

THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN HOẠT ĐỘNG MARKETING XÃ HỘI SẢN PHẨM THUỐC TRÁNH THAI TẠI THÀNH PHỐ THÁI NGUYÊN

TỔNG QUAN

MỤC TIÊU

- Xác định sự cần thiết phát triển hoạt động marketing xã hội sản phẩm thuốc tránh thai như một công cụ khoa học quan trọng trong thực hiện chương trình dân số kế hoạch hóa gia đình.
- Đánh giá mặt tích cực và tồn tại trong hoạt động marketing xã hội sản phẩm thuốc tránh thai tại thành phố Thái Nguyên trong thời gian qua làm cơ sở khoa học và thực tiễn để đề xuất, đóng góp một số giải pháp mới có tính khả thi để hoàn thiện hoạt động này.

NỘI DUNG

- Chương 1: Cơ sở lý thuyết
- Chương 2: Thực trạng hoạt động marketing xã hội sản phẩm thuốc tránh thai tại thành phố Thái Nguyên
- Chương 3: Một số giải pháp phát triển hoạt động Marketing xã hội sản phẩm thuốc tránh thai tại thành phố Thái Nguyên

PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

- Tác giả vận dụng phương pháp biện chứng, duy vật lịch sử, đường lối, chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà Nước về chiến lược dân số và kế hoạch hóa gia đình đến năm 2020 ở Việt Nam nói chung và thành phố Thái Nguyên nói riêng làm cơ sở cho phương pháp nghiên cứu.
- Trong đề tài sử dụng lý thuyết khoa học về marketing, áp dụng các phương pháp thống kê, phân tích so sánh, phân tích quy nạp.
- Tài liệu, thông tin trong đề tài được thu thập từ các ấn phẩm trong và ngoài nước, internet, báo cáo tổng kết năm ngành dân số của thành phố Thái Nguyên qua các năm gần đây.

HIỆU QUẢ KTXH

Gia tăng hiệu quả của thuốc tránh thai trong công tác kế hoạch hoá gia đình của thành phố Thái Nguyên trong những năm tới: như giảm tỷ lệ sinh, giảm số ca nạo hút thai, mang thai ngoài ý muốn, bảo vệ sức khoẻ cho nữ giới trong độ tuổi sinh sản... Góp phần phát triển, nâng cao mức sống cho người dân, đặc biệt là nữ giới.

ĐƠN VỊ SỬ DỤNG

Trạm y tế phường, xã tại thành phố Thái Nguyên.