

THÔNG TIN VỀ KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP NGÀNH KINH DOANH THƯƠNG MẠI NĂM 2022

STT	Tên đề tài	Họ và tên người thực hiện	Họ và tên người hướng dẫn	Nội dung tóm tắt
1	Cải tiến công tác đào tạo và phát triển nguồn nhân lực tại công ty TNHH Quốc Cường	Phạm Lưu Việt Anh	TS. Nguyễn Thông Thái	Tổng luận về Quản trị nhân sự, Phân tích thực trạng đào tạo và phát triển nhân lực tại công ty, Đề xuất các giải pháp nâng cao chất lượng đào tạo và phát triển nhân lực tại công ty Quốc Cường
2	GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN ĐẦU TƯ SỨC KHỎE CỘNG ĐỒNG	Trần Thị Thu Hằng	TS. Nguyễn Thông Thái	Hệ thống hóa những vấn đề cơ bản về hoạt động chăm sóc khách hàng trong ngành dịch vụ, các nhân tố ảnh hưởng đến năng lực hoạt động chăm sóc khách hàng và các tiêu chí đánh giá năng lực hoạt động chăm sóc khách hàng của một ngành dịch vụ. Phân tích và đánh giá những điểm mạnh, điểm yếu trong hoạt động chăm sóc khách hàng tại Công ty Cổ Phần Đầu Tư Sức Khỏe Cộng Đồng. Đề ra các giải pháp và kiến nghị nhằm nâng cao năng lực hoạt động chăm sóc khách hàng tại Công ty Cổ Phần Đầu Tư Sức Khỏe Cộng Đồng.
3	Một số giải pháp cải tiến hoạt động marketing tại công ty Cổ phần PDS Interior Hoàng Dương	Nguyễn Thị Hương	TS. Nguyễn Thông Thái	Tổng luận về Quản trị marketing, Phân tích thực trạng quản trị marketing tại công ty Hoàng Dương, Đề xuất các giải pháp cải tiến hoạt động marketing tại công ty Hoàng Dương
4	Giải pháp mở rộng thanh toán không dùng tiền mặt tại ngân hàng TMCP Sài Gòn	Nguyễn Thị Hồng Lam	TS. Nguyễn Thông Thái	Tổng luận về thương mại điện tử, Phân tích thực trạng thương mại điện tử tại ngân hàng Sài Gòn-Hà Nội, Đề xuất các giải pháp mở rộng thanh

	Hà Nội SHB chi nhánh Phạm Văn Đồng			toán không dùng tiền mặt tại ngân hàng TMCP Sài Gòn Hà Nội SHB chi nhánh Phạm Văn Đồng
5	Tìm hiểu ứng dụng TMDT trong tiêu thụ sản phẩm của công ty Sông Gianh chi nhánh Bắc Ninh	Nguyễn Ngọc Quỳnh	TS. Nguyễn Thông Thái	- Mục tiêu chung : Quá trình ứng dụng và những kết quả đạt được từ thương mại điện tử trong hoạt động tiêu thụ các sản phẩm của công ty Sông Gianh chi nhánh Bắc Ninh - Mục tiêu cụ thể: Góp phần hệ thống hoá cơ sở lý luận và thực tiễn về TMDT và những ứng dụng của nó trong hoạt động tiêu thụ sản phẩm của công ty Sông Gianh chi nhánh Bắc Ninh - Đánh giá thực trạng ứng dụng TMDT của công ty Sông Gianh chi nhánh Bắc Ninh - Đề xuất giải pháp cho công ty Sông Gianh chi nhánh Bắc Ninh
6	Các giải pháp phát cải thiện quản trị quan hệ khách hàng tại TPBANK	Nguyễn Thị Như Quỳnh	TS. Nguyễn Thông Thái	Tổng luận về Quản trị quan hệ khách hàng (CRM), Phân tích thực trạng quản trị CRM tại TPBANK, Đề xuất các giải pháp cải tiến CRM tại TPBank
7	Nâng cao năng lực cạnh tranh của công ty TNHH thương mại và đầu tư Minh Giang	Bùi Quỳnh Anh	Ths. Lê Thu Huyền	Mục tiêu của đề tài là làm rõ cơ sở lý luận, phân tích thực trạng, đề xuất giải pháp khả thi để nâng cao năng lực cạnh tranh của công ty TNHH Thương mại và đầu tư Minh Giang

