

TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN LANG
ĐƠN VỊ: KHOA QUẢN TRỊ KINH DOANH

ĐỀ THI VÀ ĐÁP ÁN
THI KẾT THÚC HỌC PHẦN
Học kỳ 2, năm học 2023-2024

I. Thông tin chung

Tên học phần:	Quản trị Ngành hàng & Nhân hàng		
Mã học phần:	71MRKT40313	Số tin chỉ:	03
Mã nhóm lớp học phần:	232_71MRKT40313_01/02		
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	

Giảng viên nộp đề thi, đáp án bao gồm cả **Lần 1 và Lần 2 trước ngày 15/03/2024.**

Cách thức nộp bài phần tự luận (Giảng viên ghi rõ yêu cầu):

Gợi ý: có thể dùng các cách sau hay kết hợp

- 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).

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	Giải thích sự tác động khi quản lý tốt các vai trò của ngành hàng và nhân hàng	TN	20%	10 câu	0.2	
CLO2	Nắm vững và vận dụng những chiến lược, chiến thuật trong quản lý ngành hàng, nhân hàng.	TN	20%	10 câu	0.2	
CLO3	Nắm vững các nguyên tắc để duy trì và phát triển bền vững ngành hàng và thương hiệu	TN	20%	10 câu	0.2	
CLO5	Vận dụng các kỹ năng truyền thông hiệu quả trong kinh doanh	TL	40%	Tự luận	4	

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

PHẦN TRẮC NGHIỆM (tổng số câu hỏi + thang điểm từng câu hỏi)

Quản lý ngành hàng quan tâm đến các yếu tố chính, ý nào KHÔNG đúng

- A. Người bán
- B. Sắp xếp hàng trên kệ
- C. Định giá hàng ra sao
- D. Chiến lược quảng cáo, bán hàng

ANSWER: A

Từ nào không phải là Thương hiệu

- A. Bia 333
- B. Điện máy xanh
- C. Viettel
- D. SCB

ANSWER: A

Câu nào sau đây KHÔNG đúng

- A. Ngành hàng đồ tắm
- B. Ngành hàng quần áo nam
- C. Ngành hàng quần áo trẻ em
- D. Ngành hàng phụ kiện trang phục

ANSWER: A

Câu nào sau đây KHÔNG đúng

- A. Ngành hàng (category) bao trùm phân khúc (segment)
- B. Phân khúc (segment) bao trùm ngành hàng (category)
- C. Ngành hàng (category) bao trùm sản phẩm (product)
- D. Ngành hàng phụ (subcategory) bao trùm sản phẩm (product)

ANSWER: A

Các Category Killers ở Việt nam có thể kể: ý nào KHÔNG đúng

- A. HighLands Coffee
- B. Điện máy xanh
- C. Phong Vũ
- D. Nguyễn Kim

ANSWER: A

Người ta phân loại ngành hàng theo nhà bán lẻ: (ngành hàng nào KHÔNG đúng trong phân loại)

- A. Ngành hàng không tìm mua
- B. Ngành hàng theo mùa
- C. Ngành hàng dựa vào điểm đến
- D. Ngành hàng tiện lợi

ANSWER: A

Sản phẩm không tìm xuất hiện trong

- A. Phân loại sản phẩm tiêu dùng
- B. Phân loại ngành hàng theo nhà bán lẻ
- C. Phân loại ngành hàng theo người mua
- D. Trong cả 03 cách phân loại

ANSWER: A

Nhóm Sản phẩm bổ sung xuất hiện trong

- A. Phân loại ngành hàng theo người mua
- B. Phân loại sản phẩm tiêu dùng
- C. Phân loại ngành hàng theo nhà bán lẻ
- D. Trong cả 03 cách phân loại

ANSWER: A

Câu nào KHÔNG đúng khi nói về FMCG

- A. FMCG thường đi thẳng từ NSX đến tay người tiêu dùng cuối
- B. Là viết tắt của Fast Moving Consumers Goods
- C. Là hàng hóa tiêu dùng thiết yếu trong cuộc sống của con người như thực phẩm – đồ uống, hàng chăm sóc cá nhân, sản phẩm gia dụng, ...
- D. Khối lượng bán lớn, lợi nhuận trên từng sản phẩm thấp

