

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



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP
NGHỆ THUẬT QUẢNG CÁO
TRONG KINH DOANH XUẤT BẢN PHẨM
Ở VIỆT NAM HIỆN NAY

Người hướng dẫn: TS. Lê Phương Nga

Sinh viên thực hiện: Nguyễn Thúy Quỳnh

Lớp: PH 27A

Hà Nội-

MỤC LỤC

Danh mục chữ viết tắt trong khóa luận

Lời mở đầu

Chương 1: Lý luận chung về nghệ thuật quảng cáo trong kinh doanh xuất bản phẩm

1.1 Các khái niệm cơ bản

1.1.1 Quảng cáo

1.1.2 Nghệ thuật quảng cáo trong kinh doanh Xuất bản phẩm

1.2 Đặc điểm của quảng cáo ở Việt nam hiện nay

1.3 Nội dung của quảng cáo ở Việt nam hiện nay

1.4 Yêu cầu của hoạt động quảng cáo

1.5 Vai trò của quảng cáo đối với đời sống và kinh doanh XBP

1.5.1 Đối với đời sống

1.5.2 Đối với doanh nghiệp kinh doanh

Chương 2: Thực trạng nghệ thuật quảng cáo trong kinh doanh xuất bản phẩm hiện nay.

2.1 Tổng quan về hoạt động quảng cáo trong kinh doanh XBP.

2.1.1 Những nhân tố ảnh hưởng đến quảng cáo.

2.1.1.1 Điều kiện chính trị, kinh tế, xã hội.

2.1.1.2 Môi trường kinh doanh của doanh nghiệp

2.1.1.3 Nhu cầu sử dụng xuất bản phẩm của nhân dân hiện nay.

2.1.2 Quá trình phát triển của hoạt động quảng cáo.

2.1.2.1 Giai đoạn quảng cáo trước năm 1954

2.1.2.2 Giai đoạn quảng cáo từ năm 1954 – 1975

2.1.2.3 Giai đoạn quảng cáo từ năm 1975 – 1990

2.1.2.4 Giai đoạn quảng cáo từ năm 1990 đến nay.

2.1.2.5 Quá trình phát triển của hoạt động quảng cáo XBP.

2.2 Nghệ thuật quảng cáo trong kinh doanh XBP

2.2.1 Mục tiêu của quảng cáo trong kinh doanh

2.2.2 Thông điệp quảng cáo và các thủ pháp sử dụng thông điệp quảng cáo

2.2.3 Lựa chọn phương tiện quảng cáo

2.3.2.1 Quảng cáo thông qua tờ rơi, apphich, bảng hiệu.

2.3.2.2 Quảng cáo thông qua báo viết.

2.3.2.3 Quảng cáo thông qua phát thanh, truyền hình.

2.3.2.4 Quảng cáo thông qua Internet.

2.3.2.5 Quảng cáo thông qua một số phương tiện khác.

2.2.4 Sự đa dạng trong quảng cáo.

2.2.5 Đánh giá hiệu quả của hoạt động quảng cáo

Chương 3: Những giải pháp nâng cao chất lượng nghệ thuật quảng cáo XBP

3.1 Những định hướng chung.

3.2 Xu hướng phát triển của ngành quảng cáo.

3.3 Một số giải pháp nâng cao nghệ thuật quảng cáo của Doanh nghiệp và cả cải thiện nâng cao hệ thống pháp luật Nhà nước.

3.3.1 Giải pháp vĩ mô

3.3.1.1 Hoàn thiện hệ thống pháp luật về quảng cáo

3.3.1.2 Nâng cao hiệu quả quản lý của Nhà nước về hoạt động QC

3.3.2 Giải pháp vi mô

3.3.2.1 Giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động quảng cáo của doanh nghiệp

3.3.2.2 Tăng cường đa dạng hóa phương tiện quảng cáo cho doanh nghiệp

3.3.2.3 Nâng cao trình độ nghiệp vụ của đội ngũ làm quảng cáo

Kết luận

Danh mục tài liệu tham khảo

Phụ lục ảnh

LỜI MỞ ĐẦU

Tính cấp thiết của đề tài.

