

Câu Hỏi Trắc Nghiệm Môn Marketing

Chương 1

Câu 1 : nhu cầu là gì ?

- A .La cảm giác thiếu hụt một cái gì đó mà con người cảm nhận được
 - B .Là một nhu cầu đặc thù tương ứng với trình độ văn hóa và nhân cách của cá thể
 - C .Là mong muốn đượcj kèm thêm điều kiện có khả năng thanh toán
 - D .Tất cả các phương án trên đều đúng
- Đ/a :a

Câu 2 :Nhu cầu của con người có đặc điểm gì ?

- A . Đa dạng phong phú và luôn biến đổi
 - B . Đa dạng phong phú và luôn cố định
 - C .Cụ thể và luôn biến đổi
 - D . Cả A và C
- Đ/a :a

Câu 3 :Hàng hóa là gì ?

- A .Là những thứ có thể thỏa mãn được mong muốn hay nhu cầu, yêu cầu và được cung cấp cho thị trường nhằm mục đích thỏa mãn ng ười sản xuất
 - B .Là những thứ có thể thỏa mãn được mong muốn hay nhu cầu, yêu cầu và được cung cấp cho thị trường nhằm mục đích thỏa mãn người tiêu dùng
 - C .Cả A và B
 - D . Tất cả đều sai
- Đ/a : b

Câu 4: Theo Philip Kotler thì mối quan hệ giữa nhu cầu cụ thể và hàng hóa ở mấy cấp độ ?

- A . 3 B . 4 C . 5 D . 6
- Đ/a :a

Câu 5 :Tìm câu trả lời sai : Mối quan hệ giữa nhu cầu cụ thể và hàng hóa được thể hiện ở

- A .Nhu cầu cụ thể được thỏa mãn một phần
 - B .Nhu cầu cụ thể ko được thỏa mãn
 - C .Nhu cầu cụ thể được thỏa mãn hoàn toàn
 - D .Tất cả điều sai
- Đ/a :d

Câu 6: Trao đổi là gì :

- A Là hành vi trao và nhận một thứ gì đó mà cả 2 phía mong muốn
 - B .Là hành vi trao và nhận một thứ gì đó mà cả 2 ko mong muốn
 - C .Là hành vi trao và nhận một thứ gì đó mà chỉ có 1 bên mong muốn
 - D .Cả A và C
- Đ/a :a

Câu 7 Trao đổi cần có mấy điều kiện

- A . 2 B . 3 C . 4 D . 5
- Đ/a: c

Câu 8 Để thực hiện giao dịch người ta cần các điều kiện nào

- A .Hai vật có giá trị
 - B .Thỏa thuận các điều kiện giao dịch
 - C .Thời gian và địa điểm được thỏa thuận
 - D . Tất cả các phương án trên
- Đ/a: d

Câu 9 Thị trường là gì ?

- A .Là một tập hợp những người mua hàng hiện có và sẽ có
 - B .Là một tập hợp những người bán hàng hiện có và sẽ có
 - C .Là một tập hợp những người sản xuất hiện có và sẽ có
 - D .Tất cả các phương án trên
- Đ/a : a

Câu 10 Marketing là ?

- A . là hoạt động của con người nhằm thỏa mãn các nhu cầu thông qua trao đổi
 - B .Là một quá trình mà ở đó cấu trúc nhu cầu về hàng hóa và dịch vụ được dự đoán và được thỏa mãn thông qua một quá trình bao gồm nhận thức thúc đẩy và phân phối
 - C .Là sự dự đoán ,sự quản lý ,sự điều chỉnh và sự thỏa mãn nhu cầu thông qua quá trình trao đổi
 - D .Tất cả đều đúng
- Đ/a : c

Chương 2

Câu 1 Quản lý Marketing là ?

- A .Là một quá trình phân tích xây dựng, thực hiện và kiểm tra
- B .Là một quá trình quản lý và kiểm tra
- C .Là một quá trình phân tích ,quản lý và kiểm tra
- D .Cả a và b

Đ/a : a

- Câu 2 ND của quản lý marketing gồm
- A Quản lý hiện trạng cầu
 - B Quản lý các loại hình chiến lược và hệ thống marketing hỗn hợp
 - C Quan niệm quản lý Marketing
 - D Tất cả các phương án trên
- Đ/a :

Câu 3 Theo Philip Kotler có mấy quan niệm cơ bản tạo cơ sở cho quá trình quản lý Marketing ở các DN

- A 3
- B 4
- C 5 < quan điểm sản xuất, sản phẩm, bán hàng, marketing đạo đức, theo marketing>
- D 6

Đ/a : c

Câu 4 Theo Philip Kotler quan niệm cơ bản tạo cơ sở cho quá trình quản lý Marketing ở các DN gồm :

- A Hoàn thiện SX và hàng hóa
- B .Gia tăng nỗ lực TM
- C .Quan niệm Marketing và quan niệm marketing đạo đức xã hội
- D .Tất cả các phương án trên

Đ/a : c

Câu 5 Người Mỹ có câu ngạn ngữ vui "Nếu hoàn thiện được chiếc bẫy chuột thì trời đã tối " Câu ngạn ngữ này muốn nói đến quan niệm nào?

