

# Môn Marketing căn bản

## Câu 1 : Chọn phương án trả lời đúng nhất

1. Làm việc với phóng viên để viết một bài báo hay về công ty của bạn là một ví dụ về hoạt động:

a. Quan hệ công chúng - **Đáp án**

b. Bán hàng cá nhân

c. Quảng cáo

d. Xúc tiến hỗn hợp

2. Hãng mỹ phẩm Revlon nhận ra rằng khi một người phụ nữ mua một thỏi son thì người đó không chỉ đơn thuần là mua màu của son mà còn mua niềm hy vọng. Hãng mỹ phẩm này đã nhận ra cấp độ nào trong các cấp độ cấu thành sản phẩm sau đây:

a. Sản phẩm hiện thực

b. Những lợi ích cốt lõi - **Đáp án**

c. Sản phẩm tiện lợi

d. Sản phẩm bổ sung

3. Một sản phẩm đang ở giai đoạn Bão hòa nên sử dụng kiểu quảng cáo theo mục tiêu:

a. Thuyết phục

b. So sánh

c. Thông tin

d. Nhắc nhở - **Đáp án**

4. Câu nào sau đây là đúng khi phát biểu về Định vị:

a. Không phải tất cả các sản phẩm đều tạo được điểm khác biệt

b. Mục tiêu cuối cùng của định vị là thành công trong việc tạo ra điểm khác biệt nổi trội của sản phẩm trong tâm trí khách hàng - **Đáp án**

c. Doanh nghiệp cần khuếch trương tất cả những điểm khác biệt trong sản phẩm của mình

d. Không nên tiến hành tái định vị cho bất cứ sản phẩm nào

5. Ưu điểm của việc chủ động giảm giá bán sản phẩm là:

a. củng cố hình ảnh của doanh nghiệp

b. Giảm nguy cơ mất khách hàng - **Đáp án**

c. Cải thiện tình hình tài chính của doanh nghiệp

d. Tất cả những điều nêu trên

6. Trong quá trình phát triển của marketing, giai đoạn đầu tiên các marketer áp dụng quan điểm:

a. Tập trung vào bán hàng

b. Tập trung vào sản xuất - **Đáp án**

c. Tập trung vào sản phẩm

d. Tập trung vào thị phần

7. Một hãng dẫn đầu thị trường (hãng có thị phần lớn nhất) có thể phản ứng với việc giảm giá của đối thủ cạnh tranh bằng cách:

- a. Duy trì mức giá
- b. Giảm giá theo
- c. Tăng giá và tăng cường các chính sách marketing khác

**d. Tung ra một “nhãn hiệu tân công” - Đáp án**

8. Quyết định nên thu thập số liệu bằng phỏng vấn qua thư tín, qua điện thoại hay phỏng vấn trực tiếp cá nhân là thuộc bước nào sau đây trong quá trình nghiên cứu marketing?

- a. Xác định vấn đề và mục tiêu nghiên cứu

**b. Lập kế hoạch nghiên cứu - Đáp án**

- c. Tiến hành thu thập dữ liệu
- d. Phân tích dữ liệu thu thập được

9. Câu nói nào dưới đây thể hiện đúng nhất triết lý kinh doanh theo định hướng marketing ?

- a. Chúng ta đang cố gắng bán cho khách hàng những sản phẩm hoàn hảo

**b. Khách hàng đang cần sản phẩm X, hãy sản xuất và bán cho khách hàng sản phẩm đó - Đáp án**

- c. Chi phí đầu vào cho sản phẩm Y đang rất cao, hãy tìm cách tiết kiệm để bán Y với giá rẻ hơn
- d. Doanh số bán đang suy giảm, hãy tập trung mọi nguồn lực để đẩy mạnh bán hàng

10. Dữ liệu thứ cấp (Secondary data) thường có thể thu thập được:

**a. Nhanh và rẻ hơn so với dữ liệu sơ cấp - Đáp án**

- b. Độ tin cậy cao hơn dữ liệu sơ cấp
- c. Thông qua điều tra phỏng vấn khách hàng
- d. Thông qua điều tra phỏng vấn khách hàng và các nguồn tài liệu khác.

