

I. Thông tin chung

Học phần: Marketing dịch vụ tài chính	Số tín chỉ: 3
Mã học phần: 71MRKT40183	Mã nhóm lớp học phần: 233_71MRKT40183_01
Thời gian làm bài: 60 phút	Hình thức thi: Tự luận
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. 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: Marketing dịch vụ tài chính	Số tín chỉ: 3
Mã học phần: 71MRKT40183	Mã nhóm lớp học phần: 233_71MRKT40183_01
Thời gian làm bài: 60 phút	Hình thức thi: Tự luận
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: (6 điểm)

"Trong bối cảnh thị trường tài chính Việt Nam đang phát triển nhanh chóng và cạnh tranh gay gắt, chọn một NHTM muốn mở rộng hoạt động cho vay đối với khách hàng doanh nghiệp. 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. (2 điểm)

Gợi ý trả lời:

a. Ma trận SWOT cho NHTM ABC bất kỳ: (4 điểm)

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

- SV trình bày được 4 ý về các nguồn lực hoặc năng lực nội tại giúp cho tổ chức đạt được mục tiêu.

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

- SV trình bày được 4 ý về các yếu tố nội tại gây cản trở cho tổ chức đạt được mục tiêu cụ thể.

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

- SV trình bày được 4 ý về các đặc điểm của môi trường bên ngoài có lợi cho tổ chức.

4. Đe dọa (Threats): (Mỗi ý 0,25 điểm)

- SV trình bày được 4 ý về các xu hướng từ môi trường bên ngoài tạo ra khó khăn cho tổ chức

b. Chiến lược tiếp thị dựa trên ma trận SWOT: (Mỗi ý 0,5 điểm)

- Chiến lược để tận dụng điểm mạnh
- Chiến lược để khắc phục điểm yếu
- Chiến lược để tận dụng cơ hội
- Chiến lược để đối phó với đe dọa

CÂU 2: (4 điểm)

Hãy phân tích các yếu tố có ảnh hưởng đến chính sách sản phẩm. (4 điểm)

Gợi ý trả lời:

Yếu tố ảnh hưởng đến chính sách SP, phân tích 8 ý, mỗi ý 0.5 điểm

- Lợi ích cốt lõi (0,5 điểm)
- Các yếu tố hữu hình (0,5 điểm)
- Các tính năng dịch vụ gia tăng (0,5 điểm)
- -Sự phát triển của công nghệ tài chính (0,5 điểm)
- Nhu cầu và mong đợi của khách hàng (0,5 điểm)
- Đối thủ cạnh tranh (0,5 điểm)
- Khả năng nội tại của tổ chức (0,5 điểm)
- Các môi trường bên ngoài khác (0,5 điểm)

NGƯỜI DUYỆT ĐỀ

TP. Hồ Chí Minh, ngày 9 tháng 07 năm 2024.
GIẢNG VIÊN RA ĐỀ

TS. Phạm Thị Hà An

TS. Phạm Thị Hà An

I. Thông tin chung

Học phần: Marketing dịch vụ tài chính	Số tín chỉ: 3
Mã học phần: 71MRKT40183	Mã nhóm lớp học phần: 233_71MRKT40183_01
Thời gian làm bài: 60 phút	Hình thức thi: Tự luận
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 type="checkbox"/> Lần 2 <input checked="" type="checkbox"/>

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: Marketing dịch vụ tài chính	Số tín chỉ: 3
Mã học phần: 71MRKT40183	Mã nhóm lớp học phần: 233_71MRKT40183_01
Thời gian làm bài: 60 phút	Hình thức thi: Tự luận
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 type="checkbox"/> Lần 2 <input checked="" type="checkbox"/>

II. Nội dung câu hỏi thi

CÂU 1: (6 điểm)

"Trong bối cảnh thị trường tài chính Việt Nam đang phát triển nhanh chóng và cạnh tranh gay gắt, chọn một Công ty bảo hiểm muốn mở rộng thị phần bảo hiểm nhân thọ. 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. (2 điểm)

Gợi ý trả lời:

a. Ma trận SWOT cho NHTM ABC bất kỳ: (4 điểm)

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

- SV trình bày được 4 ý về các nguồn lực hoặc năng lực nội tại giúp cho tổ chức đạt được mục tiêu.

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

- SV trình bày được 4 ý về các yếu tố nội tại gây cản trở cho tổ chức đạt được mục tiêu cụ thể.

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

- SV trình bày được 4 ý về các đặc điểm của môi trường bên ngoài có lợi cho tổ chức.

4. Đe dọa (Threats): (Mỗi ý 0,25 điểm)

- SV trình bày được 4 ý về các xu hướng từ môi trường bên ngoài tạo ra khó khăn cho tổ chức

b. Chiến lược tiếp thị dựa trên ma trận SWOT: (Mỗi ý 0,5 điểm)

- Chiến lược để tận dụng điểm mạnh
- Chiến lược để khắc phục điểm yếu
- Chiến lược để tận dụng cơ hội
- Chiến lược để đối phó với đe dọa

CÂU 2: (4 điểm)

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

Gợi ý trả lời:

Yếu tố ảnh hưởng đến chính sách SP, phân tích 8 ý, mỗi ý 0.5 điểm

- Mục tiêu kinh doanh (0,5 điểm)
- Marketing-mix khác (0,5 điểm)
- Chi phí (0,5 điểm)
- Rủi ro (0,5 điểm)
- Chủ sở hữu vốn (0,5 điểm)
- Khách hàng (0,5 điểm)
- Đối thủ cạnh tranh (0,5 điểm)
- Đối tác trung gian (0,5 điểm)

NGƯỜI DUYỆT ĐỀ

TS. Phạm Thị Hà An

TP. Hồ Chí Minh, ngày 9 tháng 07 năm 2024.

GIẢNG VIÊN RA ĐỀ

TS. Phạm Thị Hà An