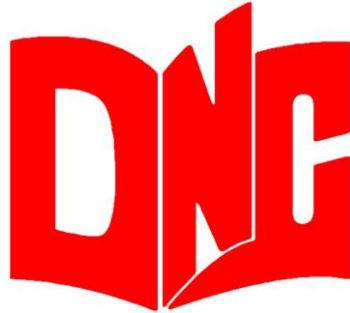


**TRƯỜNG ĐẠI HỌC NAM CẦN THƠ
KHOA DU LỊCH**



NAM CAN THO UNIVERSITY

DƯ NGỌC TÚ

**CHIẾN LƯỢC TIẾP THỊ DU LỊCH TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN
THƯƠNG MẠI DU LỊCH NỤ CƯỜI MÊ KÔNG**

**TIỂU LUẬN TỐT NGHIỆP
NGÀNH QUẢN TRỊ DỊCH VỤ DU LỊCH & LỮ HÀNH
MÃ NGÀNH: 7810103**

CẦN THƠ - THÁNG 05 NĂM 2021



**TRƯỜNG ĐẠI HỌC NAM CẦN THƠ
KHOA DU LỊCH**

**DƯ NGỌC TÚ
MSSV: 177234**

**CHIẾN LƯỢC TIẾP THỊ DU LỊCH TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN
THƯƠNG MẠI DU LỊCH NỤ CƯỜI MÊ KÔNG**

**TIỂU LUẬN TỐT NGHIỆP ĐẠI HỌC
NGÀNH QUẢN TRỊ DỊCH VỤ DU LỊCH & LỮ HÀNH
MÃ NGÀNH: 7810103**

**CÁN BỘ HƯỚNG DẪN
TH.S LÊ KHÁNH AN**

CẦN THƠ - THÁNG 05 NĂM 2021

LỜI CẢM TẠ

Sáu tuần thực tập ngắn ngủi là cơ hội cho em tổng hợp và hệ thống hóa lại những kiến thức đã học, đồng thời kết hợp với thực tế để nâng cao kiến thức chuyên môn. Tuy chỉ có sáu tuần thực tập, nhưng qua quá trình thực tập, em đã được mở rộng tầm nhìn và tiếp thu rất nhiều kiến thức thực tế. Từ đó em nhận thấy, việc cọ xát thực tế là vô cùng quan trọng – nó giúp sinh viên xây dựng nền tảng lý thuyết được học ở trường vững chắc hơn. Trong quá trình thực tập, từ chỗ còn ngỡ ngàng cho đến thiếu kinh nghiệm, em đã gặp phải rất nhiều khó khăn nhưng với sự giúp đỡ tận tình của quý thầy cô khoa Du Lịch và sự nhiệt tình của các cô chú, anh chị trong công ty cổ phần thương mại du lịch Nụ Cười Mê Kông đã giúp em có được những kinh nghiệm quý báu để hoàn thành tốt kì thực tập này cũng như viết lên bài báo cáo cuối kỳ. Em xin chân thành cảm ơn.

Lời cảm ơn đầu tiên em xin gửi đến ban lãnh đạo cùng các phòng ban, các cô chú, anh chị trong công ty cổ phần thương mại du lịch Nụ Cười Mê Kông – đơn vị đã tiếp nhận và nhiệt tình tạo mọi điều kiện thuận lợi cho em tiếp cận thực tế, tiếp thu nhiều kiến thức thực tiễn.

Em cũng xin gửi lời cảm ơn chân thành đến Ban giám hiệu trường Đại Học Nam Cần Thơ, quý thầy cô khoa Du lịch đã tận tâm giảng dạy và truyền đạt những kiến thức, kinh nghiệm quý báu cho em. Đặc biệt, em xin cảm ơn thầy Lê Khánh An, người đã tận tình hướng dẫn em hoàn thành bài báo cáo này.