11. Ba công việc chính trong tiến trình của marketing mục tiêu là Định vị thị trường (1), Phân đoạn thị trường (2) và Chọn thị trường mục tiêu (3). Trình tự đúng của các công việc trên là:

- a. (1) (2) (3)
- b. (3) (2) (1)
- c. (2) (3) (1) - Đáp án**
- d. (2) (1) (3)

12. Trong các hoạt động xúc tiến hỗn hợp, Bán hàng cá nhân tốt hơn Quảng cáo khi :

- a. Cần thông tin phản hồi của thị trường ngay lập tức
- b. Sản phẩm được bán có giá trị lớn và cần nhiều sự tư vấn
- c. Doanh nghiệp muốn tiết kiệm chi phí cho một lần tiếp xúc

**d. (a) và (b) - Đáp án**

- e. Tất cả đều đúng

**13. Định nghĩa nào sau đây đúng với một Nhà phân phối trong kênh phân phối?**

**a. Là trung gian thực hiện chức năng phân phối trên thị trường công nghiệp - Đáp án**

b. Là trung gian bán sản phẩm cho người tiêu dùng cuối cùng

c. Là trung gian bán sản phẩm cho các trung gian khác

d. Là trung gian có quyền hành động hợp pháp thay cho nhà sản xuất

**14. Khi sử dụng chiến lược marketing không phân biệt, người bán có thể gặp phải những khó khăn sau đây, ngoại trừ:**

a. Không dễ tạo ra một sản phẩm có thể thu hút mọi khách hàng

b. Cạnh tranh sẽ gay gắt hơn

c. Khó khăn khi muốn thay đổi trên thị trường có quy mô lớn

**d. Phải tính đến sự khác biệt trong đặc điểm của từng đoạn thị trường - Đáp án**

**15. Theo mô hình Năm lực lượng cạnh tranh của Michael Porter, đe dọa của đối thủ cạnh tranh tiềm ẩn sẽ ảnh hưởng đến:**

a. Môi trường marketing vĩ mô của doanh nghiệp

b. Quy mô hiện tại của thị trường

**c. Sức hấp dẫn của thị trường - Đáp án**

d. Thế mạnh của doanh nghiệp

**Câu 2:**

**a. Marketing là gì?**

**Trả lời:** Marketing là quá trình xúc tiến với thị trường nhằm thoả mãn những nhu cầu và mong muốn của con người; hoặc

Marketing là một dạng hoạt động của con người nhằm thoả mãn những nhu cầu mong muốn thông qua trao đổi.

**b. Marketing hình thành rõ nét nhất khi nào?**

**Trả lời:** Marketing hình thành rõ nét nhất khi có sự cạnh tranh; nghĩa là khi người ta phải cạnh tranh với nhau để bán một cái gì đó hoặc mua một cái gì đó.

**c. Theo bạn, các doanh nghiệp Việt Nam dưới thời bao cấp có cần dùng đến marketing không? Tại sao?**

**Trả lời:** Trong thời bao cấp, các DN Việt Nam KHÔNG hoặc RẤT ÍT áp dụng marketing trong hoạt động của mình. Lý do: KHÔNG hoặc HẦU NHƯ KHÔNG CÓ sự cạnh tranh.

**Câu 3:**

**a. Phân biệt sự khác nhau giữa chiến lược marketing không phân biệt, marketing phân biệt và marketing tập trung :**

**Yêu cầu:** Sinh viên phân biệt sự khác nhau giữa Bản chất, Ưu điểm, Hạn chế của việc áp dụng từng chiến lược này

-Bản chất: Như trong tài liệu

-Ưu điểm: Như trong tài liệu

-Hạn chế: Như trong tài liệu

**b. Theo bạn, một doanh nghiệp có quy mô nhỏ, năng lực không lớn, kinh doanh một sản phẩm mới trên một thị trường có nhu cầu không đồng nhất thì nên chọn chiến lược nào trong 3 chiến lược nói trên? Tại sao?**

**Trả lời:** DN đó nên chọn chiến lược Marketing tập trung. Sinh viên dựa vào đặc điểm của doanh nghiệp, dựa vào đặc điểm của chiến lược marketing tập trung đã phân tích ở câu (a) nói trên để giải thích.