- A Quan niệm Marketing
- B Quan niệm hoàn thiện SX
- C Quan niệm gia tăng nỗ lực TM
- D Quan niệm hoàn thiện hàng hóa

Đ/a : d

Câu 6 Giải pháp hoàn thiện sản xuất bao gồm

- A . Giải pháp về công nghệ
 - B .Về quản lý
 - C .Nâng cao kỹ năng của người lao động
 - D . Cả a, b,c
- Đ/a : a

Câu 7 “Chỉ bán cái mà khách hàng cần chứ ko bán cái doanh nghiệp có” Dn đã vận dụng quan niệm nào ?

- A Quan niệm hoàn thiện sản phẩm
- B .Quan niệm gia tăng nỗ lực thương mại
- C Quan niệm marketing
- D Quan niệm hoàn thiện sản phẩm

Đ/a : c

Câu 8 Quan niệm Marketing đạo đức Xã hội cần phải cân bằng mấy yếu tố

- A .2
- B .3 < lợi ích công ty, khách hàng, xã hội >
- C .4
- D .5

Đ/a : b

Câu 9 Xét ở góc độ Marketing theo Philip Kotler có những loại nhu cầu nào ?

- A .Cầu tiêu cực ,cầu tiềm năng ,cầu đầy đủ
- B .Cầu quá thừa , cầu suy giảm và cầu thất thường
- C .Không có cầu và nhu cầu có hại
- D .Tất cả các phương án trên

Đ/a :

Câu 10 Chiến lược Marketing được hiểu là ?

- A .Một hệ thống các quyết định KD mang tính dài hạn mà DN cần thực hiện nhằm đạt tới các mục tiêu đặt ra
- B .Một hệ thống các quyết định KD mang tính ngắn hạn mà DN cần thực hiện nhằm đạt tới các mục tiêu đã đặt ra
- C .Một hệ thống các quyết định KD mang tính ngắn hạn và dài hạn mà DN cần thực hiện nhằm đạt tới các mục tiêu đã đề ra
- D .Tất cả đều sai

Đ/a : a

Chương 3

Câu 1 Theo Philip Kotler hệ thống thông tin Marketing gồm những bộ phận nào ?

- A . Chế độ báo cáo nội bộ , bộ phận thu thập thông tin marketing, bộ phận nghiên cứu marketing và bộ phận phân tích thông tin marketing
- B . Bộ phận thu thập thông tin marketing, bộ phận nghiên cứu marketing và bộ phận phân tích thông tin marketing, bộ phận thực hiện marketing
- C . Bộ phận nghiên cứu marketing và bộ phận phân tích thông tin marketing, bộ phận thực hiện marketing, bộ phận đánh giá kết quả marketing
- D . Tất cả đều sai

Đ/a : a

→ Câu 2 Nhiệm vụ nghiên cứu Marketing gồm

- A . Đặc tính của thị trường , các xu thế hoạt động kinh doanh và hàng hóa của đối thủ cạnh tranh
- B . Sự phản ứng của khách hàng đối với mặt hàng mới
- C . Dự báo ngắn hạn và dài hạn
- D . cả A, B, C

Đ/a :

Câu 3 Nghiên cứu Marketing là gì ?

- A . Đó là quá trình thu thập, tập hợp, ghi chép , phân tích và xử lý các dữ liệu có liên quan đến marketing hàng hóa và dịch vụ nhằm đạt tới các mục tiêu nhất định trong hoạt động kinh doanh
- B . Đó là quá trình thu thập, ghi chép , phân tích và xử lý các dữ liệu có liên quan đến marketing hàng hóa và dịch vụ nhằm đạt tới các mục tiêu nhất định trong hoạt động kinh doanh
- C . Đó là quá trình tập hợp, ghi chép , phân tích và xử lý các dữ liệu có liên quan đến marketing hàng hóa và dịch vụ nhằm đạt tới các mục tiêu nhất định trong hoạt động kinh doanh
- D . Tất cả các phương án trên

Đ/a : a

Câu 4 Quá trình nghiên cứu Marketing gồm mấy bước

- A . 3
- B . 4
- C . 5 < xác định vấn đề mục tiêu cần nghiên cứu → xây dựng kế hoạch nghiên cứu → thu

thập thông tin → phân tích thông tin → trình bày kết quả thu được >

D . 6

Đ/a : c

Câu 5 Số liệu thông tin được thu thập từ

- A . thông tin sơ cấp
- B . Thông tin thứ cấp
- C . Thông tin sơ cấp và thứ cấp
- D . Thông tin sơ cấp , trung cấp và thứ cấp

Đ/a : c

Câu 6 Phân tích dữ liệu là bước thứ mấy trong quá trình nghiên cứu Marketing

- A . 2
- B . 3
- C . 4
- D . 5

Đ/a : c

→ Câu 7 PP chính để thu thập dữ liệu gồm ?

- A . Khảo sát , quan sát , thực nghiệm và mô phỏng
- B . Tìm kiếm , khảo sát , thu thập và ghi chép
- C . Thu thập , ghi chép và mô phỏng
- D . Tất cả a, b, c

Đ/a :

Câu 8 Có 2 phương thức chọn mẫu là

- A . Chọn mẫu xác suất và chọn mẫu có chủ định
- B . Chọn mẫu chi tiết và chọn mẫu xác suất
- C . Chọn mẫu chủ định và chọn mẫu chi tiết
- D . Chọn mẫu xác suất và chọn mẫu tổng hợp

Đ/a : a

Câu 9 Hệ thống thông tin marketing là gì ?

