

### I. Thông tin chung

Học phần: **Marketing dịch vụ tài chính** Số tín chỉ: 3

Mã học phần: **71MRKT40183** Mã nhóm lớp học phần:  
232\_71MRKT40183\_01,02,03,04,05

Thời gian làm bài: **60 phút** Hình thức thi: **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	Nhận diện, phân biệt, lựa chọn các chiến lược marketing phù hợp với các dịch vụ tài chính trong từng tình huống cụ thể	Tự luận	50%	1	5	MA
CLO2	Xác định được các lý thuyết để xây dựng kế hoạch/ chiến lược marketing cụ thể		50%	2	5	MA

## I. Thông tin chung

---

Học phần: <b>Marketing dịch vụ tài chính</b>	Số tín chỉ: 3
Mã học phần: <b>71MRKT40183</b>	Mã nhóm lớp học phần: 232_71MRKT40183_01,02,03,04,05
Thời gian làm bài: <b>60 phút</b>	Hình thức thi: <b>Tự luận</b>
SV được tham khảo tài liệu:	Có <input checked="" type="checkbox"/> Không <input type="checkbox"/>
Giảng viên nộp đề thi, đáp án	Lần 1 <input checked="" type="checkbox"/> Lần 2 <input type="checkbox"/>

---

## II. Nội dung câu hỏi thi

### CÂU 1: (5 điểm)

"Trong bối cảnh thị trường tài chính Việt Nam đang phát triển nhanh chóng và cạnh tranh gay gắt, một công ty tài chính chuyên về hoạt động mua bán nợ đang muốn mở rộng hoạt động của mình và tạo ra một sự khác biệt trong ngành. Họ quyết định thực hiện một phân tích môi trường và định vị lại sản phẩm/dịch vụ của mình để thu hút và giữ chân khách hàng".

- Vận dụng công cụ ma trận SWOT trong chiến lược marketing để phân tích về tình huống này. (4 điểm)
- Tư vấn chiến lược tiếp thị phù hợp dựa trên ma trận SWOT trên. (1 điểm)

### Gợi ý trả lời:

*a. Ma trận SWOT cho công ty tài chính muốn mở rộng hoạt động và tạo sự khác biệt trong thị trường tài chính Việt Nam:*

#### 1. Điểm mạnh (Strengths): (Mỗi ý 0,25 điểm)

- Kinh nghiệm và chuyên môn: Công ty có kinh nghiệm và chuyên môn trong lĩnh vực mua bán nợ, giúp họ hiểu rõ thị trường và quy trình giao dịch.
- Mạng lưới đối tác: Có một mạng lưới đối tác rộng lớn trong ngành tài chính, giúp công ty tìm kiếm và mua được nợ với giá hợp lý.
- Hiệu quả về chi phí: Hoạt động mua bán nợ có thể mang lại lợi nhuận cao với chi phí thấp so với các hoạt động tài chính khác.
- Tài nguyên và hệ thống: Có tài nguyên và hệ thống phân phối sẵn có để hỗ trợ quá trình mở rộng và tăng cường hoạt động kinh doanh.

#### 2. Yếu điểm (Weaknesses): (Mỗi ý 0,25 điểm)

- Rủi ro pháp lý: Có rủi ro pháp lý liên quan đến quy trình pháp lý và quản lý nợ, có thể ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh của công ty.

- Rủi ro tín dụng: Mô hình kinh doanh mua bán nợ có thể phụ thuộc vào khả năng thu hồi nợ từ khách hàng, gây ra rủi ro tín dụng.

- Thách thức về thanh toán: Có thể gặp khó khăn trong việc thu hồi nợ từ khách hàng vì họ có thể gặp khó khăn trong việc thanh toán.

- Hạn chế về công nghệ: Công ty có thể đang gặp phải hạn chế về công nghệ, điều này có thể làm giảm hiệu quả của quá trình mở rộng và định vị lại sản phẩm/dịch vụ.

### 3. Cơ hội (Opportunities): *(Mỗi ý 0,25 điểm)*

- Tăng cường hợp tác với ngân hàng và tổ chức tài chính: Có thể tăng cường hợp tác với ngân hàng và tổ chức tài chính để mở rộng mạng lưới đối tác và tìm kiếm cơ hội kinh doanh mới.

- Sự gia tăng về nợ xấu: Sự gia tăng về nợ xấu trong thị trường có thể tạo ra cơ hội cho công ty mua bán nợ để mở rộng hoạt động kinh doanh.

- Tăng trưởng thị trường: Thị trường tài chính Việt Nam đang phát triển mạnh mẽ, điều này tạo ra nhiều cơ hội cho công ty mở rộng và phát triển hoạt động kinh doanh.

- Cần thiết về sự khác biệt: Sự cần thiết về sự khác biệt trong ngành tài chính có thể tạo ra cơ hội cho công ty tạo ra các sản phẩm/dịch vụ độc đáo và thu hút khách hàng.

### 4. Đe dọa (Threats): *(Mỗi ý 0,5 điểm)*

- Cạnh tranh gay gắt: Thị trường mua bán nợ đang trở nên cạnh tranh hơn với sự tham gia của nhiều đối thủ mới, có thể ảnh hưởng đến thị phần và lợi nhuận của công ty.