#### **Câu 4: Bán hàng trực tiếp**

##### **Ưu điểm**

- \* Nhân viên bán hàng nắm rõ thông tin về sản phẩm để truyền đạt cho khách hàng
- \* Thu được thông tin phản hồi của khách hàng về sản phẩm gần như ngay lập tức
- \* Kiểm soát tốt về hàng hóa (trưng bày, giá bán, dịch vụ đi kèm...)

##### **Hạn chế:**

- \* Chi phí cao
- \* Khó bao phủ rộng rãi thị trường; đặc biệt là khi có nhiều khách hàng và khách hàng lại không tập trung theo phạm vi địa lý...

#### **Câu 5: Bán hàng qua trung gian**

##### **Ưu điểm:**

- \* Tiết kiệm chi phí
- \* Giảm số lần tiếp xúc
- \* Bao phủ rộng rãi thị trường
- \* Có thể tăng hiệu quả nhờ chuyên môn hóa

##### **Hạn chế:**

- \* Không thu được thông tin phản hồi của thị trường ngay lập tức
- \* Khó kiểm soát hàng hóa hoặc phải đòi hỏi đội ngũ kiểm soát đồng đảo...

### **I. Chọn 1 phương án trả lời đúng nhất**

**1. Trong một tình huống marketing cụ thể thì marketing là công việc của:**

- a. Người bán
- b. Người mua
- c. Đồng thời của cả người bán và người mua

**d. Bên nào tích cực hơn trong việc tìm cách trao đổi với bên kia. - Đáp án**

**2. Bạn đang chọn hình thức giải trí cho 2 ngày nghỉ cuối tuần sắp tới. Sự lựa chọn đó được quyết định bởi:**

- a. Sự ưa thích của cá nhân bạn
- b. Giá tiền của từng loại hình giải trí

**c. Giá trị của từng loại hình giải trí - Đáp án**

- d. Tất cả các điều nêu trên

**3. Quan điểm marketing định hướng sản xuất cho rằng người tiêu dùng sẽ ưa thích những sản phẩm:**

**a. Được bán rộng rãi với giá hạ - Đáp án**

- b. Được sản xuất bằng dây chuyền công nghệ cao.
- c. Có kiểu dáng độc đáo
- d. Có nhiều tính năng mới.

**4. Có thể nói rằng:**

- a. Marketing và bán hàng là 2 thuật ngữ đồng nghĩa.
- b. Marketing và bán hàng là 2 thuật ngữ khác biệt nhau.
- c. Bán hàng bao gồm cả Marketing

**d. Marketing bao gồm cả hoạt động bán hàng. - Đáp án**

**5. Mong muốn của con người sẽ trở thành yêu cầu khi có:**

- a. Nhu cầu
- b. Sản phẩm

**c. Năng lực mua sắm - Đáp án**

- d. Ước muốn

**6. Sự hài lòng của khách hàng sau khi sử dụng hàng hoá tuỳ thuộc vào:**

- a. Giá của hàng hoá đó cao hay thấp
- b. Kỳ vọng của người tiêu dùng về sản phẩm đó

**c. So sánh giữa giá trị tiêu dùng và kì vọng về sản phẩm. - Đáp án**

- d. So sánh giữa giá trị tiêu dùng và sự hoàn thiện của sản phẩm.

**7. Trong những điều kiện nêu ra dưới đây, điều kiện nào không nhất thiết phải thoả mãn mà sự trao đổi tự nguyện vẫn diễn ra:**

- a. Ít nhất phải có 2 bên

**b. Phải có sự trao đổi tiền giữa hai bên - Đáp án**

- c. Mỗi bên phải khả năng giao tiếp và giao hàng
- d. Mỗi bên được tự do chấp nhận hoặc từ chối đề nghị (chào hàng) của bên kia.
- e. Mỗi bên đều tin tưởng việc giao dịch với bên kia là hợp lý.

**8. Câu nói nào dưới đây thể hiện đúng nhất triết lý kinh doanh theo định hướng Marketing?**

- a. Chúng ta đang cố gắng bán cho khách hàng những sản phẩm hoàn hảo.

**b. Khách hàng đang cần sản phẩm A, hãy sản xuất và bán cho khách hàng sản phẩm A - Đáp án**

- c. Chi phí cho nguyên vật liệu đầu vào của sản phẩm B đang rất cao, hãy cố giảm nó để bán được nhiều sản phẩm B với giá rẻ hơn.
- d. Doanh số đang giảm, hãy tập trung mọi nguồn lực để đẩy mạnh bán hàng.

