



# Bài tập trắc nghiệm Marketing căn bản

I. Câu hỏi lựa chọn: Chọn 1 phương án trả lời đúng nhất.

1. Trong các yếu tố sau đây, yếu tố nào không phải là tác nhân môi trường có thể ảnh hưởng đến hành vi mua của người tiêu dùng?

- a. Kinh tế
- b. Văn hoá
- c. Chính trị
- d. Khuyến mại – Đáp án
- e. Không câu nào đúng.

2. Gia đình, bạn bè, hàng xóm, đồng nghiệp... là ví dụ về các nhóm:

- a. Thứ cấp
- b. Sơ cấp
- c. Tham khảo trực tiếp
- d. (b) và © – Đáp án
- e. (b) và (a)

3. Một khách hàng đã có ý định mua chiếc xe máy A nhưng lại nhận được thông tin từ một người bạn của mình là dịch vụ bảo dưỡng của hãng này không được tốt

lầm. Thông tin trên là:

- a. Một loại nhiễu trong thông điệp
- b. Một yếu tố cản trở quyết định mua hàng. – Đáp án
- c. Một yếu tố cân nhắc trước khi sử dụng
- d. Thông tin thứ cấp.

4. Khi một cá nhân cố gắng điều chỉnh các thông tin thu nhận được theo ý nghĩ của anh ta thì quá trình nhận thức đó là:

- a. Bảo lưu có chọn lọc
- b. Tri giác có chọn lọc
- c. Bóp méo có chọn lọc. – Đáp án
- d. Lĩnh hội có chọn lọc.

5. Khái niệm “động cơ” được hiểu là:

- a. Hành vi mang tính định hướng.
- b. Nhu cầu có khả năng thanh toán.
- c. Nhu cầu đã trở nên bức thiết buộc con người phải hành động để thoả mãn nhu cầu đó. – Đáp án
- d. Tác nhân kích thích của môi trường.

6. Một khách hàng có thể không hài lòng với sản phẩm mà họ đã mua và sử dụng; trạng thái cao nhất của sự không hài lòng được biểu hiện bằng thái độ nào sau đây?

- a. Tìm kiếm sản phẩm khác thay thế cho sản phẩm vừa mua trong lần mua kế tiếp.
- b. Không mua lại tất cả các sản phẩm khác của doanh nghiệp đó.
- c. Tẩy chay và truyền tin không tốt về sản phẩm đó. – Đáp án
- d. Phàn nàn với Ban lãnh đạo doanh nghiệp
- e. Viết thư hoặc gọi điện theo đường dây nóng cho doanh nghiệp.

7. Theo lý thuyết của Maslow, nhu cầu của con người được sắp xếp theo thứ bậc nào?

- a. Sinh lý, an toàn, được tôn trọng, cá nhân, tự hoàn thiện.
- b. An toàn, sinh lý, tự hoàn thiện, được tôn trọng, cá nhân.
- c. Sinh lý, an toàn, xã hội, được tôn trọng, tự hoàn thiện. – Đáp án
- d. Không câu nào đúng.

8. Một người mà các quyết định của anh ta tác động đến quyết định cuối cùng của người khác được gọi là:

- a. Người quyết định
- b. Người ảnh hưởng – Đáp án
- c. Người khởi xướng.

d. Người mua sắm.

9. Tập hợp các quan điểm theo niềm tin của một khách hàng về một nhãn hiệu sản phẩm nào đó được gọi là:

a. Các thuộc tính nổi bật.

b. Các chức năng hữu ích

c. Các giá trị tiêu dùng.

d. Hình ảnh về nhãn hiệu. – Đáp án

10. Theo định nghĩa, .....của một con người được thể hiện qua sự quan tâm, hành động, quan điểm về các nhân tố xung quanh.

a. Nhân cách.

b. Tâm lý.

c. Quan niệm của bản thân.

d. Niềm tin.

e. Lối sống. – Đáp án

11. Hành vi mua của tổ chức khác với hành vi mua của người tiêu dùng ở chỗ:

a. Các tổ chức mua nhiều loại sản phẩm hơn.

b. Các tổ chức khi mua thì có nhiều người tham gia vào quá trình mua hơn.

c. Những hợp đồng, bảng báo giá ... thường không nhiều trong hành vi mua của người tiêu dùng. – Đáp án

d. Người tiêu dùng là người chuyên nghiệp hơn.