- A . Hệ thống liên kết giữa con người và thiết bị với các phương pháp hoạt động hợp lý nhằm thu thập và xử lý thông tin
- B . Hệ thống liên kết giữa con người và con người với các phương pháp hoạt động hợp lý nhằm thu thập và xử lý thông tin
- C . Hệ thống liên kết giữa Doanh nghiệp và khách hàng với các phương pháp hoạt động hợp lý nhằm thu thập và xử lý thông tin
- D . Tất cả các p/a trên

Đ/a : a

Câu 10 Nhà quản lý marketing từ

- A . Sách báo và tạp chí chuyên ngành

B Từ đại lý và các nhà bán buôn
C Từ đối thủ và của những tổ chức
D Tất cả các p/a trên
Đ/a : d

Chương 4

Câu 1 Có mấy nhóm trong môi trường marketing

A .2 < môi trường vi mô, vĩ mô>
B .3 C .4 D .5
Đ/a : a

Câu 2 Nhóm nhân tố vi mô gồm những loại nhân tố nào ?

A Nhân tố công ty ,nhà cung cấp
B .Người môi giới marketing và khách hàng
C . Đối thủ cạnh tranh và công chúng trực tiếp
D . Cả a,b,c
Đ/a : d

Câu 3 Có mấy nhóm khách hàng của DN

A .2
B .3 < doanh nghiệp, sản xuất, tổ chức xã hội>
C .4 D .5
Đ/a : b

Câu 4 Độc quyền nhóm xuất hiện khi

A . Trên thị trường tồn tại nhiều nhà cạnh tranh,kinh doanh nhiều mặt hàng
B .Trên thị trường tồn tại một số ít nhà cạnh tranh và kinh doanh cùng một mặt hàng
C .Trên thị trường tồn tại một số ít nhà cạnh tranh và kinh doanh nhiều mặt hàng
D . Cả A và C
Đ/a: b

Câu 5 Câu nào không phải là đặc điểm của độc quyền nhóm

A .Quy mô thị trường rất lớn và được phân đoạn
B .Không chế một hoặc hơn một đoạn thị trường
C . Được tạo ra do một số hay một nhóm các nhà sản xuất
D . Tất cả đều sai
Đ/a : d

Câu 6 Cạnh tranh thuần túy còn được gọi là ?

A .Cạnh tranh không hoàn hảo
B Cạnh tranh độc quyền
C Cạnh tranh hoàn hảo
D Tất cả đều sai
Đ/a : c

Câu 7 Người ta phân loại công chúng trực tiếp của doanh nghiệp thành những loại nào

A . Công chúng thuộc các phương tiện thông tin đại chúng ,công chúng thuộc cơ quan nhà nước
B .Nhóm hành động vì lợi ích công dân và nội bộ doanh nghiệp
C . A và B: là một nhóm bất kỳ quan tâm thực sự hay có thể quan tâm làm ảnh hưởng đến khả năng đề ra của doanh nghiệp
D .Tất cả đều sai
Đ/a : c

Câu 8 Nhóm nhân tố vĩ mô gồm

A .Kinh tế ,nhân khẩu và khoa học công nghệ
B .Văn Hóa và chính trị
C .Khách hàng và đối thủ cạnh tranh
D chỉ có A và B
Đ/a : d

Câu 9 Môi trường nhân khẩu gồm những khía cạnh nào ?

A Quy mô và tốc độ tăng dân số
B Trình độ học vấn và thay đổi trong phân phối lại thu nhập
C Thay đổi trong gia đình và nơi cư trú
D cả a,b,c
Đ/a : d

Câu 10 Theo quy luật Engel khi thu nhập khả dụng và thu nhập ròng tăng lên thì

A Các khoản chi tiêu cũng tăng lên
B Các khoản chi tiêu và sự sẵn sàng mua của người tiêu dùng cũng tăng lên
C Các khoản chi tiêu cũng giảm đi
D .Tất cả đều sai
Đ/a : b

Chương 5

Câu 1 Theo quan niệm marketing thì thị trường được hiểu là ?

- A .Là tập hợp những người mua hàng hiện tại và tiềm năng
B . Là tập hợp những người mua hàng quá khứ và hiện tại
C .Cả A và B
D .Không câu nào đúng
Đ/a : a

Câu 2 Theo quan niệm kinh tế học Phương tây thì thị trường được hiểu là

- A là tập hợp những người mua hàng hiện tại và tiềm năng
B .Là tập hợp những người mua hàng quá khứ và hiện tại
C Là những nhóm người mua và người bán thuộc hiện những giao dịch liên quan tới bất kỳ những thứ gì có giá trị
D .Cả A và C
Đ/a : c

Câu 3 Để tìm kiếm và khai thác thị trường mục tiêu một cách tốt nhất Dn phải tập trung vào loại nhiệm vụ chính nào ?

