

**BỘ CÔNG THƯƠNG**

**TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP TP.HCM**

**KHOA CÔNG NGHỆ THÔNG TIN**

**BÁO CÁO MÔN HỌC**

**PHÁT TRIỂN ỨNG DỤNG**

Đề tài:KHỞI NGHIỆP VỚI ỨNG DỤNG QUẢN LÝ KARAOKE NICE

Giảng viên hướng dẫn: Phạm Thanh Hùng

Sinh viên thực hiện: Tô Thị Minh Hồng - 19524301

Hoàng Thị Ngọc Như - 20002425

Võ Quốc Thịnh - 20078241

Lớp: DHKTPM16B

TP.Hồ Chí Minh – Ngày 16 Tháng 12 Năm 2022

# Mục lục

[I. CHƯƠNG MỞ ĐẦU 2](#_Toc122032004)

[1. Khái niệm kế hoạch kinh doanh: 2](#_Toc122032005)

[2. Lợi ích của việc lập kế hoạch kinh doanh: 2](#_Toc122032006)

[3. Lý do chọn đề tài 3](#_Toc122032007)

[II. GIỚI THIỆU CHUNG VỀ CÔNG TY 3](#_Toc122032008)

[1. Lĩnh vực kinh doanh 3](#_Toc122032009)

[2. Mục tiêu 4](#_Toc122032010)

[3. Nhiệm vụ 4](#_Toc122032011)

[4. Nhân tố thành công 4](#_Toc122032012)

[5. Hình thức thanh toán 5](#_Toc122032013)

[6. Tầm nhìn của công ty 5](#_Toc122032014)

[III. PHÂN TÍCH THỊ TRƯỜNG 5](#_Toc122032015)

[1. Tình hình thị trường 6](#_Toc122032016)

[2. Phân đoạn thị trường 6](#_Toc122032017)

[3. Khách hàng mục tiêu 6](#_Toc122032018)

[4. Phân tích ngành 7](#_Toc122032019)

[5. Đối thủ cạnh tranh 7](#_Toc122032020)

[6. Lợi thế cạnh tranh 8](#_Toc122032021)

[IV. THIẾT KẾ PHẦN MỀM 8](#_Toc122032022)

[1. Thiết kế phần mềm 8](#_Toc122032023)

[2. Bảo trì và lưu trữ 8](#_Toc122032024)

[3. Thời gian thực hiện 9](#_Toc122032025)

[4. Chi phí dự đoán 9](#_Toc122032026)

[V. CHIẾN LƯỢC CẠNH TRANH 9](#_Toc122032027)

[1. Phân tích điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội, thách thức của đối thủ cạnh tranh 9](#_Toc122032028)

[2. Cơ hội( O) 9](#_Toc122032029)

[3. Thách thức ( T) 9](#_Toc122032030)

[VI. KẾ HOẠCH MARKETING 10](#_Toc122032031)

[1. Sản phẩm 10](#_Toc122032032)

[2. Giá 10](#_Toc122032033)

[3. Phân phối 10](#_Toc122032034)

[4. Xúc tiến 10](#_Toc122032035)

[5. Nhân lực 12](#_Toc122032036)

[6. Cơ sở hạ tầng của công ty 12](#_Toc122032037)

[VII. TỔ CHỨC NHÂN SỰ VÀ QUẢN LÝ 13](#_Toc122032038)

[1. Mô hình tổ chức và quản lý 13](#_Toc122032039)

1. **CHƯƠNG MỞ ĐẦU**
   1. **Khái niệm kế hoạch kinh doanh:**

Kế hoạch kinh doanh là bản tổng hợp các nội dung chứa trong các kế hoạch bộ phận bao gồm kế hoạch tiếp thị, kế hoạch sản xuất, kế hoạch nhân sự, kế hoạch tài chính mà doanh nghiệp dự kiến thực hiện trong thời đoạn từ 3 - 5 năm. Nội dung bản kế hoạch kinh doanh nhằm mô tả, phân tích hiện trạng hoạt động bên trong doanh nghiệp và bên ngoài doanh nghiệp ( môi trường kinh doanh), trên cơ sở đó đưa ra các hoạt động dự kiến cần thiết trong tương lai nhằm mục tiêu kế hoạch đề ra.

