

TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN LANG
ĐƠN VỊ:

ĐỀ THI VÀ ĐÁP ÁN
THI KẾT THÚC HỌC PHẦN
Học kỳ 1, năm học 2023-2024

I. Thông tin chung

Tên học phần:	Quản trị quan hệ chuỗi cung ứng		
Mã học phần:	231_DCO0011_02	Số tin chỉ:	03
Mã nhóm lớp học phần:			
Hình thức thi: Trắc nghiệm kết hợp Tự luận	Thời gian làm bài:	75	phút
<i>Thí sinh được tham khảo tài liệu:</i>	<input checked="" type="checkbox"/> Có	<input type="checkbox"/> Không	

1. Format đề thi

- Font: Times New Roman
- Size: 13
- Tên các phương án lựa chọn: **in hoa, in đậm**
- Không sử dụng nhảy chữ/số tự động (numbering)
- Mặc định phương án đúng luôn luôn là Phương án A ghi ANSWER: A
- Tổng số câu hỏi thi:
- Quy ước đặt tên file đề thi:
 - + **Mã học phần**_Tên học phần_Mã nhóm học phần_TNTL_De 1
 - + **Mã học phần**_Tên học phần_Mã nhóm học phần_TNTL_De 1_Mã đề (*Nếu sử dụng nhiều mã đề cho 1 lần thi*).

2. Giao nhận đề thi

Sau khi kiểm duyệt đề thi, đáp án/rubric. **Trưởng Khoa/Bộ môn** gửi đề thi, đáp án/rubric về Trung tâm Khảo thí qua email: khaothivanlang@gmail.com bao gồm file word và file pdf (*nén lại và đặt mật khẩu file nén*) và nhắn tin + họ tên người gửi qua số điện thoại **0918.01.03.09** (Phan Nhất Linh).

- Khuyến khích Giảng viên biên soạn và nộp đề thi, đáp án bằng **File Hot Potatoes**. Trung tâm Khảo thí gửi kèm File cài đặt và File hướng dẫn sử dụng để hỗ trợ Quý Thầy Cô.

II. Các yêu cầu của đề thi nhằm đáp ứng CLO

(Phần này phải phối hợp với thông tin từ đề cương chi tiết của học phần)

Ký hiệu CLO	Nội dung CLO	Hình thức đánh giá	Trọng số CLO trong thành phần đánh giá (%)	Câu hỏi thi số	Điểm số tối đa	Lấy dữ liệu đo lường mức đạt PLO/PI
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
CLO1	Trang bị cho người học những kiến thức cơ bản về quan hệ doanh nghiệp với các nhà cung cấp và khách hàng.	Trắc nghiệm	20	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10	2	
CLO2	Các bước thiết lập quan hệ đối tác cung ứng và khách hàng, những yếu tố ảnh hưởng cũng như các vấn đề liên quan về đánh giá hoạt động quản trị quan hệ chuỗi cung ứng.	Trắc nghiệm, tự luận	30	Trắc nghiệm: 11, 12, 13, 14, 15 Tự luận: câu 1	Trắc nghiệm: 1.5 Tự luận: 1.5	
CLO3	Vai trò, ứng dụng của công nghệ trong thiết lập quan hệ chuỗi cung ứng.	Trắc nghiệm, tự luận	30	Trắc nghiệm: 16, 17, 18, 19, 20 Tự luận: câu 2	Trắc nghiệm: 1.5 Tự luận: 1.5	
CLO4	Trang bị cho người học kỹ năng phối hợp các kiến thức lý thuyết vào thực tế quản trị quan hệ chuỗi cung ứng	Tự luận	20	Tự luận: câu 3	2	

Chú thích các cột:

(1) Chỉ liệt kê các CLO được đánh giá bởi đề thi kết thúc học phần (tương ứng như đã mô tả trong đề cương chi tiết học phần). Lưu ý không đưa vào bảng này các CLO không dùng bài thi kết thúc học phần để đánh giá (có một số CLO được bố trí đánh giá bằng bài kiểm tra giữa kỳ, đánh giá qua dự án, đồ án trong quá trình học hay các hình thức đánh giá quá trình khác chứ không bố trí đánh giá bằng bài thi kết thúc học phần). Trường hợp một số CLO vừa được bố trí đánh giá quá trình hay giữa kỳ vừa được bố trí đánh giá kết thúc học phần thì vẫn đưa vào cột (1)

(2) Nêu nội dung của CLO tương ứng.

(3) Hình thức kiểm tra đánh giá có thể là: trắc nghiệm, tự luận, dự án, đồ án, vấn đáp, thực hành trên máy tính, thực hành phòng thí nghiệm, báo cáo, thuyết trình, ..., phù hợp với nội dung của CLO và mô tả trong đề cương chi tiết học phần.

