

TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN LANG
 ĐƠN VỊ: KHOA QUẢN TRỊ KINH DOANH

ĐỀ THI VÀ ĐÁP ÁN
 THI KẾT THÚC HỌC PHẦN
 Học kỳ 2, năm học 2023-2024

Thi lần 2

I. Thông tin chung

Tên học phần:	QUẢN TRỊ CHIẾN LƯỢC TRONG BÁN LẺ		
Mã học phần:	71SCMN40413	Số tin chỉ:	3
Mã nhóm lớp học phần:	232-71SCMN40413_01		
Hình thức thi: Trắc nghiệm kết hợp Tự luận	Thời gian làm bài:	75	phút
<i>Thí sinh được tham khảo tài liệu:</i>	<input checked="" type="checkbox"/> Có	<input type="checkbox"/> Không	

1. Format đề thi

- Font: Times New Roman
- Size: 13
- Tên các phương án lựa chọn: **in hoa, in đậm**
- Không sử dụng nhảy chữ/số tự động (numbering)
- Mặc định phương án đúng luôn luôn là Phương án A ghi ANSWER: A
- Tổng số câu hỏi thi:
- Quy ước đặt tên file đề thi:
 - + Mã học phần_Tên học phần_Mã nhóm học phần_TNTL_De 1
 - + Mã học phần_Tên học phần_Mã nhóm học phần_TNTL_De 1_Mã đề (*Nếu sử dụng nhiều mã đề cho 1 lần thi*).

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)

(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	Trình bày được tầm quan trọng của chiến lược bán lẻ, các mối quan hệ và giá trị của các mối quan hệ trong bán lẻ, các hình thức tổ chức bán lẻ, các vấn đề cần quan tâm về người tiêu dùng. Mô tả	Trắc nghiệm	36%	1,2,3,4, 5,6,7,8, 9,11,12, 15	3,6	8.1

	đầy đủ luôn thông tin trong kênh bán lẻ và quá trình nghiên cứu thông tin. Xác định được các nội dung cần quan tâm khi chọn vị trí, cách thức lập kế hoạch chiến lược trong bán lẻ.					
CLO 2	Phân tích khách hàng; thu thập và xử lý thông tin tổng thể. Phân tích các hoạt động liên quan đến xây dựng chiến lược bán lẻ như chiến lược vị trí, chiến lược giá, chiến lược thiết lập và duy trì hình ảnh	Trắc nghiệm	27%	10,13,14, 16,17,18, 19,21,24	2,7	8.2
CLO 3	Vận dụng các kiến thức để xây dựng các chiến lược trong hoạt động bán lẻ	Trắc nghiệm	9%	20,22,23	0.9	4.4
		Tự luận	28%			

III. Nội dung câu hỏi thi

I. PHẦN TRẮC NGHIỆM: 7,2 điểm (gồm 24 câu. 0,3 điểm/câu)

1. Trong list dưới đây, nhà bán lẻ nào đứng đầu trong top 10 nhà bán lẻ hàng đầu trên thế giới năm 2020 và 2023

- A. Walmart
- B. E- Mart
- C. Auchan
- D. 7- Eleven

ANSWER: A

2. Trong các ý sau, ý nào là CƠ HỘI đối với ngành bán lẻ để phát triển mô hình kinh doanh trên toàn cầu hiện nay?

- A. công nghệ, kỹ thuật số phát triển
- B. biến động tỷ giá
- C. kỳ vọng của khách hàng ngày càng cao
- D. nhu cầu nhiều thay đổi

ANSWER: A

3. Ý nào sau đây KHÔNG PHẢI là mối quan tâm của nhà sản xuất và nhà phân phối đối với nhà bán lẻ?