12. Hai khách hàng có cùng động cơ như nhau nhưng khi vào cùng một cửa hàng thì lại có sự lựa chọn khác nhau về nhãn hiệu sản phẩm, đó là do họ có sự khác nhau về:

a. Sự chú ý.

b. Nhận thức. – Đáp án

c. Thái độ và niềm tin

d. Không câu nào đúng.

e. Tất cả đều đúng.

13. Trong giai đoạn tìm kiếm thông tin, người tiêu dùng thường nhận được thông tin từ nguồn thông tin..... nhiều nhất, nhưng nguồn thông tin ..... lại có vai trò quan trọng cho hành động mua.

a. Cá nhân/ Đại chúng.

b. Thương mại/ Đại chúng.

c. Thương mại/ Cá nhân. – Đáp án

d. Đại chúng/ Thương mại.

14. Ảnh hưởng của người vợ và người chồng trong các quyết định mua hàng:

- a. Phụ thuộc vào việc người nào có thu nhập cao hơn.
- b. Thường là như nhau.
- c. Thường thay đổi tùy theo từng sản phẩm. – Đáp án
- d. Thường theo ý người vợ vì họ là người mua hàng.
- e. Thường theo ý người chồng nếu người vợ không đi làm.

15. Trong các câu sau đây, câu nào là không đúng khi so sánh sự khác nhau giữa việc mua hàng của doanh nghiệp và việc mua hàng của người tiêu dùng cuối cùng?

- a. Số lượng người mua ít hơn.
- b. Quan hệ lâu dài và gắn bó giữa khách hàng và nhà cung cấp.
- c. Vấn đề thương lượng ít quan trọng hơn. – Đáp án
- d. Mang tính rủi ro phức tạp hơn.

II. Các câu sau đây đúng hay sai?

- 1. Hành vi mua của người tiêu dùng là hành động “trao tiền – nhận hàng”.
- 2. Nếu người bán phóng đại các tính năng của sản phẩm thì người tiêu dùng sẽ kỳ vọng nhiều vào sản phẩm, và khi sử dụng sản phẩm này thì mức độ thoả mãn của

họ sẽ tăng lên.

3. Một trong những khác biệt giữa người mua là các doanh nghiệp và người mua là những người tiêu dùng là các doanh nghiệp khi mua sắm thường dựa vào lý trí nhiều hơn. – Đúng

4. Người tiêu dùng không nhất thiết phải trải qua đầy đủ cả 5 bước trong quá trình mua hàng. – Đúng

5. Người sử dụng sản phẩm cũng chính là người khởi xướng nhu cầu về sản phẩm đó.

6. Quá trình mua hàng của người tiêu dùng được kết thúc bằng hành động mua hàng của họ.

7. Nghề nghiệp của một người có ảnh hưởng đến tính chất của sản phẩm mà người đó lựa chọn. – Đúng

8. Các yếu tố tâm lý ảnh hưởng sâu rộng nhất đến tính chất của sản phẩm mà người đó lựa chọn.

9. Freud cho rằng phần lớn mọi người đều không có ý thức về những yếu tố tâm lý tạo nên hành vi của họ. – Đúng

10. Do khi mua hàng các doanh nghiệp thường dựa vào lý trí nhiều hơn cho nên việc mua hàng của họ hầu như không có rủi ro.

11. Nhóm tham khảo sơ cấp là nhóm mà người tiêu dùng giao tiếp thường xuyên hơn nhóm thứ cấp. – Đúng





I. Câu hỏi lựa chọn: Chọn 1 phương án trả lời

đúng nhất.