**9. Theo quan điểm Marketing thị trường của doanh nghiệp là:**

- a. Tập hợp của cả người mua và người bán 1 sản phẩm nhất định
- b. Tập hợp người đã mua hàng của doanh nghiệp

**c. Tập hợp của những người mua thực tế và tiềm ẩn - Đáp án**

- d. Tập hợp của những người sẽ mua hàng của doanh nghiệp trong tương lai.
- e. Không câu nào đúng.

**10. Trong các khái niệm dưới đây, khái niệm nào không phải là triết lý về quản trị Marketing đã được bàn đến trong sách?**

- a. Sản xuất
- b. Sản phẩm

**c. Dịch vụ - Đáp án**

- d. Marketing
- e. Bán hàng

**11. Quan điểm ..... cho rằng người tiêu dùng ưa thích những sản phẩm có chất lượng, tính năng và hình thức tốt nhất và vì vậy doanh nghiệp cần tập trung nỗ lực không ngừng để cải tiến sản phẩm.**

- a. Sản xuất

**b. Sản phẩm - Đáp án**

- c. Dịch vụ
- d. Marketing
- e. Bán hàng

**12. Quan điểm bán hàng được vận dụng mạnh mẽ với**

- a. Hàng hoá được sử dụng thường ngày
- b. Hàng hoá được mua có chọn lựa
- c. Hàng hoá mua theo nhu cầu đặc biệt

**d. Hàng hoá mua theo nhu cầu thu đông. - Đáp án**

**13. Theo quan điểm Marketing đạo đức xã hội, người làm Marketing cần phải cân đối những khía cạnh nào khi xây dựng chính sách Marketing?**

- a. Mục đích của doanh nghiệp
- b. Sự thoả mãn của người tiêu dùng
- c. Phúc lợi xã hội
- d. (b) và ©

**e. Tất cả những điều nêu trên. - Đáp án**

**14. Triết lý nào về quản trị Marketing cho rằng các công ty cần phải sản xuất cái mà người tiêu dùng mong muốn và như vậy sẽ thoả mãn được người tiêu dùng và thu được lợi nhuận?**

- a. Quan điểm sản xuất
- b. Quan điểm sản phẩm
- c. Quan điểm bán hàng

**d. Quan điểm Marketing - Đáp án**

**15. Quản trị Marketing bao gồm các công việc: (1) Phân tích các cơ hội thị trường, (2) Thiết lập chiến lược Marketing, (3) Phân đoạn thị trường và lựa chọn thị trường mục tiêu, (4) Hoạch định chương trình Marketing, (5) Tổ chức thực hiện và kiểm tra các hoạt động Marketing. Trình tự đúng trong quá trình này là:**

a. (1) (2) (3) (4) (5)

b. (1) (3) (4) (2) (5)

c. (3) (1) (2) (4) (5)

**d. (1) (3) (2) (4) (5) - Đáp án**

e. Không câu nào đúng

## **II. Các câu sau là đúng hay sai?**

1. Marketing cũng chính là bán hàng và quảng cáo?

2. Các tổ chức phi lợi nhuận không cần thiết phải làm Marketing

3. Mong muốn của con người là trạng thái khi anh ta cảm thấy thiếu thốn một cái gì đó.

4. Những thứ không thể “sờ mó” được như dịch vụ không được coi là sản phẩm như định nghĩa trong sách.

5. Báo An ninh thế giới vừa quyên góp 20 triệu đồng cho quỹ Vì trẻ thơ. Việc quyên góp này được coi như là một cuộc trao đổi.

6. Quan điểm sản phẩm là một triết lý thích hợp khi mức cung vượt quá cầu hoặc khi giá thành sản phẩm cao, cần thiết phải nâng cao năng xuất để giảm giá thành.

**7. Quan điểm bán hàng chú trọng đến nhu cầu của người bán, quan điểm Marketing chú trọng đến nhu cầu của người mua. - Đúng**

8. Nhà kinh doanh có thể tạo ra nhu cầu tự nhiên của con người.

**9. Mục tiêu chính của người làm Marketing là phát hiện ra mong muốn và nhu cầu có khả năng thanh toán của con người. - Đúng**

10. Quan điểm nỗ lực tăng cường bán hàng và quan điểm Marketing trong quản trị Marketing đều có cùng đối tượng quan tâm là khách hàng mục tiêu.