8	Giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ chăm sóc khách hàng của công ty Cổ phần BĐS Upland	Lâm Thị Ánh	Ths. Lê Thu Huyền	Mục tiêu nghiên cứu của đề tài này là nghiên cứu tìm hiểu dịch vụ chăm sóc khách hàng của công ty Cổ phần BĐS Upland, từ đó rút ra những điểm, mạnh những điểm hạn chế. Mặt khác từ việc nghiên cứu ấy ta đưa ra những giải pháp nhằm điều chỉnh thái độ, cách thức chăm sóc khách hàng trong công ty cho hợp lý và phù hợp với tình hình thực tế trong thời buổi hiện nay
9	Hoàn thiện công tác quản trị nguồn nhân lực tại Công ty Cổ Phần PDS INTERIOR Hoàng Dương	Lê Ngọc Bích	Ths. Lê Thu Huyền	- Phân tích thực trạng công tác quản trị nguồn nhân lực tại Công ty Cổ Phần PDS INTERIOR Hoàng Dương giai đoạn 2019-2021. - Đánh giá ưu nhược điểm công tác quản trị nguồn nhân lực tại Công ty Cổ Phần PDS INTERIOR Hoàng Dương. Đề ra một số giải pháp nhằm nâng cao, hoàn thiện công tác quản trị nguồn nhân lực tại Công ty Cổ Phần PDS INTERIOR Hoàng Dương.

10	Ứng dụng thương mại điện tử nhằm quảng bá thương hiệu của công ty	Đào Khánh Chi	Ths. Lê Thu Huyền	Nghiên cứu nhằm chỉ ra thực trạng áp dụng thương mại điện tử nói chung và áp dụng thương mại điện tử vào quảng bá thương hiệu tại một doanh nghiệp cụ thể là công ty CONNECT TO WORLD chi nhánh Hải Phòng cũng như lợi ích của việc áp dụng này đến công tác quản lý hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Kết quả nghiên cứu sẽ góp phần giúp các nhà quản trị doanh nghiệp nhận thấy được tầm quan trọng của việc xây dựng hệ thống thương mại điện tử này. Thông qua việc nghiên cứu và nắm vững quá trình thực thi thương mại điện tử vào quảng bá thương hiệu, nhà quản trị có thể khai thác tối đa các khả năng tiềm tàng của doanh nghiệp, sử dụng và phát huy có hiệu quả mọi nguồn lực trong doanh nghiệp nhằm thực hiện tốt hoạt động sản xuất kinh doanh đồng thời giúp cho việc quảng bá thương hiệu của công ty diễn ra mạnh mẽ và hiệu quả hơn.
----	---	---------------	-------------------	---