Quảng cáo xuất hiện mọi nơi và hầu như vào bất cứ lúc nào trong cuộc sống của chúng ta: buổi sáng khi chúng ta bật tivi lên thì các chương trình quảng cáo truyền hình đã xuất hiện, khi chúng ta đi trên đường, các panô, apphích, các biển quảng cáo xuất hiện để thu hút khách hàng, hay trong các cửa hàng, trong các buổi họp các mẫu quảng cáo cũng xuất hiện, đơn giản hơn nữa là khi ở nhà mình các tờ rơi, các nhân viên tiếp thị chào hàng cũng đến tận nhà để quảng cáo...

Ở các nước phát triển thì quảng cáo trở thành một ngành kinh doanh lớn, một ngành công nghiệp, trở thành một ngành học được đào tạo bài bản với những phương pháp nghiên cứu khoa học thiết thực gắn liền với hoạt động marketing. Tuy nhiên ở một nước đang phát triển như ở Việt nam thì quảng cáo lại chưa được hiểu và thực hiện theo đúng tiêu chí quảng cáo. Có những doanh nghiệp Việt nam quảng cáo qua truyền hình với chi phí không hề nhỏ lại không có hiệu quả thực sự.

Quảng cáo xét về một phương diện nào đó tính nghệ thuật được nâng cao và chú trọng nhiều hơn tính khoa học, bởi quảng cáo gây ấn tượng với khách hàng để tác động đến tình cảm của khách hàng.

Đối với ngành kinh doanh Xuất bản phẩm, quảng cáo có vai trò quan trọng bởi xuất bản phẩm là một loại hàng hóa đặc biệt. Sách có một vai trò rất quan trọng trong xã hội từ bao đời nay. Đặc biệt là khi xã hội ngày càng phát triển thì việc đọc sách trở thành một nét văn hóa có ý nghĩa mang tri thức của nhân loại, của thế giới đến với người đọc. Việc đọc sách mang đến những thông tin, cung cấp tri thức, có sự giáo dục, bồi dưỡng và nâng cao tri thức cho mỗi người. Trong khi đọc sách, người ta có thể suy ngẫm, tra cứu,

tìm tòi những tri thức mà không một loại hình nào có thể mang lại cho họ. Tuy nhiên hiện nay, có một vấn đề cấp thiết được đặt ra là văn hóa đọc đang bị "đe dọa" bởi sự phát triển ngày càng mạnh mẽ của truyền hình, của internet, hay nói cách khác là văn hóa đọc đang dần bị mất ưu thế trước văn hóa nghe nhìn. Bởi lẽ, xét ở một góc cạnh nào đó thì phương tiện nghe nhìn chiếm được những lợi thế và phù hợp với lối sống hiện đại khi mà thời gian dành cho giải trí của người dân quá ít ỏi. Tuy vậy, sách vẫn chiếm một vị trí quan trọng trong đời sống. Những giá trị tinh thần mà sách mang lại có ý nghĩa rất to lớn. Có một ai đó đã nói : mỗi con người chỉ có một cuộc đời những người ta có thể trải nghiệm được nhiều cuộc đời qua những cuốn sách. Đó là những giá trị rất lớn mà sách mang lại cho người đọc. Nó vượt qua cả những giá trị so với những thiết bị nghe nhìn. Bởi vậy mà sách vẫn là nguồn nam châm thu hút mạnh mẽ tâm trí của người đọc.

Tuy nhiên, ở Việt nam hiện nay, quảng cáo sách lại không được chú trọng đầu tư và xây dựng, vẫn còn thiếu tính chuyên nghiệp. Bởi vậy, có những cuốn sách hay và giá trị lại không được đến tay bạn đọc bởi bạn đọc không biết đến cuốn sách đó. Trong khi quảng cáo lại có nhiều thủ pháp đa dạng, phong phú để doanh nghiệp có thể lựa chọn.

