

TRƯỜNG ĐẠI HỌC NAM CẦN THƠ
KHOA DU LỊCH VÀ QUẢN TRỊ KHÁCH SẠN – NHÀ HÀNG



BÁO CÁO THỰC TẬP

ĐỀ TÀI:

CHIẾN LƯỢC MARKETING CHO DOANH NGHIỆP LÊ HẬU TRAVEL

Sinh viên thực hiện: Nguyễn Thị Cẩm Tú

Mã số sinh viên: 200951

Lớp: DH20QTD01

Cần Thơ, tháng 6 năm 2024

TRƯỜNG ĐẠI HỌC NAM CẦN THƠ
KHOA DU LỊCH VÀ QUẢN TRỊ KHÁCH SẠN – NHÀ HÀNG



BÁO CÁO THỰC TẬP

ĐỀ TÀI:

CHIẾN LƯỢC MARKETING CHO DOANH NGHIỆP LÊ HẬU TRAVEL

Sinh viên thực hiện: Nguyễn Thị Cẩm Tú

Mã số sinh viên: 200951

Lớp: DH20QTD01

GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN:

Th.S Nguyễn Văn Lâm

Cần Thơ, tháng 6 năm 2024

LỜI CAM ĐOAN

Tôi tên là Nguyễn Thị Cẩm Tú, mã số sinh viên 200951, sinh viên lớp DH20QTD01, chuyên ngành Quản Trị Dịch Vụ Du Lịch Và Lữ Hành, trường Đại học Nam Cần Thơ đã thực hiện bài báo cáo thực tập đề tài “Chiến Lược Marketing Cho Doanh Nghiệp Lê Hậu Travel”. Tôi xin cam đoan rằng bài báo cáo thực tập này là kết quả của quá trình học tập và làm việc nghiêm túc của bản thân tôi tại Công Ty Trách Nhiệm Hữu Hạn Một Thành Viên Thương Mại Dịch Vụ Du Lịch Lê Hậu. Các thông tin, số liệu được trình bày trong bài báo cáo đều trung thực và chính xác, phản ánh đúng tình hình và kết quả thực tập. Mọi tài liệu tham khảo đều được trích dẫn đúng quy định.

Tôi xin hoàn toàn chịu trách nhiệm về tính chính xác và trung thực của bài báo cáo này. Nếu có bất kỳ sai sót hoặc vi phạm nào, tôi xin hoàn toàn chịu trách nhiệm.

Cần Thơ, ngày 23 tháng 06 năm 2024

Sinh viên thực hiện

Nguyễn Thị Cẩm Tú

LỜI CẢM ƠN

Trước hết, em xin bày tỏ lòng biết ơn đối với Ban Giám Hiệu trường Đại học Nam Cần Thơ nói chung và thầy cô trong khoa Du Lịch Và Quản Trị Nhà Hàng, Khách Sạn đã truyền đạt cho em những kiến thức quý báu và kỹ năng cần thiết trong suốt những năm học tập tại trường. Em xin chúc các thầy cô luôn dồi dào sức khỏe.

Em cũng xin gửi lời cảm ơn chân thành và sâu sắc nhất nhất đến Th.S Nguyễn Văn Lắm và Th.S Nguyễn Du Hạ Long đã tận tình hướng dẫn, động viên và tạo mọi điều kiện thuận lợi cho em trong suốt quá trình nghiên cứu và hoàn thành bài báo cáo.

Xin cảm ơn quý doanh nghiệp Lê Hậu Travel đã tiếp nhận và hỗ trợ em trong 2 tháng thực tập, các bạn bè, thư viện, anh chị khóa trên chia sẻ tài liệu và kinh nghiệm giúp em vượt qua những khó khăn trong quá trình nghiên cứu.

Một lần nữa, xin chân thành cảm ơn tất cả mọi người đã hỗ trợ em hoàn thành quá trình thực tập và nghiên cứu báo cáo. Xin gửi lời chúc sức khỏe đến tất cả mọi người!

Cần Thơ, ngày 23 tháng 06 năm 2024

Sinh viên thực hiện

Nguyễn Thị Cẩm Tú

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM

Độc lập- Tự do – Hạnh phúc

PHIẾU NHẬN XÉT SINH VIÊN CỦA ĐƠN VỊ THỰC TẬP

Họ và tên sinh viên: NGUYỄN THỊ CẨM TÚ..... MSSV: 200951.....

Lớp: 042008TDC1..... Khóa: 8..... Khoa: Du lịch và Quản trị Khách sạn, Nhà hàng

Trực thuộc trường: Trường Đại học Nam Cần Thơ

Thực tập trong thời gian từ: ngày 08/04/2024 đến ngày 08/06/2024 (02 tháng).

Tại đơn vị Cơ quan/Doanh nghiệp: Công ty Dịch vụ Khách sạn Mặt Thành Viên
Thương mại - Dịch vụ - Du lịch Lê Hữu

Địa chỉ: 141/1 Nguyễn Rủi Nguyễn, phường 10, quận 3, thành phố Hồ Chí Minh

Sau quá trình thực tập tại đơn vị của sinh viên, chúng tôi có một số nhận xét, đánh giá như sau:

1. Về ý thức tổ chức kỷ luật:

- a. chấp hành sự phân công của đơn vị.
- b. có tinh thần trách nhiệm với công việc.

2. Về tinh thần thái độ học tập:

- a. Có thái độ đúng mực và phong cách ứng xử lễ độ làm việc học tập luôn nhiệt.