- A Khai thác thị trường hiện có bằng cách thâm nhập sâu hơn vào thị trường này với nhiều giải pháp khác nhau
B Tìm mọi phương thức có thể để mở rộng ranh giới thị trường hiện tại
C Khai thác thị trường mới với nhiều loại sản phẩm mới
D Cả A và B
Đ/a: d

Câu 4 DN đã phân chia thị trường thành những loại nào trong những loại sau

- A Thị trường tiềm năng ,thị trường thực tế ,thị trường mục tiêu và thị trường cần thâm nhập
B Thị trường tiềm năng,thị trường mục tiêu ,thị trường ngắn hạn và thị trường dài hạn
C Thị trường mục tiêu thị trường ngắn hạn ,trung hạn và dài hạn
D .Tất cả a,b,c
Đ/a : a

Câu 5 Thị trường tiềm năng được hiểu là
A Thị trường mà DN có thể khai thác trong tương lai

- B Thị trường mà DN có thể khai thác trong tương lai bao gồm những khách hàng chưa mua hàng của DN và khách hàng đang mua hàng của đối thủ
C Thị trường mà DN đang khai thác và sẽ khai thác trong tương lai
D Tất cả đều sai
Đ/a : b

Câu 6 thị trường thực tế được hiểu là

- A Thị trường mà DN có thể khai thác trong tương lai
B Thị trường chiếm phần lớn doanh số bán của DN
C Thị trường mà DN đang khai thác
D Thị trường DN có thể chiếm lĩnh và gia tăng thị phần
Đ/a : c

Câu 7 Phân đoạn thị trường là gì?

- A .Là quá trình phân chia thị trường thành những đoạn nhỏ hơn mạng tính không đồng nhất
B .Là quá trình phân chia thị trường thành những đoạn nhỏ hơn mạng tính đồng nhất cao
C . Là quá trình phân chia thị trường thành những đoạn khác biệt mạng tính không đồng nhất
D .Tất cả đều đúng
Đ/a : b

Câu 8 Tiêu thức phân đoạn thị trường gồm những tiêu thức nào dưới đây?

- A Địa lý kinh tế ,đặc điểm nhân khẩu học và lối sống hành vi
B Kinh tế xã hội ,đặc điểm nhận khẩu học và lối sống hành vi
C Khoa học công nghệ , địa lý kinh tế và đặc điểm nhân khẩu học
Đ/a : a

Câu 9 Phân đoạn thị trường tạo cơ hội cho các DN nào ?

- A Doanh nghiệp lớn
B Doanh nghiệp vừa và nhỏ
C Doanh nghiệp mới thành lập
D cả a,b,c

Đ/a: b

Câu 10 Định vị sản phẩm trên đoạn thị trường lựa chọn là bước thứ mấy trong phát triển một kế hoạch phân đoạn cụ thể

A 3 <trong một kế hoạch phân đoạn cụ thể: có 3 bước: phân đoạn thị trường → lựa chọn thị trường mục tiêu → định vị thị trường>

B 4 C 5 D 6

Đ/a :

Chương 6

Câu 1 Marketing phân loại khách hàng trong nước thành những loại nào ?

A Cá nhân và tổ chức
B Cá nhân và doanh nghiệp
C Doanh nghiệp và tổ chức
D cả a,b,c

Đ/a : a

Câu 2 Chọn câu trả lời đúng nhất về tiến trình quyết định mua của khách hàng là người mua cá nhân

A Nhận thức vấn đề, tìm kiếm thông tin
B Đánh giá các phương án lựa chọn
C Quyết định mua hàng và thái độ sau khi mua hàng
D Tất cả các phương án trên lần lượt các bước từ a → c

Đ/a : d

Câu 3 Người mua hàng tổ chức hay còn gọi là người tiêu dùng tổ chức được hiểu là

A Những tổ chức mua hàng hóa và dịch vụ để phục vụ cho các nhu cầu hoạt động chung
B Những tổ chức mua hàng hóa và dịch vụ để phục vụ để sản xuất, để bán lại
C A hoặc B
D Không có phương án nào đúng

Đ/a: c

Câu 4 Người tiêu dùng tổ chức so với người tiêu dùng cuối cùng có sự khác biệt về

A .Bản chất sử dụng
B Bản chất chọn nhà cung cấp
C Bản chất mua hàng
D cả a,b,c

Đ/a : c

Câu 5 Người tiêu dùng tổ chức khi mua hàng thường vận dụng các phương pháp phân tích đặc thù nào ?

A Phương pháp phân tích giá trị sản phẩm và Phương pháp phân tích giá trị tập trung
B Phương pháp phân tích giá trị sản phẩm và phương pháp đánh giá nhà cung cấp
C Phương pháp đánh giá nhà cung cấp và phương pháp phân tích giá trị tập trung
D Cả a,b,c

Đ/a : b

Câu 6 Với những hợp đồng mua hàng quan trọng và phức tạp những người tiêu dùng tổ chức thường sử dụng cách thức nào?

A Mua hàng trực tiếp
B Mua hàng gián tiếp
C Đấu thầu và thương lượng
D Cả A và B

Đ/a : c

Câu 7 Về phương diện tiếp cận thị trường thì người tiêu dùng tổ chức có những đặc điểm nào?

A Nhu cầu của người tiêu dùng tổ chức bắt nguồn từ nhu cầu của người tiêu dùng cuối cùng
B Số lượng người tiêu dùng tổ chức thường ít hơn và tập trung hơn so với người tiêu dùng cuối cùng
C Người tiêu dùng tổ chức thường mua theo định ký thông qua hợp đồng
D Cả a,b,c

Đ/a : d

→ Câu 8 Có 2 loại hình thức dịch vụ mà người tiêu dùng tổ chức thường yêu cầu là

A Dịch vụ trực tiếp và dịch vụ tương tác
B Dịch vụ gián tiếp và dịch vụ tương tác
C Dịch vụ đại diện và dịch vụ tương tác
D Không có câu nào đúng

Đ/a : c

Câu 9 Phát triển một kế hoạch mua của người tiêu dùng tổ chức bao gồm mấy bước ?