(4) Trọng số mức độ quan trọng của từng CLO trong đề thi kết thúc học phần do giảng viên ra đề thi quy định (mang tính tương đối) trên cơ sở mức độ quan trọng của từng CLO. Đây là cơ sở để phân phối tỷ lệ % số điểm tối đa cho các câu hỏi thi dùng để đánh giá các CLO tương ứng, bảo đảm CLO quan trọng hơn thì được đánh giá với điểm số tối đa lớn hơn. Cột (4) dùng để hỗ trợ cho cột (6).

(5) Liệt kê các câu hỏi thi số (câu hỏi số ... hoặc từ câu hỏi số... đến câu hỏi số...) dùng để kiểm tra người học đạt các CLO tương ứng.

(6) Ghi điểm số tối đa cho mỗi câu hỏi hoặc phần thi.

(7) Trong trường hợp đây là học phần cốt lõi - sử dụng kết quả đánh giá CLO của hàng tương ứng trong bảng để đo lường đánh giá mức độ người học đạt được PLO/PI - cần liệt kê ký hiệu PLO/PI có liên quan vào hàng tương ứng. Trong đề cương chi tiết học phần cũng cần mô tả rõ CLO tương ứng của học phần này sẽ được sử dụng làm dữ liệu để đo lường đánh giá các PLO/PI. Trường hợp học phần không có CLO nào phục vụ việc đo lường đánh giá mức đạt PLO/PI thì để trống cột này.

III. Nội dung câu hỏi thi

Ví dụ:

PHẦN TRẮC NGHIỆM (20 câu, 0.2điểm/câu 1-10; 0.3điểm/câu 11-20)

Câu 1: Yêu cầu đối với hoạt động CRM có thể bao gồm:

- A. Tất cả đều đúng
- B. Đàm phán để khách hàng đồng ý sử dụng sản phẩm và dịch vụ
- C. Xác định và giảm thiểu các biên động về nguồn lực sản xuất/cung ứng dịch vụ
- D. Xây dựng và thực thi những chương trình kết nối khách hàng

ANSWER: A

Câu 2: Mục tiêu của hoạt động SRM bao gồm:

- A. Tất cả các đáp án đều đúng
- B. Phát triển và tăng cường mối quan hệ với nhà cung cấp
- C. Giảm thiểu rủi ro nhà cung cấp
- D. Tối ưu hóa chuỗi giá trị

ANSWER: A

Câu 3: Khách hàng hiện đại không có đặc điểm nào?

- A. Không có đáp án đúng
- B. Khả năng tự định hướng
- C. Kén chọn, khó tính
- D. Luôn kết nối

ANSWER: A

Câu 4: Phát biểu sau đây đúng hay sai: “Khách hàng không trả tiền cho dịch vụ, họ mua trải nghiệm”

- A. Đúng
- B. Sai

ANSWER: A

Câu 5: Trong các bước cung cấp giá trị cho khách hàng, bước chia sẻ/công bố giá trị cần lưu ý điều gì?

- A. Phải chia sẻ mang tính hai chiều
- B. Phải xác định được biên lợi nhuận của từng kênh phân phối

- C. Hướng tới giảm chi phí cho khách hàng
 - D. Không có đáp án đúng
- ANSWER: A

Câu 6: Có bao nhiêu quy trình chi tiết trong hoạt động CRM?

- A. 5
 - B. 3
 - C. 6
 - D. Không có đáp án đúng
- ANSWER: A

Câu 7: Quy trình xác định tiêu chí đánh giá và phân loại khách hàng có thể bao gồm các tiêu chí:

- A. Khả năng tạo lợi nhuận, tốc độ tăng trưởng, hành vi mua sắm, kênh bán hàng
 - B. Khả năng tạo lợi nhuận, tốc độ tăng trưởng, chi phí thu mua, kênh bán hàng
 - C. Khả năng tạo lợi nhuận, tốc độ tăng trưởng, hành vi mua sắm, thái độ hợp tác
 - D. Không có đáp án đúng
- ANSWER: A

Câu 8: Để triển khai CRM thành công, doanh nghiệp cần thiết kế các touch-points (điểm tiếp xúc) với khách hàng. Phát biểu nào sau đây là đúng?

- A. Tăng cơ hội lựa chọn cho khách hàng, tạo cảm giác làm chủ cho họ.
 - B. Các touch-points chỉ cần lưu ý để lại ấn tượng tích cực cho khách hàng, không nhất thiết phải hạn chế các yếu tố tiêu cực khác
 - C. Chỉ nên gắn trải nghiệm khách hàng với những hoạt động mới lạ.
 - D. Không có đáp án đúng
- ANSWER: A

Câu 9: Đối với hoạt động CRM dành cho khách hàng doanh nghiệp, phát biểu sau đây là đúng?