- Biến động kinh tế và chính trị: Biến động kinh tế và chính trị có thể ảnh hưởng đến thị trường nợ và gây ra rủi ro cho hoạt động kinh doanh của công ty.

#### ***b. Chiến lược tiếp thị dựa trên ma trận SWOT: (Mỗi ý 0,25 điểm)***

- Tận dụng điểm mạnh: Tận dụng kinh nghiệm và mạng lưới đối tác để xây dựng chiến lược tiếp thị, tăng cường hiệu quả và hiệu suất hoạt động mua bán nợ.

- Khắc phục điểm yếu: Đầu tư vào quản lý rủi ro pháp lý và tín dụng, cải thiện quy trình thu hồi nợ để giảm thiểu rủi ro và tăng cường hiệu quả hoạt động kinh doanh.

- Tận dụng cơ hội: Tăng cường hợp tác với ngân hàng và tổ chức tài chính, tìm kiếm cơ hội kinh doanh mới trong thị trường nợ xấu đang gia tăng.

- Đối phó với đe dọa: Đánh giá và quản lý rủi ro từ sự cạnh tranh gay gắt và biến động kinh tế và chính trị, phát triển các kế hoạch dự phòng để giảm thiểu tác động của chúng.

### **CÂU 2: (5 điểm)**

Với tình huống "ABC Bank, một trong những ngân hàng hàng đầu tại Việt Nam, đang thúc đẩy một dịch vụ tài chính mới về vay tiêu dùng cá nhân".

a. Hãy phân tích các yếu tố có ảnh hưởng đến chính sách giá. *(4 điểm)*

b. Cho biết sự ảnh hưởng của các yếu tố này đến hoạt động marketing tại công ty như thế nào? *(1 điểm)*

#### **Gợi ý trả lời:**

##### **a. Yếu tố ảnh hưởng đến chính sách giá:**

1. Cạnh tranh: *(Mỗi ý 0,5 điểm)*

- **Yếu tố:** Sự cạnh tranh giữa các ngân hàng và tổ chức tài chính khác trong thị trường vay tiêu dùng cá nhân.

- **Ảnh hưởng:** Cạnh tranh gay gắt có thể tạo áp lực để giảm giá vay hoặc cung cấp các ưu đãi và khuyến mãi để thu hút khách hàng.

## 2. Chi phí vốn: *(Mỗi ý 0,5 điểm)*

- **Yếu tố:** Chi phí vốn đầu vào cho dịch vụ vay tiêu dùng cá nhân.

- **Ảnh hưởng:** Chi phí vốn cao có thể tăng chi phí cho việc cung cấp dịch vụ, dẫn đến việc định giá cao hơn cho khách hàng hoặc giảm lợi nhuận của ngân hàng.

## 3. Rủi ro tín dụng: *(Mỗi ý 0,5 điểm)*

- **Yếu tố:** Rủi ro về khả năng thanh toán của khách hàng.

- **Ảnh hưởng:** Ngân hàng có thể áp dụng mức phí hoặc lãi suất cao hơn cho các khách hàng có rủi ro cao hơn, hoặc có thể áp dụng các chính sách chặt chẽ hơn về điều kiện vay.

## 4. Xu hướng thị trường: *(Mỗi ý 0,5 điểm)*

- **Yếu tố:** Xu hướng tiêu dùng và nhu cầu vay tiêu dùng trong thị trường.

- **Ảnh hưởng:** Ngân hàng có thể điều chỉnh chính sách giá dựa trên xu hướng thị trường, chẳng hạn như cung cấp các gói vay linh hoạt hoặc tùy chỉnh dịch vụ để đáp ứng nhu cầu thị trường.

## **b. Sự ảnh hưởng của các yếu tố này đến hoạt động marketing tại công ty: *(Mỗi ý 0,25 điểm)***

- **Chiến lược quảng cáo và tiếp thị:** Các yếu tố ảnh hưởng đến chính sách giá sẽ ảnh hưởng đến cách thức và nội dung của chiến lược quảng cáo và tiếp thị.

- **Phân loại đối tượng khách hàng:** Các yếu tố như rủi ro tín dụng sẽ ảnh hưởng đến việc xác định đối tượng khách hàng mục tiêu và chiến lược tiếp thị đối với từng nhóm khách hàng khác nhau.

- **Chi phí vốn cao:** nếu chi phí vốn cao, ngân hàng có thể chọn một chiến lược tiếp thị tập trung vào việc khuyến mãi hoặc lợi ích khác ngoài lãi suất thấp.

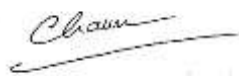
- **Cung cấp dịch vụ tùy chỉnh:** Xu hướng thị trường sẽ ảnh hưởng đến việc phát triển các gói sản phẩm và dịch vụ tùy chỉnh. Ngân hàng có thể sử dụng thông tin từ phân tích giá và thị trường để cung cấp các gói vay tiêu dùng cá nhân phù hợp với nhu cầu và mong muốn của từng đối tượng khách hàng.

**NGƯỜI DUYỆT ĐỀ**

**TS. Phạm Thị Hà An**

*TP. Hồ Chí Minh, ngày 14 tháng 03 năm 2024.*

**GIẢNG VIÊN RA ĐỀ**



**ThS. Nguyễn Thị Quỳnh Châu**