11	Hoàn thiện quy trình tuyển dụng nhân sự tại công ty Cổ phần sơn và thiết bị ô tô APE	Lê Thị Thu Hà	Ths. Lê Thu Huyền	Nghiên cứu thực trạng hoạt động tuyển dụng nhân sự tại công ty Cổ phần sơn và thiết bị ô tô APE. Đánh giá thực trạng hoạt động quy trình tuyển dụng của công ty Cổ Phần Sơn và Thiết Bị Ô tô APE. Đề xuất một số giải pháp nhằm hoàn thiện quy trình tuyển dụng nguồn nhân sự tại công ty cổ phần Sơn và thiết bị Ô tô APE
12	Giải pháp nâng cao hiệu quả chăm sóc khách hàng tại công ty TNHH Phong Vũ Kinh Bắc	Tiêu Thị Phương Hà	Ths. Lê Thu Huyền	Hệ thống hóa những vấn đề cơ bản về hoạt động chăm sóc khách hàng trong ngành dịch vụ, các nhân tố ảnh hưởng đến năng lực hoạt động chăm sóc khách hàng và các tiêu chí đánh giá năng lực hoạt động chăm sóc khách hàng của một ngành dịch vụ. Phân tích và đánh giá những điểm mạnh, điểm yếu trong hoạt động chăm sóc khách hàng tại Công ty TNHH Phong Vũ Kinh Bắc. Đề ra các giải pháp và kiến nghị nhằm nâng cao năng lực hoạt động chăm sóc khách hàng tại Công ty
13	Phát triển thương hiệu công ty Cổ phần cơ khí và thương mại Thuận Phát Bắc Nam	Nguyễn Phương Huyền	Ths. Lê Thu Huyền	Hệ thống hóa cơ sở lí luận về hoạt động xây dựng và phát triển thương hiệu trong doanh nghiệp Đánh giá thực trạng hoạt động xây dựng và phát triển thương hiệu tại Công ty Cổ phần cơ khí và Thương mại Thuận Phát Bắc Nam. Trên cơ sở đó đưa ra các giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động xây dựng và phát triển thương hiệu cho công ty.

14	Giải pháp marketing nhằm mở rộng thị trường cho công ty TNHH Dịch vụ giải pháp phát triển du lịch Việt	Nguyễn Thị Ngọc Huyền	Ths. Lê Thu Huyền	- Hệ thống hóa cơ sở lý luận về chính sách marketing trong doanh nghiệp- Phân tích, đánh giá thực trạng hoạt động marketing của Công ty TNHH Dịch Vụ Giải Pháp Phát Triển Du Lịch Việt- Đề xuất các giải pháp marketing nhằm mở rộng thị trường cho công ty
15	Giải pháp nâng cao chất lượng đào tạo nguồn nhân lực tại công ty TNHH Uni Hoàng Yến	Nguyễn Thị Lành	Ths. Lê Thu Huyền	Trên cơ sở nghiên cứu lý luận và thực tiễn hoàn thiện công tác đào tạo và phát triển nguồn nhân lực, Khóa luận sẽ đề xuất biện pháp hoàn thiện công tác đào tạo và phát triển nguồn nhân lực của Công ty TNHH Uni Hoàng Yến nhằm nâng cao chất lượng nguồn nhân lực một cách toàn diện cho công ty.
16	Hoàn thiện kênh phân phối sản phẩm cho Công ty TNHH Kns Vina	Nguyễn Hải Linh	Ths. Lê Thu Huyền	- Nghiên cứu hệ thống kênh phân phối sản phẩm của công ty nhằm đưa ra các giải pháp để thúc đẩy tiêu thụ sản phẩm tại Công Ty TNHH Kns Vina. - Hệ thống hóa cơ sở lý luận về phân phối và kênh phân phối. - Đánh giá thực trạng hoạt động và công tác quản lý kênh phân phối của công ty TNHH Kns Vina. - Đề xuất giải pháp hoàn thiện kênh phân phối của công ty TNHH Kns Vina.

