

giá mức đạt PLO/PI

(Phần dành cho giảng viên khi thiết kế đề thi và các cán bộ quản lý đào tạo)

TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN LANG
KHOA THƯƠNG MẠI

ĐỀ THI CUỐI KỶ HỌC PHẦN
Học kỳ 232, Năm học 2023-2024

I. Thông tin chung

Học phần: Supply Chain Relationship Management
(Quản trị quan hệ chuỗi cung ứng)

Mã học phần: **7LO0660**

Mã nhóm lớp học phần: 232_7LO0660_01

Thời gian làm bài: **60 phút**

Hình thức thi: Trắc nghiệm và tự luận

SV được tham khảo tài liệu:

Có

Không

Giảng viên nộp đề thi, đáp án

Lần 1

Lần 2

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	Equip learners with knowledge of business relations with suppliers and customers.	Trắc nghiệm	20%	1.1, 1.2, 1.3, 1.4, 1.5, 1.6, 1.7, 1.8, 1.9, 1.10	2	1,0
CLO2	Steps to establish supply and customer partnerships, influencing factors as well as related issues of evaluating supply chain relationship management.	Trắc nghiệm	20%	1.1, 1.2, 1.3, 1.4, 1.5, 1.6, 1.7, 1.8, 1.9, 1.10	2	1,0
CLO3	The role and application of technology in establishing supply chain relations.	Tự luận	30%	2.1, 2.2, 2.3	8	4,0
CLO4	Equip learners with the skills to combine theoretical knowledge into the practice of supply chain relationship management.	Tự luận	30%	2.1, 2.2, 2.3,	8	4,0
CLO5	Equip skills in strategic planning, supply chain operations and supply chain relationship management.	Bài tập quá trình, thuyết trình				

CLO6	Train students to form a sense of responsibility, perseverance, creativity and dynamism through the strict implementation of the requirements of the subject.	Bài tập quá trình, thuyết trình				
------	---	---------------------------------	--	--	--	--

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.

(Phần công bố cho sinh viên)

I. Thông tin chung

Học phần: Supply Chain Relationship Management (Quản trị quan hệ chuỗi cung ứng) Số tín chỉ: 03

Mã học phần: **7LO0660**

Mã nhóm lớp học phần: 232_7LO0660_01

Thời gian làm bài: **60 phút**

Hình thức thi: Trắc nghiệm và tự luận

SV được tham khảo tài liệu:

Có

Không

Giảng viên nộp đề thi, đáp án

Lần 1

Lần 2

II. Nội dung câu hỏi thi

MULTIPLE CHOICE (2 Points)

1. Which of the following is NOT a common business strategy for implementing CRM in a

company?

- A. Maximizing profits at any cost
- B. Improving customer interactions
- C. Reducing operational costs
- D. Enabling business orchestration

ANSWER: A

2. What was the main reason the mid-size European retailer decided to implement a CRM strategy?

- A. To transform into a customer-centric business
- B. To reduce operational costs
- C. To improve internal communication
- D. To increase sales through cross-selling.

ANSWER: A

3. Which of the following best describes "Operational CRM"?

- A. Focuses on marketing, sales, and service functionalities
- B. Involves the analysis of customer data for business insights
- C. Integrates various communication channels for collaboration
- D. Emphasizes real-time customer engagement and feedback.

ANSWER: A

4. Which of the following is NOT a post-trading factor in customer service?

- A. Organizational structure and control
- B. Call-out time for resolving customer issues
- C. Spare parts/accessories availability
- D. Product/warranty tracking.

ANSWER: A

5. Which of the following is NOT a benefit of Supplier Relationship Management (SRM)?

- A. Increased operational costs
- B. Enhanced market share growth
- C. Improved ability to adapt to market fluctuations
- D. Increased profit margins.

ANSWER: A

6. Which of the following is a common challenge faced in SRM?

- A. Limited focus on supplier communication
- B. High transparency in supplier performance
- C. Lack of emphasis on cutting costs

D. Over-emphasis on social responsibility.

ANSWER: A

7. Which of the following is NOT a benefit of Supplier Relationship Management (SRM)?

- A. Increased operational costs
- B. Enhanced collaboration with suppliers
- C. Improved supply chain efficiency
- D. Better customer relationships.

