinh doanh	19
2.2.2.6. Phòng kỹ thuật	20
2.3. Phân tích kết quả SXKD của Công ty TM-DV-XNK Phạm Nguyễn 03 năm gần đây nhất.....	22
2.3.1. Kết quả hoạt động SXKD trong 3 năm gần.....	22
2.3.2. Vẽ biểu đồ kết quả hoạt động kinh doanh	23
2.3.3. Nhận xét về hoạt động kinh doanh của công ty.....	23
2.4. Phân tích thực trạng Marketing tại Công ty TM-DV-XNK Phạm Nguyễn.....	25
2.4.1. Phân tích môi trường bên ngoài:.....	25
2.4.1.1. Môi trường vĩ mô của nền kinh tế.....	25
2.4.1.2. Môi trường vi mô của nền kinh tế.....	28
2.4.2. Phân tích môi trường bên trong:	32
2.5. Phân tích hoạt động marketing.....	34
2.5.1. Phân tích sản phẩm	34
2.5.2. Phân tích giá cả.....	37
2.5.3. Phân tích hệ thống phân phối	40
2.5.4. Phân tích hoạt động xúc tiến.....	41
2.5.4.1. Quảng cáo	41

2.5.4.2. Facebook	41
2.5.4.3. Website.....	42
2.5.4.4. Youtube	43
2.5.4.5. Khuyến mãi.....	43
2.5.4.6. Quan hệ công chúng.....	44
2.5.4.7. Chăm sóc khách hàng	44
2.5.5. Phân tích con người	45
2.5.6. Phân tích quy trình.....	47
2.5.6.1. Quy trình bán hàng.....	47
2.5.6.2. Phân tích chi tiết quy trình bán hàng	47
2.5.7. Phân tích cơ sở vật chất	49
2.5.8. Nhận xét về hoạt động marketing 7P của công ty	49
2.5.8.1. Ưu điểm	49
2.5.8.2. Nhược điểm.....	50
TÓM TẮT CHƯƠNG 2.....	51
CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG	
MARKETING CỦA CÔNG TY TNHH TM-DV-XNK PHẠM NGUYỄN..	52
3.1. Các căn cứ để đưa ra giải pháp phát triển Công ty TNHH TM-DV-	
XNK Phạm Nguyễn.....	52
3.1.1. Mục tiêu	52
3.1.2. Định hướng	52
3.2. Giải pháp để nâng cao hiệu quả hoạt động Marketinng của Công ty	
TNHH TM-DV-XNK.....	53
3.2.1. Giải pháp nâng cao mức độ nhận diện thương hiệu	53
3.2.2. Giải pháp xúc tiến cho sản phẩm dịch vụ Công ty TNHH TM DV	
Phạm Nguyễn	54
3.2.3. Giải pháp nguồn nhân lực.....	55
3.2.4. Giải pháp nâng cao cơ sở vật chất	56
3.3. Kiến nghị.....	56
3.3.1. Đối với công ty	56
3.3.2. Đối với nhà nước	56

TÓM TẮT CHƯƠNG 3.....	58
KẾT LUẬN	59
TÀI LIỆU THAM KHẢO	60