Vì thời gian và kiến thức còn hạn hẹp nên bài báo cáo không thể tránh khỏi những thiếu sót, rất mong sự góp ý của công ty, quý thầy cô và các bạn, để em rút kinh nghiệm và hoàn thành tốt hơn. Em xin chân thành cảm ơn!

Cuối cùng em xin kính chúc thầy cô dồi dào sức khỏe, thành công trong sự nghiệp cao quý để mãi vun đắp cho sự nghiệp trồng người.

Em xin chân thành cảm ơn!

Cần Thơ, ngày tháng năm 2021

Người thực hiện

DƯ NGỌC TÚ

LỜI CAM ĐOAN

Kính gửi:

- Trường Đại học Nam Cần Thơ
- Khoa Du Lịch
- Ngành Quản Trị Dịch Vụ Du Lịch và Lữ Hành

Tôi tên là: Dư Ngọc Tú

Mã số sinh viên: 177234

Tôi xin cam đoan đề tài: “Chiến lược tiếp thị du lịch tại công ty cổ phần thương mại du lịch Nụ Cười Mê Kông” là một công trình nghiên cứu độc lập không có sao chép của người khác. Đề tài là sản phẩm mà tôi đã nỗ lực nghiên cứu trong quá trình học tập tại trường cũng như thực tập tại công ty cổ phần thương mại du lịch Nụ Cười Mê Kông.

Trong quá trình viết bài có sự tham khảo một số tài liệu có nguồn gốc rõ ràng. Tất cả các tài liệu tham khảo đều có xuất xứ rõ ràng và được trích dẫn hợp pháp, dưới sự hướng dẫn của thầy ThS. Lê Khánh An – Khoa Du Lịch, trường Đại học Nam Cần Thơ. Trong toàn bộ nội dung của bài tiểu luận, những điều được trình bày là của các nhân và được tổng hợp từ nhiều nguồn tài liệu.

Tôi xin cam đoan nếu có vấn đề gì tôi xin chịu hoàn toàn trách nhiệm.

Cần Thơ, ngày tháng năm 2021

Người thực hiện

DƯ NGỌC TÚ

NHẬT KÝ THỰC TẬP

Tên cơ quan thực tập: Công ty cổ phần thương mại du lịch Nụ Cười Mê Kông

Thời gian thực tập: từ ngày 05/04 đến ngày 16/05 năm 2021.

Thời gian	Tên công việc	Nội dung thực hiện công việc	Người phân công/Hướng dẫn	Tự đánh giá mức độ hoàn thành
Tuần 01 (5/4-10/4)	<p>-Học các quy định doanh nghiệp, tham khảo các tour của công ty thông qua website.</p> <p>-Học lớp học chia sẻ kiến thức về sale và hdv.</p> <p>-Bài tập Viết chương trình tour</p> <p>-Tham gia lớp chia sẻ kinh nghiệm của hdv</p> <p>-Chỉnh bài, đăng bài cho group của cty</p>	<p>-Tiến hành tìm hiểu các thông tin về doanh nghiệp như thời gian khai trương, các lĩnh vực hoạt động, tham khảo các tour của cty.</p> <p>-Tham gia lớp học chia sẻ kiến thức về sale và hdv.</p> <p>- viết chương trình tour cho 20 khách Cần thơ – Đà Nẵng (3N2Đ) và tính chi phí tour; chiết tính cho tour.</p> <p>-Tham gia lớp học chia sẻ kinh nghiệm, lắng nghe và rút kinh nghiệm</p> <p>-Tiến hành tìm kiếm và đăng bài trên group</p>	<p>-Phòng marketing</p> <p>-Phòng kinh doanh</p> <p>-Phòng kinh doanh</p> <p>-Phòng HDV</p> <p>-Phòng marketing</p>	Nhận được sự hướng dẫn tận tình từ doanh nghiệp, tiếp thu nhanh các nội dung được giao và hoàn thành tốt các công việc mà cty giao.
Tuần 02 (12/4-17/4)	<p>- Đăng bài cho các group.</p> <p>Lên lịch đăng bài cho các Fanpage sv tự quản lí.</p> <p>- Học sale từ phòng kinh doanh.</p>	<p>- Tìm kiếm các thông tin, chỉnh sửa, đăng bài lên các group.</p> <p>Lên lịch đăng bài cho 2 fanpage đã được giao</p> <p>- Học tập cách sale khách đoàn</p>	<p>-Phòng Marketing</p> <p>-Phòng kinh doanh</p>	Nhận được sự hướng dẫn nhiệt tình của công ty và hoàn thành tốt các công việc đã được giao.