A 3 B 4 C 5

D 6 <nhận thức → tìm kiếm thông tin → đo lường các lựa chọn → >

Đ/a: d

Trong sách gồm 8 bước: nhận thức nhu cầu → mô tả khái quát nhu cầu → đánh giá các đặc tính → tìm kiếm người cung ứng → yêu cầu chào hàng → lựa chọn nhà cung ứng → đưa ra các thủ tục đặt hàng.

Câu 10 Tìm kiếm nhà cung cấp là bước thứ mấy trong kế hoạch mua của người tiêu dùng tổ chức ?

- A Bước 2 B Bước 3
C Bước 4 D Bước 5

Đ/a : b

Chương 7

Câu 1 Mục đích xây dựng kế hoạch hóa chiến lược Marketing là ?

- A Chỉ ra định hướng của công ty.
B Giúp công ty phân bổ nguồn nhân lực hợp lý.
C Giúp các bộ phận của công ty tự đánh giá, nhận thức về những điểm mạnh và điểm yếu của mình

D cả a,b,c

Đ/a : d

Câu 2 Xây dựng kế hoạch chiến lược marketing là

- A Nhằm tiếp cận thị trường ,nghiên cứu sâu sau của ai đó và dành những thị phần lớn hơn tại những thị trường hạn chế
B Nhằm tiếp cận thị trường mới,nghiên cứu sâu sau của ai đó và dành những thị phần nhỏ hơn tại những thị trường hạn chế
C Nhằm tiếp cận thị trường ,nghiên cứu sâu sau của ai đó và dành những thị phần lớn hơn tại những thị trường không hạn chế
D Không câu nào đúng

Đ/a : a

Câu 3 Kế hoạch Marketing có thể được phân loại theo

- A Thời gian ,quy mô
B Thời gian ,quy mô và phương thức thực hiện

C Thời gian ,không gian ,quy mô và phương thức thực hiện

D cả a,b,c

Đ/a : b

Câu 4 Kế hoạch Marketing trung hạn có thời gian là ?

- A 2-3 năm B 2- 4 năm
C 2-5 năm D 2 -6 năm

Đ/a : b

Câu 5 kế hoạch Marketing dài hạn có thời gian là ?

- A 5 – 10 năm B 5 – 12 năm
C 5 – 15 năm D cả a và c

Đ/a : d

Câu 6 Người ta có thể xây dựng các kế hoạch marketing theo cách thức nào ?

- A Từ dưới lên trên B Từ trên xuống dưới
C A hoặc B D A và B

Đ/a : c

Câu 7 Quy trình xây dựng và thực hiện kế hoạch bao gồm mấy bước

- A 5 B 6 C 7 D 8

Đ/a : c

Câu 8 Thiết lập các bộ phận KD chiến lược là bước thứ mấy trong quy trình XD và thực hiện kế hoạch hóa chiến lược marketing

- A Bước 1 B Bước 2
C Bước 3 D Bước 4

Đ/a : b

Câu 9 SBU là gì ?

- A Là một đơn vị ,một dây truyền sản xuất hay một bộ phận sản phẩm tự chủ độc lập bên trong công ty với một thị trường xác định và một người quản lý ,lãnh đạo có trách nhiệm
B Là một đơn vị ,một dây truyền phân phối hay một bộ phận sản phẩm tự chủ độc lập bên trong công ty với một thị trường xác định và một người quản lý ,lãnh đạo có trách nhiệm
C Đơn vị ,một dây truyền sản xuất và một bộ phận sản phẩm tự chủ độc lập bên trong công ty

với một thị trường xác định và một người quản lý, lãnh đạo có trách nhiệm

D Là một đơn vị, một dây truyền sản xuất hay một bộ phận sản phẩm tự chủ độc lập bên trong công ty với một thị trường cụ thể và một người quản lý, lãnh đạo có trách nhiệm

Đ/a : a

Câu 10 Biểu tượng “Ngôi sao – Bò sữa - ? – Con chó” đề cập tới ma trận nào ?

A Cơ hội thị trường sản phẩm

B BCG

C PIMS

D GE

Đ/a : b

Chương 8

Câu 1 Theo Philip Kotler thì sản phẩm là gì ?

A Là những cái gì có thể cung cấp cho thị trường, do thị trường đòi hỏi và thỏa mãn được nhu cầu thị trường

B Là những cái gì có thể cung cấp cho thị trường, do thị trường đòi hỏi và thỏa mãn được nhu cầu khách hàng

C Là những cái gì có thể cung cấp cho thị trường, do thị trường đòi hỏi và thỏa mãn được nhu cầu thị trường và khách hàng

D Tất cả đều sai

Đ/a : d

Sản phẩm là tập hợp các thuộc tính có thể trao đổi và cung cấp nhằm thỏa mãn nhu cầu mong đợi của cá nhân hay tổ chức

Câu 2 Cấu trúc sản phẩm được xác định theo những cấp độ nào ?

