

LỜI NÓI ĐẦU

Ngày nay với sự tiến bộ của khoa học kỹ thuật, các doanh nghiệp sản xuất sản phẩm ngày càng nhiều về số lượng, đa dạng hóa về chủng loại và luôn phải đối mặt với những đối thủ cạnh tranh về những thay đổi công nghệ, chính sách thương mại để thu hút khách hàng mua cũng như sử dụng sản phẩm của doanh nghiệp. Trước những đòi hỏi như vậy, công tác marketing có vai trò rất quan trọng trong công tác lãnh đạo, quản lý ở các doanh nghiệp.

Môn học marketing căn bản đã được đưa vào chương trình giảng dạy ở các trường, nhằm mục đích phục vụ cho việc trang bị những kiến thức cơ bản nhất về thị trường, khách hàng, phương pháp tiếp cận với khách hàng, hành vi mua của khách hàng, lựa chọn thị trường mục tiêu, lập chiến lược và kế hoạch marketing và tạo được môi trường kinh doanh trong cạnh tranh.

Giáo trình “Marketing căn bản” được biên soạn theo đề cương học phần “Marketing căn bản” ở bậc cao đẳng ngành Kinh tế và Quản trị kinh doanh đã được Hội đồng Khoa học-Đào tạo nhà trường thông qua. Đây là tài liệu phục vụ cho công tác giảng dạy của giáo viên và học tập của học sinh, sinh viên tại trường Cao đẳng xây dựng số 3.

Giáo trình do các Giáo viên bộ môn Kinh tế và Quản trị kinh doanh thuộc Khoa Kinh tế trường Cao đẳng Xây dựng số 3 biên soạn, trong đó:

Lê Thị Chung biên soạn các chương 1, 4, 5 và 6.

Huyền Chung Vinh biên soạn các chương 2 và 3.

Mặc dù các tác giả đã có nhiều cố gắng nhưng không thể tránh khỏi những thiếu sót trong quá trình biên soạn, rất mong nhận được sự đóng góp ý kiến để nhóm tác giả hoàn thiện hơn.

Nhóm tác giả