

TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN LANG
KHOA NGOẠI NGỮ

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

I. Thông tin chung

Tên học phần:	Business Translation		
Mã học phần:	71ENGL40733	Số tín chỉ:	3
Mã nhóm lớp học phần:	242_71ENGL40733_01, 02		
Hình thức thi: Tự luận	Thời gian làm bài:		100 phút
<i>Thí sinh được tham khảo tài liệu:</i>	☐ Có	☒ Không	

Lưu ý cho phòng Khảo thí

- Cài đặt không thể Copy-paste ở trang làm bài
- Tách mỗi câu hỏi thành 1 trang (4 trang)
- SV được tham khảo từ điển giấy có nhà xuất bản.

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	Sử dụng từ vựng và thuật ngữ thương mại ở mức độ trung cao để dịch các văn bản từ Tiếng Anh sang Tiếng Việt và ngược lại	tự luận	60%	từ Câu hỏi 1 đến Câu hỏi 4	10	
CLO 2	Áp dụng các kỹ năng trình bày bằng văn bản	tự luận	40%	từ Câu hỏi 1 đến Câu hỏi 4	10	

III. Nội dung câu hỏi thi

Câu hỏi 1 (2.5 điểm): Translate the following passage into Vietnamese.

Property is not always something physical; it can also be something non-physical. It may be intellectual property such as a trademark or the copyright on something you have written or recorded, or patents on something you have designed. It can include shares in a company, a debt that somebody owes you, or your savings. It may be a lease to occupy someone else's land for a specified time or the right of a radio station to use a certain frequency. Property, then, is not necessarily something fixed and physical.

Câu hỏi 2 (2.5 điểm): Translate the following passage into Vietnamese.

The role of competition is precisely to differentiate producers. No two dentists, or grocers, or travel agents are exactly alike, and never could be: yet there is still plenty of competition between them. Different firms produce products at different prices, with different qualities, different features, different packaging, and different advertising slants. Even seemingly standard products like soap or orange juice are different and sold in different ways at different places. Producers are not trying to give us all some identikit product and the lowest prices but trying to find out which products consumers prefer.

Câu hỏi 3 (2.5 điểm): Translate the following passage into English.

Mục tiêu và tầm nhìn marketing của bạn là gì? Mục tiêu marketing chính là những kết quả bạn muốn đạt được từ hoạt động marketing của mình. Nó sẽ trả lời cho câu hỏi: Lý do chủ yếu thúc đẩy bạn làm marketing là gì? Các mục tiêu marketing cần phù hợp và hỗ trợ những mục tiêu kinh doanh chung khác. Giống như bất kỳ mục tiêu nào, các mục tiêu marketing cần phải dễ đánh giá, cụ thể và thực tiễn.

Câu hỏi 4 (2.5 điểm): Translate the following passage into English.

Chúng ta sẽ không bị thiệt hại vì mở cửa cho thương mại quốc tế. Bảo hộ cho các nhà sản xuất trong nước, không để cho hàng hóa nước ngoài cạnh tranh đồng nghĩa với việc người tiêu dùng phải trả giá cao hơn cho những món hàng có chất lượng thấp hơn. Trở thành một phần của cộng đồng thương mại quốc tế sẽ cung cấp cho các doanh nghiệp trong nước những thị trường mới và cơ hội mới. Quá trình mở cửa cho thương mại trong hơn ba thập kỉ qua đã đưa hơn một tỉ người thoát khỏi tình trạng nghèo đói. Do đó, thúc đẩy thương mại quốc tế là động lực quan trọng cho tăng trưởng kinh tế và nâng cao mức sống của người dân.

ĐÁP ÁN VÀ THANG ĐIỂM

Phần câu hỏi	Nội dung đáp án	Thang điểm	Ghi chú
I. Tự luận			
Câu 1		2.5	
Nội dung	Tài sản không phải lúc nào cũng là những thứ hữu hình; nó cũng có thể là những thứ phi vật thể. Nó có thể là tài sản trí tuệ, như nhãn hiệu hàng hóa hay bản quyền đối với tác phẩm mà bạn đã viết ra hay ghi lại, hoặc bằng sáng chế đối với thứ mà bạn thiết kế. Tài sản cũng có thể là cổ phần của một công ti mà bạn nắm giữ, là khoản tiền mà người khác nợ bạn hay món tiền tiết kiệm của bạn. Nó có thể là hợp đồng thuê mảnh đất của ai đó trong một thời gian nhất định hoặc quyền của một đài phát thanh đối với việc sử dụng tần số nào đó. Như vậy là, tài sản không phải lúc nào cũng là một cái gì đó cố định và thuộc về thế giới vật thể.	0.5 / câu	
Câu 2		2.5	
Nội dung	Vai trò của cạnh tranh chính là để phân biệt giữa các nhà sản xuất. Không có hai nhà sản xuất, hai cửa hàng tạp hóa, hoặc hai đại lí du lịch giống hệt nhau, và không bao giờ có thể giống hệt nhau. Họ cạnh tranh rất mạnh với nhau. Các công ti khác nhau làm ra sản phẩm với giá cả khác nhau, chất lượng khác nhau, tính chất khác nhau, bao bì khác nhau và quảng cáo khác nhau. Thậm chí ngay cả các sản phẩm dường như đã trở thành tiêu chuẩn như xà bông hay nước cam cũng khác nhau và được bán theo những cách khác nhau, ở những nơi khác nhau. Các nhà sản xuất không tìm cách cung cấp cho tất cả chúng ta sản phẩm giống hệt nhau với giá thấp nhất, mà cố gắng tìm cho ra những sản phẩm mà người tiêu dùng ưa thích.	0.5 / câu	
Câu 3		2.5	
Nội dung	What are your marketing goals and your marketing vision? Your marketing goals are nothing more than a statement of what results you want to achieve with your marketing. They answer the question: What is the primary reason you are marketing? Marketing goals should fit into and support your overall business goals. Just like any other goal, marketing goals should be measurable, specific and realistic.	0.5 / câu	
Câu 4		2.5	
Nội dung	We do not lose from opening up to international trade. Protecting domestic producers against competition means higher prices and lower quality for domestic consumers. Being part of the international trade community gives local entrepreneurs new markets and opportunities. The opening up of trade over the last three decades has lifted more than a billion people out of abject poverty. Therefore, embracing	0.5 / câu	

	international trade is a key driver of economic growth and raising people's living standards.		
	Điểm tổng	10.0	

TP. Hồ Chí Minh, ngày 10 tháng 2 năm 2025

Trưởng bộ môn



TS. Nguyễn Hải Long

Giảng viên ra đề



TS. Trần Văn Dương