

**TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN HÓA HÀ NỘI  
KHOA XUẤT BẢN – PHÁT HÀNH**

\*\*\*\*\*



**PHÁT TRIỂN THƯƠNG HIỆU  
BẢO THỂ THAO 24H**

**KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP**

*Giảng viên hướng dẫn* : Th.s Trịnh Tùng

*Sinh viên thực hiện* : Lê Thị Nhung

*Lớp* : PH 26A

**HÀ NỘI – 2011**

---

## MỤC LỤC

<b>LỜI CẢM ƠN.....</b>	<b>- 1 -</b>
<b>MỤC LỤC .....</b>	<b>- 3 -</b>
<b>LỜI MỞ ĐẦU .....</b>	<b>- 5 -</b>
1. Tính cần thiết của đề tài.....	- 5 -
2. Mục đích nghiên cứu.....	- 5 -
3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu.....	- 6 -
4. Phương pháp nghiên cứu.....	- 6 -
5. Bố cục đề tài.....	- 6 -
<b>CHƯƠNG I – CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ PHÁT TRIỂN THƯƠNG HIỆU.....</b>	<b>- 8 -</b>
1.1. Một số khái niệm cơ bản.....	- 8 -
1.2. Một số nội dung của hoạt động phát triển thương hiệu.....	- 12 -
1.2.1. Nâng cao chất lượng sản phẩm.....	- 13 -
1.2.2. Thực hiện chương trình quảng cáo với phát triển thương hiệu.....	- 17 -
1.2.3. Tổ chức quan hệ công chúng với phát triển thương hiệu.....	- 23 -
1.3. Vai trò của phát triển thương hiệu.....	- 25 -
<b>CHƯƠNG II - THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG PHÁT TRIỂN THƯƠNG HIỆU BÁO THỂ THAO 24H .....</b>	<b>- 30 -</b>
2.1 Vài nét về Báo Thể Thao 24h.....	- 30 -
2.1.1 Quá trình hình thành và phát triển.....	- 30 -
2.1.2. Cơ cấu và tổ chức của Báo thể thao 24h.....	- 33 -
2.2. Thực trạng phát triển thương hiệu Báo thể thao 24h.....	- 35 -
2.2.1. Nâng cao chất lượng của báo.....	- 36 -
2.2.2. Thực hiện chương trình quảng cáo với phát triển thương hiệu.....	- 45 -
2.2.3. Quan hệ công chúng với phát triển thương hiệu.....	- 60 -

---

2.3. Đánh giá chung về thực trạng phát triển thương hiệu của báo thể thao 24h	- 67 -
2.3.1. Những thành tựu đã đạt được.....	- 67 -
2.3.2. Một số tồn tại và nguyên nhân. ....	- 71 -
<b>CHƯƠNG III – NHỮNG GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN THƯƠNG HIỆU</b>	
<b>CỦA BÁO THỂ THAO 24H.....</b>	<b>- 73 -</b>
3.1 Phương hướng phát triển của báo thể thao 24h trong những năm tới. ..	- 73 -
3.2. Những giải pháp phát triển thương hiệu của Báo thể thao 24h. ....	- 76 -
3.2.1. Giải pháp từ phía nhà nước. ....	- 76 -
3.2.2. Giải pháp đối với công ty.....	- 78 -
<b>KẾT LUẬN.....</b>	<b>- 88 -</b>
<b>TÀI LIỆU THAM KHẢO.....</b>	<b>- 90 -</b>
<b>PHỤ LỤC.....</b>	<b>- 92 -</b>

---

## LỜI MỞ ĐẦU

### 1. Tính cần thiết của đề tài.

Trong xã hội ngày càng phát triển, cùng với mức sống cao thì nhu cầu của con người cũng theo hướng tỉ lệ thuận với đó. Giờ đây yêu cầu của họ không chỉ dừng lại ở ăn no, mặc ấm mà là ăn ngon, mặc đẹp. Không chỉ sử dụng những mặt hàng tầm thường một cách dễ dãi mà cần những sản phẩm chất lượng, xứng đáng với những gì họ đã bỏ ra.

Khi nền kinh tế hội nhập càng sâu thì vấn đề đặt ra đối với các doanh nghiệp là xây dựng cho mình một chỗ đứng, một vị thế nhất định. Do đó muốn thực hiện được không còn cách nào khác là họ phải xây dựng cho mình một *Thương hiệu* riêng, mang bản sắc và đẳng cấp riêng của doanh nghiệp.

Đối với ngành Báo chí, một ngành kinh tế mang tính xã hội đặc thù thì việc xây dựng, phát triển *Thương hiệu* lại có ý nghĩa sâu sắc và quan trọng hơn rất nhiều. Có một nhà kinh tế học đã từng nói rằng: “Trong thị trường ẩm đạm muốn nổi trội lên thì phải nhờ vào *Thương hiệu!* *Thương hiệu* và *Thương hiệu!*”.

