

TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN LANG  
ĐƠN VỊ: KHOA THƯƠNG MẠI

ĐỀ THI VÀ ĐÁP ÁN  
THI KẾT THÚC HỌC PHẦN  
Học kỳ 2, năm học 2024-2025

I. Thông tin chung

|                                                   |                                        |             |                                |      |
|---------------------------------------------------|----------------------------------------|-------------|--------------------------------|------|
| Tên học phần:                                     | KINH DOANH QUỐC TẾ                     |             |                                |      |
| Mã học phần:                                      | 71BUSI30023                            | Số tín chỉ: | 3                              |      |
| Mã nhóm lớp học phần:                             | 242_71BUSI30023_01                     |             |                                |      |
| Hình thức thi: <b>Trắc nghiệm kết hợp Tự luận</b> | Thời gian làm bài:                     |             | <b>60</b>                      | phút |
| <b>Thí sinh được tham khảo tài liệu:</b>          | <input checked="" type="checkbox"/> Có |             | <input type="checkbox"/> Không |      |

II. Các yêu cầu của đề thi nhằm đáp ứng CLO

| 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)                                 |
| CLO 1       | Vận dụng kiến thức về thị trường toàn cầu để phân tích các vấn đề doanh nghiệp đang gặp phải.                         | Trắc nghiệm        | 20%                                        | 1-10           | 2 điểm           | PI 2.3                              |
| CLO 2       | Vận dụng kiến thức về chiến lược kinh doanh quốc tế để lựa chọn các chiến lược phù hợp với bối cảnh của doanh nghiệp. | Trắc nghiệm        | 20%                                        | 11-20          | 2 điểm           | PI 2.3                              |
| CLO 3       | Vận dụng kiến thức về các phương thức thâm nhập thị trường để xây dựng phương án tiếp cận thị trường toàn cầu.        | Tự luận            | 60%                                        | Câu 1<br>Câu 2 | 2 điểm<br>4 điểm | PI 2.3                              |

III. Nội dung câu hỏi thi

**PHẦN TRẮC NGHIỆM (20 câu, 0,2 điểm/1 câu)**

Điều nào sau đây là lý do khiến các doanh nghiệp tham gia vào hoạt động kinh doanh quốc tế?

- A. Tất cả các đáp án đều đúng
- B. Mở rộng thị trường ra nước ngoài nhằm tăng doanh thu và lợi nhuận
- C. Tiếp cận nguồn lao động giá rẻ, nguồn tài nguyên ở các nước
- D. Tận dụng nguồn vốn lớn của thị trường toàn cầu

ANSWER: A

Nhận định nào sau đây là đúng về toàn cầu hóa hiện nay

- A.** Tất cả các đáp án đều đúng
- B.** Toàn cầu hóa giúp tăng cường, mở rộng các mối quan hệ về kinh tế, chính trị
- C.** Toàn cầu hóa góp phần giúp các nước nghèo thoát nghèo
- D.** Toàn cầu hóa giúp tăng cường các mối quan hệ về xã hội, văn hóa và tư pháp xuyên biên giới

ANSWER: A

Một tổ chức gồm 164 nước thành viên, thời điểm 4/2025, hoạt động nhằm thúc đẩy tự do hóa thương mại giữa các nước thành viên, giải quyết tranh chấp trong thương mại quốc tế...?

- A.** WTO
- B.** UN
- C.** IMF
- D.** WB

ANSWER: A

Nhận định nào sau đây là đúng khi nói về chủ nghĩa Trọng thương?

- A.** Các quốc gia nên khuyến khích xuất khẩu và hạn chế nhập khẩu để trở nên giàu có
- B.** Thương mại là một trò chơi có tổng lợi ích dương
- C.** Vàng bạc không phải là trụ cột chính của sự thịnh vượng quốc gia
- D.** Thương mại quốc tế hoàn toàn không có lợi cho cả nước xuất khẩu và nhập khẩu

ANSWER: A

Điều nào sau đây là thuộc tính tạo lên lợi thế cạnh tranh quốc gia trong mô hình kinh cương của M. Porter?