ANSWER: A

Khi phân loại ngành hàng theo nhà bán lẻ, câu nào dưới đây đúng

- A. Ngành hàng các loại hàng mua thường xuyên có tần suất mua cao
- B. Ngành hàng dựa vào điểm đến có tần suất mua cao
- C. Ngành hàng theo cách mua tiện lợi có tần suất mua cao
- D. Ngành hàng các sản phẩm theo mùa có tần suất mua cao

ANSWER: A

Đánh giá ngành hàng được thực hiện trên cơ sở, câu nào KHÔNG đúng

- A. bạn hàng
- B. nhà phân phối, nhà cung cấp
- C. đối thủ cạnh tranh
- D. dữ liệu người tiêu dùng

ANSWER: A

Câu nào sau đây KHÔNG đúng, đánh giá ngành hàng là

- A. Các Ngành hàng đang được coi là Đơn vị hiện có trong cửa hàng (SKU) theo khái niệm quản lý ngành hàng
- B. So sánh trạng thái của các ngành hàng khác nhau trong danh mục đầu tư của nhà bán lẻ.
- C. Các ngành hàng khác nhau có chiến lược phù hợp riêng
- D. Xác định vai trò cũng như trạng thái của các ngành hàng khác nhau trong danh mục đầu tư của nhà bán lẻ.

ANSWER: A

Câu nào ĐÚNG trong Các loại chiến lược trong quản lý ngành hàng, dạng chuỗi cung ứng:

- A. Giảm thiểu chi phí giao dịch
- B. Tạo lưu thông
- C. Tăng hiệu quả giao dịch
- D. Nâng cao hình ảnh

ANSWER: A

Tạo tiền mặt (Cash Generation)

- A. Làm sao doanh thu cao dù lợi nhuận thấp
- B. Làm sao lợi nhuận cao dù doanh thu thấp
- C. Làm sao doanh thu cao và lợi nhuận cao
- D. Làm sao doanh thu thấp và lợi nhuận thấp

ANSWER: A

Câu nào KHÔNG phải là Chiến thuật trong quản lý ngành hàng

- A. Nâng cao hình ảnh
- B. Chiến thuật phân loại hàng hóa
- C. Chiến thuật quảng cáo
- D. Chiến thuật trình bày kệ

ANSWER: A

Trong mô hình cộng hưởng thương hiệu, phía “Lộ trình cảm xúc” của Kim tự tháp KHÔNG có:

- A. Đánh giá thương hiệu
- B. Hình ảnh thương hiệu
- C. Cảm xúc thương hiệu
- D. Chỉ có 02 ý đúng

ANSWER: A

Trong Chuỗi giá trị thương hiệu: từ Tư duy khách hàng đến Hiệu suất thị trường thì Hệ số nhân (Multiplier) Bối cảnh thị trường KHÔNG ảnh hưởng bởi:

- A. ngân sách của chương trình
- B. cạnh tranh tốt hơn của đối thủ
- C. các kênh hỗ trợ của các đối tác
- D. qui mô khách hàng

ANSWER: A

Tiêu chí nào KHÔNG có khi lựa chọn yếu tố thương hiệu

- A. Không thích nghi
- B. Có thể bảo vệ
- C. Có thể chuyển nhượng
- D. Đáng nhớ

ANSWER: A

Tiêu chí “có thể bảo vệ”, KHÔNG có ý nào

- A. có thể bảo vệ sản phẩm không hư hỏng
- B. có thể đăng ký chính thức
- C. bảo vệ khỏi hành vi xâm phạm cạnh tranh trái phép

D. bảo vệ hợp pháp trên phạm vi quốc tế

ANSWER: A

Bao bì **KHÔNG** có chức năng nào:

A. Bảo vệ thương hiệu

B. Nhận diện thương hiệu

C. Truyền đạt thông tin

D. Bảo vệ sản phẩm

ANSWER: A

Hoạt động nào **KHÔNG** phải là “Xúc tiến thương mại”

A. Biển quảng cáo

B. Triển lãm thương mại

C. Cuộc thi giữa các đại lý/ nhà phân phối

D. Đợt hàng giảm giá cho nhà phân phối

ANSWER: A

Hoạt động nào **KHÔNG** phải là “Tiếp thị tương tác”

