

TRƯỜNG ĐẠI HỌC NGUYỄN TẤT THÀNH  
KHOA QUẢN TRỊ KINH DOANH



**KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP**

**ĐỀ TÀI:**

**PHÂN TÍCH THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG MARKETING  
MIX 4P VÀ ĐƯA RA GIẢI PHÁP TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN  
YOUNET MEDIA**

*Giảng viên hướng dẫn:*

**ThS. NGUYỄN THỊ XUÂN TRANG**

*Sinh viên thực hiện:*

**NGUYỄN HỒNG ANH**

**MSSV: 2000004595**

**LỚP: 20DMK1B**

**TP. HỒ CHÍ MINH – 2023**

**TRƯỜNG ĐẠI HỌC NGUYỄN TẤT THÀNH**  
**KHOA QUẢN TRỊ KINH DOANH**



**KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP**

**ĐỀ TÀI:**

**PHÂN TÍCH THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG MARKETING  
MIX 4P VÀ ĐƯA RA GIẢI PHÁP TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN  
YOUNET MEDIA**

*Giảng viên hướng dẫn:*

**ThS. NGUYỄN THỊ XUÂN TRANG**

*Sinh viên thực hiện:*

**NGUYỄN HỒNG ANH**

**MSSV: 2000004595**

**LỚP: 20DMK1B**

**TP. HỒ CHÍ MINH - 2023**



## LỜI CẢM ƠN

Để hoàn thành được khóa luận này, điều đầu tiên tôi xin được gửi lời cảm ơn sâu sắc đến với Cô ThS. Nguyễn Thị Xuân Trang đã dành nhiều thời gian, tận tình hướng dẫn tôi cho đến khi hoàn thành khóa luận.

Trong quá trình thực hiện khóa luận tốt nghiệp, tôi đã cố gắng nỗ lực để hoàn thiện, trao đổi và tiếp thu ý kiến đóng góp từ Cô, Anh/Chị và bạn bè song không thể tránh khỏi những thiếu sót. Tôi xin cam đoan là khóa luận tốt nghiệp này là do chính tác giả là tôi nghiên cứu, tham khảo nhiều nguồn tài liệu để hoàn thành. Rất mong nhận được những thông tin đóng góp của Quý Thầy/Cô, Anh/Chị và bạn đọc.

Xin chân thành cảm ơn.

Ngày .....tháng .....năm.....

**Sinh viên thực hiện**

*(ký và ghi rõ họ tên)*

.....

# PHẦN MỞ ĐẦU

## 1. Lý do chọn đề tài

Trong tình hình kinh tế nước ta hiện nay cũng nhưng ngày càng có nhiều doanh nghiệp lớn vừa và nhỏ và thậm chí là các công ty quốc tế mọc lên như nấm và thực tế thị trường Việt Nam đang là miếng mồi thơm dành cho các doanh nghiệp. Cùng với sự du nhập văn hóa, sự phát triển của công nghệ và ngày càng có nhiều hơn những nhu cầu và mong muốn của khách hàng về những sản phẩm mới để phục vụ cho cuộc sống. Khi nhà nước ta áp dụng chính sách mở cửa điều này đã tạo ra thêm nhiều cơ hội phát triển cho doanh nghiệp trong nước, ngoài việc tăng cơ hội hợp tác xuyên quốc gia mà còn mở ra thêm nhiều cơ hội học hỏi công nghệ tiên bộ và tham gia nhiều dự án đầu tư quốc tế hơn nữa nhưng bên cạnh đó vẫn có rất nhiều thách thức dành cho doanh nghiệp khi phải tiếp cận các nền công nghệ mới, văn hóa mới, thị trường mới trong khi đó nhu cầu của người tiêu dùng lại thay đổi liên tục và thị hiếu của người tiêu cũng thay đổi, họ muốn sự mới mẻ, sự cải tiến vượt bậc so với cái cũ, trải nghiệm sự tiện lợi và nhanh chóng, sự chính xác trong sản phẩm. Những việc trên đã đặt ra nhiều vấn đề nặng nề trên vai các doanh nghiệp đã và đang hoạt động trong và ngoài nước vì còn có rất nhiều đối thủ cạnh tranh trên thị trường hơn hết điều này buộc các doanh nghiệp phải thay đổi chiến lược hoạt động liên tục để có thể bắt kịp xu hướng thị hiếu người tiêu dùng.