A Sản phẩm hữu hình, sản phẩm vô hình và sản phẩm thực

B Sản phẩm hữu hình, sản phẩm vô hình và sản phẩm mở rộng

C Sản phẩm hữu hình, sản phẩm thực và sản phẩm mở rộng

D Cả a và b

Đ/a : c

Câu 3 Sản phẩm tiêu dùng gồm có

A Hàng hóa thiết yếu

B Hàng hóa lâu bền

C Hàng hóa đặc biệt

D cả a, b, c

Đ/a : d

Câu 4 “Mua thuận tụy, mua lặt vặt, mua có sự cân nhắc và mua có kế hoạch” muốn nhắc tới kiểu tiêu dùng nào ?

A Tiêu dùng hàng ngày

B Hàng ứng cứu

C Hàng mua theo tùy hứng

D Cả b và c

Đ/a : c

Câu 5 Hàng hóa tiêu dùng lâu bền được chia làm những nhóm chính nào ?

A Hàng hóa dựa trên đặc điểm và loại hàng hóa

B Hàng hóa dựa trên giá cả

C Hàng hóa dựa trên công dụng sản phẩm

D Cả a và b

Đ/a : d

Câu 6 Sản phẩm Dịch vụ gồm những loại sản phẩm nào ?

A Sản phẩm dịch vụ tiêu dùng, sản phẩm dịch vụ công nghiệp

B Sản phẩm dịch vụ công nghiệp và nông nghiệp

C Sản phẩm dịch vụ hàng hóa và tiêu dùng

D cả a và c

Đ/a : a

Câu 7 Hình thức quản lý sản phẩm gồm

A Giám đốc Marketing và giám đốc sản phẩm

B Hội đồng kế hoạch sản phẩm

C Giám đốc sản phẩm mới và nhóm quản lý sản phẩm

D cả a, b, c

Đ/a : d

Câu 8 Cứ mỗi sản phẩm được đưa ra thị trường thì hội đồng tạm ngừng hoạt động. Đây là hình thức tổ chức quản lý sản phẩm nào ?

A Nhóm quản lý sản phẩm

B Giám đốc sản phẩm mới

C Giám đốc Marketing

D Hội đồng kế hoạch sản phẩm

Đ/a : d

Câu 9 Vòng đời sản phẩm là ?

- A Là quãng thời gian phẩm tồn tại thực sự trên thị trường kể từ khi sản phẩm được thương mại hóa tới khi bị đào thải khỏi thị trường
- B Là quãng thời gian phẩm tồn tại trên thị trường kể từ khi sản phẩm được thương mại hóa tới khi bị đào thải khỏi thị trường
- C Là quãng thời gian phẩm tồn tại thực sự trên thị trường kể từ khi sản phẩm được đưa ra thị trường tới khi bị đào thải khỏi thị trường
- D Tất cả đều sai

Đ/a : a

Câu 10 Sắp xếp nào đúng với vòng đời sản phẩm ?

- A Giới thiệu trưởng thành ,tăng trưởng và suy thoái
- B Giới thiệu ,tăng trưởng ,trưởng thành và bão hòa
- C Giới thiệu, tăng trưởng ,trưởng thành và suy thoái
- D Tất cả đều sai

Đ/a : c

Chương 9

Câu 1 Hoạch định mục tiêu trong chính sách giá gồm ?

- A Doanh số bán và lợi nhuận
- B Mục tiêu thị phần và dẫn đầu chất lượng sản phẩm
- C Mục tiêu cần thiết khác
- D Cả a,b,c

Đ/a : d

Câu 2 Nhà sản xuất định giá sản phẩm thấp hơn giá thị trường thì DN đang hướng tới mục tiêu nào ?

- A Doanh số bán và lợi nhuận
- B Mục tiêu thị phần
- C Mục tiêu cần thiết khác
- D Không có câu nào đúng

Đ/a : b

Thị phần là phần tiêu thụ sản phẩm doanh nghiệp chiếm giữ

Thị phần = doanh số bán hàng của doanh nghiệp / Tổng doanh số của thị trường

hay Thị phần = Số sản phẩm bán ra của doanh nghiệp / Tổng sản phẩm tiêu thụ của thị trường.

Câu 3 Một công ty hàng không thông báo bán “vé đại hạ giá “ để thu hút một lượng khách hàng đủ lớn .Với mức giá này

- A Doanh nghiệp luôn có lãi
- B Doanh nghiệp chỉ cần đủ chi phí thuần túy
- C Doanh nghiệp chưa có hoặc có một phần rất ít lợi nhuận
- D Cả b và c

Đ/a : d

Câu 4 Mục tiêu sống sót thường được áp dụng đối với doanh nghiệp nào

- A Doanh nghiệp đang phát triển
- B Doanh nghiệp đang phá sản
- C Doanh nghiệp hoạt động không có hiệu quả
- D Không câu nào đúng

Đ/a : c

Câu 5 Cầu của ô tô tăng 10% trong tháng này và giá của loại sản phẩm đó tăng 20% .Vậy hệ số co giãn bằng ?

- A 2% B 5% C 0,2% D 0.5%

Đ/a : c

Câu 6 Có những loại chi phí nào ?

