

TRƯỜNG ĐẠI HỌC NGUYỄN TẤT THÀNH
KHOA QUẢN TRỊ KINH DOANH



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP
NGÀNH QUẢN TRỊ KINH DOANH

GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG
MARKETING TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN
TẬP ĐOÀN HOA SEN

Giảng viên hướng dẫn:

ThS. NGUYỄN KỶ

Sinh viên thực hiện

PHẠM MINH CHIẾN

Mã số SV: 2000002867

Lớp: 20DQT1D

TP.Hồ Chí Minh – 2023

TRƯỜNG ĐẠI HỌC NGUYỄN TẤT THÀNH
KHOA QUẢN TRỊ KINH DOANH



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP
NGÀNH QUẢN TRỊ KINH DOANH

GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG
MARKETING TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN
TẬP ĐOÀN HOA SEN

Giảng viên hướng dẫn:

ThS. NGUYỄN KỶ

Sinh viên thực hiện

PHẠM MINH CHIẾN

Mã số SV: 2000002867

Lớp: 20DQT1D

TP.Hồ Chí Minh – 2023

LỜI CẢM ƠN

Lời đầu tiên, em bày tỏ lòng biết ơn đến thầy giáo hướng dẫn, **ThS. NGUYỄN KY** người đã tận tình hướng dẫn, định hướng và giúp em hoàn thành luận văn này.

Em xin chân thành cảm ơn các Thầy, Cô đã dạy trong chương trình đào tạo Quản trị Kinh doanh, Trường Đại học Nguyễn Tất Thành những người đã trang bị cho Em thêm nhiều kiến thức và kinh nghiệm đáng quý trong suốt khóa học vừa qua.

Cuối cùng, Em xin cảm ơn các Anh, Chị tại Công ty Cổ Phần Tập Đoàn Hoa Sendã giúp đỡ và tạo điều kiện thuận lợi cho em trong việc thu thập số liệu và hoàn thiện luận văn này.

Trong quá trình thực hiện luận văn do kinh nghiệm và thời gian còn hạn chế nên những biện pháp đưa ra khó tránh khỏi những thiếu sót. Em rất mong nhận được sự góp ý của các thầy cô để bài luận văn của tôi được hoàn thiện hơn.

Xin chân thành cảm ơn!

Ngày tháng năm 20.....

Sinh viên thực hiện

(ký và ghi họ tên)

Phạm Minh Chiến

LỜI CAM ĐOAN

Tôi cam đoan rằng đề tài này là do chính tôi thực hiện, các số liệu thu thập và kết quả phân tích trong đề tài là trung thực, đề tài không trùng với bất kỳ đề tài nghiên cứu khoa học nào.

Ngày tháng năm 20.....

Sinh viên thực hiện

(ký và ghi họ tên)

Phạm Minh Chiến

NHẬN XÉT CỦA GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN

- Họ và tên người nhận xét:.....Học vị:.....

NỘI DUNG NHẬN XÉT

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

TP.Hồ Chí Minh, ngày tháng năm 20.....

NGƯỜI NHẬN XÉT

.....

LỜI MỞ ĐẦU

1. Lý do lựa chọn đề tài

Nền tảng kinh tế nước ta trong những năm gần đây phát triển theo xu hướng mở cửa xuất hiện nhiều thành phần kinh tế tạo cho tính cạnh tranh giữa các doanh nghiệp ngày càng tăng sắc bén. Các doanh nghiệp mong muốn vươn lên và khẳng định vị trí của mình cần phải có năng lực trong tổ chức quản lý, điều hành hoạt động sản xuất kinh doanh của mình. Để có thể đạt được thì nhân viên kinh doanh là bộ phận quan trọng, không thể thiếu trong doanh nghiệp, đặc biệt là lĩnh vực bán hàng và marketing.