Và một điều thực tế cần phải công nhận là khi mà chúng ta cho ra mắt được sản phẩm đáp ứng được khách hàng hay người tiêu dùng thì phải làm cách nào đây để khách hàng biết đến và sử dụng sản phẩm, ở một mức độ nào đó có thể sản phẩm chỉ khiến cho khách hàng biết đến nhưng vẫn chưa đủ sức hấp dẫn để tin dùng sản phẩm. Như vậy nâng cao hơn nữa Marketing chính là lắng nghe và thấu hiểu khách hàng từ đó sẽ đưa ra các giải pháp tiếp cận đến khách hàng chính xác hơn hay nói cách khác là chạm đến điểm chạm của khách hàng và cũng sẽ là cầu nối giúp cho doanh nghiệp đến gần hơn với khách hàng và cho dù sản phẩm có tốt có hoàn hảo đến đâu mà không lắng nghe thấu hiểu mong muốn của khách hàng thì sẽ rất dễ mất khách hàng khi hiểu sai ý. Và hơn hết việc hiểu rõ Insight khách hàng sẽ dễ dàng hơn trong việc thực hiện các chiến lược Marketing hiệu

quả hơn. Vì thế, trong số các công ty hoạt động trong lĩnh vực Marketing và đặc biệt lại tiên phong dẫn đầu về phân tích dữ liệu Mạng xã hội thông qua các dữ liệu thu thập được sẽ đưa ra các giải pháp cho khách hàng. Nhận thức được vấn đề này nên tôi đã chọn thực hiện đề tài: “PHÂN TÍCH THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG MARKETING MIX 4P VÀ ĐƯA RA GIẢI PHÁP TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN YOUNET MEDIA”.

## **2. Mục tiêu của đề tài**

- Nghiên cứu về tổng quan lý thuyết về các khái niệm về hoạt động marketing, marketing mix, chiến lược xây dựng marketing mix dài hạn tại YouNet Media.
- Đánh giá các hoạt động marketing mix có hiệu quả hay không?
- Đề ra các giải pháp nâng cao hoạt động marketing mix tại YouNet Media.

## **3. Phương pháp nghiên cứu**

Tác giả thực hiện đề tài bằng các phương pháp như sau:

- Phương pháp thu thập tài liệu
- Phương pháp phân tích và tổng hợp
- Phương pháp quan sát

## **4. Đối tượng nghiên cứu**

Thông qua các mục tiêu tìm kiếm và tham gia thực tập tôi lựa chọn **Công ty Cổ phần YouNet Media** làm đối tượng phục vụ nghiên cứu khóa luận

## **5. Phạm vi nghiên cứu**

- Phạm vi nghiên cứu không gian: Tập trung đến các quá trình hoạt động marketing mix 4p tại Công ty Cổ phần YouNet Media
- Phạm vi nghiên cứu lý thuyết: Nghiên cứu chỉ sử dụng các lý thuyết từ sách, các báo cáo tổng hợp và các website liên quan đến Marketing trong suốt quá trình thực hiện khóa luận

- Số liệu được lấy từ kinh doanh lấy từ năm 2020 – 2022, các quyền sách tái bản từ năm 2013 đến nay

## **6. Bố cục của khóa luận**

Ngoại trừ phần mở đầu và kết thúc, bố cục sẽ có những nội dung chính như sau:

Chương 1: Cơ sở lý luận

Chương 2: Thực trạng hoạt động marketing mix 4P tại Công ty Cổ phần YouNet Media

Chương 3: Nhận xét và các giải pháp nâng cao hiệu quả Marketing mix tại Công ty Cổ phần YouNet Media