- A Chi phí cố định và chi phí biến đổi
- B Chi phí cố định bình quân và chi phí biến đổi bình quân
- C Tổng chi phí cố định và tổng chi phí biến đổi bình quân
- D Cả a ,b

Đ/a : d

Câu 7 Xét về ngắn hạn các đường cong biểu diễn các loại chi phí thường

- A Vận động theo hướng dốc xuống
- B Vận động theo hướng dốc lên
- C Vận động theo hướng dốc lên nhưng thất dần
- D Cả a, b,c

Đ/a : b

Câu 8 Xét về dài hạn các đường cong biểu diễn các loại chi phí thường

A Vận động theo hướng dốc xuống

B Vận động theo hướng dốc lên

C Vận động theo hướng dốc lên nhưng thấp dần

D Cả a, b, c

Đ/a : c

Câu 9 Có những chính sách định giá phổ biến nào ?

A Chính sách định giá hớt vát và dựa trên cơ sở chi phí

B Chính sách dựa trên nhận thức của khách hàng và phản ứng cạnh tranh

C Theo định hướng nhu cầu và truyền thống

D cả a, b, c

Đ/a : d

Câu 10 DN sản xuất được 100 máy tính với tổng chi phí cố định là 1000000\$ và tổng chi phí biến đổi là 25000\$ và mong muốn thu được một khoản lợi nhuận là 50000\$. Vậy giá bán sản phẩm này là

A 1057 \$ B 1075\$

C 1175\$ D 1157\$

Đ/a : b

Chương 10

Câu 1 kênh phân phối là ?

A Tất cả các tổ chức ,các đơn vị ,bộ phận thuộc doanh nghiệp hoặc tất cả những người liên quan đến quá trình phân phối và giúp doanh nghiệp tiêu thụ sản phẩm

B Tất cả các tổ chức ,các đơn vị ,bộ phận hoặc tất cả những người liên quan đến quá trình phân phối và giúp doanh nghiệp tiêu thụ sản phẩm

C Tất cả các tổ chức ,bộ phận hoặc tất cả những người liên quan đến quá trình phân phối và giúp doanh nghiệp tiêu thụ sản phẩm

D Tất cả đều sai

Đ/a : b

Câu 2 Chức năng của kênh phân phối là ?

A Nghiên cứu Marketing và mua hàng

B Xúc tiến bán và dịch vụ khách hàng

C Kế hoạch hóa sản phẩm và đặt giá

D Tất cả a, b, c

Đ/a : d

Câu 3 Câu nào không phải là chức năng của kênh phân phối

A Nghiên cứu Marketing và mua hàng

B Xúc tiến bán và dịch vụ khách hàng

C Nghiên cứu sản phẩm và đối thủ cạnh tranh

D Kế hoạch hóa sản phẩm và đặt giá

Đ/a : c

Câu 4 Nhà Sản xuất – Nhà trung gian bán lẻ – người tiêu dùng cuối cùng là loại kênh

A 1 cấp B 2 cấp

C 3 cấp D Tất cả đều sai

Đ/a : a

Câu 5 Nhà Sản xuất – Nhà trung gian bán lẻ - Nhà trung gian bán buôn – Người tiêu dùng cuối cùng là loại kênh phân phối gián tiếp nào ?

A 1 cấp B 2 cấp

C 3 cấp D Tất cả đều sai

Đ/a : b

Câu 6 Kết hợp nhà sản xuất với nhà bán buôn là kết hợp theo ?

A Chiều ngang

B Chiều dọc

C Chiều sâu

D Tất cả a, b, c

Đ/a : b

Câu 7 Một DN muốn tăng cường và củng cố vị thế của mình tại bất cứ nơi nào hoặc giai đoạn nào của hệ thống DN nên tiến hành kết hợp theo

A Chiều ngang

B Chiều dọc

C Chiều sâu

D Tất cả a, b, c

Đ/a : a

Câu 8 Nội dung nào không phải là nội dung của quản lý kênh phân phối ?

A Quản lý luồng sản phẩm

B Quản lý hàng dự trữ

C Quản lý kho bãi vận chuyển

D Quản lý giá bán sản phẩm

Đ/a : d

Câu 9 Quyết định quan trọng đối với hoạt động quản lý bao gồm

- A Tốc độ quay vòng hàng hóa trong kho
 - B Bổ sung hàng dự trữ
 - C Lượng hàng cần bổ sung
 - D Cả a,b,c
- Đ/a : d

Câu 10 Một công ty cần 4 ngày để hoàn thành một đơn đặt hàng ,bán được 10 đơn vị hàng dự trữ ,để đề phòng trường hợp hàng đến chậm 1 ngày .Vậy lượng hàng bổ sung sẽ là ?

- A 20 B 30 C 40 D 50

Đ/a : d

Chương 11

Câu 1 Truyền thông marketing là ?

- A Là một quá trình truyền tải thông tin do người mua thực hiện nhằm gây ảnh hưởng tới thái độ hành vi và nhận thức của người bán
- B Là một quá trình truyền tải thông tin do người bán thực hiện nhằm gây ảnh hưởng tới thái độ hành vi và nhận thức của người mua
- C Là một quá trình truyền tải thông tin do người sản xuất thực hiện nhằm gây ảnh hưởng tới thái độ hành vi và nhận thức của người mua
- D Là một quá trình truyền tải thông tin do người sản xuất thực hiện nhằm gây ảnh hưởng tới thái độ hành vi và nhận thức của người bán

Đ/a : b

Câu 2 hệ thống marketing có những loại nhiệm vụ chủ yếu nào ?

