

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

ĐỀ THI VÀ ĐÁP ÁN
THI KẾT THÚC HỌC PHẦN
Học kỳ 1, năm học 2024-2025

I. Thông tin chung

Tên học phần:	Quản lý trực quan trong Bán lẻ		
Mã học phần:	71SCMN40423	Số tín chỉ:	03
Mã nhóm lớp học phần:	241_71SCMN40423_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>	☒ Có	☐ 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*).

2. Giao nhận đề thi

Sau khi kiểm duyệt đề thi, đáp án/rubric. **Trưởng Khoa/Bộ môn** gửi đề thi, đáp án/rubric về Trung tâm Khảo thí qua email: khaothivanlang@gmail.com bao gồm file word và file pdf (**nén lại và đặt mật khẩu file nén**) và nhắn tin + họ tên người gửi qua số điện thoại **0918.01.03.09** (Phan Nhất Linh).

- Khuyến khích Giảng viên biên soạn và nộp đề thi, đáp án bằng **File Hot Potatoes**. Trung tâm Khảo thí gửi kèm File cài đặt và File hướng dẫn sử dụng để hỗ trợ Quý Thầy Cô.

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	Vận dụng được sự tác động của thiết kế cửa hàng và trưng bày hàng hóa tới hành vi mua hàng của người tiêu dùng để hoạt động kinh doanh phát triển bền vững	TN	20%	10 câu	0.2	
CLO2	Áp dụng nhuần nhuyễn những nguyên tắc trưng bày hàng hóa và kế hoạch thiết kế cửa hàng trong công việc quản lý kinh doanh bán lẻ	TN	20%	10 câu	0.2	
CLO4	Vận dụng các kỹ năng phân tích và xử lý thông tin về hành vi khách hàng liên quan thiết kế, trưng bày cửa hàng	TN	20%	10 câu	0.2	
CLO3	Sử dụng hiệu quả các tư duy trong thiết kế để xây dựng các cửa hàng đẹp và yhu hút khách hàng	TL	40%	Tự luận	4	

Chú thích các cột:

(1) Chỉ liệt kê các CLO được đánh giá bởi đề thi kết thúc học phần (tương ứng như đã mô tả trong đề cương chi tiết học phần). Lưu ý không đưa vào bảng này các CLO không dùng bài thi kết thúc học phần để đánh giá (có một số CLO được bố trí đánh giá bằng bài kiểm tra giữa kỳ, đánh giá qua dự án, đồ án trong quá trình học hay các hình thức đánh giá quá trình khác chứ không bố trí đánh giá bằng bài thi kết thúc học phần). Trường hợp một số CLO vừa được bố trí đánh giá quá trình hay giữa kỳ vừa được bố trí đánh giá kết thúc học phần thì vẫn đưa vào cột (1)

(2) Nội dung của CLO tương ứng.

(3) Hình thức kiểm tra đánh giá có thể là: trắc nghiệm, tự luận, dự án, đồ án, vấn đáp, thực hành trên máy tính, thực hành phòng thí nghiệm, báo cáo, thuyết trình, ..., phù hợp với nội dung của CLO và mô tả trong đề cương chi tiết học phần.

(4) Trọng số mức độ quan trọng của từng CLO trong đề thi kết thúc học phần do giảng viên ra đề thi quy định (mang tính tương đối) trên cơ sở mức độ quan trọng của từng CLO. Đây là cơ sở để

phân phối tỷ lệ % số điểm tối đa cho các câu hỏi thi dùng để đánh giá các CLO tương ứng, bảo đảm CLO quan trọng hơn thì được đánh giá với điểm số tối đa lớn hơn. Cột (4) dùng để hỗ trợ cho cột (6).

(5) Liệt kê các câu hỏi thi số (câu hỏi số ... hoặc từ câu hỏi số... đến câu hỏi số...) dùng để kiểm tra người học đạt các CLO tương ứng.

(6) Ghi điểm số tối đa cho mỗi câu hỏi hoặc phần thi.

(7) Trong trường hợp đây là học phần cốt lõi - sử dụng kết quả đánh giá CLO của hàng tương ứng trong bảng để đo lường đánh giá mức độ người học đạt được PLO/PI - cần liệt kê ký hiệu PLO/PI có liên quan vào hàng tương ứng. Trong đề cương chi tiết học phần cũng cần mô tả rõ CLO tương ứng của học phần này sẽ được sử dụng làm dữ liệu để đo lường đánh giá các PLO/PI. Trường hợp học phần không có CLO nào phục vụ việc đo lường đánh giá mức đạt PLO/PI thì để trống cột này.

