

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

Thi lần 1

## I. Thông tin chung

Tên học phần:	QUẢN TRỊ CHIẾN LƯỢC TRONG BÁN LẺ		
Mã học phần:	71SCMN40413	Số tin chỉ:	3
Mã nhóm lớp học phần:	232-71SCMN40413_01		
Hình thức thi: <b>Trắc nghiệm kết hợp Tự luận</b>	Thời gian làm bài:	<b>75</b>	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*).

## 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	Trình bày được tầm quan trọng của chiến lược bán lẻ, các mối quan hệ và giá trị của các mối quan hệ trong bán lẻ, các hình thức tổ chức bán lẻ, các vấn đề cần quan	Trắc nghiệm	42%	1,2,3,4, 5,6,7,8, 9,10,11, 12, 21, 24	4,2	8.1

	tâm về người tiêu dùng. Mô tả đầy đủ luôn thông tin trong kênh bán lẻ và quá trình nghiên cứu thông tin. Xác định được các nội dung cần quan tâm khi chọn vị trí, cách thức lập kế hoạch chiến lược trong bán lẻ.					
<b>CLO 2</b>	Phân tích khách hàng; thu thập và xử lý thông tin tổng thể. Phân tích các hoạt động liên quan đến xây dựng chiến lược bán lẻ như chiến lược vị trí, chiến lược giá, chiến lược thiết lập và duy trì hình ảnh	Trắc nghiệm	21%	13,14,15, 16,17,18,19	2,1	8.2
<b>CLO 3</b>	Vận dụng các kiến thức để xây dựng các chiến lược trong hoạt động bán lẻ	Trắc nghiệm	9%	20,22,23	0,9	4.4
		Tự luận	28%		2,8	

### III. Nội dung câu hỏi thi

#### I. PHẦN TRẮC NGHIỆM: 7,2 điểm (gồm 24 câu. 0,3 điểm/câu)

1. Trong các định nghĩa về BÁN LẺ dưới đây, định nghĩa nào chưa đúng?

- A. bán lẻ bao gồm mọi giao dịch bán hàng .
- B. bán lẻ bao gồm các hoạt động kinh doanh liên quan đến việc bán hàng hóa và dịch vụ cho người tiêu dùng để họ sử dụng cho cá nhân, gia đình, hoặc hộ gia đình.
- C. bán lẻ bao gồm mọi giao dịch bán hàng cho người tiêu dùng cuối cùng.
- D. bán lẻ là giai đoạn cuối cùng trong quá trình phân phối từ nhà cung cấp đến người tiêu dùng.

ANSWER: A

2. Trong những yếu tố sau, yếu tố nào KHÔNG PHẢI là ưu điểm của việc ưu tiên thăng tiến cho những người làm việc trong công ty?

- A. khuyến khích áp dụng những cách suy nghĩ mới
- B. giảm tỷ lệ luân chuyển nhân viên
- C. khuyến khích lòng trung thành của nhân viên
- D. giảm thiểu khó khăn trong việc đào tạo nhân viên mới về chính sách công ty

ANSWER: A

3. Ý nào sau đây KHÔNG ĐÚNG khi đề cập đến mối quan hệ giữa nhà bán lẻ và nhà cung cấp trong trường hợp phân phối chuyên sâu?

- A. cả hai bên dành rất nhiều thời gian làm việc cùng nhau để duy trì hình ảnh, ấn định không gian trưng bày, phân bổ lợi nhuận, chi phí và quảng cáo
- B. cạnh tranh giữa các nhà bán lẻ bán cùng một mặt hàng rất cao.
- C. các nhà bán lẻ có thể sử dụng các chiến thuật không có lợi cho các nhà cung cấp vì họ quan tâm nhiều hơn đến kết quả của chính họ.
- D. các nhà bán lẻ có thể dành ít không gian cho những thương hiệu cụ thể, đặt giá rất cao cho chúng và không quảng cáo chúng.

