

BÁO CÁO TÓM TẮT ĐỀ TÀI (TIẾNG VIỆT)

Tên đề tài: Nghiên cứu chiến lược Marketing mix các sản phẩm chăm sóc cá nhân và gia đình của công ty Unilever Việt Nam.

Mã số: KT.10.09

Chủ nhiệm đề tài: ThS. Nguyễn Thu Hà

Đơn vị: Trường Đại học Kinh tế - ĐHQGHN

Thời gian: 9/2010 – 6/2011

Mục tiêu:

- Cơ sở hình thành chiến lược Marketing của công ty Unilever Việt Nam
- Phân tích hoạt động kinh doanh của công ty Unilever Việt Nam đối với sản phẩm bột giặt OMO
- Chiến lược Marketing mix cho sản phẩm bột giặt OMO và kiến nghị một số bài học cho các doanh nghiệp Việt Nam.

Nội dung chính:

- Đánh giá hoạt động kinh doanh của công ty Unilever Việt Nam đối với sản phẩm bột giặt OMO
- Nghiên cứu chiến lược Marketing mix cho sản phẩm bột giặt OMO của công ty Unilever.

Kết quả đạt được:

Kết quả khoa học:

- 1 bản báo cáo tổng hợp

Kết quả đào tạo:

Tài liệu tham khảo phục vụ cho công tác giảng dạy môn Marketing, cụ thể là môn Nguyên lý Marketing, Quản trị Marketing