III. Nội dung câu hỏi thi

PHẦN TRẮC NGHIỆM (30 câu hỏi + 0.2 điểm/câu hỏi)

Mục đích chính của Visual Merchandising là

- A. tạo ra doanh số nhiều hơn
- B. làm cửa hàng nổi bật thu hút người đi qua
- C. làm cho khách hàng chú ý cửa hàng
- D. sắp xếp bố trí cửa hàng sao cho đẹp mắt, thu hút khách

ANSWER: A

Câu nào có ý KHÔNG ĐÚNG khi người ta phân loại các hình thức chính trong cửa hàng bán lẻ là

- A. Trung tâm mua sắm bách hóa/ Cửa hàng tạp hóa/ Siêu thị/ Cửa hàng bán lẻ
- B. Tiệm tạp hóa/ Cửa hàng bán chuyên/ Siêu thị/ Cửa hàng bách hóa
- C. Siêu thị/ Trung tâm mua sắm bách hóa/ Cửa hàng tạp hóa/ Cửa hàng bán chuyên
- D. Cửa hàng bách hóa/ Siêu thị/ Tiệm tạp hóa/ Cửa hàng bán chuyên

ANSWER: A

Loại cửa hàng bán lẻ nào có mật độ hàng dày đặc nhất

- A. Tiệm tạp hóa
- B. Siêu thị
- C. Cửa hàng bán chuyên
- D. Cửa hàng bách hóa

ANSWER: A

Loại cửa hàng bán lẻ nào cần nhân viên chuyên nghiệp nhất

- A. Cửa hàng bán chuyên
- B. Siêu thị
- C. Tiệm tạp hóa
- D. Cửa hàng bách hóa

ANSWER: A

Điểm nào KHÔNG là khu vực hỗ trợ bán hàng

- A. khu vực tính tiền
- B. khu dành cho nhân viên
- C. khu lưu trữ hàng hóa
- D. khu vực uống cà phê

ANSWER: A

Điều nào KHÔNG đúng khi nói về Điểm cao (High points)

- A. nơi còn gọi là Tiêu điểm
- B. nơi để màn hình (TV) để chiếu các clips sản phẩm quan trọng
- C. nơi quảng bá các sản phẩm mới
- D. nơi nhấn mạnh chương trình tiếp thị/ khuyến mãi

ANSWER: A

Vị trí này thường dùng truyền đạt thông tin

- A. Các ý đều đúng
- B. Cờ đuôi nheo
- C. Ngoài và trong thang máy
- D. Chiều nghỉ cầu thang/ Khoảng cách giữa các bậc thang

ANSWER: A

Các bước thông thường đưa đến thuyết phục việc mua hàng lần lượt là

- A. Thu hút chú ý/ Khơi dậy quan tâm/ Ham muốn sản phẩm/ Hướng tới thuyết phục
- B. Thu hút chú ý/ Khơi dậy quan tâm/ Hướng tới thuyết phục/ Ham muốn sản phẩm
- C. Khơi dậy quan tâm/ Thu hút chú ý/ / Ham muốn sản phẩm/ Hướng tới thuyết phục
- D. Khơi dậy quan tâm/ Thu hút chú ý/ Hướng tới thuyết phục/ Ham muốn sản phẩm

ANSWER: A

Điều nào KHÔNG phải là yếu tố của thiết kế

- A. nhịp
- B. kết cấu
- C. màu sắc
- D. hình dạng

ANSWER: A

Điều nào KHÔNG phải là nguyên tắc trong thiết kế

- A. kết cấu

- B. cân bằng**
- C. tỉ lệ**
- D. nhấn mạnh**

ANSWER: A

Đường kẻ trong thiết kế KHÔNG có mục đích

- A. thu hút sự chú ý**
- B. định hướng tiêu điểm**
- C. tạo ảo giác về chiều sâu**
- D. dẫn dắt thị giác**

ANSWER: A

Câu nào KHÔNG đúng khi nói ảnh hưởng của màu sắc

- A. màu sắc ưa thích của ta không thay đổi theo thời gian**
- B. màu sắc có thể làm chúng ta vui lên khi chúng ta đang buồn**
- C. văn hóa vùng miền có thể tạo ra sở thích màu sắc khác nhau**
- D. màu sắc có thể tạo ra một tâm trạng**