A. Quảng cáo qua TV

B. Diễn đàn

C. Blog

D. Email

ANSWER: A

Bất lợi của Khuyến mãi, câu **SAI** là

A. Cả 02 ý đều sai

B. Khách hàng có mua nhãn hiệu đó không cần khuyến mãi

C. Khách hàng mua do khuyến mại, sẽ không mua hàng lặp lại hết khuyến mãi

D. Cả 02 ý đều đúng

ANSWER: A

Hiện trong Truyền thông tiếp thị, lĩnh vực nào tốn kém nhất

A. Quảng cáo

B. Tài trợ sự kiện

C. Khuyến mãi

D. Tiếp thị di động

ANSWER: A

Khuyến mãi người tiêu dùng, câu nào **KHÔNG** đúng

A. mua khi không có nhu cầu

B. tăng số lượng mua

C. thay đổi sự lựa chọn thương hiệu

D. tạo khách hàng mua ngay, mua sớm hơn dự kiến

ANSWER: A

Quảng cáo trên Đài phát thanh (ý không đúng)

A. chi phí cao

B. thụ động

- C. thiếu hình ảnh
- D. cần chọn thời giờ thích hợp

ANSWER: A

Trong các chức năng chính của Truyền thông tiếp thị, không có chức năng

- A. tương tác
- B. nhắc nhở
- C. thông báo
- D. thuyết phục

ANSWER: A

Số phương cách truyền thông (loại) ngày nay, theo bài có thể là

- A. trên 50
- B. trên 40
- C. trên 60
- D. trên 30

ANSWER: A

Trong vô số các phương cách truyền thông tiếp thị. Theo bài, ta có thể phân ra bao nhiêu nhóm

- A. 12
- B. 10
- C. 09
- D. 06

ANSWER: A

Phương cách truyền thông nào không thuộc nhóm “Tương tác”

- A. Quảng cáo trên TV
- B. Facebook
- C. Diễn đàn
- D. Trang Web

ANSWER: A

Phương cách truyền thông nào không thuộc nhóm “Quảng cáo tại điểm mua hàng”

- A. Phiếu giảm giá
- B. TV trong cửa hàng
- C. Quảng cáo trên xe đẩy hàng
- D. Loa phóng thanh trong cửa hàng

ANSWER: A

PHẦN TỰ LUẬN (môt câu hỏi + thang điểm từng phần)

Trong quá trình Đánh giá việc kinh doanh ngành hàng theo Ma trận Chia sẻ Doanh thu—Biên lợi nhuận của Beckman, từ đó chúng ta có thể áp dụng các Chiến lược cơ bản trong kinh doanh

Hãy liệt kê:

- a) 04 loại chiến lược chính

(1 điểm)

- b) Liệt kê các chiến lược cụ thể trong mỗi loại trên (1 điểm)
 c) Cho 04 ví dụ liên quan Doanh nghiệp cụ thể ở nước ta (2 điểm)

ĐÁP ÁN PHẦN TỰ LUẬN VÀ THANG ĐIỂM

Phần câu hỏi	Nội dung đáp án	Thang điểm	Ghi chú
I. Trắc nghiệm		6.0	
Câu 1 – 30	ANSWER: A	0.2	mỗi câu
II. Tự luận		4.0	
Nội dung a.	Các loại chiến lược chính: <ul style="list-style-type: none"> • Các chiến lược hội nhập (Integration Strategies) • Các chiến lược tăng cường (Intensive Strategies) • Các chiến lược đa dạng hóa (Diversification Strategies) • Các chiến lược phòng thủ (Defensive Strategies) 	1.0	
Nội dung b.	Các chiến lược cụ thể: <ul style="list-style-type: none"> * Các chiến lược hội nhập <ul style="list-style-type: none"> Hội nhập về phía trước Hội nhập về phía sau Liên kết ngang * Các chiến lược tăng cường <ul style="list-style-type: none"> Thâm nhập thị trường Phát triển thị trường Phát triển sản phẩm * Các chiến lược đa dạng hóa <ul style="list-style-type: none"> Đa dạng hóa liên quan Đa dạng hóa không liên quan * Các chiến lược phòng thủ <ul style="list-style-type: none"> Thu hẹp qui mô Loại bỏ Thanh lý 	1.0	
Nội dung c.	Có thể lấy các ví dụ đã nghe trong lớp hay đã từng biết	2.0	

	Điểm tổng	10.0	
--	------------------	-------------	--

Người duyệt đề

TP. Hồ Chí Minh, ngày 20 tháng 04 năm 2024
Giảng viên ra đề

TS. Đỗ Thành Lưu

ThS. Vũ Xuân Tường