1. Trong các yếu tố sau đây, yếu tố nào không phải là tác nhân môi trường có thể ảnh hưởng đến hành vi mua của người tiêu dùng?

- a. Kinh tế
- b. Văn hoá
- c. Chính trị
- d. Khuyến mại – Đáp án
- e. Không câu nào đúng.

2. Gia đình, bạn bè, hàng xóm, đồng nghiệp... là ví dụ về các nhóm:

- a. Thứ cấp
- b. Sơ cấp
- c. Tham khảo trực tiếp
- d. (b) và c – Đáp án

e. (b) và (a)

3. Một khách hàng đã có ý định mua chiếc xe máy A nhưng lại nhận được thông tin từ một người bạn của mình là dịch vụ bảo dưỡng của hãng này không được tốt lắm. Thông tin trên là:

- a. Một loại nhiễu trong thông điệp
- b. Một yếu tố cản trở quyết định mua hàng. – Đáp án
- c. Một yếu tố cân nhắc trước khi sử dụng
- d. Thông tin thứ cấp.

4. Khi một cá nhân cố gắng điều chỉnh các thông tin thu nhận được theo ý nghĩ của anh ta thì quá trình nhận thức đó là:

- a. Bảo lưu có chọn lọc
- b. Tri giác có chọn lọc
- c. Bóp méo có chọn lọc. – Đáp án
- d. Lĩnh hội có chọn lọc.

5. Khái niệm “động cơ” được hiểu là:

- a. Hành vi mang tính định hướng.
- b. Nhu cầu có khả năng thanh toán.

c. Nhu cầu đã trở nên bức thiết buộc con người phải hành động để thoả mãn nhu cầu đó. – Đáp án

d. Tác nhân kích thích của môi trường.

6. Một khách hàng có thể không hài lòng với sản phẩm mà họ đã mua và sử dụng; trạng thái cao nhất của sự không hài lòng được biểu hiện bằng thái độ nào sau đây?

a. Tìm kiếm sản phẩm khác thay thế cho sản phẩm vừa mua trong lần mua kế tiếp.

b. Không mua lại tất cả các sản phẩm khác của doanh nghiệp đó.

c. Tẩy chay và truyền tin không tốt về sản phẩm đó. – Đáp án

d. Phàn nàn với Ban lãnh đạo doanh nghiệp

e. Viết thư hoặc gọi điện theo đường dây nóng cho doanh nghiệp.

7. Theo lý thuyết của Maslow, nhu cầu của con người được sắp xếp theo thứ bậc nào?

a. Sinh lý, an toàn, được tôn trọng, cá nhân, tự hoàn thiện.

b. An toàn, sinh lý, tự hoàn thiện, được tôn trọng, cá nhân.

c. Sinh lý, an toàn, xã hội, được tôn trọng, tự hoàn thiện. – Đáp án

d. Không câu nào đúng.

8. Một người mà các quyết định của anh ta tác động đến quyết định cuối cùng của

người khác được gọi là:

- a. Người quyết định
- b. Người ảnh hưởng – Đáp án
- c. Người khởi xướng.
- d. Người mua sắm.

9. Tập hợp các quan điểm theo niềm tin của một khách hàng về một nhãn hiệu sản phẩm nào đó được gọi là:

- a. Các thuộc tính nổi bật.
- b. Các chức năng hữu ích
- c. Các giá trị tiêu dùng.
- d. Hình ảnh về nhãn hiệu. – Đáp án

10. Theo định nghĩa, .....của một con người được thể hiện qua sự quan tâm, hành động, quan điểm về các nhân tố xung quanh.