- A. Trải nghiệm của khách hàng B2B phức tạp hơn B2C, đòi hỏi doanh nghiệp phải chăm sóc kỹ hơn, tương tác liên tục và phải quản lý chặt chẽ.
 - B. Việc xây dựng mối quan hệ với khách hàng doanh nghiệp dễ dàng và đơn giản hơn so với khách hàng cá nhân vì số lượng ít hơn
 - C. Đối với khách hàng B2B, doanh nghiệp chỉ cần lưu ý đến cá nhân người ra quyết định thuộc tổ chức của khách hàng.
 - D. Tất cả các đáp án đều đúng
- ANSWER: A

Câu 10: Phát biểu sau đây về SRM là đúng hay sai: “Quản lý quan hệ nhà cung cấp là thiết lập hai chiều, hỗ trợ mối quan hệ có lợi giữa một tổ chức và các nhà cung cấp của nó”.

- A. Đúng
 - B. Sai
- ANSWER: A

Câu 11: Hoạt động mua hàng (purchasing) không có đặc điểm nào sau đây:

- A. Mang tính chiến thuật

- B. Mang tính giao dịch
 - C. Tập trung vào giá cả, chi phí thấp nhất trên một đơn vị
 - D. Không có đáp án đúng
- ANSWER: A

Câu 12: Trong Quản lý quan hệ nhà cung cấp hiện đại, mối quan hệ giữa nhà cung cấp và người mua nên hướng tới là:

- A. Quan hệ đối tác kiến tạo giá trị
 - B. Cạnh tranh về giá
 - C. Đối tác kiến tạo giá trị nhưng cạnh tranh về giá
 - D. Không có đáp án đúng
- ANSWER: A

Câu 13: Phát biểu nào sau đây là sai khi xét xu hướng phát triển của hoạt động SRM hiện nay?

- A. Quyền lực đàm phán đang có xu hướng chuyển dần về nhà sản xuất
 - B. Tích hợp các nhà cung ứng nội địa thành chuỗi cung ứng quốc gia
 - C. Sự lên ngôi của các nhà bán lẻ quyền lực lớn
 - D. Không có đáp án đúng
- ANSWER: A

Câu 14: Để vượt qua được những thách thức khi triển khai SRM, doanh nghiệp cần lưu ý vấn đề nào sau đây:

- A. Lựa chọn đối tác phù hợp
 - B. Tập trung vào các đối tượng bên ngoài doanh nghiệp
 - C. Thiết lập mối quan hệ áp đặt với các nhà cung cấp
 - D. Tất cả các đáp án đều đúng
- ANSWER: A

Câu 15: Sự thiếu hợp tác trong chuỗi cung ứng sẽ gây nên hệ quả nào sau đây?

- A. Toàn bộ các đáp án đúng
 - B. Tăng sự biến động trong chuỗi và giảm thặng dư toàn chuỗi
 - C. Mức độ phục vụ khách hàng giảm
 - D. Lợi nhuận giảm
- ANSWER: A

Câu 16: Hiệu ứng roi chần bò được hiểu là

- A. Mức độ biến thiên trong nhu cầu được phóng đại khi đi ngược chuỗi cung ứng
 - B. Nhu cầu của người tiêu dùng bằng số lượng hàng được sản xuất ra
 - C. Nhu cầu của người tiêu dùng rất lớn so với số lượng hàng được sản xuất ra
 - D. Không có đáp án đúng.
- ANSWER: A

Câu 17: Phát biểu sau đây đúng hay sai: “Các giải pháp công nghệ mới có thể biến đổi tổ chức - nhưng chỉ khi các nhà điều hành chuẩn bị đúng cách cho tổ chức của họ”

- A. Đúng
- B. Sai

ANSWER: A

Câu 18: Các loại điện toán đám mây bao gồm?

- A. IaaS, PaaS, SaaS
- B. AaaS, CaaS, SaaS
- C. IaaS, Paas, CaaS
- D. Không có đáp án đúng

ANSWER: A

Câu 19: Phát biểu nào sau đây về Dữ liệu lớn là đúng?