ANSWER: A

Câu nào KHÔNG là câu hỏi khi lên kế hoạch cửa hàng

- A. Có bao nhiêu mặt hàng của mỗi SBU sẽ được trưng bày?**
- B. Bao nhiêu không gian nên được phân bổ cho mỗi ngành hàng?**
- C. Hàng hóa nên được trưng bày ở đâu?**
- D. Phân bổ không gian, sơ đồ tầng và sơ đồ lưu thông ra sao?**

ANSWER: A

Chỉ số năng suất cho không gian KHÔNG có mục đích

- A. tính tỉ lệ khách hàng đến cửa hàng**
- B. tính tỉ lệ doanh số (hay lợi nhuận) trên diện tích dành cho sản phẩm**
- C. tối đa hóa tiềm năng lợi nhuận trên mỗi mét vuông**
- D. sẽ dành diện tích bao nhiêu cho từng ngành hàng**

ANSWER: A

Qui định về lưu thông trong cửa hàng, trung tâm thương mại, chỉ dẫn nào là KHÔNG nhất thiết cần phải có

- A. các màn hình hướng dẫn khách hàng**
- B. các chỉ dẫn thoát hiểm khi có sự cố**

- C. các bảng hướng dẫn có sơ đồ các điểm để khách hàng tham khảo
- D. khách hàng biết họ đang ở đâu và làm thế nào đến điểm khác

ANSWER: A

Mô hình lưu thông nào thường áp dụng ở Siêu thị

- A. Lưới
- B. Dòng chảy tự do
- C. Đường đua
- D. Xương cá

ANSWER: A

Câu nào sau đây KHÔNG là nguyên tắc của trưng bày hàng hóa

- A. Không đổi mới thường xuyên
- B. Hàng hóa không đặt quá cao hay quá thấp
- C. Các mặt hàng cần được phân nhóm
- D. Để đồ vật liền kề hợp lý như áo tay dài nam gần cà vạt

ANSWER: A

Hành động nào sau đây là Up Selling

- A. bán mì gói, giới thiệu loại size lớn gấp rưỡi
- B. bán xe hơi, giới thiệu thêm bộ định vị GPS, tấm che nắng
- C. bán xe đạp thể thao giới, thiệu thêm bình nước, mũ bảo hiểm phù hợp
- D. bán cây bông, giới thiệu phân bón ra hoa, đất sạch

ANSWER: A

Từ nào là giảm giá có phân biệt

- A. Sale up
- B. Sale out
- C. Sale off
- D. Sold out

ANSWER: A

Từ đúng nhất dành cho bán lẻ

- A. Retail
- B. Retail Sale

- C. Wholesale
- D. Sell

ANSWER: A

Khi mua hàng chiết khấu cần quan tâm

- A. Quan tâm cả 02 điều không liên quan giá mua
- B. Tiền bỏ ra và chi phí đặt vào trong hàng đó
- C. Giá mua
- D. Hàng mua về bao giờ dùng hết

ANSWER: A

Nguyên tắc sắp xếp trưng bày hàng hóa được đề cập trong bài

- A. Trưng bày hàng hóa (Merchandise Presentation)
- B. Kế hoạch sắp xếp cửa hàng: sử dụng vật trưng bày đa dạng & bố cục lưu thông
- C. Những yếu tố quan trọng tạo thu hút trực quan
- D. Hiện thị Khung cửa trưng bày (Window Displays)

ANSWER: A

Chọn chủ đề của cửa hàng được đề cập trong bài

- A. Hiện thị Khung cửa trưng bày (Window Displays)
- B. Kế hoạch sắp xếp cửa hàng: sử dụng vật trưng bày đa dạng & bố cục lưu thông
- C. Trưng bày hàng hóa (Merchandise Presentation)
- D. Những yếu tố quan trọng tạo thu hút trực quan

ANSWER: A

Khung cửa trưng bày có thể thể hiện

- A. các ý đều đúng
- B. phong cách hàng hóa
- C. mức giá hàng hay loại hàng là cao cấp hay bình dân
- D. chủ đề/ nội dung hàng hóa

ANSWER: A

Open back window nghĩa là

- A. không có vách ngăn phía sau khung trưng bày và có thể nhìn phía trong
- B. có mở cửa sau cho khách hàng ra khỏi cửa hàng không cần quay lại đi vào

- C. cả 02 ý đều đúng
 - D. cả 02 ý đều sai
- ANSWER: A

Gương trong cửa hàng KHÔNG có chủ ý gì

- A. để khách hàng soi gương
- B. tăng độ sâu cửa hàng
- C. tăng độ rộng cửa hàng
- D. tăng cường ánh sáng cho cửa hàng