ANSWER: A

4. Những yếu tố nào dưới đây KHÔNG phải đặc điểm của hoạt động bán lẻ

- A. số lượng khách hàng mà nhà bán lẻ tiếp xúc hàng ngày sẽ ít hơn so với nhà sản xuất.
- B. doanh số trung bình của một giao dịch bán hàng ít hơn nhiều so với nhà sản xuất
- C. người tiêu dùng thường thực hiện nhiều giao dịch mua sắm không có kế hoạch hoặc mang tính bốc đồng.
- D. hiện nay, bên cạnh bán lẻ thông qua các trang mạng, thì bán lẻ qua các cửa hàng vẫn diễn ra phổ biến.

ANSWER: A

5. Ý nào dưới đây KHÔNG thuộc một trong hai thách lớn nhất đối với nhà bán lẻ?

- A. duy trì chất lượng dịch vụ khi giá các yếu tố đầu vào không đổi
- B. duy trì mối quan hệ lâu dài với người tiêu dùng
- C. biết “lịch sử” quá trình mua bán của khách hàng
- D. duy trì mối quan hệ lâu dài giữa nhà bán lẻ và người tiêu dùng

ANSWER: A

6. Những đặc điểm nào dưới đây KHÔNG phải là đặc điểm chung của người tiêu dùng?

- A. họ sẽ chọn duy nhất một hình thức mua sắm cho tất cả những nhu cầu khác nhau.
- B. mong đợi nhiều hơn nhưng muốn trả chi phí thấp hơn.
- C. những người tiêu dùng có ít thời gian và ngân sách sẽ dành ít thời gian mua sắm hơn, và mua sắm có mục đích.
- D. người tiêu dùng khác nhau thì các yếu tố tạo nên sự hài lòng của họ cũng có sự khác nhau.

ANSWER: A

7. Ý nào trong những ý dưới đây KHÔNG phải là quan niệm giá trị đối với người mua hàng?

- A. giá trị phụ thuộc vào số lần khách hàng đến mua tại cửa hàng.
- B. giá trị là nhận thức của người mua hàng về chuỗi giá trị.
- C. giá trị là tất cả lợi ích từ việc mua hàng.
- D. giá trị thay đổi tùy theo quan điểm của mỗi khách hàng

ANSWER: A

8. Điều nào dưới đây **KHÔNG** phải là yếu tố cần lưu ý khi đề cập đến việc duy trì mối quan hệ lâu dài trong bán lẻ?

- A. loại kệ trưng bày
- B. dịch vụ khách hàng
- C. cơ sở khách hàng
- D. sự hài lòng của khách hàng

ANSWER: A

9. Từ quan điểm của người mua hàng, ý nào dưới đây thuộc phần thưởng theo chủ nghĩa khoái lạc?

- A. tham gia bốc thăm trúng thưởng
- B. voucher mua hàng
- C. thông tin, tư vấn miễn phí
- D. được thanh toán tại quầy ưu tiên

ANSWER: A

10. Ý nào dưới đây **KHÔNG** thuộc những nội dung cần làm rõ khi mua lại doanh nghiệp?

- A. cách xây dựng kế hoạch mua bảo hiểm
- B. bạn đang trả bao nhiêu cho lợi thế thương mại?
- C. khi mua doanh nghiệp, bạn có phải đảm nhận các khoản nợ hiện có?
- D. tại sao người bán lại rao bán doanh nghiệp?

ANSWER: A

11. Ý nào dưới đây **KHÔNG** là mục tiêu cần theo đuổi của nhà bán lẻ?

- A. tất cả các ý đều là các mục tiêu có thể theo đuổi của nhà bán lẻ
- B. lợi nhuận,
- C. sự hài lòng
- D. doanh thu,

ANSWER: A

12. Sự hài lòng của những đối tượng nào sau đây **KHÔNG** thuộc mối quan tâm của nhà bán lẻ?

- A. hài lòng của đối thủ cạnh tranh
- B. hài lòng của khách hàng
- C. hài lòng từ nhà cung cấp
- D. hài lòng của nhân viên

ANSWER: A

13. Ý nào dưới đây **KHÔNG** thuộc biến có thể kiểm soát trong khung hoạch định chiến lược bán lẻ?