* 1. **Lợi ích của việc lập kế hoạch kinh doanh:**
* Định hướng phát triển hoạt động kinh doanh hiện tại trong tương lai.
* Kế hoạch kinh doanh là thứ không thể thiếu khi làm đơn xin vay vốn.
* Tìm kiếm nguồn vốn đầu tư cho một hoạt động kinh doanh.
* Tạo ra một hoạt động kinh doanh mới.
* Giúp định giá tài sản.
* Giúp cho việc kinh doanh trở nên dễ dàng.
* Liên quan đến sự chuyên nghiệp.
* Phát triển những khối liên minh mới trong kinh doanh.
* Chia sẻ và giải thích những mục tiêu kinh doanh.
* Quyết định mua hay thuê những tài sản mới.
* Hợp lý hoá các quy trình kinh doanh.
* Sự thay thế và dịch chuyển trong kinh doanh“Bất kể những gì mà bạn làm đều có thể có một cách làm khác nào đó mà bạn chưa biết và chưa làm được”.
* Thiết lập sự cân bằng giữa công việc và cuộc sống.
* Thiết lập các mục tiêu cụ thể
  1. **Lý do chọn đề tài**

Ngày này, nền kinh tế đất nước đang phát triển rất nhanh, thu thập của người

dân đã được nâng cao rất nhiều. Cùng với quá trình đó, nhu cầu giải trí của

người dân cũng tăng mạnh. Sau những thời gian làm việc căng thẳng, hội ngộ bạn bè hoặc gia đình là điều không thể thiếu.

**Kinh doanh karaoke luôn là một ngành rất thu hút trên thị trường và là nơi giải trí được giới trẻ ưa chuộng. Mọi người có thể dành rất nhiều thời gian vào việc ca hát, ăn uống ở đây.**

Từ những điều kiện trên cùng nhu cầu thị trường giải trí, về đối tượng mà các quán karaoke nhắm đến là tất cả mọi người, ở mọi độ tuổi khác nhau. Tuy nhiên khách hàng tiềm năng là người trẻ, vì nhu cầu của đối tượng này là khá lớn.

1. **GIỚI THIỆU CHUNG VỀ CÔNG TY**
   1. **Tên công ty**

Công ty TNHH Giải trí Karaoke NICE

Website: [www.karaokeNICE.com.vn](http://www.karaokeNICE.com.vn)

Email:

Trụ sở chính: 575 Sư Vạn Hạnh, phường 13, quận 10, tp. Hồ Chí Minh

ĐT: 0436 285 022. Fax: 0436285022.

Loại hình: Công ty trách nhiệm hữu hạn

Vốn điều lệ: 3 tỷ VNĐ

Thời gian dự tính bắt đầu kinh doanh: 01/01/2023.

* 1. **Lĩnh vực kinh doanh**

Sản phẩm chủ yếu của công ty là kinh doanh dịch vụ giải trí karaoke:

1.Dịch vụ karaoke

2.Dịch vụ đồ uống

3.Dịch vụ thức ăn nhẹ, thuốc lá, trái cây …

* 1. **Mục tiêu**

1. Tạo ra một hệ thống giải trí Karaoke phục vụ mục đích giải trí cho mọi người

2. Là địa chỉ tin cậy của khách hàng.

3. Có lượng khách hàng thường xuyên khoảng 500khách hàng /tháng trong năm đầu tiên.

4. Từng bước mở rộng sang các dịch vụ khác liên quan như nhà hàng, khách sạn sau 3 năm công ty đi vào hoạt động.

5. Mở rộng thị trường kinh doanh đến các quận khác ở TP.Hồ Chí Minh vào năm thứ 02 kinh doanh.

* 1. **Nhiệm vụ**

1. Mang tới cho mọi người dịch vụ giải trí Karaoke chất lượng với chi phí vừa phải.

2. Là địa chỉ tin cậy cho các hoạt động giải trí, hội ngộ bạn bè và gia đình cho mọi người.

3. Mang đến cho khách hàng những sản phẩm tốt nhất và dịch vụ tốt nhất từ hệ thống Karaoke NICE

* 1. **Nhân tố thành công**

1. Không gian đẹp, sinh động, trẻ trung, vui nhộn, hệ thống âm thanh chất lượng cao.

2. Giá cả cạnh tranh nhất.

3. Dịch vụ chăm sóc khách hàng chuyên nghiệp, nhân viên tận tình, thân thiện.

4. Nhà cung cấp hàng hóa ổn định, giá thành tốt.

5. Tạo sự khác biệt bằng các dịch vụ giải trí phụ mà giới trẻ hiện nay ưa thích.

6. Danh tiếng: Quảng cáo mạnh và rộng, xây dựng nhiều chương trình khuyến mãi mang lại lợi ích cho khách hàng.

* 1. **Hình thức thanh toán**

1. Tiền mặt.

2. Thẻ tín dụng hoặc thẻ chuyên dụng.

3. Chuyển khoản ngân hàng( ATM)

4. Thanh toán bằng ví VNPay

* 1. **Tầm nhìn của công ty**

**6 tháng đầu gia nhập thị trường**

* Tập trung vào xây dựng và quảng bá, phát triển hệ thống Karaoke Nice. Tập trung về mặt không gian, bố trí kiểu dáng mới lạ, thu hút được khách hàng.
* Thực hiện các biện pháp thu hút khách hàng biết đến Karaoke Nice.
* Thu hút khách hàng đến quán Karaoke Nice với 1000 khách hàng /6 tháng

**Năm đầu tiên**

* Tiếp tục quảng bá và mở rộng hệ thống bằng cách mở thêm chi nhánh khác.
* Thực hiện các dịch vụ chăm sóc khách hàng thật tốt nhằm tạo uy tín cho khách hàng.
* Các dịch vụ được đầu tư hơn về chất lượng. đặc biệt là dịch vụ Karaoke cần tạo sự khác biệt, làm nổi bật.
* Tăng lượng khách hàng lên gấp đôi 1000 khách hàng/tháng trong năm đầu tiên

**5 năm tiếp theo**

* Là địa chỉ tin cậy cho các khách hàng cũ, thu hút khách hàng mới.
* Tiếp tục bổ sung, phát triển hệ thống bằng cách sửa sang không gian, kiểm tra và bảo trì cũng như nâng cấp hệ thống âm thanh thường xuyên
* Mở rộng thị trường sang toàn bộ tp.Hồ Chí Minh.
* Trở thành những hệ thống giải trí Karaoke được đánh giá có tính chuyên nghiệp, tin cậy, được khách hàng lựa chọn.
* Đã có một lượng khách hàng trung thành.

1. **PHÂN TÍCH THỊ TRƯỜNG**
   1. **Tình hình thị trường**

**Kinh doanh karaoke luôn là một ngành rất thu hút trên thị trường và là nơi giải trí được giới trẻ ưa chuộng. Mọi người có thể dành rất nhiều thời gian vào việc ca hát, ăn uống ở đây. Chính vì lẽ đó nhiều nhà đầu tư rất chịu chi tiền vào lĩnh vực này.**

**Nhưng cũng vì sự thu hút này, mà rất nhiều quán karaoke ra đời và tạo nên một môi trường cạnh tranh rất cao. Vì vậy nên không hẳn quán karaoke nào mở ra cũng sẽ thành công và có nhiều khách hàng.**

### **Hiện nay có rất nhiều hệ thống Karaoke có độ uy tín nhất định ở tp.Hồ Chí Minh như:** Karaoke ICOOL, Karaoke Nốt nhạc vui, Karaoke Gold Star, Karaoke Avatar, Karaoke Kingdom, …

* 1. **Phân đoạn thị trường**

3.2.1.Theo độ tuổi.

-Độ tuổi từ 16-30

-Độ tuổi từ 31-40

-Độ tuổi trên 40

3.2.2 Theo mức độ dịch vụ.

-Dịch vụ cao cấp: Phòng rộng hơn, nội thất sang trọng, khả năng cách âm tốt, các loại dịch vụ cao cấp hơn như rượu vang, …

-Dịch vụ trung cấp: Chủ yếu phục vụ các dịch vụ như các quán Karaoke thông thường, đặc biệt vẫn có hệ thống âm thanh chất lượng cao, không gian đủ rộng rãi.

3.2.3. Chiến lược thị trường mục tiêu.

Thị trường mục tiêu của Karaoke Nice là thị trường trung cấp: phục vụ dịch vụ trung cấp với mức giá hợp lí với khách hàng mục tiêu là giới trẻ ở độ tuổi từ 16-40 tuổi.

* 1. **Khách hàng mục tiêu**

Giới trẻ có độ tuổi trong khoảng từ 16-30 tuổi và từ 31-40 tuổi là khách hàng mục tiêu của công ty.

Trong khoảng độ tuổi này họ có thu nhập và nhu cầu và giải trí cao.

Việc định hướng khách hàng mục tiêu đúng giúp cho việc phát triển theo thời gian. Vì giải trí là lĩnh vực không ngừng biến đổi, mỗi giai đoạn khác nhau, sẽ có khuynh hướng dịch vụ giải trí khác nhau.