	- Làm báo cáo tuần	và khách lễ, đăng kí làm ctv bán tour cho cty. - Tổng hợp bài đăng, nộp báo cáo tuần cho cty	-Phòng Marketing	
Tuần 03 (19/4 – 24/4)	-Trực Sân Bay - Tìm hiểu thông tin, chỉnh bài, đăng bài lên các group của công ty. Lên lịch đăng bài tuần mới cho Fanpage. - Học sale từ phòng kinh doanh. - Soạn hậu cần cho công ty	-Trực sân bay (trực ở quầy thông tin). Hỗ Trợ khách du lịch. - Tìm thông tin, lên lịch đăng bài cho các group. Lên lịch đăng bài cho các fanpage. Tương tác page nụ cười Mê Kông. - Học cách tư vấn cho khách, cách chốt tour,.. - soạn khăn, nước,... cho các tour chuẩn bị khởi hành	-Phòng marketing -Phòng kinh doanh. -Phòng điều hành.	Nhận được sự hướng dẫn nhiệt tình của cty và Hoàn thành tốt công việc đã được giao.
Tuần 04 (26/4- 1/5)	-Học việc ở phòng điều hành. -Học việc ở phòng kinh doanh. -Tìm hiểu thông tin, chỉnh bài, đăng bài lên các group của công ty. Lên lịch đăng bài	-Học hỏi kinh nghiệm ở phòng điều hành, phụ việc ở phòng điều hành và kế toán. Soạn hậu cần, chuẩn bị cho các tour lễ. -Học cách tư vấn cho khách, cách chốt tour,.. - Tìm thông tin, lên lịch đăng bài cho các group. Lên lịch đăng bài cho các fanpage.	-Phòng điều hành. -Phòng kinh doanh. -Phòng Marketing	Nhận được sự quan tâm, hướng dẫn nhiệt tình của công ty, hoàn thành tốt công việc mà công ty đã giao.

	<p>tuần mới cho Fanpage.</p> <p>-Phụ Tour city Cần Thơ</p>	<p>Tương tác page nụ cười Mê Kông.</p> <p>- Được theo phụ tour city Cần Thơ (HDV Suôl): học được kinh nghiệm dẫn tour, cách chăm sóc khách, quan tâm khách,...</p>		
<p>Tuần 05 (04/05 – 08/05)</p>	<p>-Viết báo cáo của chuyến phụ tour</p> <p>– Tìm hiểu thông tin, chỉnh bài, đăng bài lên các group của công ty.</p> <p>Lên lịch đăng bài tuần mới cho Fanpage.</p> <p>-Học việc từ phòng kinh doanh.</p> <p>Học các chương trình tour miền Tây</p>	<p>-Viết báo cáo và review về chuyến đi city tour Cần Thơ.</p> <p>Tìm thông tin, lên lịch đăng bài cho các group.</p> <p>Lên lịch đăng bài cho các fanpage.</p> <p>Tương tác page nụ cười Mê Kông.</p> <p>- Học cách tư vấn cho khách, cách chốt tour,...</p> <p>Phòng kinh doanh trả bài về cách tư vấn tour cho khách hàng.</p>	<p>-Phòng Marketing</p> <p>-Phòng kinh doanh</p>	<p>Nhận được sự quan tâm, hướng dẫn nhiệt tình của công ty, hoàn thành tốt công việc mà công ty đã giao.</p>
<p>Tuần 06 (10/5-16/5)</p>	<p>-Học lớp training</p> <p>-Học lớp training</p> <p>-Viết Báo Cáo</p>	<p>-Tham gia lớp training của Mr. Khanh.</p> <p>-Tham gia lớp training vé máy bay hãng Bamboo (Mr Uy)</p> <p>-Viết và nộp bài báo cáo về quá trình thực tập tại công ty .</p>	<p>- Phòng hướng dẫn.</p> <p>-Phòng marketing</p>	<p>Nhận được sự quan tâm, hướng dẫn nhiệt tình của công ty, học thêm được kinh nghiệm bán vé máy bay, hoàn thành tốt công việc mà công ty đã giao.</p>