3. Về quan hệ, lối sống:

- Luôn luôn có ý thức thực hiện học tập.
- Quan hệ gần gũi, mật thiết với các anh chị em.

4. Các nhận xét khác:

- Tham gia các hoạt động trực tiếp, luôn ý kiến kiến của anh/chị em.

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM

Độc lập- Tự do – Hạnh phúc

PHIẾU NHẬN XÉT SINH VIÊN CỦA ĐƠN VỊ THỰC TẬP

Họ và tên sinh viên:**MSSV:**

.....

Lớp: **Khóa:** 8 **Khoa:** Du lịch và Quản trị Khách sạn,
Nhà hàng

Trực thuộc trường: Trường Đại học Nam Cần Thơ

Thực tập trong thời gian từ: ngày 08/04/2024 đến ngày 08/06/2024 (02 tháng).

Tại đơn vị Cơ quan/Doanh nghiệp:

.....

Địa chỉ:

.....

Sau quá trình thực tập tại đơn vị của sinh viên, chúng tôi có một số nhận xét, đánh giá như sau:

1. Về ý thức tổ chức kỷ luật:

.....

.....

.....

2. Về tinh thần thái độ học tập:

.....

.....

.....

3. Về quan hệ, lối sống:

.....

.....

4. Các nhận xét khác:

.....

Đánh giá chung:

....., ngày ... tháng ... năm 2024

Cán bộ hướng dẫn

(Ký và ghi rõ họ tên)

Xác nhận của đơn vị thực tập

(Ký, đóng mộc và ghi rõ họ tên)

ĐÁNH GIÁ CỦA GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN

Về nội dung:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Về hình thức

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Về thái độ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Giảng viên ký tên

ĐÁNH GIÁ CỦA GIẢNG VIÊN CHẤM ĐIỂM

Về nội dung:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Về hình thức

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Về thái độ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Giảng viên ký tên

Mục Lục

Chương 1 : GIỚI THIỆU VỀ CƠ SỞ THỰC TẬP	1
1.1. Thông tin về cơ sở thực tập	1
1.2. Quá trình hình thành và phát triển	2
1.2.1. <i>Quá trình hình thành</i>	2
1.2.2. <i>Quá trình phát triển</i>	2
1.3. Cơ cấu tổ chức	3
1.3.1. <i>Sơ đồ cơ cấu tổ chức của công ty</i>	3
1.3.2. <i>Chức năng, nhiệm vụ của các phòng ban</i>	3
1.4. Định hướng phát triển trong tương lai	6
Chương 2 : NỘI DUNG VÀ KẾT QUẢ THỰC TẬP	7
2.1. Nội dung thực tập	7
2.1.1. <i>Nội dung công việc được phân công</i>	7
2.1.2. <i>Thuận lợi và khó khăn của bản thân trong thực tập</i>	8
2.2. Kết quả thực tập	9
2.2.1. <i>Những kết quả thực tập đã đạt được</i>	9
2.2.2. <i>Mức độ đáp ứng của bản thân đối với yêu cầu thực tập</i>	10
2.2.3. <i>Kế hoạch hành động của bản thân sau đợt thực tập</i>	10
Chương 3 : ĐỀ TÀI THỰC TẬP	12
3.1. Giới thiệu đề tài thực tập	12
3.2. Lược khảo tài liệu (Cơ sở lý thuyết)	14
3.2.1. <i>Định nghĩa về marketing</i>	14
3.2.2. <i>Khái niệm về chiến lược Marketing</i>	16
3.2.3. <i>Khái niệm về Marketing-mix</i>	16
3.2.4. <i>Khái niệm sản phẩm</i>	17
3.2.5. <i>Khái niệm chiến lược sản phẩm</i>	17
3.2.6. <i>Khái niệm chiến lược về giá</i>	17
3.2.7. <i>Khái niệm chiến lược phân phối</i>	18
3.2.8. <i>Khái niệm chiến lược xúc tiến</i>	18
3.2.9. <i>Khái niệm phân đoạn thị trường</i>	18
3.2.10. <i>Các nhân tố ảnh hưởng đến chiến lược Marketing-mix</i>	18
3.3. Tình hình hoạt động của doanh nghiệp (Cơ sở thực tiễn)	19
3.3.1. <i>Quy trình công việc chung</i>	19
3.3.2. <i>Mặt hàng kinh doanh</i>	24
3.3.2. <i>Thị trường kinh doanh</i>	26

3.3.3. <i>Kết quả hoạt động kinh doanh</i>	26
3.3.4. <i>Hoạt động phân phối của công ty</i>	27
3.3.5. <i>Các chính sách của công ty</i>	28
3.4. Kết quả nghiên cứu và thảo luận	33
3.5. Đề xuất giải pháp	35
3.6. Kết luận và kiến nghị	38
TÀI LIỆU THAM KHẢO	41

DANH MỤC CÁC BẢNG

Bảng 3.1	Quy trình thực hiện công việc chung
Bảng 3.2	Mặt hàng kinh doanh
Bảng 3.3	Thị trường kinh doanh
Bảng 3.4	Phân tích kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh giai đoạn 2022 - 2023
Bảng 3.5	Giá bán tour dành cho các nhóm khách của công ty Lê Hậu Travel
Bảng 3.6	Giá khuyến mãi của công ty Lê Hậu Travel so với các công ty lữ hành khác

DANH MỤC CÁC HÌNH

Hình 1.1	Logo công ty
Hình 1.2	Sơ đồ cơ cấu tổ chức của công ty
Hình 3.1	Form đặt dịch vụ phòng tại khách sạn