- A. phân công nhiệm vụ cho nhân viên trong từng cửa hàng bán lẻ
- B. chất lượng trưng bày hàng của nhà sản xuất hay nhà phân phối tại cửa hàng bán lẻ
- C. dịch vụ khách hàng của nhà bán lẻ
- D. độ tin cậy của nhà bán lẻ

ANSWER: A

4. Những yếu tố nào dưới đây KHÔNG thuộc 3 yếu tố được người tiêu dùng đánh giá cao nhất khi mua sắm tại cửa hàng?

- A. khách hàng được khuyến khích tự tìm kiếm và chọn lựa sản phẩm theo nhu cầu
- B. dịch vụ nhanh chóng
- C. trải nghiệm cá nhân hóa
- D. đề xuất thông minh

ANSWER: A

5. Ý nào trong những ý dưới đây **KHÔNG** phải là quan niệm giá trị đối với người sản xuất, bán buôn và bán lẻ?

- A. giá trị phụ thuộc vào số lần khách hàng đến mua tại cửa hàng
- B. giá trị là tổng thể các thuộc tính dịch vụ và sản phẩm cung cấp cho người người tiêu dùng
- C. giá trị liên quan đến mong muốn của CTY về lợi nhuận hợp lý và phân khúc người tiêu dùng hướng tới
- D. giá trị gồm các hoạt động và quy trình cung cấp một giá trị nhất định cho người tiêu dùng

ANSWER: A

6. Ý nào dưới đây **KHÔNG** là đặc điểm của trung thành thái độ?

- A. mua hàng của nhà bán lẻ như quán tính
- B. có xu hướng lan truyền những thông tin tích cực đến bạn bè và gia đình
- C. có cam kết cao với nhà bán lẻ cụ thể
- D. không ngần ngại trả nhiều tiền hơn cho sản phẩm của nhà bán lẻ mà mình yêu thích

ANSWER: A

7. Từ quan điểm của người mua hàng, ý nào dưới đây thuộc phần thưởng theo quan hệ xã hội?

- A. quyền sử dụng khu vực đặc biệt tại sân bay
- B. voucher mua hàng
- C. tham gia bốc thăm trúng thưởng
- D. giao hàng tận nhà

ANSWER: A

8. Chiến lược bán lẻ lý tưởng kéo dài ít nhất ____ và phải phác thảo được sứ mệnh, mục tiêu, thị trường tiêu dùng, hoạt động tổng thể và cụ thể, cũng như cơ chế kiểm soát của nhà bán lẻ.

- A. 1 năm
- B. 6 tháng
- C. 9 tháng
- D. 3 tháng

ANSWER: A

9. Ý nào dưới đây **KHÔNG** phải là đặc điểm của quá trình hoạch định chiến lược bán lẻ?

- A. xác định thông tin cá nhân của từng khách hàng cụ thể
- B. xác định cách tạo sự khác biệt với đối thủ cạnh tranh
- C. đưa ra các công việc cụ thể cần làm
- D. vạch ra các mục tiêu của nhà bán lẻ.

ANSWER: A

10. Ý nào dưới đây là đặc điểm tiếp thị đại chúng?

- A. cố gắng tiếp thị cho tất cả các khách hàng (không phân loại khách hàng)
- B. tập trung vào một nhóm khách hàng cụ thể
- C. nhằm vào hai hoặc nhiều nhóm người tiêu dùng riêng biệt
- D. sử dụng nhiều phương pháp tiếp thị phù hợp với mỗi nhóm khách

ANSWER: A

11. Hình thức nhà bán lẻ vận hành nhiều cửa hàng thuộc sở hữu chung là hình thức?

- A. nhà bán lẻ theo chuỗi.
- B. nhà bán lẻ độc lập.
- C. trở thành bên nhận quyền trong nhượng quyền.
- D. gian hàng cho thuê.

ANSWER: A

12. Có sự linh hoạt trong việc lựa chọn hình thức và địa điểm bán lẻ cũng như trong việc đưa ra chiến lược; Dễ dàng duy trì sự nhất quán trong nỗ lực của mình vì có “sự độc lập”; không phải lo lắng với các ý kiến của các cổ đông, công đoàn, các quy định chung là hình thức?