- a. Nhân cách.
- b. Tâm lý.
- c. Quan niệm của bản thân.
- d. Niềm tin.
- e. Lối sống. – Đáp án

11. Hành vi mua của tổ chức khác với hành vi mua của người tiêu dùng ở chỗ:

- a. Các tổ chức mua nhiều loại sản phẩm hơn.
- b. Các tổ chức khi mua thì có nhiều người tham gia vào quá trình mua hơn.
- c. Những hợp đồng, bảng báo giá ... thường không nhiều trong hành vi mua của người tiêu dùng. – Đáp án
- d. Người tiêu dùng là người chuyên nghiệp hơn.

12. Hai khách hàng có cùng động cơ như nhau nhưng khi vào cùng một cửa hàng thì lại có sự lựa chọn khác nhau về nhãn hiệu sản phẩm, đó là do họ có sự khác nhau về:

- a. Sự chú ý.
- b. Nhận thức. – Đáp án
- c. Thái độ và niềm tin
- d. Không câu nào đúng.
- e. Tất cả đều đúng.

13. Trong giai đoạn tìm kiếm thông tin, người tiêu dùng thường nhận được thông tin từ nguồn thông tin..... nhiều nhất, nhưng nguồn thông tin ..... lại có vai trò quan trọng cho hành động mua.

- a. Cá nhân/ Đại chúng.
- b. Thương mại/ Đại chúng.
- c. Thương mại/ Cá nhân. – Đáp án
- d. Đại chúng/ Thương mại.

14. Ảnh hưởng của người vợ và người chồng trong các quyết định mua hàng:

- a. Phụ thuộc vào việc người nào có thu nhập cao hơn.
- b. Thường là như nhau.
- c. Thường thay đổi tùy theo từng sản phẩm. – Đáp án
- d. Thường theo ý người vợ vì họ là người mua hàng.
- e. Thường theo ý người chồng nếu người vợ không đi làm.

15. Trong các câu sau đây, câu nào là không đúng khi so sánh sự khác nhau giữa việc mua hàng của doanh nghiệp và việc mua hàng của người tiêu dùng cuối cùng?

- a. Số lượng người mua ít hơn.
- b. Quan hệ lâu dài và gắn bó giữa khách hàng và nhà cung cấp.
- c. Vấn đề thương lượng ít quan trọng hơn. – Đáp án
- d. Mang tính rủi ro phức tạp hơn.

II. Các câu sau đây đúng hay sai?

1. Hành vi mua của người tiêu dùng là hành động “trao tiền – nhận hàng”.
2. Nếu người bán phóng đại các tính năng của sản phẩm thì người tiêu dùng sẽ kỳ vọng nhiều vào sản phẩm, và khi sử dụng sản phẩm này thì mức độ thoả mãn của họ sẽ tăng lên.
3. Một trong những khác biệt giữa người mua là các doanh nghiệp và người mua là những người tiêu dùng là các doanh nghiệp khi mua sắm thường dựa vào lý trí nhiều hơn. – Đúng
4. Người tiêu dùng không nhất thiết phải trải qua đầy đủ cả 5 bước trong quá trình mua hàng. – Đúng
5. Người sử dụng sản phẩm cũng chính là người khởi xướng nhu cầu về sản phẩm đó.
6. Quá trình mua hàng của người tiêu dùng được kết thúc bằng hành động mua hàng của họ.
7. Nghề nghiệp của một người có ảnh hưởng đến tính chất của sản phẩm mà người đó lựa chọn. – Đúng
8. Các yếu tố tâm lý ảnh hưởng sâu rộng nhất đến tính chất của sản phẩm mà người đó lựa chọn.
9. Freud cho rằng phần lớn mọi người đều không có ý thức về những yếu tố tâm lý tạo nên hành vi của họ. – Đúng



10. Do khi mua hàng các doanh nghiệp thường dựa vào lý trí nhiều hơn cho nên việc mua hàng của họ hầu như không có rủi ro.

11. Nhóm tham khảo sơ cấp là nhóm mà người tiêu dùng giao tiếp thường xuyên hơn nhóm thứ cấp. – Đúng