

TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN HÓA HÀ NỘI
KHOA QUẢN LÝ VĂN HÓA – NGHỆ THUẬT

KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

ĐỀ TÀI :

**TÌM HIỂU THƯƠNG HIỆU HÀNG HÓA CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN
BÁNH KẸO HẢI HÀ Ở THÀNH PHỐ HÀ NỘI HIỆN NAY .**

GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN : ThS NGUYỄN VĂN TRUNG

SINH VIÊN THỰC HIỆN : PHẠM LAN HƯƠNG

LỚP : MTQC2

Hà Nội - 2013

MỤC LỤC

MỞ ĐẦU	4
1. Tính cấp thiết của đề tài :.....	4
2. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu :.....	5
3. Phương pháp nghiên cứu :	5
4. Đóng góp đề tài :	5
5. Kết cấu đề tài :	5

CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ THƯƠNG HIỆU VÀ VAI TRÒ CỦA THƯƠNG HIỆU TRONG NỀN SẢN XUẤT HÀNG HÓA

1.1 Cơ sở lý luận về Thương hiệu :

1.1.1 khái niệm về Thương hiệu và những đặc trưng:

1.1.2 Phân loại thương hiệu:

1.1.3 Vai trò của thương hiệu trong nền sản xuất hàng hóa:

1.2.1 : Nền sản xuất hàng hóa trong cơ chế kinh tế thị trường :

1.2.2 Vai trò của Thương hiệu trong nền kinh tế thị trường :

CHƯƠNG 2 : THỰC TRẠNG THƯƠNG HIỆU HÀNG HÓA CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN BÁNH KẸO HẢI HÀ

2.1 Tổng quan về công ty cổ phần bánh kẹo Hải Hà :

2.1.1 Sự hình thành và phát triển của công ty bánh kẹo hải hà:

2.1.2 Chức năng chính và nhiệm vụ của công ty :

2.1.3 Sản phẩm hàng hóa của công ty :

2.1.4 Cơ cấu tổ chức quản lý trong công ty :

2.1.5 . Nguồn nhân lực tại công ty :

2.1.6 .Cơ cấu kỹ thuật , công nghệ sản xuất của công ty :

2.1.7 Thị trường tiêu thụ của sản phẩm hàng hóa công ty :

2.2 Thực trạng xây dựng thương hiệu ở công ty cổ phần bánh kẹo hải hà :

2.2.1 Quy trình xây dựng thương hiệu :

2.2.2 Hiệu quả của thương hiệu :

2.2.3 Đánh giá và nhận xét :

CHƯƠNG 3 : NÂNG CAO HIỆU QUẢ XÂY DỰNG THƯƠNG HIỆU Ở CÔNG TY CỔ PHẦN BÁNH KẸO HẢI HÀ HIỆN NAY

3.1 Mối quan hệ giữa thương hiệu hàng hóa và hiệu quả kinh tế trong cơ chế thị trường :

3.1.1 Mối quan hệ giữa thương hiệu và sản phẩm hàng hóa

3.1.2 Quy luật tất yếu xây dựng thương hiệu phát triển kinh tế trong cơ chế thị trường :

3.2 Nâng cao hiệu quả xây dựng thương hiệu sản phẩm hàng hóa ở công ty :

3.2.1 Nâng cao chất lượng sản phẩm và mẫu mã bao bì :

3.2.2 Thiết kế slogan , logo :

3.2.3 Tăng cường hoạt động quảng cáo nhằm quảng bá giá trị thương hiệu :

3.2.4 Mở rộng hoạt động PR :

3.2.5 . Xây dựng chiến lược thương hiệu chuẩn để phát triển thương hiệu :

3.2.6 Mở rộng thị trường tiêu thụ trong và ngoài nước :

KẾT LUẬN

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO..... 7

PHỤ LỤC :

MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài :

Trong lĩnh vực kinh doanh , thương hiệu là một thành phần phi vật thể có tầm quan trọng không thể thiếu , là chất dẫn , dấu hiệu nhận biết một doanh nghiệp và sản phẩm của doanh nghiệp đó giữa hàng nghìn các mẫu sản phẩm đa dạng trên thị trường. Là yếu tố tạo nên sự khác biệt với các sản phẩm khác , thương hiệu biểu hiện cho sự tin tưởng , an toàn , và đặc biệt là uy tín .