- A. người tiêu dùng

- B. vị trí cửa hàng
- C. cơ cấu quản lý của doanh nghiệp
- D. quản lý hàng hóa

ANSWER: A

14. Ý nào dưới đây là đặc điểm của tiếp thị tập trung

- A. lựa chọn hàng chất lượng cao hay thấp tùy theo nhóm khách hàng mục tiêu
- B. giá của mặt hàng để ở mức trung bình
- C. nỗ lực xúc tiến bằng cách quảng cáo đại chúng
- D. chọn vị trí cửa hàng tại khu dân cư đông đúc

ANSWER: A

15. Không cần xây dựng thương hiệu từ đầu; Sản phẩm, dịch vụ và hoạt động đã được chuẩn hóa ngay từ đầu; Tận hưởng tập huấn và hỗ trợ về bí quyết, kỹ năng kinh doanh là ưu điểm của hình thức \_\_\_\_\_.

- A. nhượng quyền.
- B. nhà bán lẻ theo chuỗi.
- C. nhà bán lẻ độc lập.
- D. gian hàng cho thuê.

ANSWER: A

16. Ý nào dưới đây KHÔNG phải nguyên tắc của guồng quay bán lẻ?

- A. Các tổ chức mới thường có chi phí quản lý cao hơn nhiều so với các mô hình (tổ chức) hiện có.
- B. nhiều người mua sắm nhạy cảm về giá sẽ đánh đổi dịch vụ khách hàng, lựa chọn đa dạng và vị trí thuận tiện để có giá thấp hơn.
- C. những người mua hàng nhạy cảm về giá thường không trung thành và sẽ chuyển sang những nhà bán lẻ có giá thấp hơn.
- D. khi các nhà bán lẻ chuyển lên vị trí cao hơn của guồng quay, họ thường mở rộng thị trường mục tiêu và cải thiện hình ảnh để tăng doanh thu bán hàng.

ANSWER: A

17. Những đặc điểm nào dưới đây KHÔNG phản ánh đặc tính của dữ liệu nhân khẩu học?

- A. không thể định lượng
- B. là dữ liệu dân số khách quan
- C. có thể định lượng
- D. có thể nhận biết và đo lường được

ANSWER: A

18. Ý nào dưới đây KHÔNG là đặc điểm thường thấy của người mua sắm trực tuyến?

- A. quan tâm đến khả năng tiếp cận thực tế của sản phẩm
- B. có thu nhập trên mức trung bình

**C.** thích nghiên cứu, so sánh các mặt hàng và quan tâm giá cả

**D.** có trình độ học vấn khá

ANSWER: A

19. Những ý nào dưới đây **KHÔNG** thuộc 3 tổn thất chính khi nhà bán lẻ quyết định chuyển địa điểm?

**A.** mất hoặc không thể kiếm được nhà cung cấp

**B.** mất một số người mua hàng

**C.** địa điểm mới có thể không có sự hấp dẫn đối với người tiêu dùng như địa điểm trước

**D.** hầu hết các đồ đạc trang bị cho cửa hàng cũ không chuyển nhượng được

ANSWER: A

20. Nếu nhà bán lẻ muốn bán quần áo cho bà bầu có thu nhập cao thì nên chọn chiến lược tiếp thị nào dưới đây?

**A.** tiếp thị tập trung

**B.** tiếp thị đại chúng

**C.** tiếp thị khác biệt

**D.** tiếp thị đại trà

ANSWER: A

21. Sự lựa chọn địa điểm cửa hàng **ÍT** phụ thuộc vào yếu tố nào dưới đây?

**A.** sự thuận tiện đối với nhà cung cấp

**B.** tình trạng sẵn có của địa điểm

**C.** tính chất của các cửa hàng lân cận

**D.** chi phí tài sản

ANSWER: A

22. Mô hình nào dưới đây **KHÔNG** được dùng để đánh giá khu vực giao dịch các cửa hàng mới?

**A.** mô hình kết nối hệ thống mở

**B.** mô hình tín hiệu liên tục

**C.** mô hình hồi qui

**D.** mô hình trọng lực

ANSWER: A

23. Yếu tố nào dưới đây **KHÔNG** thuộc thành phần tạo nên hình ảnh của nhà bán lẻ

**A.** lối sống của khách hàng

**B.** vị trí cửa hàng

**C.** giá

**D.** thuộc tính hàng hóa

ANSWER: A

24. Ý nào trong các ý sau KHÔNG phù hợp với chức năng bán lẻ trong phân phối?