NHẬN XÉT CỦA ĐƠN VỊ THỰC TẬP

Họ và Tên sinh viên: **Dur Ngọc Tú**

MSSV: 177234

Lớp: DH17QTD02

Ngành: Quản Trị Dịch Vụ Du Lịch và Lễ Hành – Khóa 05

Đơn vị thực tập: Công Ty Cổ Phần Thương Mại Du Lịch Nụ Cười Mê Kông

Thời gian thực tập: Từ ngày 05/04/2021 đến ngày 16/-5/2021

Ý kiến nhận xét của cơ quan thực tập

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

Cần Thơ, Ngày tháng năm.....

Xác nhận của cơ quan thực tập

NHẬN XÉT CỦA GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN

Họ và tên sinh viên: **Dư Ngọc Tú**

MSSV: 177234

Lớp: DH17QTD02

Ngành: Quản trị Dịch vụ Du lịch và Lữ hành – khóa 05

Khoa: Du Lịch

Thời gian thực tập: Từ 05/04/2021 đến 16/05/2021

1. Ý kiến nhận xét của giảng viên hướng dẫn

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

2. Điểm Đánh giá: /10 điểm.

Cần Thơ, Ngày.... tháng năm 2021

Giảng viên hướng dẫn

Lê Khánh An

NHẬN XÉT CỦA GIẢNG VIÊN PHẢN BIỆN

Họ và tên sinh viên: **Dư Ngọc Tú**

MSSV: 177234

Lớp: DH17QTD02

Ngành: Quản trị Dịch vụ Du lịch và Lữ hành – khóa 05

Khoa: Du Lịch

Thời gian thực tập: Từ 05/04/2021 đến 16/05/2021

1. Ý kiến nhận xét của giảng viên hướng dẫn

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. Điểm Đánh giá: /10 điểm.

Cần Thơ, Ngày ... tháng ... năm 2021

Giảng viên phản biện

DANH MỤC VIẾT TẮT

STT	Ký hiệu chữ viết tắt	Nội dung chữ viết tắt
1	PR	Public Relations (Quan hệ công chúng)
2	KPI	Key Performance Indicator (Chỉ số đo lường và đánh giá hiệu quả)
3	SEO	Search Engine Optimization (tối ưu hóa công cụ tìm kiếm)
4	CPTM	Cổ phần thương mại
5	HDV	Hướng dẫn viên
6	DT	Doanh thu
7	VND	Việt Nam đồng
8	IT	Information Technology (Công nghệ thông tin)
9	CPTM	Cổ phần thương mại
10	MSSV	Mã số sinh viên
11	NXB	Nhà xuất bản
12	P	Phường
13	Q	Quận
14	TP	Thành phố
15	NV	Nhân viên

DANH MỤC HÌNH ẢNH

Hình 2.1: Ảnh nhân viên của công ty.....	22
Hình 2.2: Địa chỉ công ty CPTM du lịch Nụ Cười Mê Kông.....	23
Hình 2.3: các đối tác của công ty.....	38
Hình 2.4: Quảng Cáo trên Website của công ty.....	42
Hình 2.5: Trang Facebook của công ty.....	42
Hình 2.6 Phản hồi của khách hàng trên Web công ty.....	51
Hình 2.7: thông tin chăm sóc khách hàng của công ty.....	51
Hình 2.8: Phiếu đánh giá của khách hàng khi tour kết thúc.....	52

