**BÀI TẬP LỚN QUẢN TRỊ MARKETING 2023**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **STT** | **Nội dung** | **Yêu cầu** | **Điểm (30)** | **Ghi chú** |
| 1. | ***Giới thiệu DN*** | - Ngành/lĩnh vực hoạt động  - Các SP/DV đang sản xuất  - Đối thủ cạnh tranh  - Khách hàng DN | 1 |  |
| 2. | ***Các nội dung cơ bản và quy trình MKT của DN*** | - Triết lý Marketing của DN | 3 |  |
| - Tiến trình QTM của DN |
| - Hệ thống thông tin MKT (MIS) của DN |
| 3. | ***Phân đoạn thị trường và định vị thị trường mục tiêu*** | - Các tiêu chí phân đoạn thị trường cho các sản phẩm khác nhau ở các thị trường khác nhau | 4 |  |
| - Các yếu tố vĩ mô và vi mô tác động đến ra quyết định MKT của DN |
| - Lựa chọn 1 chiến lược Marketing mục tiêu cho 1 sản phẩm/dịch vụ của DN |
| - Phân tích hành vi mua của khách hàng đối với SP/DV của DN |
| - Định vị và tái định vị 1 SP/DV của DN |
| 4. | ***Chiến lược Marketing Mix*** | **Chiến lược Sản phẩm**  + Thiết kế SP (chủng loại, bao bì, nhãn hiệu...)  + Sự khác biệt của SP/DV so với đối thủ cạnh tranh  + Phát triển sản phẩm mới  + Phân tích chiến lược theo chu kỳ sống của 1 SP/DV | 5 |  |
| **Chiến lược Giá**  + Xác định giá SP/DV của DN  + Chiến lược điều chỉnh giá  + Thay đổi giá SP/DV của DN | 5 |  |
| **Chiến lược Phân Phối**  + Kênh PP áp dụng cho SP/DV  + Thiết kế kênh PP cho SP/DV  + Chiến lược phân phối áp dụng cho SP/DV  + Quản lý kênh | 5 |  |
| **Chiến lược Xúc tiến**  + Qúa trình truyềnt thông/xúc tiến  + Quảng cáo/Ngân sách Quảng cáo SP/DV của DN  + Marketing trực tiếp  + Xúc tiến bán hàng  + Quan hệ công chúng/PR  + Quản lý lực lượng bán hàng  + Đánh giá hiệu quả của chiến lược Xúc tiến | 5 |  |
| Đánh giá hoạt động MKT của DN | 1 |  |
| Phân tích các yếu tố tác động tới Chiến lược MKT Mix của DN | 1 |  |