( Những câu mà không ghi “**Đúng**” gì là những câu sai bét đó nha hihhi ^\_^ \*\_\* ^\_^ )

## **I. Câu hỏi lựa chọn: Chọn 1 phương án trả lời đúng nhất**

**1. Bước đầu tiên trong quá trình nghiên cứu Marketing là gì?**

a. Chuẩn bị phương tiện máy móc để tiến hành xử lý dữ liệu

**b. Xác định vấn đề và mục tiêu cần nghiên cứu. - Đáp án**

c. Lập kế hoạch nghiên cứu ( hoặc thiết kế dự án nghiên cứu)

d. Thu thập dữ liệu

**2. Sau khi thu thập dữ liệu xong, bước tiếp theo trong quá trình nghiên cứu Marketing sẽ là:**

a. Báo cáo kết quả thu được.

**b. Phân tích thông tin - Đáp án**

c. Tìm ra giải pháp cho vấn đề cần nghiên cứu.

d. Chuyển dữ liệu cho nhà quản trị Marketing để họ xem xét.



**3. Dữ liệu thứ cấp là dữ liệu:**

- a. Có tầm quan trọng thứ nhì
- b. Đã có sẵn từ trước đây - Đáp án**
- c. Được thu thập sau dữ liệu sơ cấp
- d. (b) và ©
- e. Không câu nào đúng.

**4. Câu nào trong các câu sau đây đúng nhất khi nói về nghiên cứu Marketing:**

- a. Nghiên cứu Marketing luôn tốn kém vì chi phí tiến hành phỏng vấn rất cao.
- b. Các doanh nghiệp cần có một bộ phận nghiên cứu Marketing cho riêng mình.
- c. Nghiên cứu Marketing có phạm vi rộng lớn hơn so với nghiên cứu khách hàng. - Đáp án**
- d. Nhà quản trị Marketing coi nghiên cứu Marketing là định hướng cho mọi quyết định.

**5. Có thể thu thập dữ liệu thứ cấp từ các nguồn:**

- a. Bên trong doanh nghiệp
- b. Bên ngoài doanh nghiệp
- c. Cả bên trong và bên ngoài doanh nghiệp - Đáp án**
- d. Thăm dò khảo sát

**6. Nghiên cứu Marketing nhằm mục đích:**

- a. Mang lại những thông tin về môi trường Marketing và chính sách Marketing của doanh nghiệp. - Đáp án**
- b. Thâm nhập vào một thị trường nào đó
- c. Để tổ chức kênh phân phối cho tốt hơn
- d. Để bán được nhiều sản phẩm với giá cao hơn.
- e. Để làm phong phú thêm kho thông tin của doanh nghiệp

**7. Dữ liệu sơ cấp có thể thu thập được bằng cách nào trong các cách dưới đây?**

- a. Quan sát
- b. Thực nghiệm
- c. Điều tra phỏng vấn.
- d. (b) và ©
- e. Tất cả các cách nêu trên. - Đáp án**

**8. Câu hỏi đóng là câu hỏi:**

- a. Chỉ có một phương án trả lời duy nhất
- b. Kết thúc bằng dấu chấm câu.
- c. Các phương án trả lời đã được liệt kê ra từ trước. - Đáp án**
- d. Không đưa ra hết các phương án trả lời.



**9. Trong các câu sau đây, câu nào không phải là ưu điểm của dữ liệu sơ cấp so với dữ liệu thứ cấp:**

a. Tính cập nhật cao hơn

**b. Chi phí tìm kiếm thấp hơn - Đáp án**

c. Độ tin cậy cao hơn

d. Khi đã thu thập xong thì việc xử lý dữ liệu sẽ nhanh hơn.

**10. Trong các cách điều tra phỏng vấn sau đây, cách nào cho độ tin cậy cao nhất và thông tin thu được nhiều nhất?**

a. Phỏng vấn qua điện thoại

b. Phỏng vấn bằng thư tín.