ANSWER: A

8. Which of the following technologies is commonly used in Supplier Relationship Management (SRM)?

- A. Blockchain
- B. Robotics
- C. Virtual Reality
- D. Augmented Reality.

ANSWER: A

9. What is the purpose of the Return on Investment (ROI) metric in Supply Chain Management?

- A. To evaluate the profitability of business investments
- B. To measure operational costs
- C. To determine supplier efficiency
- D. To assess customer satisfaction.

ANSWER: A

10. How is Internal Rate of Return (IRR) used in project evaluation?

- A. To evaluate the profitability of a project in percentage terms
- B. To calculate the percentage of profits
- C. To measure supply chain efficiency
- D. To determine the return on assets.

ANSWER: A

WRITING (8 points)

Question 1 (4 points):

The bullwhip effect is a common issue in supply chain management, resulting in order variability as orders move through the supply chain. Describe the causes of the bullwhip effect and its impact on the supply chain. What strategies can be used to reduce the bullwhip effect? (2 points) Provide

examples from the industry to support your answer. (2 points)

Question 1 Answer:

The bullwhip effect occurs when order variability increases as orders move through the supply chain from retailers to manufacturers and suppliers. This can be caused by factors such as poor communication, long lead times, and misaligned incentives. The impact of the bullwhip effect includes increased inventory costs, reduced efficiency, and poor customer service.

To reduce the bullwhip effect, supply chain managers can focus on improving communication, reducing lead times, and implementing strategies like collaborative planning, forecasting, and replenishment (CPFR). Additionally, adopting everyday low pricing (EDLP) and vendor-managed inventory (VMI) can help stabilize orders and reduce variability.

Examples from the industry, such as Procter & Gamble's experience with Pampers diapers, illustrate how the bullwhip effect can disrupt the supply chain. P&G found that raw material orders from suppliers varied significantly over time, despite steady demand at the retail level. By addressing the root causes of the bullwhip effect, companies can improve supply chain coordination and reduce its negative impact.

Question 2 (2 points):

A company spends \$10,000 on a marketing campaign to promote a new product. After the campaign, the company records a total revenue of \$30,000 from product sales directly attributable to the campaign. The costs associated with producing the product and running the campaign (excluding the initial investment) amount to \$15,000. Calculate the ROI for the marketing campaign.

Question 2 Answer:

Net Profit: The net profit from the campaign is the total revenue minus the cost of the investment and other costs. Thus, the net profit is \$30,000 (total revenue) - \$10,000 (marketing campaign cost) - \$15,000 (additional costs) = \$5,000.

ROI Calculation: ROI is calculated by dividing the net profit by the cost of the investment and

multiplying by 100 to get a percentage.

$$ROI = \left(\frac{\text{Net Profit}}{\text{Cost of Investment}} \right) \times 100 = \left(\frac{\$5,000}{\$10,000} \right) \times 100 = 50\%$$

Thus, the ROI for the marketing campaign is 50%.

Question 3 (2 points):

A company is considering an investment in new manufacturing equipment. The initial cost is \$100,000, and the expected cash flows over the next four years are as follows:

Year	Amount
2020	\$25,000
2021	\$30,000
2022	\$35,000
2023	\$40,000

The discount rate is 10%. Calculate the Net Present Value (NPV) for this investment.

Question 3 Answer:

To calculate the NPV, we need to discount each future cash flow to its present value and then subtract

the initial investment.

Discounted Cash Flows:

Year	Amount	Discounted Cash Flows
2020	\$25,000	\$22,727.27
2021	\$30,000	\$24,793.39
2022	\$35,000	\$26,316.02
2023	\$40,000	\$27,280.27

Total Discounted Cash Flow:

$$\text{Total} = 22,727.27 + 24,793.39 + 26,316.02 + 27,280.27 = 101,116.95$$

Net Present Value (NPV):

$$\text{NPV} = 101,116.95 - 100,000 = 1,116.95$$

TP. Hồ Chí Minh, ngày 18 tháng 04 năm 2024

NGƯỜI DUYỆT ĐỀ

GIẢNG VIÊN RA ĐỀ

TS

ThS. Tống Chí Thông