- A.** Tất cả các yếu tố trên
- B.** Cầu từ thị trường của quốc gia
- C.** Các ngành công nghiệp liên kết và phụ trợ
- D.** Sự sẵn có các yếu tố sản xuất của quốc gia

ANSWER: A

Trường hợp nào sau đây là hình thức đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI)?

- A.** Bridgestone thành lập công ty con sản xuất lốp xe ô tô tại Hải Phòng, Việt Nam và nắm quyền điều hành công ty này.
- B.** Các tổ chức tài chính quốc tế mua chứng khoán trên thị trường chứng khoán của Việt Nam
- C.** Úc cho Việt Nam vay vốn ODA để thực hiện các dự án xây dựng hạ tầng giao thông
- D.** Khách du lịch quốc tế đến thăm Việt Nam rồi về nước

ANSWER: A

Điều nào sau đây là ưu điểm của công ty liên doanh quốc tế (International Joint Venture Company)?

- A. Tất cả đáp án đều đúng
- B. Tiếp cận dễ dàng những hiểu biết về địa phương nơi công ty làm kinh doanh
- C. Chia sẻ rủi ro và chi phí với đối tác liên doanh quốc tế
- D. Dễ được chấp nhận về mặt chính trị của nước sở tại

ANSWER: A

Cắt giảm hàng rào thuế quan và phi thuế quan, sử dụng chính sách thương mại riêng cho các nước không phải thành viên của khối là hình thức hội nhập kinh tế quốc tế nào sau đây?

- A. Khu vực mậu dịch tự do/hiệp định thương mại tự do (FTA)
- B. Liên minh chính trị (Political Union)
- C. Đồng minh thuế quan (Customs Union)
- D. Thị trường chung (Common Market)

ANSWER: A

Hàng rào phi thuế quan trong thương mại quốc tế bao gồm:

- A. Tất cả đáp án đều đúng
- B. Tiêu chuẩn về bao gói, nhãn mác cho hàng hóa xuất, nhập khẩu
- C. Hạn ngạch (giới hạn cao nhất về số lượng, khối lượng, giá trị của hàng hóa được phép xuất, nhập khẩu trong một khoảng thời gian nhất định)
- D. Tiêu chuẩn về vệ sinh, an toàn (chẳng hạn đối với thực phẩm)

ANSWER: A

Sử dụng một đồng tiền chung, có sự hài hòa về chính sách kinh tế, tài chính,... là đặc điểm của mức độ hội nhập kinh tế quốc tế nào sau đây?

- A. Liên minh kinh tế
- B. Khu vực mậu dịch tự do
- C. Liên minh/đồng minh thuế quan
- D. Thị trường chung

ANSWER: A

Văn hóa được hiểu là...?

- A. hệ thống **giá trị** và các **chuẩn mực** được chia sẻ giữa một nhóm người và khi tập hợp lại thì tạo nên khuôn mẫu cho cuộc sống
- B. Đặc điểm nhân khẩu học của dân số một quốc gia
- C. Việc tổ chức và duy trì quyền lực nhà nước
- D. Cách thức phân phối hàng hóa ra thị trường quốc tế

ANSWER: A

Lý thuyết H-O coi yếu tố sản xuất bao gồm những gì?

- A.** Vốn và Lao động
- B.** Đất đai và Nhà xưởng
- C.** Nguyên liệu đầu vào và Máy móc
- D.** Tài nguyên thiên nhiên và con người

ANSWER: A

Doanh nghiệp Việt Nam không nên xuất khẩu thịt lợn sang các nước theo tôn giáo nào sau đây?

- A.** Hồi giáo
- B.** Công giáo
- C.** Tin lành
- D.** Chính thống giáo

ANSWER: A

Cách thức thường gặp đối với hình thức FDI trong kinh doanh quốc tế là gì?

