

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

Thi lần 1

I. Thông tin chung

Tên học phần:	QUẢN TRỊ CHIẾN LƯỢC TRONG BÁN LẺ			
Mã học phần:	71SCMN40413	Số tín chỉ:	3	
Mã nhóm lớp học phần:	241-71SCMN40413_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>	☒ Có (chỉ được tham khảo tài liệu giấy)		☐ 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)

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,	Trắc nghiệm	36%	1,2,5,6, 8,9,10, 16,18,19, 21,23	3,6	36%

	các hình thức tổ chức bán lẻ, các vấn đề cần quan tâm về người tiêu dùng. Mô tả đầy đủ luồng 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	24%	3,4,11,13 14,15,17,20	2,4	24%
CLO 3	Vận dụng các kiến thức để xây dựng các chiến lược trong hoạt động bán lẻ	Trắc nghiệm	12%	7,12,22,24	1,2	12%
		Tự luận	28%		2,8	

III. Nội dung câu hỏi thi

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

1. Trong các định nghĩa về BÁN LẺ dưới đây, định nghĩa nào chưa đúng?

A. Bán lẻ bao gồm mọi giao dịch bán hàng

B. Bán lẻ bao gồm các hoạt động kinh doanh liên quan đến việc bán hàng hóa và dịch vụ cho người tiêu dùng để họ sử dụng cho cá nhân, gia đình hoặc hộ gia đình

C. Bán lẻ bao gồm mọi giao dịch bán hàng cho người tiêu dùng cuối cùng

D. Bán lẻ là giai đoạn cuối cùng trong quá trình phân phối từ nhà cung cấp đến người tiêu dùng

ANSWER: A

2. Những ý nào dưới đây KHÔNG PHẢI là ưu điểm của việc ưu tiên thăng tiến cho những người làm việc trong công ty?

A. Khuyến khích áp dụng những cách suy nghĩ mới

- B. Khuyến khích lòng trung thành của nhân viên
- C. Giảm tỷ lệ chuyển việc của nhân viên
- D. Giảm thiểu khó khăn trong việc đào tạo nhân viên mới về chính sách CTY

ANSWER: A

3. Từ quan điểm của người mua hàng, ý nào dưới đây thuộc phần thưởng theo chủ nghĩa khoái lạc?

- A. Tham gia bốc thăm trúng thưởng
- B. Voucher mua hàng
- C. Thông tin, tư vấn miễn phí
- D. Được thanh toán tại quầy ưu tiên

ANSWER: A

4. Ý nào dưới đây KHÔNG phải là đặc điểm của trung thành thái độ?

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

ANSWER: A

5. 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. 12 tháng
- B. 6 tháng
- C. 9 tháng
- D. 3 tháng

ANSWER: A

6. 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 một khách hàng cụ thể
- B. Cung cấp bản phân tích kỹ lưỡng về các yêu cầu kinh doanh
- C. Đưa ra các công việc cụ thể cần làm
- D. Vạch ra các mục tiêu của nhà bán lẻ

ANSWER: A

7. Ý nào dưới đây là đặc điểm của tiếp thị tập trung?

- A. Lựa chọn hàng kinh doanh có chất lượng cao hay thấp thì theo nhóm khách hàng mục tiêu
- B. Giá của mặt hàng trung bình
- C. Nỗ lực xúc tiến bằng cách quảng cáo đại chúng
- D. Chọn vị trí cửa hàng tại khu dân cư đông đúc

ANSWER: A

8. Thách thức lớn nhất đối với nhà bán lẻ trong bán lẻ đa kênh là gì?

- A. Khó quản lý các kênh bán hàng khác nhau một cách nhất quán.
- B. Thiếu sản phẩm kinh doanh
- C. Cạnh tranh với các nhà sản xuất
- D. Không có khả năng thu thập dữ liệu về khách hàng

ANSWER: A

9. Một trong những đặc điểm của người tiêu dùng trong bán lẻ hiện đại là:

- A. Thực hiện nhiều giao dịch mua sắm không có kế hoạch
- B. Luôn tuân theo danh sách mua sắm đã lập
- C. Chỉ mua hàng trực tiếp tại các cửa hàng

D. Ít bị ảnh hưởng bởi quảng cáo trong cửa hàng

ANSWER: A

10. Một yếu tố quan trọng khi thiết lập chiến lược bán lẻ là:

A. Đặt mục tiêu dài hạn và ngắn hạn về doanh số và lợi nhuận

B. Không cần chú trọng đến vị trí cửa hàng

C. Tập trung hoàn toàn vào quảng cáo truyền thông

D. Chỉ chú trọng đến giá cả sản phẩm

ANSWER: A

11. Đặc điểm nào KHÔNG đúng với người tiêu dùng hiện đại?

A. Chỉ mua sản phẩm trực tiếp các cửa hàng để lựa chọn sản phẩm

B. Hoài nghi về giá cả và quảng cáo

C. Mong đợi nhiều hơn nhưng muốn trả ít hơn

D. Xu hướng mua sắm có mục đích hơn

ANSWER: A

12. Loại nào dưới đây KHÔNG nằm trong danh mục phần thưởng theo quan điểm của người mua hàng?

A. Phần thưởng môi trường

B. Phần thưởng khoái lạc

C. Phần thưởng kinh tế

D. Phần thưởng quan hệ xã hội

ANSWER: A

13. Ưu điểm chính của cửa hàng thuộc sở hữu chuỗi là gì?

