

TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN LANG
KHOA THƯƠNG MẠI

Đáp án.

Đề thi: Đề lần 1: Đề lần 2: Mã đề: 1
Môn thi: Marketing Căn Bản
Khóa/Lớp: DKT0021/GD3-01 - Học kỳ: **Hè** - Năm học: **2019-2020**
Thời gian thi: 45 phút ; 60 phút ; 75 phút ; 90 phút ; 120 phút
Hình thức thi: Tự luận Trắc nghiệm Tự luận + Trắc nghiệm
Được sử dụng tài liệu - Không sử dụng tài liệu

Soạn đề



ThS. Võ Hồng Hạnh

Trưởng Khoa/Bộ môn duyệt



Nguyễn Thị Bích Nguyệt

Câu 1 (5 điểm): Anh/ Chị cho hãy cho biết kế hoạch marketing là gì. Nêu các bước chính để lập một kế hoạch marketing.

Gợi ý trả lời: Lập kế hoạch marketing liên quan đến việc quyết định các chiến lược marketing sẽ giúp công ty đạt được các mục tiêu chiến lược tổng thể. Kế hoạch marketing chi tiết là điều cần thiết ở cấp độ kinh doanh, sản phẩm hoặc thương hiệu. Bản tóm tắt các đặc trưng quản trị DN là bước đầu tiên trong kế hoạch, bao gồm tóm tắt về các mục tiêu và đề xuất các hoạt động chính của kế hoạch để đánh giá. Phần chính của kế hoạch trình bày: phân tích SWOT chi tiết về tình hình marketing hiện tại, cùng với các mối đe dọa và cơ hội tiềm năng. Sau đó, kế hoạch nêu các mục tiêu chính cho thương hiệu và phác thảo các chi tiết cụ thể của chiến lược marketing để đạt được mục tiêu chung. Ngoài ra, các chương trình hành động để thực hiện chiến lược marketing được trình bày cùng với các chi tiết về ngân sách marketing, nhân lực thực hiện kế hoạch. Phần cuối cùng phác thảo các công cụ được sử dụng để theo dõi tiến trình thực hiện và hành động khắc phục.

Câu 2 (5 điểm): Anh/ Chị hãy liệt kê ít nhất bốn trong số các loại phương tiện truyền thông chính và xác định một số điểm mạnh và điểm yếu của từng loại

Gợi ý trả lời:

- Truyền hình: Ưu điểm là bảo đảm marketing đại chúng tốt, chi phí thấp cho mỗi lần tiếp cận và hấp dẫn các giác quan; Điểm yếu là tổng chi phí cao và khó tập trung người xem.
- Báo chí: Điểm mạnh là tính kịp thời, độ phủ thị trường địa phương tốt và độ tin cậy cao; Điểm yếu là tuổi thọ ngắn và chất lượng in kém.
- Thư trực tiếp: Điểm mạnh là tính linh hoạt và năng lực cá nhân hóa; Điểm yếu là chi phí tương đối cao cho mỗi lần tiếp xúc và hình ảnh "thư rác".
- Tạp chí: Điểm mạnh là tính chọn lọc đối tượng cao, độ tin cậy và lượng độc giả tốt; Điểm yếu là chi phí cao và thời gian phát hành lâu hơn.

- e. Đài phát thanh: Điểm mạnh là sự chấp nhận tốt của địa phương và chi phí thấp; điểm yếu là sự chú ý thấp và tiếp xúc thoáng qua như chỉ là tin nhắn.
- f. Ngoài trời: Điểm mạnh là tính linh hoạt, chi phí thấp và cạnh tranh thông điệp thấp; điểm yếu là sự chọn lọc đối tượng thấp và hạn chế sáng tạo (20% chữ)
- g. Internet: Điểm mạnh bao gồm tính chọn lọc cao, chi phí thấp và khả năng tương tác cao; điểm yếu là kiểm soát đối tượng tiếp xúc và đối tượng tác động tương đối thấp.