DANH MỤC BIỂU BẢNG

Sơ đồ

Sơ đồ 2.1: Tổ chức của công ty cổ phần thương mại du lịch Nụ Cười Mê Kông	26
Sơ đồ 2.2: Quy trình tiếp thị tại công ty.....	31
Sơ đồ 2.3 Kênh phân phối.....	39

Biểu đồ

Biểu đồ 2.1: Biến động doanh thu của công ty	45
Biểu đồ 2.2: biến động chi phí qua các năm của công ty.....	46
Biểu đồ 2.3: Lợi nhuận qua các năm của công ty.	48

Bảng

Bảng 2.1. Sản phẩm du lịch và đối tượng khách hàng.....	29
Bảng 2.2. Một số tour khác của công ty.....	29
Bảng 2.3 Các loại sản phẩm của công ty	35
Bảng 2.4 Biến động doanh thu của công ty.	44
Bảng 2.5: biến động tình hình chi phí của công ty qua các năm.	46
Bảng 2.6: biến động lợi nhuận của công ty qua các năm.....	47
Bảng 2.7 Kết quả hoạt động kinh doanh lãi của công ty.	50
Bảng 2.8 Mô hình swot của công ty cổ phần thương mại du lịch Nụ Cười Mê Kông.	54

MỤC LỤC

DANH MỤC HÌNH ẢNH.....	x
DANH MỤC BIỂU BẢNG	xi
MỤC LỤC.....	xii
MỞ ĐẦU	1
1. LÝ DO CHỌN ĐỀ TÀI	1
2. MỤC ĐÍCH NGHIÊN CỨU.....	1
3. ĐỐI TƯỢNG VÀ PHẠM VI NGHIÊN CỨU	2
4. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU.....	2
5. CẤU TRÚC TIÊU LUẬN	2
CHƯƠNG 1 CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ CHIẾN LƯỢC TIẾP THỊ DU LỊCH.....	3
1.1 KHÁI NIỆM DU LỊCH VÀ TIẾP THỊ DU LỊCH TẠI CÔNG TY DU LỊCH....	3
1.1.1 Du lịch – lữ hành.....	3
1.1.1.1 Khái niệm về du lịch - lữ hành.....	3
1.1.1.2 Khái niệm, đặc điểm và phân loại sản phẩm du lịch	7
1.1.2 Tiếp thị du lịch	8
1.1.2.1 Khái niệm tiếp thị.....	8
1.1.2.2 Khái niệm tiếp thị du lịch.....	9
1.1.2.3 Một số loại hình tiếp thị phổ biến	10
1.1.2.4 Vai trò của tiếp thị trong kinh doanh dịch vụ du lịch – lữ hành	12
1.1.2.5 Cơ cấu tổ chức của bộ phận tiếp thị tại một công ty du lịch.....	14
1.2 CHIẾN LƯỢC TIẾP THỊ DU LỊCH CỦA CÔNG TY DU LỊCH.....	15
1.2.1 Khái niệm và phân loại chiến lược tiếp thị du lịch	15
1.2.1.1 Khái niệm về chiến lược tiếp thị	15
1.2.1.2 Phân loại chiến lược tiếp thị.....	16
1.2.2 Một số chiến lược tiếp thị chính trong kinh doanh du lịch – lữ hành	18
1.2.2.1 Chiến lược truyền thông đặc biệt, thu hút	18
1.2.2.2 Cung cấp trải nghiệm đáng nhớ thông qua thực tế mở rộng	19