17	Giải pháp marketing cho các sản phẩm mới của Công ty CP Đầu tư Sức khoẻ cộng đồng	Hoàng Việt Long	Ths. Lê Thu Huyền	Nghiên cứu thực trạng giải pháp xây dựng và phát triển marketing cho các sản phẩm mới của công ty CP ĐTSKCĐ, trên cơ sở đó đưa ra một số giải pháp nhằm hoàn thiện việc xây dựng và phát triển marketing cho các sản phẩm mới của Công ty trong thời gian tới.
18	Nâng cao hiệu quả hoạt động xúc tiến tại Tập đoàn Dai-ichi Life Việt Nam – Chi nhánh Cầu Giấy 2	Trần Khánh Ly	Ths. Lê Thu Huyền	- Hệ thống hóa cơ sở lý luận về hoạt động xúc tiến tại doanh nghiệp - Phân tích, đánh giá thực trạng về hoạt động xúc tiến của Tập đoàn Dai-ichi Life Việt Nam – chi nhánh Cầu Giấy 2 - Đề xuất định hướng và giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động xúc tiến cho Tập đoàn Dai-ichi Life Việt Nam, từ đó thu hút khách hàng và vượt trội hơn đối thủ cạnh tranh, củng cố vị thế của Tập đoàn Dai-ichi trên thị trường Bảo hiểm Nhân Thọ
19	Hoàn thiện chính sách marketing tại Công ty Cổ Phần Kinh Doanh và Chế Biến Lâm Sản Hùng Cường	Nguyễn Thị Ngọc Mai	Ths. Lê Thu Huyền	– Hệ thống hóa cơ sở lý luận về các chính sách marketing trong doanh nghiệp – Phân tích thực trạng chính sách marketing tại Công ty Cổ Phần Kinh Doanh và Chế Biến Lâm Sản Hùng Cường – Nhận diện các hạn chế trong hoạt động marketing của Công ty Cổ Phần Kinh Doanh và Chế Biến Lâm Sản Hùng Cường thông qua điều tra cá nhân. Trên cơ sở đó đưa ra các giải pháp nhằm tăng cường hơn nữa hiệu quả marketing của doanh nghiệp

20	Hoàn thiện công tác đào tạo nhân sự tại công ty cổ phần Prime Vĩnh Phúc	Phạm Quang Minh	Ths. Lê Thu Huyền	Làm rõ cơ sở lý luận về công tác đào tạo nhân sự ,làm rõ thực trạng đào tạo nhân sự tại công ty cổ phần Prime Vĩnh Phúc , đề xuất một đối giải pháp và kiến nghị phù hợp và khả thi nhằm hoàn thành công tác đào tạo nhân sự tại công ty
21	Nâng cao năng lực cạnh tranh của Công ty TNHH Tân Hưng Phát	Đào Văn Nam	Ths. Lê Thu Huyền	Hệ thống hóa cơ sở lý luận về năng lực cạnh tranh trong DN. Phân tích thực trạng về năng lực cạnh tranh của công ty, từ đó chỉ ra định hướng và giải pháp để nâng cao năng lực cạnh tranh của Công ty với đối thủ khác trên thị trường .
22	Hoàn thiện công tác đào tạo nguồn nhân lực tại Ngân hàng TMCP Sài Gòn – Hà Nội chi nhánh Hà Nội	Chu Ngọc Nhung	Ths. Lê Thu Huyền	- Hệ thống hóa những vấn đề cơ bản về đào tạo nguồn nhân lực tại ngân hàng thương mại. -Phân tích đánh giá thực trạng công tác đào tạo nguồn nhân lực tại Ngân hàng TMCP Sài Gòn – Hà Nội Chi nhánh Hà Nội hiện nay. -Đề xuất giải pháp hoàn thiện công tác đào tạo NNL tại Ngân hàng TMCP Sài Gòn – Hà Nội Chi nhánh Hà Nội giai đoạn từ nay đến năm 2025

23	Hoàn thiện công tác đào tạo nguồn nhân lực tại Ngân hàng TMCP Hàng Hải Việt Nam -chi nhánh MSB Đống Đa	Nguyễn Tuấn Phong	Ths. Lê Thu Huyền	Hệ thống hóa cơ sở lý luận về hoạt động đào tạo nguồn nhân lực tại các DN. Phân tích thực trạng công tác đào tạo nguồn nhân lực tại ngân hàng TMCP Hàng Hải Việt Nam - chi nhánh Đống Đa. Từ đó đề xuất giải pháp nhằm hoàn thiện công tác đào tạo nguồn nhân lực cho ngân hàng TMCP Hàng Hải Việt Nam
24	Hoàn thiện chính sách marketing tại công ty Everflow	Trần Thị Phương	Ths. Lê Thu Huyền	Nghiên cứu, hệ thống cơ sở lý luận của các chính sách marketing trong doanh nghiệp. Tìm hiểu những đặc điểm kinh doanh và phân tích tình hình hoạt động hiện tại của Công ty Cổ phần Everflow và những chính sách marketing để từ đó đánh giá thực trạng chính sách marketing và phát hiện những tồn tại cần khắc phục. Góp ý một số biện pháp nhằm hoàn thiện chính sách marketing của Công ty để nâng cao vị thế của Công ty trên thị trường trong thời gian sắp đến.
25	Nâng cao hiệu quả hoạt động bán hàng cá nhân của Công ty cổ phần Thang máy và Thiết bị điện Hà Nội	Vũ Minh Phương	Ths. Lê Thu Huyền	- Hệ thống hóa cơ sở lý luận về hoạt động bán hàng cá nhân trong doanh nghiệp - Phân tích thực trạng hoạt động bán hàng cá nhân của công ty Cổ Phần Thang Máy và Thiết Bị Điện Hà Nội. - Đề xuất giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động bán hàng cá nhân của công ty Cổ Phần Thang Máy và Thiết Bị Điện Hà Nội.