Ngoài ra có nhóm khách hàng sử dụng dịch vụ cao cấp từ độ tuổi trên 40.

* 1. **Phân tích ngành**

Thị trường giải trí Việt Nam đang rất sôi động. Số lượng các khu vui chơi giải trí cũng như nhà hàng, khách sạn, karaoke đang mở rất nhiều.

Dự kiến thị trường sẽ tiếp tục phát triển mạnh trong các năm tiếp theo do thu nhập tăng kèm theo áp lực công việc sẽ kéo theo dịch vụ giải trí phát triển.

* 1. **Đối thủ cạnh tranh**

Karaoke Nice có các đối thủ cạnh tranh mạnh sau:

### • Karaoke ICOOL

### Karaoke ICOOL với không gian sang trọng, ấm cúng và chất lượng âm thanh không hề kém cạnh so với nhiều đối thủ khác, ICOOL được nhiều gia định lựa chọn vui chơi, giải trí vào dịp cuối tuần.

### • Karaoke Nốt nhạc vui

Nằm tại số 293-295 Hoàng Văn Thụ gần khu vực vòng xoay Lăng Cha Cả, đây là một quán karaoke gia đình có không gian rất tốt, giá cả hợp lý chỉ với khoảng 230.000 đồng/giờ.

### • Karaoke Gold Star

### Karaoke Gold Star nằm tại góc đường Lê Văn Thọ, là một trong số những quán karaoke có chi phí cao nhưng chất lượng lại rất tốt. Không gian quán sang trọng, đầy đủ tiện nghi như máy lạnh, sofa, đặc biệt là dàn âm thanh và ánh sáng chất lượng bậc nhất Sài Gòn.

### • Karaoke Avatar

### Karaoke Avatar nằm tại số 61-63-65 đường Phạm Viết Chánh, quận 1, đây là một trong những con đường tấp nập với nhiều địa điểm vui chơi được giới trẻ ưa chuộng. Quán sở hữu dàn âm thanh xịn sò được đầu tư công phu cùng không gian phòng hát sang trọng, hiện đại.

### • Karaoke Kingdom

Karaoke Kingdom thu hút được một lượng lớn những người yêu thích âm nhạc đến trải nghiệm không gian karaoke đẳng cấp, sang trọng. Mỗi phòng karaoke của Kingdom đều được setup và trang trí theo những phong cách riêng để tạo ra sự thoải mái và đa dạng cho khách hàng. Quán có đầy đủ các loại phòng từ phòng thường cho đến phòng super vip.

* 1. **Lợi thế cạnh tranh**

Có nhiều dịch vụ phục vụ cho nhiều nhu theo cấp bậc khác nhau từ sang trọng đến ấm cúng

Không gian rộng, hệ thống âm thanh được nâng cấp thường xuyên bởi bộ phận kĩ thuật

Dịch vụ luôn đề cao tiêu chí: Chất lượng tốt, tính theo giá cả hợp lý.

1. **THIẾT KẾ PHẦN MỀM**
   1. **Thiết kế phần mềm**

Tự thiết kế

* 1. **Bảo trì và lưu trữ**

Nâng cấp phần mềm.

Cập nhật thông tin, sản phẩm cho phần mềm.

Thay đổi về thiết kế mỹ thuật cho phần mềm

Thêm các module chức năng cho phầm mềm.

Bảo trì phần mềm

Kiểm tra hệ thống, khắc phục các lỗi bảo mật (nếu có) theo định kỳ.

* 1. **Thời gian thực hiện:** 10 tuần
  2. **Chi phí dự đoán**

Các cổ đông của công ty tự thiết kế phần mềm nên không có chi phí thiết kế

1. **CHIẾN LƯỢC CẠNH TRANH**
   1. **Phân tích điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội, thách thức của đối thủ cạnh tranh**

**Điểm mạnh (S)**

S1: Nhân viên chuyên nghiệp, thân nhã.

S2: Giá cả cạnh tranh so với hệ thống karaoke khác.

S3: Những chính sách cạnh tranh khuyến mãi hấp dẫn.

S4: Chi phí duy trì hoạt dộng của phần mềm thấp.

S5: Có khả năng triển khai Marketing với chi phí thấp.

S6: Có sự hỗ trợ bởi các nhà cung cấp.

**Điểm yếu ( W ).**

W1: Vừa mới thâm nhập thị trường nên chưa có nhiều kinh nghiệm kinh doanh.