- A. nhà sản xuất lớn sẽ sản xuất một mặt hàng với số lượng lớn và bán lẻ trực tiếp cho từng người tiêu dùng
- B. nhà sản xuất muốn sản xuất một loại mặt hàng và bán số lượng nhiều cho càng ít đầu mỗi càng tốt
- C. người tiêu dùng muốn mua đa dạng hàng hóa và dịch vụ với số lượng hạn chế.
- D. người mua hàng tìm hiểu về đặc điểm của hàng hóa và dịch vụ, v.v. từ quảng cáo của nhà bán lẻ, nhân viên bán hàng và sản phẩm trưng bày

ANSWER: A

### **PHẦN TỰ LUẬN (2,8 điểm- gồm 2 câu)**

Một công ty đang nghiên cứu xác suất mua sắm của các nhóm khách hàng đối với sản phẩm gia dụng tại các địa điểm định thuê. Hiện công ty đang dẫn đo 3 địa điểm có thể trưng bày và bán đồ gia dụng như sau: Địa điểm A có diện tích trưng bày là 72 m<sup>2</sup>. Địa điểm B có diện tích trưng bày là 105m<sup>2</sup> và địa điểm C có diện tích trưng bày là 160 m<sup>2</sup>

Nhóm khách hàng tiềm năng đang sống cách địa điểm H có vị trí cách địa điểm A là 6 phút, cách địa điểm B là 10 phút, cách địa điểm thứ C 20 phút.

**Câu hỏi 1:** Công ty ước tính tác động của thời gian di chuyển là 2. Dựa trên định luật thu hút người mua hàng của Huff, anh/ chị hãy xác định xác suất mua sắm của nhóm khách hàng đối với từng địa điểm?

**Câu hỏi 2:** Giả sử nhóm khách hàng có nhu cầu mua đồ gia dụng đang sống tại địa điểm H là 200 người. Anh chị hãy xác định số người sẽ tới mua sắm tại địa điểm A?

---

## ĐÁP ÁN PHẦN TRẮC NGHIỆM- TỰ LUẬN VÀ THANG ĐIỂM

Phần câu hỏi	Nội dung đáp án	Thang điểm	Ghi chú
<b>I. Trắc nghiệm</b>		<b>7.2 điểm</b>	
Câu 1 – 24	A	0.3đ x24 câu	
<b>II. Tự luận</b>		<b>2.8 điểm</b>	
Câu hỏi 1	<div style="border: 2px solid red; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> <math display="block">P_{ij} = \frac{\frac{S_j}{(T_{ij})^\lambda}}{\sum_j \frac{S_j}{(T_{ij})^\lambda}}</math> </div> <p> <i>P<sub>ij</sub></i>=Xác suất người tiêu dùng đi từ nhà i đến cửa hàng j  <i>S<sub>j</sub></i>=Diện tích mặt bằng bán sản phẩm cụ thể trong vị trí của cửa hàng j được trông đợi  <i>T<sub>ij</sub></i>=Thời gian di chuyển từ nhà (i) đến cửa hàng j  <i>λ</i> =Thông số được sử dụng để ước tính tác động của thời gian đi lại đối với các chuyến đi mua sắm khác nhau            Dựa theo công thức, ta có kết quả tính toán như sau:  <b>P<sub>HA</sub> là:</b>  <math>= (72/6^2) / ((72/6^2) + (105/10^2) + (160/20^2))</math>  <math>= 57,97 \%</math>  <b>P<sub>HB</sub> là :</b>  <math>= (105/10^2) / ((72/6^2) + (105/10^2) + (160/20^2))</math>  <math>= 30,44 \%</math>  <b>P<sub>HC</sub> là:</b>  <math>= (160/20^2) / ((72/6^2) + (105/10^2) + (160/20^2))</math>  <math>= 11,59 \%</math> </p>	0,7 đ 0,7 đ 0,7 đ	
Câu hỏi 2.	Số người mua sắm tại địa điểm H sẽ là 200x 57,97%=115,94≈116 người	0,7 đ	
<b>Điểm tổng</b>		<b>10.0</b>	

Người duyệt đề



TS. Đỗ Thành Lưu

TP. Hồ Chí Minh, ngày 5 tháng 5 năm 2024

Giảng viên ra đề



TS. Nguyễn Lan Hương