

## NGÂN HÀNG ĐỀ THI HẾT HỌC PHẦN HỌC PHẦN: MARKETING CĂN BẢN (60 tiết - 4 tín chỉ)

### **I. LOẠI CÂU HỎI 2 ĐIỂM**

**Câu 1:**

Trình bày vai trò và chức năng Marketing trong doanh nghiệp. Làm thế nào để thực hiện chức năng Marketing?

**Câu 2:**

Trình bày mối quan hệ của chức năng Marketing với các chức năng khác trong doanh nghiệp.

**Câu 3:**

Trình bày các phương pháp chọn đối tượng điều tra.

**Câu 4:** Các yếu tố thuộc môi trường *kinh tế* ảnh hưởng như thế nào đến hoạt động Marketing của doanh nghiệp?

**Câu 5:**

Một doanh nghiệp có thể đồng thời thực hiện các chiến lược Marketing đại trà; Marketing phân biệt; và Marketing tập trung không?

**Câu 6:**

Trình bày tóm tắt về các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi của người tiêu dùng

**Câu 7:**

Lối sống ảnh hưởng đến hành vi mua của người tiêu dùng như thế nào? Cho ví dụ minh họa.

**Câu 8:**

Sản phẩm gồm các cấp độ nào? Phân biệt các cấp độ của sản phẩm có mục đích gì? Cho ví dụ minh họa?

**Câu 9:**

Trình bày chính sách giá hớt vág và phân tích các điều kiện áp dụng nó. Cho một ví dụ minh họa.

**Câu 10:**

Trình bày mối liên hệ giữa giá thành và giá bán. Khi nào doanh nghiệp định giá các sản phẩm/dịch vụ trên/ dưới mức giá thành ?

**Câu 11:**

Trình bày khái niệm về đại lý. Phân tích ưu điểm của việc sử dụng đại lý trong kênh phân phối của doanh nghiệp?

**Câu 12:**

Trình bày chính sách giá hớt vág và phân tích các điều kiện áp dụng nó. Cho một ví dụ minh họa.

## **II. LOẠI CÂU HỎI 3 ĐIỂM**

### **Câu 1:**

Trình bày về các nguồn thông tin nghiên cứu Marketing. Liên hệ với các doanh nghiệp nơi bạn đang làm việc hoặc hiểu biết.

### **Câu 2:**

Khi một doanh nghiệp mới xâm nhập thị trường thì họ có thể sử dụng chiến lược gì? Cho ví dụ minh họa.

### **Câu 3:**

Trình bày về khái niệm định vị sản phẩm. Cho ví dụ minh họa.

### **Câu 4:**

Phân tích những đặc trưng cơ bản của khách hàng là các tổ chức, cơ quan nhà nước khác biệt so với khách hàng là người tiêu dùng cuối cùng.

### **Câu 5:**

Phân tích các yếu tố có ảnh hưởng đến hành vi mua sắm của các tổ chức

### **Câu 6:**

Phân tích các đặc trưng trong mỗi giai đoạn của chu kỳ sống và các chính sách Marketing tương ứng? Cho ví dụ.

### **Câu 7:**

Trình bày tóm tắt các bước của quy trình định giá ban đầu cho sản phẩm mới.

### **Câu 8:**

Tư tưởng “chỉ bán những thứ mà khách hàng cần” được thể hiện như thế nào trong các quyết định về giá cả?

### **Câu 9:**

Phân tích các loại trung gian và vai trò của trong kênh phân phối. Cho ví dụ thực tiễn minh họa.

### **Câu 10:**

Trình bày về các kiểu tổ chức hệ thống kênh phân phối. Cho ví dụ minh họa

### **Câu 11:**

Trình bày và phân tích các yếu tố trong mô hình truyền thông. Mô hình này giúp ích gì trong nghiên cứu về xúc tiến?

### **Câu 12:**

Trình bày các kiểu chiến lược của công ty dẫn đầu thị trường

## **III. LOẠI CÂU HỎI 5 ĐIỂM**

### **Câu 1:**

Trình bày và phân tích các kiểu chiến lược định giá.

### **Câu 2:**

Trình bày về hệ thống phân phối Marketing theo chiều dọc. Cho ví dụ minh họa đối với từng loại trong hệ thống phân phối Marketing theo chiều dọc.