**c. Phỏng vấn trực tiếp cá nhân - Đáp án**

d. Phỏng vấn nhóm.

e. Không có cách nào đảm bảo cả hai yêu cầu trên

**11. Câu nào sau đây là đúng khi so sánh phỏng vấn qua điện thoại và phỏng vấn qua bưu điện (thư tín)?**

a. Thông tin phản hồi nhanh hơn.

**b. Số lượng thông tin thu được nhiều hơn đáng kể. - Đáp án**

c. Chi phí phỏng vấn cao hơn.

d. Có thể đeo bám dễ dàng hơn.

**12. Các thông tin Marketing bên ngoài được cung cấp cho hệ thống thông tin của doanh nghiệp, ngoại trừ:**

a. Thông tin tình báo cạnh tranh.

**b. Thông tin từ các báo cáo lượng hàng tồn kho của các đại lý phân phối. - Đáp án**

c. Thông tin từ các tổ chức dịch vụ cung cấp thông tin.

d. Thông tin từ lực lượng công chúng đông đảo.

e. Thông tin từ các cơ quan nhà nước.

**13. Câu hỏi mà các phương án trả lời chưa được đưa ra sẵn trong bảng câu hỏi thì câu hỏi đó thuộc loại câu hỏi?**

a. Câu hỏi đóng

**b. Câu hỏi mở - Đáp án**

c. Có thể là câu hỏi đóng, có thể là câu hỏi mở.

d. Câu hỏi cấu trúc.

**14. Thứ tự đúng của các bước nhỏ trong bước 1 của quá trình nghiên cứu Marketing là gì?**

a. Vấn đề quản trị, mục tiêu nghiên cứu, vấn đề nghiên cứu.

b. Vấn đề nghiên cứu, mục tiêu nghiên cứu, vấn đề quản trị.

c. Mục tiêu nghiên cứu, vấn đề nghiên cứu, vấn đề quản trị.

**d. Vấn đề quản trị, vấn đề nghiên cứu, mục tiêu nghiên cứu. - Đáp án**

e. Không có đáp án đúng.

15. Một cuộc nghiên cứu Marketing gần đây của doanh nghiệp X đã xác định được rằng nếu giá bán của sản phẩm tăng 15% thì doanh thu sẽ tăng 25%; cuộc nghiên cứu đó đã dùng phương pháp nghiên cứu nào trong các phương pháp nghiên cứu sau đây?

a. Quan sát

**b. Thực nghiệm - Đáp án**

c. Phỏng vấn trực tiếp cá nhân

d. Thăm dò

## II. Các câu hỏi sau đây đúng hay sai?

1. Nghiên cứu Marketing cũng chính là nghiên cứu thị trường

2. Dữ liệu thứ cấp có độ tin cậy rất cao nên các nhà quản trị Marketing hoàn toàn có thể yên tâm khi đưa ra các quyết định Marketing dựa trên kết quả phân tích các dữ liệu này.

3. Công cụ duy nhất để nghiên cứu Marketing là bảng câu hỏi

4. **Thực nghiệm là phương pháp thích hợp nhất để kiểm nghiệm giả thuyết về mối quan hệ nhân quả. - Đúng**

5. Chỉ có một cách duy nhất để thu thập dữ liệu sơ cấp là phương pháp phỏng vấn trực tiếp cá nhân.

6. Việc chọn mẫu ảnh hưởng không nhiều lắm đến kết quả nghiên cứu.

7. **Một báo cáo khoa học của một nhà nghiên cứu đã được công bố trước đây vẫn được xem là dữ liệu thứ cấp mặc dù kết quả nghiên cứu này chỉ mang tính chất định tính chứ không phải là định lượng. - Đúng**

8. Sai số do chọn mẫu luôn xảy ra bất kể mẫu đó được lập như thế nào.

9. **Cách diễn đạt câu hỏi có ảnh hưởng nhiều đến độ chính xác và số lượng thông tin thu thập được. - Đúng**

10. Một vấn đề nghiên cứu được coi là đúng đắn phù hợp nên như nó được xác định hoàn toàn theo chủ ý của người nghiên cứu.

( Những câu mà không ghi “ **Đúng**” gì là những câu sai bét đó nha hihi ^\_^ \*\_\* ^\_^ )

Cố lên nha !!!! GOOD LUCK  
CHÚC BẠN THÀNH CÔNG