Marketing là công cụ được ứng dụng rộng rãi nhất và mang lại hiệu quả tối ưu nhất cho các doanh nghiệp bởi đây là công cụ được đánh giá là một liên kết chặt chẽ giữa công ty và thị trường mục tiêu của nó. Tuy nhiên, để phát triển khai thực sự có hiệu quả toàn diện và khai thác triệt để lợi ích của Marketing trực tiếp đòi hỏi các doanh nghiệp hiện nay phải xây dựng chiến lược

Qua quá trình thực tập tại Công ty Cổ phần Tập Đoàn Hoa Sen, với mong muốn được sử dụng những kiến thức đã học góp phần làm tăng năng lực Marketing tại công ty, cá nhân tôi chọn đề tài " GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG MARKETING TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN TẬP ĐOÀN HOA SEN làm đề tài nghiên cứu cho luận văn tốt nghiệp của mình.

Mục đích của đề tài là xem xét hiện trạng hoạt động tiếp thị tại Công ty và đưa ra các giải pháp tiếp thị cho nó. Ngoài ra, các đề tài còn củng cố và nâng cao nhận thức về Tiếp thị trong cơ sở kinh doanh thương mại để tôi có thể thực hiện và hoàn thiện các phương pháp giải pháp nghiên cứu mà tôi có thể thực hiện trong quá trình làm việc của mình sau khi tốt nghiệp.

2. Mục đích nghiên cứu

Mục đích nghiên cứu của đề tài nhằm:

- Hệ thống hóa cơ sở lý luận chung về hiệu quả hoạt động Marketing tại doanh nghiệp.
- Phân tích thực trạng hiệu quả hoạt động Marketing của Công ty CPTĐ Hoa Sen.

- Nêu ra một số giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động marketing tại Công ty CPTĐ Hoa Sen.

3. Đối tượng nghiên cứu

Công ty Cổ phần Tập Đoàn Hoa Sen.

Các hoạt động marketing chủ yếu tại công ty: Chiến lược thị trường, chiến lược sản phẩm, chiến lược giá, chiến lược phân phối, chiến lược xúc tiến tại Công ty.

4. Phạm vi nghiên cứu

Tập trung nghiên cứu về hoạt động Marketing của Công ty Cổ phần Tập Đoàn Hoa Sen.

Phạm vi không gian: Đề tài được nghiên cứu tại Công ty Cổ phần Tập Đoàn Hoa Sen.

Phạm vi thời gian: Các số liệu để làm đề tài vào giai đoạn 2019 – 2022.

5. Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp thu thập dữ liệu

- Thu thập thông tin cần thiết về tình hình hoạt động Marketing tại công ty Cổ phần Tập Đoàn Hoa Sen qua các số liệu, báo cáo hằng năm; đồng thời thu thập thêm các tài liệu, thông tin liên quan trên Internet, ...
- Tìm hiểu các nguồn dữ liệu từ tác giả thu thập gián tiếp thông qua phương pháp ghi chép, nghiên cứu và truy cập vào các trang website, nghiên cứu các bài báo cáo có liên quan đến đề tài.

Phương pháp phân tích dữ liệu

- Phương pháp so sánh: Là phương pháp được sử dụng khá phổ biến trong phân tích hoạt động kinh doanh. Phương pháp so sánh là phương pháp xem xét các chỉ tiêu phân tích bằng cách dựa trên việc so sánh số liệu với một chỉ tiêu cơ sở. Đồng thời so sánh các kết quả thông tin thu thập được nhằm tổng hợp kết quả nghiên cứu một cách tổng quát.
- Phương pháp thống kê: Là hệ thống các phương pháp bao gồm thu thập, tổng hợp, trình bày số liệu, tính toán các đặc trưng của đối tượng

nghiên cứu nhằm phục vụ cho quá trình phân tích, dự đoán, ra quyết định.

6. Kết cấu đề tài

Chương 1: Cơ sở lý luận chung về hoạt động Marketing tại Công ty Cổ phần Tập Đoàn Hoa Sen.

Chương 2: Thực trạng về hoạt động Marketing của Công ty Cổ phần Tập Đoàn Hoa Sen.

Chương 3: Giải pháp nâng cao hiệu quả Marketing tại Công ty Cổ phần Tập Đoàn Hoa Sen.