W2: Chưa nhiều người biết đến hệ thống do vừa mới tham gia vào thị trường. W4: Có thể xảy ra các tình huống bất ngờ, sự cố về kỹ thuật, vốn, nhân lực

W5: Các dịch vụ của hệ thống chưa thực sự cạnh tranh với các dịch vụ của hệ thống karaoke khác.

W6: Tài chính hạn hẹp, khó mở rộng, và làm Marketing.

**Cơ hội( O)**

O1: Nhu cầu về khách hàng này càng tăng

O2: Tạo sự khác biệt về đa dịch vụ.

O3: Thực hiện các chương trình khuyến mại, nhằm thu hút sự chú ý của khách hàng.

**Thách thức ( T)**

T1: Phải cạnh tranh với nhiều hệ thống Karaoke đã có độ uy tín nhất định

T3: Kinh tế suy thoái sẽ làm tốc độ tăng trưởng của thị trường không được nhanh như mong đợi theo đó các hoạt động giải trí sẽ giảm độ chú trọng.

T4: Đối thủ cạnh tranh hạ giá các phẩm dịch vụ kém chất lượng làm rối loạn thị trường, làm mất niềm tin của khách hàng.

1. **KẾ HOẠCH MARKETING**
   1. **Sản phẩm**

Khi xác định được đối tượng khách hàng và thị trường mục tiêu sử dụng chiến lược tổng thể:

Dựa vào ưu nhược điểm của đối thủ trên thị trường, cần tạo khác biệt dịch vụ mà hệ thống cung cấp, tạo không gian ấm cúng hay sang trọng tùy theo nhu cầu của khách hàng.

* 1. **Giá**

Giá cả dịch vụ phải chăng, hợp lý khi đã tính toàn bộ các chi phí, kết hợp thảo thuận với các nhà cung cấp về giá cả.

Sử dụng chiến lược định giá cố định tức là một dịch vụ sẽ cùng một mức giá đối với khách hàng khác nhau.

* 1. **Phân phối**

• Marketing Online: Được chú trọng trong thời gian đầu.

- Quảng cáo Google Adwords: Tập trung quảng cáo, vì thời điểm ban đầu việc làm SEO chưa có hiệu quả.

- Email Marketing: Gửi thường xuyên tới khách hàng mới.

- Làm SEO.

• Marketing offline:

- Phát tờ rơi theo từng chiến dịch: Phát khoảng 2000 tờ mỗi dịp lễ.

- Thực hiện việc tặng quà cho các khách hàng thân quen, và khách hàng có hóa đơn đạt mức nhất định.

* 1. **Xúc tiến**

• Quảng cáo trực tuyến.

• Xúc tiến bán điện tử.

• Quan hệ công chúng điện tử.

• MKT điện tử trưc tiếp.

Công cụ xúc tiến mà doanh nghiệp sử dụng đẩy mạnh đó là công cụ quảng cáo trực tuyến và quan hệ công chúng điện tử. Sau khi đã thu hút được sự chú ý và quan tâm của khách hàng đến hệ thống thì daonh nghiệp sử dụng hai công cụ còn lại.

- Quảng cáo trực tuyến: Các mô hình quảng cáo trực tuyến hiện nay mà công ty đang sử dụng là:

+ Quảng cáo trực tuyến qua banner, text- link

+ Quảng cáo trực tuyến qua cửa sổ phụ

+ Quảng cáo trực tuyến qua email.

+ Quảng cáo trực tuyến qua công cụ tìm kiếm.

Trong các mô hình website tập trung đẩy mạnh quảng cáo trực tuyến qua banner, text- link, quảng cáo trực tuyến qua công cụ tìm kiếm ( SEM), viết bài bình luận qua các trang web, blog

• Quảng cáo trực tuyến qua banner, text link

• Quảng cáo trực tuyến qua công cụ tìm kiếm (SEM): Công cụ SEM giúp website luôn được hiển thị cao nhất khi người sử dụng tìm kiếm thông tin, giúp gia tăng số lượng người truy cập website tăng cơ hội khách hàng biết đến hệ thống Karaoke. Tại Việt Nam thì công cụ tìm kiếm mà mọi người hay sử dụng nhất đó là Google.com do vậy công ty sẽ sử dụng Google adwords là công cụ SEM hàng đầu của google với chi phí hiện nay dành cho công cụ này không quá cao nên có thể mua các từ khóa gắn liền và gần nhất hệ thống như: “ Karaoke giá rẻ”, “ Karaoke chất lượng”,...