Đối với các doanh nghiệp , thương hiệu khẳng định chất lượng , đẳng cấp sản phẩm , ưu thế đặc trưng của doanh nghiệp đó , hơn thế nữa nó còn là nguồn củng cố cạnh tranh, tăng doanh số cùng lợi nhuận .

Đối với khách hàng , khi lựa chọn tiêu dùng thì thương hiệu luôn là yếu tố hàng đầu khiến họ quan tâm , nhờ thương hiệu mà khách hàng có thể biết được xuất xứ sản phẩm , chất lượng , tiết kiệm thời gian tìm kiếm thông tin , giảm chi phí nghiên cứu thông tin, khẳng định giá trị của bản thân và giảm rủi ro trong việc tiêu thụ sản phẩm.

Cũng với xu thế giao lưu hội nhập quốc tế , phát triển và đẩy mạnh kinh tế theo cơ chế thị trường ở nước ta trong thời điểm hiện tại , các công ty , doanh nghiệp đã bắt đầu chú ý đến việc xây dựng nền móng thương hiệu vững chắc. Trong quá trình tìm hiểu về công ty bánh kẹo Hải Hà , là một doanh nghiệp chuyên sản xuất và kinh doanh bánh kẹo quy mô lớn tại Việt Nam , các mặt hàng đa dạng phong phú . Để tìm hiểu thêm về quy mô sản xuất , những điểm mạnh và hạn chế của công ty , đặt cơ sở vững chắc để phát triển thêm về thương hiệu của công ty sau này , em xin lựa chọn đề tài : “ **tìm hiểu thương hiệu hàng hóa của công ty bánh kẹo hải hà ở thành phố Hà Nội hiện nay** “

2. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu :

Đề tài đi sâu nghiên cứu vấn đề Thương hiệu và xây dựng thương hiệu sản phẩm của công ty cổ phần bánh kẹo Hải Hà ở thành phố Hà Nội hiện nay

3. Phương pháp nghiên cứu :

Căn cứ vào đường lối xây dựng và phát triển kinh tế của xã hội , của Đảng và nhà nước ta hiện nay , dựa trên cơ sở lí luận của các Khoa học liên ngành và chuyên ngành về các lĩnh vực kinh tế - sản xuất , kinh doanh dịch vụ , Văn hóa kinh doanh và triết lý kinh doanh ...v..v... kết hợp với các phương pháp sau :

khảo sát , sưu tầm , tổng hợp và phân tích nguồn tư liệu

4. Đóng góp đề tài :

Làm sáng tỏ vai trò của Thương hiệu trong nền sản xuất hàng hóa và phát triển kinh tế theo cơ chế thị trường

Nhận diện quá trình xây dựng thương hiệu sản phẩm và hiệu quả kinh tế của công ty cổ phần bánh kẹo Hải Hà ở Hà Nội

Đề xuất những ý kiến nhằm nâng cao hiệu quả trong việc xây dựng Thương Hiệu sản phẩm hàng hóa , thúc đẩy và phát triển kinh tế theo xu hướng bền vững của công ty cổ phần bánh kẹo Hải Hà.

5. Kết cấu đề tài :

Kết cấu đề tài gồm 3 phần :

PHẦN MỞ ĐẦU

3 CHƯƠNG

Chương 1 : Cơ sở lý luận về Thương hiệu và vai trò của nó trong nền sản xuất hàng hóa

Chương 2 : Thực trạng thương hiệu của công ty cổ phần bánh kẹo Hải Hà

Chương 3 : nâng cao hiệu quả xây dựng thương hiệu ở Công ty Cổ phần bánh kẹo Hải Hà hiện nay

KẾT LUẬN

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Giáo trình:

- Quản trị thương hiệu
- Kinh tế và quản lý công nghiệp, Marketing căn bản của trường Đại học Kinh tế Quốc dân.

2. Sách:

- Xây dựng và phát triển thương hiệu (Lê Xuân Tùng biên soạn)- NXB: LĐXH 2005.
- Tạo dựng và quản trị thương hiệu, danh tiếng- lợi nhuận (Lê Anh Cường biên soạn)- NXB: LĐXH 2004.

3. Một số bài báo:

- Thời báo kinh tế Sài Gòn số 12/ 2006.
- Tạp chí nghiên cứu kinh tế số 322 (3- 2005).

4 . tài liệu do công ty Cổ phần bánh kẹo Hải Hà cung cấp