Chính vì thế, tôi chọn và nghiên cứu đề tài : "Nghệ thuật quảng cáo trong kinh doanh xuất bản phẩm ở Việt nam hiện nay" làm Khóa luận tốt nghiệp với mục đích chỉ ra những nguyên nhân tồn tại và đề xuất những giải pháp nâng cao chất lượng nghệ thuật quảng cáo trong doanh xuất bản phẩm hiện nay.

2. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu.

- Đối tượng nghiên cứu: Hoạt động quảng cáo trong kinh doanh sách.

- Đối tượng khảo sát: Một số doanh nghiệp sách như Nhã nam, Alphabooks, Thái Hà books, Công ty PHS FaHaSa Thành phố Hồ Chí

Minh. Bởi vì đây là những doanh nghiệp sách lớn ở Việt Nam hiện nay. Ngoài ra đề tài nghiên cứu khảo sát qua chương trình " Mỗi ngày một cuốn sách" của Đài Truyền hình Việt Nam.

- Thời gian làm nghiên cứu: năm 2011

3. Mục đích nghiên cứu.

Với một thị trường xuất bản phẩm sôi động như hiện nay, quảng cáo hiệu quả là một công cụ hữu hiệu giúp các doanh nghiệp hoàn thành nhiệm vụ của Đảng và Nhà nước giao cho trong việc nâng cao tri thức cho xã hội và thực hiện mục tiêu kinh doanh của các doanh nghiệp kinh doanh phát hành xuất bản phẩm.

Bài khóa luận nhằm mục đích hệ thống hóa lí luận về nghệ thuật quảng cáo xuất bản phẩm. Khảo sát thực trạng quảng cáo trong kinh doanh sách. Từ đó đề xuất những giải pháp hiệu quả để nâng cao hơn nữa nghệ thuật quảng cáo, nhằm thúc đẩy hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp xuất bản phẩm ở Việt nam hiện nay.

4. Phương pháp luận và phương pháp nghiên cứu.

Trong quá trình làm đề tài khóa luận tốt nghiệp, tôi sử dụng một số biện pháp nghiên cứu sau :

- Phương pháp luận khoa học Mác - Lênin.
- Phương pháp phân tích, thống kê và tổng hợp
- Phương pháp điều tra xã hội học
- Phương pháp thu thập thông tin điều tra thị trường

5. Kết cấu của đề tài.

Ngoài phần mở đầu, kết luận và phụ lục, đề tài gồm có 3 chương :

- Chương 1: Lý luận chung về nghệ thuật quảng cáo trong kinh doanh xuất bản phẩm.

- Chương 2: Thực trạng Nghệ thuật quảng cáo trong kinh doanh xuất bản phẩm hiện nay.
- Chương 3: Những giải pháp nhằm nâng cao chất lượng nghệ thuật quảng cáo trong kinh doanh xuất bản phẩm.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Tác giả: Nguyễn Văn Hà. NXB Lao động - Xã hội: Sách Nghệ thuật Quảng cáo.
2. Tiến sĩ Lê Thị Phương Nga: Tập bài giảng môn Quảng cáo Xuất bản phẩm
3. Nguyễn Xuân Quang : Giáo trình thương mại quốc tế.
4. PGS. TS Phạm Thị Thanh Tâm: Đại cương phát hành xuất bản phẩm, Đại học Văn hóa Hà Nội, 2002
5. Luật Thương mại 2005
6. Luật Xuất bản, 2008
7. Pháp lệnh quảng cáo
8. - Website: Moingaymotcuonsach.com.vn (chương trình của kênh VTV1 - Đài truyền hình Việt nam)
 - Website: www.nhanam.vn (Công ty cổ phần Văn hóa và Truyền thông Nhã nam)
 - Website: www.thaihabooks.com (Công ty cổ phần Sách Thái hà)
 - Website: www.alphabooks.com (Công ty cổ phần Sách Alphabooks)
 - Website: www.fahasasg.com.vn (Công ty phát hành sách Thành phố Hồ Chí Minh)
 - Một số trang mạng xã hội như Facebook, Google+...