

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 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:	241-71SCMN40413_01		
Hình thức thi:	Trắc nghiệm kết hợp Tự luận	Thời gian làm bài:	75 phút
Thí sinh được tham khảo tài liệu:	☒ 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, các hình thức tổ	Trắc nghiệm	36%	1,2,3,4 6,7,8,9 10,11,14, 22	3,6	8.1

	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%	5,13,15, 16,18,20, 21,23	2,4	8.2
CLO 3	Vận dụng các kiến thức để xây dựng các chiến lược trong hoạt động bán lẻ	Trắc nghiệm	12%	12,17,19,24	1,2	4.4
		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. Ý nào dưới đây chưa đúng?

- A. Bán lẻ là mọi hoạt động giao dịch bán hàng
- B. Bán lẻ là giai đoạn cuối cùng trong quá trình kênh phân phối
- C. Nhà bán lẻ là người tham gia vào quá trình vận động vật chất và nhận nhiệm vụ chuyển giao quyền sở hữu hàng hóa và dịch vụ từ nhà sản xuất sang người tiêu dùng
- D. Bán lẻ bao gồm mọi giao dịch bán hàng cho người tiêu dùng cuối cùng

ANSWER: A

2. Ý nào dưới đây KHÔNG phù hợp với đặc điểm của hệ thống phân phối?

- A. Nhà sản xuất lớn sẽ sản xuất một mặt hàng với số lượng lớn và bán lẻ trực tiếp cho từng người tiêu dùng
- B. Nhà sản xuất muốn sản xuất một loại mặt hàng và bán số lượng nhiều cho càng ít đầu mối càng tốt
- C. Người tiêu dùng muốn mua đa dạng hàng hóa và dịch vụ với số lượng hạn chế
- D. Người mua hàng tìm hiểu về đặc điểm của hàng hóa và dịch vụ, v.v. từ quảng cáo của nhà bán lẻ, nhân viên bán hàng và sản phẩm trưng bày

ANSWER: A

3. 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. Tham gia bốc thăm trúng thưởng
- C. Voucher mua hàng
- D. Giao hàng tận nhà

ANSWER: A

4. Điều nào dưới đây KHÔNG phải là yếu tố cần lưu ý khi đề cập đến việc duy trì mối quan hệ lâu dài trong bán lẻ?

- A. Loại kệ trưng bày
- B. Dịch vụ khách hàng
- C. Cơ sở khách hàng
- D. Sự hài lòng của khách hàng

ANSWER: A

5. Ý nào dưới đây KHÔNG thuộc những nội dung cần làm rõ khi mua lại doanh nghiệp?

- A. Cách xây dựng kế hoạch mua bảo hiểm
- B. Đang trả bao nhiêu cho lợi thế thương mại
- C. Bạn có phải đảm nhận các khoản nợ hiện có
- D. Tại sao người bán lại rao bán doanh nghiệp

ANSWER: A

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

- A. Cố gắng tiếp thị cho tất cả các khách hàng
- B. Tập trung vào một nhóm khách hàng cụ thể
- C. Nhắm vào hai hoặc nhiều nhóm người tiêu dùng riêng biệt
- D. Sử dụng phương pháp tiếp thị phù hợp với mỗi nhóm khách

ANSWER: A

7. Ý nào dưới đây KHÔNG thuộc biến có thể kiểm soát trong khung hoạch định chiến lược quản lý bán lẻ?

- A. Người tiêu dùng
- B. Vị trí cửa hàng
- C. Cơ cấu quản lý của doanh nghiệp
- D. Quản lý hàng hóa

ANSWER: A

8. Lý do nào khiến ngành bán lẻ trở nên quan trọng ở Hoa Kỳ?

- A. Doanh số bán lẻ hàng năm chiếm 1/3 tổng nền kinh tế
- B. Ngành bán lẻ tạo ra hơn 3% việc làm
- C. Doanh số bán lẻ ở Hoa Kỳ bằng 1/20 của thế giới
- D. Tăng trưởng bán lẻ là 2% mỗi năm

ANSWER: A

9. Đặc điểm nào dưới đây KHÔNG đúng khi đề cập đến chiến lược bán lẻ?