- A Truyền tải thông tin về hàng hóa mà doanh nghiệp có ý định cung cấp cho thị trường
- B Chuyển tải thông tin ,hình ảnh tốt của DN đến người tiêu dùng
- C Xây dựng và duy trì tốt các mối quan hệ với khách hàng
- D Tất cả các phương án trên

Đ/a : d

Câu 3 Sự khác biệt giữa hệ thống marketing và hệ thống truyền thông marketing ở

- A Mục tiêu chiến lược
- B Chi phí thực hiện
- C Về chức năng và mục tiêu
- D Cả a,b,c

Đ/a : c

Câu 4 Quá trình truyền tin bao gồm những yếu tố ?

- A Người phát ngôn – Tín hiệu – Người nhận
- B Người phát ngôn – mã hóa – người nhận
- C Người phát ngôn – tín hiệu –mã hóa – người nhận
- D Cả a và b

Đ/a: a

Câu 5: xây dựng và triển khai kế hoạch truyền thông marketing bao gồm mấy bước

- A 3 B 4 C 5 D 6

Đ/a : d

Câu 6 Một kế hoạch truyền thông marketing thường do một doanh nghiệp nào thực hiện ?

- A Doanh nghiệp lớn
- B Doanh nghiệp nhỏ
- C Doanh nghiệp vừa hoặc lớn
- D Doanh nghiệp vừa hoặc nhỏ

Đ/a: c

Câu 7 Xác định mục tiêu truyền tin là bước thứ mấy trong kế hoạch truyền thông marketing

- A Bước 1 B Bước 2
- C Bước 3 D Bước 4

Đ/a : b

Câu 8 Thiết kế nội dung truyền tin là bước thứ mấy trong kế hoạch truyền thông marketing ?

- A Bước 2 B Bước 3
- C Bước 4 D Bước 5

Đ/a : b

Câu 9 Có những công cụ truyền thông marketing nào?

- A Marketing trực tiếp
- B Quan hệ với công chúng
- C Quảng cáo và xúc tiến bán
- D Cả a,b,c

Đ/a : d

Câu 10 Chức năng của quảng cáo gồm?

- A Chức năng gợi nhớ
- B Chức năng thuyết phục
- C Chức năng thông tin

D Cả a,b,c

Đ/a : d

Chương 12

Câu 1 Dịch vụ là gì ?

A Dịch vụ là một loại hoạt động hay lợi ích mà nhiều thành viên có thể cung cấp cho thành viên khác ,nhất thiết phải mang tính vô hình và không dẫn đến sở hữu một vật phẩm cụ thể nào cả

B Dịch vụ là một loại hoạt động hay lợi ích mà một thành viên có thể cung cấp cho thành viên khác ,nhất thiết phải mang tính hữu hình và không dẫn đến sở hữu một vật phẩm cụ thể nào cả

C Dịch vụ là một loại hoạt động hay lợi ích mà một thành viên có thể cung cấp cho thành viên khác ,nhất thiết phải mang tính vô hình và không dẫn đến sở hữu một vật phẩm cụ thể nào cả

D Tất cả đều sai

Đ/a : c

Câu 2 Đặc điểm của dịch vụ là ?

A Tính vô hình

B Tính lệ thuộc

C Không cất trữ được và không ổn định

D Cả a,b,c

Đ/a : d

Câu 3 Tính lệ thuộc còn được gọi là

A Không tách rời khỏi người sử dụng

B Không tách rời khỏi nguồn gốc

C Không tác rời khỏi nhà cung ứng

D Tất cả đều sai

Đ/a : b

Câu 4 Phân loại dịch vụ theo quan điểm marketing bao gồm ?

A Theo khách hàng mục tiêu

B Theo nguồn cung ứng

C Theo hình thức hàng hóa sở hữu và nhu cầu khách hàng

D cả a,b,c

Đ/a : d

Câu 5 Dịch vụ có thể được cung cấp bởi

A Cá nhân

C Tổ chức xã hội

Đ/a : d

B Tổ chức nhà nước

D cả a,b,c

Câu 6 Phân loại dịch vụ theo hình thức hàng hóa sở hữu tức là dịch vụ được cung cấp từ

A Hàng hóa sở hữu của người bán

B Hàng hóa sở hữu của người mua

C Cả a và b

D Tất cả đều sai

Đ/a : c

Câu 7 Mức độ tiếp xúc với khách hàng bao gồm

A Tiếp xúc cao ,tiếp xúc thấp

B Tiếp xúc cao ,tiếp xúc trung bình

C Tiếp xúc cao ,tiếp xúc trung bình và tiếp xúc thấp

D tất cả đều sai

Đ/a : a

Câu 8 Dịch vụ cung ứng theo trình độ kỹ năng được phân thành

A Lao động kỹ năng cao

B Lao động kỹ năng TB

C Lao động kỹ năng thấp

D Cả a,b,c

Đ/a : d

Câu 9 Người ta phân loại dịch vụ phi lợi nhuận thành mấy nhóm

A 2

B 3

C 4

D 5

Đ/a : c

Câu 10 Sự khác nhau giữa marketing dịch vụ phi lợi nhuận và vì lợi nhuận ở

A Về hình thức trao đổi

B Về đối tượng và lợi ích

C Về mục tiêu và kết quả

D cả a,b,c

Đ/a : d