1.2.2.3 Tiếp thị nội dung và tối ưu hóa website tour du lịch.....	19
1.2.2.4 Quản lí sự đánh giá của khách hàng.....	19
1.2.2.5 Email marketing	20
1.2.2.6 Marketing du lịch bằng cách truyền thông.....	20
1.2.3 Ý nghĩa của việc cải thiện chiến lược tiếp thị du lịch của công ty du lịch ..	20
Tiêu kết chương 1.....	21
CHƯƠNG 2 THỰC TRẠNG TIẾP THỊ DU LỊCH TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN THƯƠNG MẠI DU LỊCH NỤ CƯỜI MÊ KÔNG	22
2.1 KHÁI QUÁT VỀ TÌNH HÌNH TIẾP THỊ DU LỊCH TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN THƯƠNG MẠI DU LỊCH NỤ CƯỜI MÊ KÔNG	22
2.1.1 Khái quát công ty cổ phần thương mại du lịch Nụ Cười Mê Kông.....	22
2.1.1.1 Lịch sử hình thành, mục tiêu, tầm nhìn và sứ mệnh của Công ty cổ phần thương mại du lịch Nụ Cười Mê Kông	22
2.1.1.2 Cơ cấu tổ chức của công ty cổ phần thương mại du lịch Nụ Cười Mê Kông.....	25
2.1.2 Khảo sát chiến lược tiếp thị của công ty cổ phần thương mại du lịch Nụ Cười Mê Kông.....	28
2.1.2.1 Khái quát và cơ cấu nhân sự của bộ phận tiếp thị tại công ty cổ phần thương mại du lịch Nụ Cười Mê Kông	28
2.1.2.2 Sản phẩm du lịch chính và đối tượng khách hàng chính của công ty cổ phần thương mại du lịch Nụ Cười Mê Kông	28
2.1.2.3 Các chiến lược tiếp thị của công ty cổ phần thương mại du lịch Nụ Cười Mê Kông	31
2.2 ĐÁNH GIÁ CHIẾN LƯỢC TIẾP THỊ DU LỊCH CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN THƯƠNG MẠI DU LỊCH NỤ CƯỜI MÊ KÔNG	43
2.2.1 Đánh giá theo hiệu quả khai thác sản phẩm du lịch.....	43
2.2.2 Đánh giá theo ý kiến phản hồi của khách hàng.....	51
2.2.3 Phân tích ma trận SWOT của công ty cổ phần thương mại du lịch Nụ Cười Mê Kông.....	53
Tiêu kết chương 2	55

CHƯƠNG 3 GIẢI PHÁP CẢI THIỆN CHIẾN LƯỢC TIẾP THỊ DU LỊCH TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN THƯƠNG MẠI DU LỊCH NỤ CƯỜI MÊ KÔNG	58
3.1 CHÍNH SÁCH SẢN PHẨM	58
3.2 CHÍNH SÁCH GIÁ	60
3.3 CHÍNH SÁCH PHÂN PHỐI.....	63
3.4 CHÍNH SÁCH XÚC TIẾN, QUẢNG BÁ	64
Tiêu kết chương 3.....	66
KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ	68
1. KẾT LUẬN.....	68
2. KIẾN NGHỊ	69
TÀI LIỆU THAM KHẢO	74
PHỤ LỤC 1	76
PHỤ LỤC 2	77
PHỤ LỤC 3	78