- A. Chiến lược bán lẻ nên tập trung vào lập kế hoạch ngắn hạn
- B. Chiến lược bán lẻ ảnh hưởng đến cách một công ty bán lẻ phản ứng với thị trường
- C. Chiến lược bán lẻ bao gồm định hướng mục tiêu và tích hợp các yếu tố như giá cả, sản phẩm, vị trí, ..
- D. Khi xây dựng chiến lược bán lẻ, nhà quản trị cần xác định loại hình kinh doanh và thị trường mục tiêu

ANSWER: A

10. Chức năng của nhà bán lẻ trong kênh phân phối là gì?

- A. Chuyển giao quyền sở hữu hàng hóa và dịch vụ từ nhà sản xuất, nhà bán buôn sang người tiêu dùng
- B. Cung cấp các dịch vụ hỗ trợ như vận chuyển, lưu kho
- C. Đẩy sản phẩm từ nhà sản xuất đến các nhà bán buôn
- D. Tăng cường sản xuất sản phẩm

ANSWER: A

11. Yếu tố nào trong chuỗi giá trị bán lẻ được người tiêu dùng quan tâm nhất?

- A. Kết quả tổng thể của chuỗi giá trị
- B. Giá cả
- C. Hình ảnh nhà bán lẻ
- D. Bầu không khí mua sắm

ANSWER: A

12. Những cạm bẫy nào cần tránh khi lập kế hoạch chiến lược bán lẻ?

- A. Tất cả các điều được nêu
- B. Cạnh tranh sai phân khúc về giá trị và giá cả
- C. Cung cấp các dịch vụ không phù hợp với nhu cầu khách hàng
- D. Lập kế hoạch giá trị chỉ dựa trên giá cả

ANSWER: A

13. Hình thức nhượng quyền thương mại cung cấp lợi ích gì cho bên nhận quyền?

- A. Hỗ trợ tập huấn và bí quyết kinh doanh
- B. Tự do sáng tạo mô hình kinh doanh
- C. Miễn phí mọi khoản đầu tư ban đầu
- D. Không cần tuân theo bất kỳ hợp đồng nào

ANSWER: A

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

- A. Khởi đầu, những nhà bán lẻ 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 nhà 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. 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

17. Nếu nhà bán lẻ muốn bán nước hoa cho nam 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

18. 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

19. Nhà bán lẻ có thể giảm cảm giác rủi ro của người tiêu dùng bằng cách nào?

- A. Đưa ra thông tin đầy đủ và trung thực
- B. Giảm giá sản phẩm
- C. Tăng thời gian chờ đợi khi mua hàng
- D. Hạn chế các lựa chọn

ANSWER: A

20. Quy trình ra quyết định mở rộng xảy ra khi nào?

- A. Người tiêu dùng mua hàng hóa phức tạp, đắt tiền và họ có ít kinh nghiệm mua hàng
- B. Người tiêu dùng mua các mặt hàng thường xuyên
- C. Người tiêu dùng chỉ mua hàng qua mạng
- D. Người tiêu dùng mua hàng hóa giảm giá

ANSWER: A

21. Bầu không khí cửa hàng bán lẻ có mục tiêu chính là gì?

- A. Tăng doanh số bán hàng trên mỗi mét vuông
- B. Giảm thời gian khách hàng mua sắm
- C. Giảm giá thành sản phẩm
- D. Thay đổi hình ảnh nhà bán lẻ

ANSWER: A

22. Những yếu tố nào KHÔNG thuộc bầu không khí bán lẻ?

- A. Chi phí sản xuất
- B. Loại ánh sáng
- C. Chiều rộng lối đi
- D. Nhạc nền

ANSWER: A

23. Tỷ lệ khách hàng rời khỏi cửa hàng do thiếu hỗ trợ kịp thời là bao nhiêu?

- A. 85%
- B. 70%
- C. 90%
- D. 60%

ANSWER: A

24. 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 chắn 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

PHẦN TỰ LUẬN (2,8 điểm- gồm 2 câu)

CTY N&M nghiên cứu xác suất mua sắm của các nhóm khách hàng đối với sản phẩm thời trang tổng hợp tại các địa điểm định thuê. Hiện công ty đang dẫn đo 4 địa điểm có thể làm cửa hàng: Địa điểm A có diện tích trung bày là 140 m². Địa điểm B có diện tích trung bày là 120m². Địa điểm C có diện tích trung bày là 160 m² và Địa điểm D có diện tích trung bày là 200.

Nhóm khách hàng tiềm năng đang sống tại địa điểm K có vị trí cách địa điểm A là 10 phút, cách địa điểm B là 15 phút, cách địa điểm C 16 phút và D là 15 phút.

Câu hỏi 1: Công ty ước tính tác động của thời gian di chuyển là 2. Dựa trên định luật thu hút người mua hàng của Huff, anh/ chị hãy xác định xác suất mua sắm của nhóm khách hàng đối với từng địa điểm?

Câu hỏi 2: Nếu nhóm khách hàng mục tiêu đang sống tại địa điểm K là 1500 người. Anh chị hãy xác định số người có khả năng sẽ tới mua sắm tại địa điểm D?

ĐÁP ÁN PHẦN TRẮC NGHIỆM- TỰ LUẬN VÀ THANG ĐIỂM

[illegible]

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

Người duyệt đề

Giảng viên ra đề

Amey

TS. Đỗ Thành Lưu

TS. Nguyễn Lan Hương