26	Giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động chăm sóc khách hàng tại công ty TNHH phát triển dịch vụ vận tải Quang Minh	Bùi Thị Hoa Quỳnh	Ths. Lê Thu Huyền	- Hệ thống hóa cơ sở lý luận về khách hàng và chăm sóc khách hàng tại doanh nghiệp - Đưa ra thực trạng hoạt động chăm sóc khách hàng tại công ty, từ đó đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động chăm sóc khách hàng cho công ty.
----	--	-------------------	-------------------	---

27	Hoàn thiện chính sách Marketing nhằm mở rộng thị trường của Công ty TNHH Giải pháp công nghệ Logigo	Nguyễn Thị Diễm Quỳnh	Ths. Lê Thu Huyền	Nghiên cứu này tập trung phân tích hiệu quả hoạt động kinh doanh của Công ty LOGIGO giai đoạn 2020-2022. Qua đó đánh giá hiệu quả hoạt động của đơn vị thực tập và đưa ra một số kiến nghị giúp DN cải thiện hoạt động kinh doanh. Về mặt lý thuyết, nghiên cứu giúp em có cái nhìn cụ thể và hiểu rõ hơn và quy trình phân tích hiệu quả hoạt động kinh doanh của một DN thông qua các chỉ số tài chính hoặc Báo cáo tài chính thường niên của công ty. Về mặt thực tiễn, nghiên cứu phân tích các dữ liệu quá khứ: doanh thu, chi phí, lợi nhuận... dựa trên tình hình hoạt động thực tại DN, đồng thời chỉ ra điểm mạnh, điểm yếu hay quy luật, chu kỳ hoạt động của công ty. Điều này giúp Ban Giám đốc nắm chắc tình hình hoạt động DN và có được những giải pháp điều chỉnh thích hợp để Logigo phát triển mạnh và ổn định hơn. Mục đích nghiên cứu của đề tài này là đưa ra các giải pháp để hoàn thiện các hoạt động Marketing của Công ty TNHH Giải pháp công nghệ Logigo. Mục tiêu nghiên cứu: - Phân tích và đánh giá đúng thực trạng của hoạt động marketing tại Công ty TNHH Giải pháp công nghệ Logigo. - Dựa vào kết quả phân tích đánh giá đề xuất các giải pháp, kiến nghị để hoàn thiện hoạt động marketing của Công ty TNHH giải pháp công nghệ Logigo.
----	---	-----------------------	-------------------	---

28	Giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động Marketing tại Công ty TNHH Thiết bị công nghiệp Tân Hoàng Mai	Lâm Thị Phương Thanh	Ths. Lê Thu Huyền	- Hệ thống hóa lý luận về Marketing, sự cần thiết của hoạt động Marketing trong việc nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. - Phân tích, đánh giá thực trạng hoạt động Marketing của Công ty TNHH Thiết bị Tân Hoàng Mai giai đoạn 2019-2021. - Dựa trên những phân tích và đánh giá những thông tin thu nhận được, từ đó đề xuất một số biện pháp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động Marketing tại Công ty TNHH Thiết bị Tân Hoàng Mai trong giai đoạn sắp tới.
----	---	----------------------	-------------------	--