**Câu 3:**

Trình bày và phân tích các thành tố trong hệ thống xúc tiến hỗn hợp

**Câu 4:**

Phân tích ưu nhược điểm của các phương tiện quảng cáo.

**Câu 5:**

Trình bày quá trình lập kế hoạch Marketing chiến lược

**Câu 6:**

Dùng ma trận Ansoff để xây dựng các chiến lược sản phẩm thị trường cho một sản phẩm nào đó.

**Câu 7:**

Trình bày các phương thức xâm nhập thị trường quốc tế khác nhau? Tìm các ví dụ về các công ty sử dụng các chiến lược xâm nhập thị trường khác nhau đó?

**Câu 8:**

Bạn được giao nhiệm vụ tiếp thị cho dịch vụ Internet tốc độ cao Mega VNN. Thị trường mục tiêu của bạn là những hộ gia đình muốn mở quán Net. Bạn hãy đề xuất chính sách tiếp thị (*cách tiếp cận khách hàng; các gói dịch vụ; giá cước; các dịch vụ hỗ trợ khách hàng và chăm sóc khách hàng ..*) tương ứng với 3 mức độ cạnh tranh trên thị trường: a) cạnh tranh thấp; b) cạnh tranh trung bình; c) cạnh tranh cao).

**Câu 9:**

Bạn được công ty giao nhiệm vụ tiếp thị cho sản phẩm máy tính cá nhân. Thị trường mục tiêu của bạn là các doanh nghiệp, các viện nghiên cứu, các trường học. Bạn hãy đề xuất chính sách tiếp thị (*cách tiếp cận khách hàng; các gói dịch vụ; giá cước; các dịch vụ hỗ trợ khách hàng và chăm sóc khách hàng ...*) tương ứng với 3 mức độ cạnh tranh trên thị trường: a)- cạnh tranh thấp; b)- cạnh tranh trung bình; c)- cạnh tranh cao).

**Câu 10:**

Bạn phụ trách công tác tiếp thị của công ty chuyển tiền nhanh toàn cầu Western Union. Công ty dự định nhảy vào thị trường Việt Nam để cung cấp dịch vụ chuyển tiền. Bạn hãy phân tích các hoạt động tiếp thị dự kiến phải làm để giúp cho công ty thành công .

**Câu 11:**

Bạn được công ty giao nhiệm vụ xuất khẩu hàng hoá sang Lào. Bạn hãy phân tích các hoạt động tiếp thị dự kiến phải làm để giúp cho công ty thành công.

**Câu 12: (5 điểm, mỗi ý nhỏ đúng cho 0,5 điểm)**

Trả lời đúng, sai, hay không hoàn toàn đúng, rồi giải thích ngắn gọn lý do?

- 1) Do câu khẩu hiệu trong quảng cáo rất ngắn, cho nên doanh nghiệp không thể đưa thông tin về định vị sản phẩm được.
- 2) Cần chú trọng trước hết đến xúc tiến thương hiệu, sau đó mới tập trung vào chất lượng
- 3) Giữa thương hiệu và nhãn hiệu có mối quan hệ chặt chẽ với nhau
- 4) Trong ba đối tượng: khách hàng; nhân viên công ty; cổ đông của công ty thì quyền lợi của nhân viên công ty là quan trọng nhất cần đảm bảo
- 5) Nhà nước phải có vai trò quản lý trực tiếp giá cả của các doanh nghiệp để đảm bảo lợi ích của người tiêu dùng

- 6) Để nâng cao sức cạnh tranh, các doanh nghiệp cần chú trọng đến vấn đề giảm giá
- 7) Sản phẩm có giá trị càng cao thì càng cần chú trọng đến xúc tiến qua các phương tiện thông tin đại chúng để nhiều khách hàng biết đến
- 8) Đối với mỗi loại sản phẩm chỉ nên sử dụng một loại kênh phân phối
- 9) Để tăng sức mua đối với tất cả các khách hàng khác nhau, doanh nghiệp nên thực hiện bán hàng tại địa điểm khách hàng
- 10) Trong giai đoạn triển khai sản phẩm mới, doanh nghiệp cần chú trọng đến lợi nhuận.