### 2. Mục đích nghiên cứu.

- Đề tài: “Phát triển thương hiệu Báo thể thao 24h” nhằm xây dựng hệ thống lý luận về phát triển thương hiệu, đánh giá thực trạng phát triển thương hiệu của một trong các doanh nghiệp tư nhân kinh doanh báo hiện nay. Từ đó đề xuất những giải pháp nhằm hoàn thiện và phát triển thương hiệu cho “Báo thể thao 24h” trong thời gian tới.

Qua nghiên cứu thực tế tại Báo thể thao 24h em cũng mong muốn rút ra được một số bài học cũng như những kinh nghiệm chung trong việc “Phát triển thương hiệu Báo thể thao 24h” trên thị trường trong giai đoạn hiện nay.

### **3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu.**

- Đối tượng nghiên cứu:

Vấn đề phát triển thương hiệu Báo thể thao 24h.

- Phạm vi nghiên cứu: Do thời gian có hạn nên em chỉ tập trung vào nghiên cứu Báo giấy, ngoài ra còn Báo điện tử và Báo hình. Đề tài đi sâu tìm hiểu hoạt động phát triển thương hiệu của Báo thể thao 24h trong bối cảnh chung của thị trường báo thể thao trên địa bàn Hà Nội hiện nay.

- Thời gian nghiên cứu: Trong năm 2009 và năm 2010.

### **4. Phương pháp nghiên cứu.**

Trong bài nghiên cứu này, em đã sử dụng kết hợp những phương pháp nghiên cứu khoa học sau:

- Phương pháp luận duy vật biện chứng và duy vật lịch sử: vận dụng phương pháp này trong việc xem xét, đánh giá sự kiện trong tiến trình vận động và phát triển.

- Phương pháp phân tích, tổng hợp: sử dụng phương pháp này để phân tích và xử lý số liệu đã điều tra, đồng thời kế thừa những tài liệu nghiên cứu trước về vấn đề được đề cập trong bài.

- Phương pháp so sánh: sử dụng đối chiếu thông tin nghiên cứu.

- Phương pháp điều tra.

- Phương pháp so sánh

- Và một vài phương pháp khác.

### **5. Bố cục đề tài.**

Ngoài phần mở đầu và kết luận, bài khóa luận được kết cấu bố cục thành 3 phần:

Chương I: *Cơ sở lý luận về phát triển Thương hiệu.*

Chương II: *Thực trạng hoạt động phát triển thương hiệu Báo thể thao 24h.*

Chương III: *Những giải pháp phát triển Thương hiệu Báo thể thao 24h.*

Do hạn chế về thời gian cũng như chưa có nhiều kiến thức thực tế nên khóa luận còn nhiều hạn chế, mong nhận được sự giúp đỡ, đóng góp ý kiến của các thầy cô và các bạn sinh viên.

---

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Báo cáo kết quả kinh doanh của Báo Thể Thao 24h năm 2009, năm 2010.
2. Luật sở hữu trí tuệ 50/2005 QH 11 Của Việt Nam.
3. Luật Thương Mại Việt Nam năm 2005.
4. Lịch sử hình thành của Báo Thể thao 24h.
5. An Thị Thanh Nhân và Lục Thị Hường – Quản Trị Xúc Tiến Thương Mại Trong Xây Dựng Và Phát Triển Thương Mại – Nhà Xuất Bản Lao Động Xã Hội năm 2010.
6. Dương Hữu Hạnh – Quản Trị Tài Sản Thương Hiệu – Nhà Xuất Bản Thống Kê năm 2005.
7. Lê Đăng Đăng – Quản Trị Thương Hiệu – Nhà Xuất Bản Đại Học Quốc Gia Thành Phố Hồ Chí Minh năm 2010.
8. PGS.TS Nguyễn Quốc Thịnh – Bài Giảng Về Quản Trị Thương Hiệu.
9. Nguyễn Quốc Thịnh Và Nguyễn Trung Thành – Thương hiệu với nhà quản lý – Nhà xuất bản Lao Động Xã Hội năm 2009.
10. Một số Ebook:
  - + Công lý mới cho Thương hiệu – Mặt sáng của thiết lập thương hiệu toàn cầu – Simon Anholt.
  - + 22 Điều về Marketing.
11. Một số Website.
  - + [www.go.vn](http://www.go.vn)

+ [www.thethao.vtc.vn](http://www.thethao.vtc.vn)

+ [www.vtc.vn](http://www.vtc.vn)

+ [www.doanhnhan360.com](http://www.doanhnhan360.com)

Một số tài liệu khác.