29	Hoàn thiện hoạt động tuyển dụng nhân sự tại công ty TNHH Chiến Lợi	Nguyễn Minh Thành	Ths. Lê Thu Huyền	Hệ thống hóa những vấn đề lý luận về công tác tuyển dụng nhân sự tại doanh nghiệp Đánh giá khái quát tình hình tuyển dụng nhân sự, những tích cực và hạn chế còn tồn tại hiện nay. Phân tích, đánh giá hiệu quả công tác tuyển dụng nhân lực tại Công ty TNHH Chiến Lợi. Rút ra những hạn chế còn tồn tại trong công tác tuyển dụng nhân sự tại Công ty. Đề xuất các giải pháp nhằm hoàn thiện công tác tuyển dụng nhân sự tại Công ty TNHH Chiến Lợi
30	Giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động tiêu thụ sản phẩm tại công ty cổ phần Dược phẩm MID.	Trần Thị Thảo	Ths. Lê Thu Huyền	- Hệ thống hóa cơ sở lý luận về hoạt động tiêu thụ sản phẩm tại doanh nghiệp – Phân tích thực trạng hoạt động tiêu thụ sản phẩm dược phẩm của công ty cổ phần Dược Phẩm MID trong những năm qua, đánh giá các yếu tố ảnh hưởng đến mức tiêu thụ sản phẩm của công ty, từ đó đề xuất phương hướng và một số giải pháp, các biện pháp để thúc đẩy các sản phẩm trong tương lai của công ty.
31	Giải pháp nâng cao chất lượng sản phẩm tại công ty TNHH WALL STREET	Ngô Thị Thu Trang	Ths. Lê Thu Huyền	Hệ thống hóa cơ sở lý luận về chính sách sản phẩm tại doanh nghiệp. Phân tích thực trạng chính sách sản phẩm tại công ty TNHH WALL STREET, từ đó đề xuất giải pháp nhằm nâng cao chất lượng sản phẩm tại Công Ty TNHH WALL STREET

32	Nâng cao hiệu quả hoạt động bán hàng tại thị trường Indonesia của công ty cổ phần kinh doanh thương mại VNE - ECONNERCE	Nguyễn Thu Trang	Ths. Lê Thu Huyền	Tìm hiểu và phân tích thực trạng hoạt động bán hàng tại Công ty Cổ phần Kinh doanh thương mại điện tử VNE đối với mặt hàng bếp để xác định các nhân tố ảnh hưởng đến tình hình bán hàng của công ty. Từ kết quả tìm hiểu, nghiên cứu sẽ đưa ra các giải pháp, kiến nghị để công ty có thể áp dụng nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động bán hàng của công ty.
33	Hoàn thiện chính sách marketing - mix tại công ty cổ phần khoáng sản Huyện Trang	Phạm Thị Thu Trang	Ths. Lê Thu Huyền	- Hệ thống hóa cơ sở lý luận chung về Marketing mix - Khái quát những nhân tố ảnh hưởng đến chính sách Marketing mix của công ty. - Phân tích thực trạng chính sách Marketing mix của công ty. - Thu thập và phân tích dữ liệu về chính sách Marketing mix của công ty từ năm 2019 đến năm 2021. - Phân tích thực trạng chính sách Marketing mix của công ty - Đề xuất giải pháp nhằm hoàn thiện chính sách Marketing mix nhằm khắc phục những hạn chế.
34	Giải pháp Marketing cho các sản phẩm mới của Công ty TNHH mỹ phẩm Cẩm Tú	Vũ Thị Trang	Ths. Lê Thu Huyền	-Tìm hiểu tổng quan về công ty TNHH mỹ phẩm Cẩm Tú - Đánh giá thực trạng nâng cao giải pháp marketing cho các sản phẩm mới của công ty TNHH mỹ phẩm Cẩm Tú - Đề xuất các giải pháp, kiến nghị nhằm nâng cao giải pháp marketing cho các sản phẩm mới của công ty TNHH mỹ phẩm Cẩm Tú