- A.** Mua bán-Sáp nhập (M&A-Merger & Acquisition) hoặc đầu tư mới một doanh nghiệp/công ty ở nước ngoài
- B.** Viện trợ phát triển chính thức (ODA-Official Development Assistance)
- C.** Xuất khẩu trực tiếp (Direct Export)
- D.** Cấp phép (Licensing)

ANSWER: A

Hệ thống giá trị và chuẩn mực của văn hóa bao gồm...

- A.** Tất cả đáp án đều đúng
- B.** Tôn giáo, tín ngưỡng
- C.** Ngôn ngữ sử dụng
- D.** Triết lý giáo dục

ANSWER: A

Việc tuân thủ các quy luật kinh tế khách quan của nền kinh tế như cạnh tranh, cung cầu, giá trị, lưu thông tiền tệ... thể hiện mô hình kinh tế nào sau đây?

- A.** Kinh tế thị trường
- B.** Kinh tế chỉ huy
- C.** Kinh tế tập trung
- D.** Kinh tế hỗn hợp

ANSWER: A

Fuji kết hợp với Xerox để thành lập Công ty quốc tế Fuji-Xerox chuyên sản xuất máy phô tô, máy in... Đây là hình thức xâm nhập nào trong kinh doanh quốc tế?

- A. Liên doanh quốc tế
- B. Nhượng quyền thương hiệu
- C. Cấp phép
- D. Hợp đồng chìa khóa trao tay

ANSWER: A

Chính sách tỷ giá hối đoái của Việt Nam hiện nay là

- A. Chính sách thả nổi có sự can thiệp của Chính phủ
- B. Chính sách tỷ giá cố định
- C. Chính sách cố định điều chỉnh hạn chế
- D. Chính sách thả nổi không có sự can thiệp của Chính phủ

ANSWER: A

Giả sử tỷ giá USD/VND tại thời điểm 05/2025 là 25.500, tỷ giá USD/VND được dự báo sẽ giảm xuống còn 25.000 vào thời điểm 9/2025. Nhận định nào sau đây là đúng khi nói về hoạt động xuất khẩu, nhập khẩu của Việt Nam tại thời điểm 9/2025 so với 05/2025 (giả sử các yếu tố khác không đổi).

- A. Xuất khẩu giảm, nhập khẩu tăng
- B. Xuất khẩu tăng, nhập khẩu giảm
- C. Xuất khẩu tăng, nhập khẩu tăng
- D. Xuất khẩu giảm, nhập khẩu giảm

ANSWER: A

Doanh nghiệp đang phải chịu áp lực cắt giảm chi phí sản xuất rất cao nhưng áp lực thích nghi với địa phương lại thấp thì nên chọn chiến lược nào sau đây trong kinh doanh quốc tế?

- A. Chiến lược tiêu chuẩn hóa toàn cầu
- B. Chiến lược địa phương hóa
- C. Chiến lược quốc tế
- D. Chiến lược xuyên quốc gia

ANSWER: A

## **PHẦN TỰ LUẬN (2 câu - 6 điểm)**

**Câu 1 (2 điểm):**

Kinh doanh quốc tế là gì? Tại sao các doanh nghiệp tham gia vào hoạt động kinh doanh quốc tế?

**Câu hỏi 2 (4 điểm):**

Công ty Toyota Việt Nam (TMV) là liên doanh giữa ba đối tác lớn là Tập đoàn ô tô Toyota Nhật Bản (70%), Tổng công ty Máy Động lực và Máy Nông nghiệp Việt Nam (20%) và Công ty TNHH KUO Singapore (10%). Công ty được chính thức thành lập vào ngày 5 tháng 9 năm 1995 với tổng vốn đầu tư là 89,6 triệu USD. Sau đó đến tháng 10 năm 1996, công ty Toyota Việt Nam mới chính thức đi vào hoạt động với các lĩnh vực chính là:

- Sản xuất, lắp ráp và kinh doanh ô tô các loại
- Sửa chữa, bảo dưỡng và kinh doanh phụ tùng chính hãng Toyota
- Xuất khẩu linh kiện phụ tùng ô tô do Toyota sản xuất tại Việt Nam