ANSWER: A

Điều nào KHÔNG đúng khi nói về USP

- A. là phần giao thua giữa điều Khách hàng mong muốn cùng Công ty làm tốt và điểm mạnh của đối thủ
- B. là phần giao thua giữa điều Khách hàng mong muốn và Công ty làm tốt
- C. là viết tắt của từ Unique Selling Point
- D. là từ viết tắt của Unique Selling Proposition

ANSWER: A

Event Mnemonic KHÔNG là

- A. một nhãn hàng mới trong sự kiện
- B. một biểu tượng nhận dạng
- C. một logo không đăng ký
- D. biểu tượng quan trọng trong truyền thông

ANSWER: A

Câu nào SAI khi nói: Set up Checklist và Wind-up Checklist

- A. làm những công việc tương tự
- B. đều là danh sách kiểm tra
- C. thường cần khi tổ chức các sự kiện
- D. dành cho hai việc sử dụng có khác nhau

ANSWER: A

Ý nào SAI khi nói Sáng tạo và luôn đổi mới là

- A. VM không thể được tiêu chuẩn hóa vì chúng là một phần của đơn vị sáng tạo
- B. VM cũng cần được tiêu chuẩn hóa vì nó cũng phải có qui trình

C. công việc quan trọng của Bán hàng trực quan đầu tư lớn được thực hiện trong một số hoạt động VM – mà không đạt được lợi nhuận cần thiết D.

ANSWER: A

PHẦN TỰ LUẬN (04 điểm)

Câu hỏi:

Công ty TÂN HIỆP LỰC, một doanh nghiệp sản xuất giày cung cấp các sản phẩm cho nữ, nam và trẻ em nổi tiếng tại TP HCM, với các nhóm hàng giày thời trang, công sở và thể thao cho 03 đối tượng trên. Nay muốn lập một Phòng trưng bày, giới thiệu và kinh doanh sản phẩm

Cty đã thuê một tòa nhà 03 tầng, chiều ngang 10m, dài 20m để lập Showroom

Bạn được tuyển dụng và thuộc nhóm Visual Merchandising

Ban GD yêu cầu lập một kế hoạch thiết kế cửa hàng để có thể Khai trương trong vòng 03 tháng tới

Dựa theo những kiến thức đã học. Hãy lập nhanh các ý tưởng thiết kế cửa hàng cho Công ty

Các gợi ý cần thiết cho kế hoạch

Nội dung (**cần đề cập chi tiết**) sẽ làm:

1. Bố trí cửa hàng - Store Layout
2. Kế hoạch lưu thông trong cửa hàng - Circulation Plan
3. Signage: Bảng chỉ dẫn hướng đi - Directional Signage/ biển báo sản phẩm, trên phiếu

4. Ngoại thất cửa hàng

5. Nội thất cửa hàng

Window Display: Choose a theme/ Chọn chủ đề/ Khung cửa trưng bày và hàng hóa

Các loại vật cố định (Vật gắn với tường - Wall Fixtures/ Vật gắn liền sàn - Floor Fixtures/ Kệ hàng – Shelves/ Bàn theo nhóm - Nesting tables/

Các điểm cần quan tâm: Điểm cao – Highpoints/ Tiêu điểm - Focal points/ Chiều nghỉ cầu thang/ Ngoài thang máy và trong thang máy/ Cột trong cửa hàng – Pillars

Các loại mannequins đi giày - Types of Mannequins

Các loại đạo cụ - Pops: Thùng và hộp / Cây và hoa/ Tuyết, cát hoặc cỏ giả / Bàn và ghế /

6. Các yếu tố phối hợp và hỗ trợ:

Phối màu - Colour blocking

Chiếu sáng - Lighting

Âm thanh (âm nhạc)

7. Bản đồ cửa hàng

8. Sơ đồ hình ảnh cửa hàng – Planogram

ĐÁP ÁN PHẦN TỰ LUẬN VÀ THANG ĐIỂM

Phần câu hỏi	Nội dung đáp án	Thang điểm	Ghi chú
I. Trắc nghiệm		6.0	
Câu 1 – 30	Tất cả là câu A	0.2	Cho 01 câu
II. Tự luận		4.0	
Nội dung	Visual Merchandising cho một Cửa hàng giày nam, nữ và trẻ em	4.0	
	Điểm tổng	10.0	

ĐÁP ÁN CÂU TỰ LUẬN:

GV chấm bài dựa theo những kiến thức SV đã học và áp dụng đúng

TP. Hồ Chí Minh, ngày 30 tháng 11 năm 2024

Người duyệt đề

Giảng viên ra đề

Đỗ Thành Lưu



Vũ Xuân Tường