A. Khả năng thương lượng mạnh nhờ khối lượng mua lớn

B. Tính linh hoạt cao trong các chiến lược địa phương

C. Không cần dự trữ hàng tồn kho

D. Tất cả các chi nhánh hoạt động độc lập

ANSWER: A

14. Guồng quay bán lẻ cho thấy đặc điểm nào dưới đây?

A. Khách hàng nhạy cảm về giá thường không trung thành

B. Nhà bán lẻ luôn bắt đầu với dịch vụ khách hàng cao cấp

C. Các nhà bán lẻ luôn duy trì chiến lược giá thấp

D. Các sản phẩm cao cấp không ảnh hưởng đến doanh thu

ANSWER: A

15. Không cần xây dựng thương hiệu từ đầu; Sản phẩm, dịch vụ và hoạt động đã được chuẩn hóa ngay từ đầu; Tận hưởng tập huấn và hỗ trợ về bí quyết, kỹ năng kinh doanh là ưu điểm của hình thức?

A. Nhượng quyền

B. Nhà bán lẻ theo chuỗi

C. Nhà bán lẻ độc lập

D. Gian hàng cho thuê

ANSWER: A

16. 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

17. Ý nào dưới đây KHÔNG là đặc điểm thường thấy của người mua sắm trực tuyến?

- A.** Quan tâm đến khả năng tiếp cận thực tế của sản phẩm
- B.** Có thu nhập trên mức trung bình
- C.** Thích nghiên cứu, so sánh các mặt hàng và quan tâm giá cả
- D.** Có trình độ học vấn khá

ANSWER: A

18, Những yếu tố nào dưới đây KHÔNG tác động đến lối sống?

- A.** Vòng đời sản phẩm
- B.** Giai cấp xã hội
- C.** Trình độ văn hóa
- D.** Gia đình, bạn bè, trào lưu

ANSWER: A

19, Nhân khẩu học bao gồm các yếu tố nào?

- A.** Tất cả các yếu tố được nêu
- B.** Nghề nghiệp, nơi cư trú, tình trạng hôn nhân
- C.** Quy mô hộ gia đình, thu nhập, xuất xứ
- D.** Giới tính, tuổi tác, trình độ học vấn

ANSWER: A

20. Lý do chính khiến người tiêu dùng ghé thăm nhiều nhà bán lẻ trong một chuyến mua sắm là gì?

- A.** Tiết kiệm thời gian đi lại
- B.** Thích thử nhiều sản phẩm
- C.** Sợ bỏ lỡ cơ hội mua hàng giảm giá
- D.** Tìm kiếm trải nghiệm mua sắm mới

ANSWER: A

21. Theo nghiên cứu, bao nhiêu phần trăm khách hàng đánh giá cao trải nghiệm cá nhân hóa?

- A.** 30%
- B.** 20%
- C.** 40%
- D.** 50%

ANSWER: A

22. Khi trưng bày sản phẩm, vị trí nào thường mang lại hiệu quả cao?

- A.** Vị trí ngang tầm mắt
- B.** Vị trí ngang đầu gối
- C.** Vị trí sau lối đi
- D.** Vị trí trên cao

ANSWER: A

23. Một trong những lợi thế của cửa hàng trực tuyến là gì?

- A.** Khả năng cập nhật các thông tin liên quan đến sản phẩm liên tục
- B.** Khách hàng có thể tương tác với sản phẩm
- C.** Không cần quản lý tồn kho
- D.** Phí vận hành cao hơn

ANSWER: A

24. 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 người tiêu dùng như địa điểm trước

D. Hầu hết các đồ đạc trang bị cho cửa hàng cũ không chuyển nhượng được
ANSWER: A

PHẦN TỰ LUẬN (2,8 điểm- gồm 2 câu)

Câu hỏi 1: (1,4 điểm)

Thành phố A có dân số 683 nghìn dân, thành phố B có dân số 350 nghìn dân. Nếu các thành phố cách nhau 50 km 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.

- a) Dựa trên các loại nhận thức rủi ro đã học, hãy cho biết người tiêu dùng có thể có những nhận thức rủi ro gì khi mua sản phẩm của anh chị?
- b) Hãy đưa ra giải pháp để người tiêu dùng giảm thiểu cảm nhận rủi ro.
-

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.	$D_{ab} = \frac{d}{1 + \sqrt{P_b/P_a}}$ 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 Dab= $50/(1+(\sqrt{350/683}))=29,14$ km Dba= $50/(1+\sqrt{683/350})=20,860$ km	0,7 đ 0,7 đ	
Câu 2:	a) <u>những nhận thức rủi ro gì khi mua sản phẩm</u> Câu trả lời mở nhưng phải dựa trên sản phẩm mà nhà bán lẻ cung ứng cùng 6 loại nhận thức rủi ro có thể có ✓ Chức năng (Liệu hàng hóa hoặc dịch vụ có hoạt động tốt không?); ✓ Vật chất (Hàng hóa, dịch vụ có thể làm tổn thương tôi không?); ✓ Tài chính ✓ Xã hội ✓ Tâm lý (Tôi có làm đúng không?); ✓ Thời gian (Cần bao nhiêu thời gian cho việc mua sắm?) b) <u>Giải pháp giảm thiểu cảm nhận rủi ro</u> Giải pháp mở nhưng phải hợp lý và giảm cảm nhận rủi ro đã nêu ở câu a	0,7 đ 0,7 đ	
	Điểm tổng	10.0	

TP. Hồ Chí Minh, ngày 18 tháng 12 năm 2024

Người duyệt đề

Giảng viên ra đề



TS. Đỗ Thành Lưu

TS. Nguyễn Lan Hương