

Tóm tắt Đề tài: Hoạt động marketing qua internet tại các doanh nghiệp Việt Nam - Thực trạng và giải pháp (KT.08.11)

Mã số: KT.08.11

Thời gian thực hiện: 6/2008 - 6/2009

Cơ quan chủ trì: Trường Đại học Kinh tế - ĐHQGHN

Cơ quan thực hiện: Khoa Quản trị Kinh doanh, Trường Đại học Kinh tế - ĐHQGHN

Chủ nhiệm đề tài: TS. Nguyễn Thị Phi Nga

Kết quả đánh giá của hội đồng nghiệm thu: Tốt

Nội dung kết quả nghiên cứu:

Bằng các phương pháp nghiên cứu khoa học, có độ tin cậy và phù hợp, đề tài đã đạt được một số kết quả chính sau:

- Hệ thống hoá những vấn đề lý luận chung của hoạt động marketing qua internet.
- Phân tích thực trạng điều kiện thực hiện marketing qua internet, thực trạng ứng dụng marketing qua internet tại các doanh nghiệp Việt Nam và kinh nghiệm của một số công ty điển hình.
- Đề xuất các giải pháp khắc phục hạn chế nhằm nâng cao tính hiệu quả của hoạt động marketing qua internet.