- A. nhà bán lẻ độc lập
- B. nhà bán lẻ theo chuỗi
- C. trở thành bên nhận quyền trong nhượng quyền
- D. gian hàng cho thuê

ANSWER: A

13. Nhà sản xuất thực hiện luôn chức năng bán hàng cho người tiêu dùng là hình thức?

- A. tích hợp theo chiều dọc
- B. bán lẻ theo chuỗi
- C. trở thành bên nhận quyền (trong hình thức nhượng quyền)
- D. nhà bán lẻ độc lập

ANSWER: A

14. Nội dung nào dưới đây KHÔNG nằm trong các giai đoạn của guồng quay bán lẻ?

- A. khởi đầu, những người đổi mới ngành bán lẻ trước tiên thường xuất hiện với tư cách là những nhà kinh doanh cao cấp với giá cao và chấp nhận lỗ để định hình giá trị thương hiệu.
- B. theo thời gian, những người đổi mới sẽ nâng cấp các sản phẩm của họ, cải thiện cơ sở vật chất và dịch vụ khách hàng và tăng giá.
- C. khi những người đổi mới trưởng thành, họ trở nên dễ bị tổn thương trước những nhà giảm giá mới với chi phí thấp hơn.
- D. khởi đầu, những người đổi mới ngành bán lẻ thường xuất hiện với tư cách là những nhà kinh doanh giá rẻ với chi phí thấp và yêu cầu tỷ suất lợi nhuận thấp.

ANSWER: A

15. Hàng hóa được trưng bày đơn giản; tổ chức nhân sự đơn giản; hàng được trưng bày nhiều nhất có thể; nhấn mạnh vào giá trong khuyến mãi là những đặc điểm của?

- A. chiến lược cấp thấp
- B. chiến lược cấp trung
- C. chiến lược cấp cao
- D. chiến lược cấp trung gian

ANSWER: A

16. Những điều nào dưới đây KHÔNG tác động nhiều đến người mua lẻ hàng tiêu dùng?

- A. tăng giảm giá cổ phiếu
- B. lối sống
- C. nhu cầu và mong muốn
- D. nhân khẩu học

ANSWER: A

17. Những yếu tố nào dưới đây **KHÔNG** tác động đến lối sống?

- A. vòng đời sản phẩm
- B. phim ảnh
- C. giai cấp xã hội
- D. trình độ văn hóa

ANSWER: A

18. Câu hỏi nào dưới đây **KHÔNG** cần nhà bán lẻ quan tâm và tìm cách giải quyết?

- A. nhà cung cấp thích giao hàng bằng phương tiện gì?
- B. người tiêu dùng muốn được phục vụ vào giờ nào?
- C. mức độ dịch vụ khách hàng thế nào thì được ưa thích?
- D. giá cả quan trọng như thế nào đối với khách hàng mục tiêu?

ANSWER: A

19. Những yếu tố nào không thuộc quan tâm trực tiếp của người tiêu dùng khi quyết định mua hàng?

- A. các đối thủ cạnh tranh của nhà bán lẻ
- B. địa điểm mua hàng
- C. điều kiện mua hàng
- D. tính sẵn có của hàng hóa dịch vụ

ANSWER: A

20. Nếu nhà bán lẻ muốn bán nước hoa cho nam giới có thu nhập cao thì nên chọn chiến lược tiếp thị nào dưới đây?

- A. tiếp thị tập trung
- B. tiếp thị đại chúng
- C. tiếp thị khác biệt
- D. tiếp thị đại trà

ANSWER: A

21. Đối với nhà bán lẻ, việc lựa chọn địa điểm cửa hàng **ÍT** phụ thuộc vào yếu tố nào dưới đây?