MỞ ĐẦU

1. LÝ DO CHỌN ĐỀ TÀI

Ngày nay trên phạm vi toàn thế giới, du lịch đã trở thành nhu cầu không thể thiếu trong đời sống xã hội. Hoạt động du lịch đang được phát triển một cách mạnh mẽ và trở thành một ngành kinh tế quan trọng ở nhiều nước trên thế giới. Du lịch đã góp phần thúc đẩy sự tiến bộ xã hội, tính hữu nghị, hòa bình và mở rộng sự hiểu biết lẫn nhau giữa các dân tộc. Việt Nam cũng là một trong những quốc gia được thiên nhiên ưu ái ban tặng cho danh lam thắng cảnh đẹp, cùng với đó là sự phát triển của một nền văn hóa đã trải qua hàng ngàn năm lịch sử để lại cho chúng ta những di sản nhân văn vô giá. Đã đưa Việt Nam trở thành điểm du lịch hấp dẫn trong lòng du khách trong nước và nước ngoài. Khi nhu cầu đi du lịch ngày một tăng cao, các nhà cung ứng ngày càng nhiều, thị trường khách được mở rộng. Tạo điều kiện cho các doanh nghiệp lữ hành, khách sạn phát triển. Điều này đã dẫn đến việc cạnh tranh giữa các doanh nghiệp trong việc thu hút khách đến với doanh nghiệp của mình. Không nằm ngoài xu hướng chung đó ngành kinh doanh lữ hành của thành phố Cần Thơ chúng ta đã có những bước biến chuyển nhằm đáp ứng nhu cầu du lịch của nhân dân, hàng loạt các doanh nghiệp lữ hành đã được ra đời. Tuy nhiên bên cạnh đó là kinh nghiệm marketing còn hạn chế trong việc thu hút du khách đặc biệt là khách nội địa. Công ty cổ phần thương mại du lịch Nụ Cười Mê Kông cũng không nằm ngoài xu hướng chung đó. Xuất phát từ yêu cầu và mục đích trên qua thời gian tìm hiểu tôi đã quyết định chọn đề tài “Chiến lược tiếp thị tại Công ty cổ phần thương mại du lịch Nụ Cười Mê Kông” làm đề tài cho tiểu luận tốt nghiệp của mình.

2. MỤC ĐÍCH NGHIÊN CỨU

- Khái quát hệ thống lý luận về marketing và marketing trong hoạt động kinh doanh lữ hành để thấy được tầm quan trọng của hoạt động marketing đối với doanh nghiệp lữ hành.

- Đánh giá thực trạng và ứng dụng marketing của công ty cổ phần thương mại du lịch Nụ Cười Mê Kông.

- Trên cơ sở lý luận kết hợp với nghiên cứu thực tế để tìm ra những giải pháp nhằm hoàn thiện hoạt động marketing tại công ty, từ đó nâng cao hiệu quả kinh doanh.

3. ĐỐI TƯỢNG VÀ PHẠM VI NGHIÊN CỨU

Đối tượng nghiên cứu của đề tài là những vấn đề liên quan đến các hoạt động marketing du lịch tại công ty cổ phần thương mại du lịch Nụ Cười Mê Kông.

Phạm vi nghiên cứu

- Đề tài nghiên cứu trong phạm vi công ty cổ phần thương mại du lịch Nụ Cười Mê Kông.
- Hiện trạng những hoạt động và công tác thực hiện marketing của công ty.
- Đề xuất một số chiến lược nhằm phát triển và nâng cao hiệu quả hoạt động marketing của công ty trong thời gian tới.

4. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Để làm rõ mục đích nghiên cứu của đề tài em kết hợp sử dụng các phương pháp sau đây:

- Phương pháp thu thập tài liệu, giáo trình về marketing, sách báo, tài liệu từ internet.
- Phương pháp điều tra, khảo sát thực tế.
- Phương pháp phân tích, so sánh và đánh giá.

5. CẤU TRÚC TIỂU LUẬN

Ngoài phần mở đầu, kết luận, tài liệu tham khảo và các phụ lục, tiểu luận gồm 3 chương:

Chương 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ CHIẾN LƯỢC TIẾP THỊ DU LỊCH

Chương 2: THỰC TRẠNG TIẾP THỊ TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN THƯƠNG MẠI DU LỊCH NỤ CƯỜI MÊ KÔNG

Chương 3: GIẢI PHÁP CẢI THIỆN CHIẾN LƯỢC TIẾP THỊ TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN THƯƠNG MẠI DU LỊCH NỤ CƯỜI MÊ KÔNG

Kết luận