Công ty Toyota Việt Nam định hướng sản xuất ra những sản phẩm (xe ô tô các loại) được **chuẩn hóa** và bán rộng khắp trên thị trường toàn cầu với **giá cả hợp lý/rẻ** để cạnh tranh với các đối thủ mạnh trên thế giới trong ngành công nghiệp ô tô như Ford, Honda, Hyundai, Kia...  
Hỏi:

- Công ty Toyota Việt Nam đang sử dụng chiến lược kinh doanh quốc tế nào? (Công ty chịu áp lực cắt giảm chi phí cao nhưng áp lực thích nghi địa phương thấp).
- Công ty Toyota Việt Nam đang sử dụng hình thức xâm nhập thị trường quốc tế nào tại Việt Nam? Ưu, nhược điểm của hình thức này?

**ĐÁP ÁN PHẦN TN, TỰ LUẬN VÀ THANG ĐIỂM**

| Phần câu hỏi                                                        | Nội dung đáp án                                                                                                                                             | Thang điểm                   | Ghi chú |
|---------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|---------|
| <b>I. Trắc nghiệm</b>                                               |                                                                                                                                                             | <b>4,0</b>                   |         |
| Câu 1 – 20                                                          |                                                                                                                                                             | 0,2 điểm/câu*20 câu = 4 điểm | PI 2.3  |
| <b>II. Tự luận</b>                                                  |                                                                                                                                                             | <b>6,0</b>                   |         |
| <b>Câu 1</b>                                                        |                                                                                                                                                             | <b>2,0</b>                   |         |
| Kinh doanh quốc tế là gì?                                           | Toàn bộ hoạt động đầu tư, sản xuất, mua bán, trao đổi hàng hóa hoặc dịch vụ nhằm mục đích sinh lợi có liên quan tới hai hay nhiều nước và khu vực khác nhau | 1                            | PI 2.3  |
| Tại sao các doanh nghiệp tham gia vào hoạt động kinh doanh quốc tế? | Tận dụng nguồn lực: Vốn, Lao động, Tài nguyên                                                                                                               | 0,5                          | PI 2.3  |
|                                                                     | Mở rộng thị trường: Tăng doanh số, Giảm cạnh tranh, Tận dụng công suất dư thừa                                                                              | 0,5                          | PI 2.3  |
| <b>Câu 2</b>                                                        |                                                                                                                                                             | <b>4,0</b>                   |         |

| Phân câu hỏi                                                                                 | Nội dung đáp án                                                                                                                                                      | Thang điểm  | Ghi chú |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|---------|
| Công ty Toyota Việt Nam đang sử dụng chiến lược kinh doanh quốc tế nào?                      | Chiến lược tiêu chuẩn hóa toàn cầu                                                                                                                                   | 2,0         | PI 2.3  |
| Công ty Toyota Việt Nam đang sử dụng hình thức xâm nhập thị trường quốc tế nào tại Việt Nam? | Liên doanh                                                                                                                                                           | 1,0         | PI 2.3  |
| Ưu, nhược điểm của hình thức này?                                                            | <b>Ưu điểm:</b><br>- Tiếp cận, hiểu biết về địa phương<br>- Chia sẻ rủi ro và chi phí với đối tác<br>- Được chấp nhận về mặt chính trị                               | 0,5         | PI 2.3  |
|                                                                                              | <b>Nhược điểm:</b><br>- Dễ mất kiểm soát với công nghệ<br>- Không hỗ trợ các chiến lược ở các quốc gia khác<br>- Không đạt được hiệu ứng kinh nghiệm và kinh tế vùng | 0,5         |         |
| <b>Điểm tổng</b>                                                                             |                                                                                                                                                                      | <b>10,0</b> |         |

TP. Hồ Chí Minh, ngày 17 tháng 03 năm 2025

Người duyệt đề

Giảng viên ra đề




TS. Hoàng Chí Cương

TS. Hoàng Chí Cương