- A. sự thuận tiện đối với nhà cung cấp
- B. tình trạng sẵn có của địa điểm
- C. tính chất của các cửa hàng lân cận
- D. chi phí tài sản

ANSWER: A

22. Các yếu tố nào dưới đây **ÍT GÂY ẢNH HƯỞNG TRỰC TIẾP** đến qui mô và hình dạng của khu vực giao dịch?

- A. giá đất
- B. có đường cao tốc chẵn ngang
- C. chính sách thuế, phí của mỗi khu vực có sự khác biệt
- D. đường đi đến cửa hàng rất xấu (nhiều ổ voi ổ gà)

ANSWER: A

23. Những ý nào dưới đây KHÔNG thuộc 3 tổn thất chính khi nhà bán lẻ quyết định chuyển địa điểm?

- A. mất hoặc không thể kiếm được nhà cung cấp
- B. mất một số người mua hàng
- C. địa điểm mới có thể không có sự hấp dẫn đối với NTD như địa điểm trước
- D. hầu hết các đồ đạc trang bị cho cửa hàng cũ không chuyển nhượng được

ANSWER: A

24. Nhóm yếu tố nào dưới đây KHÔNG thuộc nhóm yếu tố chính tạo nên bầu không khí cửa hàng?

- A. đặc tính kỹ thuật của sản phẩm
- B. ngoại thất
- C. nội thất
- D. cách bố trí cửa hàng

ANSWER: A

PHẦN TỰ LUẬN (2,8 điểm- gồm 2 câu)

Câu hỏi 1: (1,4 điểm)

Thành phố A có dân số 420 nghìn dân, thành phố B có dân số 210 nghìn dân. Nếu các thành phố cách nhau 35km thì điểm “thờ ơ”(“bàng quan”) của thành phố A là bao nhiêu và thành phố B là bao nhiêu?

Câu hỏi 2: (1,4 điểm)

Chọn 1 sản phẩm mà nếu có điều kiện phù hợp, anh chị sẽ tham gia bán lẻ.

Theo anh, chị, phần thưởng nào sẽ làm khách hàng mục tiêu của sản phẩm đó yêu thích?

Hãy giải thích lý do.

ĐÁP ÁN PHẦN TỰ LUẬN VÀ THANG ĐIỂM

Phần câu hỏi	Nội dung đáp án	Thang điểm	Ghi chú
I. Trắc nghiệm		7,2 điểm	
Câu 1 – 24	A	0,3đ x 24 câu	
II. Tự luận		2,8 điểm	
Câu 1.	<div style="text-align: center; border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> $D_{ab} = \frac{d}{1 + \sqrt{P_b/P_a}}$ </div> <p>Dab=Giới hạn khu vực thương mại của thành phố (cộng đồng) A, tính bằng km (dặm) dọc đường vào thành phố (cộng đồng) B d=Khoảng cách tính bằng km(dặm) dọc theo một con đường lớn giữa các thành phố (cộng đồng) A và B Pa=Dân số thành phố (cộng đồng) A Pb=Dân số thành phố (cộng đồng) B</p> <p>Dab= 35/(1+$\sqrt{210/420}$)=20,5025 km</p> <p>Dba= 35/(1+$\sqrt{420/210}$)=14,4975 km</p>	0,7 đ 0,7 đ	
Câu 2:	<p>Câu trả lời mở nhưng phải dựa trên đặc điểm của khách hàng mục tiêu và sản phẩm mà nhà bán lẻ cung ứng.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Phần thưởng kinh tế: Phần thưởng này thu hút những khách hàng nhạy cảm về giá và khuyến khích họ mua nhiều hơn 2. Phần thưởng theo chủ nghĩa khoái lạc: phần thưởng này có giá trị cảm xúc hơn và sẽ thu hút những người mua sắm vì niềm vui. 3. Phần thưởng quan hệ xã hội . Người tiêu dùng muốn được xác định thuộc nhóm đặc quyền sẽ đánh giá cao những loại phần thưởng này. 4. Phần thưởng thông tin: Những phần thưởng này sẽ thu hút người tiêu dùng thích gắn bó với một thương hiệu hoặc cửa hàng. 	1,4 đ	

	5. Phần thưởng chức năng: người tiêu dùng muốn giảm thời gian mua sắm sẽ đánh giá cao điều này nhất.		
	Điểm tổng	10.0	

Người duyệt đề

TP. Hồ Chí Minh, ngày 5 tháng 5 năm 2024
Giảng viên ra đề



TS. Đỗ Thành Lưu



TS. Nguyễn Lan Hương