- A. Dữ liệu quá nhiều có thể lấn át khả năng của doanh nghiệp làm doanh nghiệp không bắt kịp sự thay đổi của luồng dữ liệu và thu được thông tin chi tiết có giá trị.
- B. Trong hai thập kỷ vừa qua, phân tích dữ liệu trong chuỗi cung ứng đã chuyển qua bốn cấp độ khác nhau.
- C. Ứng dụng chính của phân tích dữ liệu lớn trong chuỗi cung ứng bao gồm dự báo và mô phỏng chuỗi cung ứng
- D. Không có đáp án đúng

ANSWER: A

Câu 20: Ứng dụng của Blockchain trong chuỗi cung ứng bao gồm

- A. Tất cả các đáp án đều đúng
- B. Hỗ trợ chia sẻ thông tin trong hoạt động thiết kế
- C. Quản lý danh tính các thành viên trong chuỗi cung ứng
- D. Giám sát chuỗi cung ứng

ANSWER: A

PHẦN TỰ LUẬN (5 điểm)

Câu hỏi 1: (3 điểm)

Hãy trình bày các xu hướng phát triển mới của hoạt động SRM hiện nay?

Câu hỏi 2: (2 điểm)

Hãy mô tả rào cản vận hành và rào cản do giá trong việc thiết lập sự hợp tác trong chuỗi cung ứng. Mô tả đòn bẩy quản lý tương ứng để vượt qua 02 rào cản này.

ĐÁP ÁN PHẦN TỰ LUẬN VÀ THANG ĐIỂM

Phân câu hỏi	Nội dung đáp án	Thang điểm	Ghi chú
I. Trắc nghiệm		5.0	
Câu 1 – 10		2.0	
Câu 11 – 20		3.0	
II. Tự luận		5.0	
Câu 1	3	

Nội dung a	<p>Quyền lực chuyển từ nhà sản xuất sang nhà bán lẻ (0.25 điểm)</p> <p>Tích hợp các nhà cung ứng lớn nhỏ từ địa phương, nội địa thành chuỗi cung ứng quốc gia (0.25 điểm)</p> <p>Sự lên ngôi của những nhà bán lẻ quyền lực lớn (0.25 điểm)</p> <p>Từ quan niệm sản xuất-đến-tiêu thụ sang cảm-nhận-và-phản-hồi (0.25 điểm)</p>	1	
Nội dung b	Mô tả cụ thể môi xu hướng được 0.5 điểm (4 xu hướng)	2	
Câu 2	2	
Nội dung a	<p>Xảy ra khi các hành vi trong quá trình đặt và thực thi đơn hàng dẫn đến tăng sự biến động trong chuỗi cung ứng. (0.5 điểm)</p> <p>Đặt hàng với kích thước lô lớn (để có chiết khấu tốt và chi phí thấp hơn)</p> <p>Thời gian bổ sung hàng hóa kéo dài</p> <p>Vấn đề trong phân phối hàng bán ra và sự thiếu hụt (hiện tượng phổ biến trong ngành hàng điện tử với nhu cầu lên xuống liên tục)</p> <p>Xảy ra khi chính sách giá cả của hàng hóa dẫn đến sự biến động trong số lượng đơn hàng đặt ra (0.5 điểm)</p> <p>Chính sách chiết khấu theo lượng mua (giá sỉ).</p> <p>Biến động giá (do khuyến mãi, giảm giá ngắn hạn dẫn đến mua trước)</p>	1	

Nội dung b	<p>Đối với rào cản vận hành: (0.5 điểm)</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Giảm thời gian chu trình cung ứng (ứng dụng EDI, các giải pháp cross-docking) <input type="checkbox"/> Giảm kích thước lô hàng: <ul style="list-style-type: none"> • Shared truck deliveries và milk run để giảm kích thước lô nhưng vẫn đảm bảo full truck load (Seven Eleven, P&G...). • Đầu tư cho các công nghệ như CAO, EDI, RFID, barcode... để giảm thiểu chi phí nhập hàng. <input type="checkbox"/> Phân phối hàng hóa trong giai đoạn thiếu hàng dựa trên nhu cầu khách hàng trong quá khứ. <p>Đối với rào cản do giá (0.5 điểm)</p> <p>Các nhà sản xuất có thể đưa ra chính sách giá nhằm khuyến khích các nhà phân phối hoặc bán lẻ giảm kích thước lô mua và giảm tình trạng mua trước.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Thay vì giảm giá theo kích thước lô mua, giảm giá theo lượng hàng mua trong một khoảng thời gian nhất định. • Ổn định giá (Chương trình EDLP của các nhà bán lẻ nước ngoài như Walmart, Coles, Woolworth). 	1	
	Điểm tổng	10.0	

TP. Hồ Chí Minh, ngày 22 tháng 11 năm 2023
Người duyệt đề

Giảng viên ra đề

Th.S Nguyễn Viết Tịnh

Th.S Nguyễn Viết Tịnh