• Quan hệ công chúng điện tử: Vì website nhằm mục đích thu hút khách hàng. Quan hệ công chúng điện tử là công cụ giải quyết tốt cho điều này:

- Xây dựng nội dung trên website của công ty.

- Tối ưu hóa công cụ tìm kiếm (SEO).

- Xây dựng cộng đồng điện tử

Sau giai đoạn thu hút sự chú ý và quan tâm của khách hàng công ty sẽ đẩy mạnh 2 công cụ còn lại là:

- Xúc tiến bán điện tử.

- MKT điện tử trực tiếp.

Tác động vào giai đoạn quyết định đến sử dụng dich vụ của hệ thống của khách hàng.

• Xúc tiến bán điện tử. Các hoạt động của xúc tiến bán mà công ty sẽ xây dựng:

- Phát coupon( các phiếu giảm giá): Đối với khách hàng có hóa đơn cao, mua nhiều lần, công ty sẽ cấp thẻ VIP có thể giảm giá cho lần đến tiếp theo với mức giảm 5% trong vòng 1 năm.

- Khuyến mại: Đưa các chương trình, trò chơi có thưởng nhằm khuyến khích và thuyết phục người đến trải nghiệm dịch vụ.

• Marketing điện tử trực tiếp.Các hoạt động của marketing trự tiếp của công ty:

- MKT qua điện thoại, gửi thư và catalogue qua bưu điện

- Email Marketing.

* 1. **Nhân lực**

Con người được đặt lên hàng đầu công ty. Thỏa mãn khách hàng sẽ đến mua hàng những lần tới, thỏa mãn nhân viên, nhân viên làm việc hăng say, nhiệt tình.

Với số nhân viên khoảng 30 nhân viên ở tất cả các bộ phận.

Nhân viên là những con người ở thế hệ mới, trẻ trung ,năng động, sáng tạo có khả năng tiếp thu nhanh, thay đổi hoàn thiện tốt, dày dạn kinh nghiệm. Mỗi nhân viên phải trang bị cho mình rất nhiều kỹ năng, sự năng động nhạy bén trong nắm bắt thông tin, công nghệ mới, tính sáng tạo trong công việc, với đam mê, nhiệt huyết và kiên trì nhẫn nại.

* 1. **Cơ sở hạ tầng của công ty**

Cơ sở hạ tầng cung ứng chủ yếu là: Nhà kho, phương tiện vận chuyển, thiết bị, bộ phận xử lý đơn hàng.

Được trang bị đầy đủ các thiết bị máy vi tính, mạng, máy chủ, camera, bộ đàm

Có nhiều cơ sở vật chất như: Kệ sắt, máy vi tính, máy in hóa đơn, loa, micro, bàn, sopha, quạt, điều hòa…

Phần mềm được xây dựng và bảo trì bởi chính những nhân viên giàu kinh nghiệm của công ty được tuyển chọn kỹ càng, đường truyền Internet, truy cập nhanh.

1. **TỔ CHỨC NHÂN SỰ VÀ QUẢN LÝ**
   1. **Mô hình tổ chức và quản lý**

• Giám đốc: Là người đứng đầu công ty, giám đốc có những nghĩa vụ và quyền hạn riêng, như cùng nhân viên của mình phát triển phần mềm, đồng hành cùng mục tiêu của công ty.

- Hoạch định chiến lược phát triển công ty

- Quản lý và điều hành toàn bộ hoạt động của công ty theo quy định

- Là người chịu trách nhiệm pháp lý cho công ty.

• Bộ phận kỹ thuật.

- Thiết kế phần mềm:

+ Theo dõi, cập nhật nội dung, đăng tin, bài viết cho website.

+ Đảm bảo tính ổn định về mặt kỹ thuật và chất lượng thông tin trên website.

+ Phối hợp cùng các bộ phận khác xây dựng các chương trình khuyến mãi

+ Thực hiện các công việc liên quan khác theo sự phận công của người quản lý.

- Quản trị web:

+ Quản lý và úp nội dung lên trang web của công ty.

+ Quản lý những nội dung không chính xác, những bình luận thiếu tôn trọng cho website.

-Kiểm tra và bảo trì các thiết bị và hệ thống âm thanh.

• Bộ phận tài chính kế toán.

- Nhân viên kế toán:

+ Lập kế hoạch thu, chi tài chính hằng năm của công ty.

+ Quản lý tiền lương

• Bộ phận quản lý: quản lý bộ phận phục vụ khách hàng

• Bộ phận phục vụ khách hàng:

+ Lễ tân

+ Nhân viên phục vụ

+ Bảo vệ