TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN LANG

**KHOA: QUẢN TRỊ KINH DOANH**

**ĐÁP ÁN ĐỀ THI KẾT THÚC HỌC PHẦN**

**Học kỳ 1 , năm học 2022 - 2023**

Mã học phần: **7QT0050 ; 7QT0080**

Tên học phần: Tên học phần : **Quản trị chiến lược**

Mã nhóm lớp học phần: **221\_7QT0050\_01 ; 221\_7QT0080\_01**

Thời gian làm bài (phút/ngày: 75 phút ngày 12/12/2022

Hình thức thi: **Tự luận**

SV được tham khảo tài liệu: Có 🗷 Không 🞏

Giảng viên nộp đề thi, đáp án bao gồm cả **Lần 2**.

**Cách thức nộp bài (Giảng viên ghi rõ yêu cầu):**

***Gợi ý:***

- SV gõ trực tiếp trên khung trả lời của hệ thống thi; 🗷

- Upload file bài làm (word, excel, pdf…);

- Upload hình ảnh bài làm (chỉ những trường hợp vẽ biểu đồ, công thức tính toán đặc biệt).

**Format nội dung đề thi:**

- Font: Times New Roman

- Size: 13

Part 1 (50 marks): Short-answer Questions: 5 marks/ question

1. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ is the process of defining, anticipating, creating, and fulfilling customers’ needs and wants for products and services.

Answer: Marketing

1. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Collects, codes, stores, synthesizes, and presents information in such a manner that it answers important operating and strategic questions.

Answer: Management Information System

1. What are the 3 Intensive Strategies ? \_\_\_\_\_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ .

Answer : Market Penetration Strategy,

Market Development,

Product Development Strategy

1. Selling all of a company’s assets, in parts, for their tangible worth is known as \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Answer : Liquidation

1. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ allows a firm to operate with limited resources because mass production, mass distribution, and mass advertising are not required.

Answer: Market segmentation

1. True or False : One of the rules for Using Product Positioning as a Strategy-Implementation Tool, is not to serve two segments with the same strategy.

Answer: True

1. True or False: Strategies such as market development, product development, market penetration, and diversification require increased sales through new markets and products.

Answer : True

1. True or False: Strategy Evaluation is More Difficult Today due to rapid rate of obsolescence of even the best plans.

Answer: True

1. True or False: Evaluating strategies on a continuous rather than on a periodic basis allows benchmarks of progress to be established and more effectively monitored.

Answer : True

1. True or False: Modifications, additions, and deletions are not allowed during development of Mission and Vision statement

Answer: False

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Part 2 (50 marks): Open ended question – Answer **any 2** question

1. Explain different type of Alternative Strategies.
2. Explain Guidelines for Effective Strategic Management
3. Explain Management, Marketing, Finance and Accounting, Production and Operations, Research and Development, Management Information Systems, Value Chain Analysis.

*Ngày biên soạn: 20/12/2022*

**Giảng viên biên soạn đề thi: Surender Rangaraju**

*Ngày kiểm duyệt: 20/12/2022*

**Trưởng (Phó) Khoa/Bộ môn kiểm duyệt đề thi: Nguyễn Quỳnh Mai**

Sau khi kiểm duyệt đề thi, **Trưởng (Phó) Khoa/Bộ môn** gửi về Trung tâm Khảo thí qua email:[khaothivanlang@gmail.com](mailto:khaothivanlang@gmail.com)bao gồmfile word và file pdf (được đặt password trên 1 file nén/lần gửi) và nhắn tin password + họ tên GV gửi qua Số điện thoại Thầy Phan Nhất Linh (**0918.01.03.09**).