Bài trắc nghiệm - Câu 1 (Chương 1): Theo Hiệp hội Marketing Mỹ (AMA

Câu 1 **Theo Hiệp hội Marketing Mỹ (AMA 2007), định nghĩa nào sau đây phản ánh tính chất chính xác của chất marketing hiện đại?**

A. Tiếp thị là nghệ thuật bán hàng và quảng cáo sản phẩm với chi phí thấp nhất.

B. Tiếp thị là chuỗi hoạt động, cơ chế và quy trình nhắm mục tiêu tạo ra, truyền thông, phân phối những thứ có giá trị thứ cho người dùng tiêu dùng, đối tác và xã hội nói chung.

C. Tiếp thị là quá trình cố gắng cung cấp sản phẩm có số lượng lớn để đáp ứng nhu cầu tối đa của thị trường.

D. Tiếp thị là hoạt động độc quyền của phòng kinh doanh nhằm tối đa hóa doanh thu bán lẻ trong thời gian ngắn.

Câu 2 **Theo GS. Philip Kotler, tiếp thị được định nghĩa là:**

A. Quá xúc tiến với thị trường để thực hiện các cuộc trao đổi thú vui nhu cầu và mong muốn của con người.

B. Quá trình nghiên cứu giá cả cạnh tranh trên thị trường chứng khoán.

C. Quá trình quản lý cung ứng chuỗi và kho bãi của doanh nghiệp sản xuất.

D. Quá trình kiểm tra tài chính nhằm giảm thiểu chi phí quản lý doanh nghiệp.

Câu 3 **Cảm giác giác thiếu một cái gì đó mà con người cảm nhận được gọi là gì trong các khái niệm cơ bản của marketing?**

A. Mong muốn

B. Nhu cầu tự nhiên

C. Cầu thị trường

D. Sản phẩm cung cấp ứng

Câu 4 **Mong muốn (Wants) được hiểu chính xác nhất là:**

A. Cảm giác giác thiếu cơ sở sinh học của con người.

B. Nhu cầu tự nhiên có dạng đặc thù, Yêu cầu được trả lời lại bằng hình thức phù hợp với quy trình văn hóa và tính cách cá nhân.

C. Tổng số lượng sản phẩm mà khách hàng mua thực tế có khả năng thanh toán.

D. Sản phẩm vật chất được bày bán trên các kệ siêu thị.

Câu 5 **Cầu thị trường (Demand) là gì?**

A. Mọi người đều mong muốn, bất kể điều kiện tài chính.

B. Mong muốn được đảm bảo bởi khả năng thanh toán.

C. Số lượng sản phẩm doanh nghiệp sản xuất ra kho.

D. Tổng chi phí người tiêu dùng bỏ ra để mua sắm.

Câu 6 **Sự đánh giá của người tiêu dùng về khả năng của sản phẩm trong việc cống hiến những lợi ích để thỏa mãn nhu cầu được gọi là gì?**

A. Chi phí sử dụng

B. Giá trị tiêu dùng

C. Sự giao lưu

D. Giao dịch thương mại

Câu 7 **Chi phí mà người tiêu dùng phải bỏ ra để được hưởng lợi bao gồm những gì?**

A. Chỉ bao gồm chi phí mua sắm ban đầu.

B. Chi phí mua sắm, chi phí sử dụng và chi phí đào thải sản phẩm.

C. Chỉ bao gồm chi phí vận chuyển và gắn kết.

D. Chỉ bao gồm giá niêm yết trên bao bì sản phẩm.

Câu 8 **Sự thỏa mãn của khách hàng được định nghĩa là:**

A. Mức độ trạng thái cảm giác bắt nguồn từ việc so sánh kết quả thu được làm tiêu dùng sản phẩm với những kỳ vọng trước khi mua.

B. Doanh nghiệp đạt được doanh thu theo kế hoạch.

C. Kiếm tiền lãi mà người bán thu về sau mỗi giao dịch thương mại.

D. Số lượng sản phẩm khách hàng mua lặp lại liên tục không cần suy nghĩ.

Câu 9 **Bản chất của marketing quan hệ trong thời kỳ hiện đại là gì?**

A. Tập trung bán hàng nhanh chóng với khách hàng quay lại một lần duy nhất.

B. Duy trì và phát triển quan hệ kinh doanh bền vững, lâu dài với khách hàng sinh lợi thông qua cung cấp giá trị vượt trội.

C. Cắt giảm tối đa ngân sách chăm sóc khách hàng sau khi xuất hóa đơn.

D. Chỉ tập trung vào quảng cáo đại trà trên truyền hình giờ vàng.

Câu 10 **Theo quan điểm marketing, thị trường bao gồm những thành phần nào?**

A. Chỉ bao gồm các doanh nghiệp đang sản xuất hàng hóa.

B. Tất cả các khách hàng tiềm ẩn cùng có nhu cầu/công cụ mong muốn, sẵn sàng và có khả năng tham gia trao đổi.

C. Chỉ các cơ sở quản lý nhà nước về thương mại.

D. Các nhà kho và hệ thống logistics trung gian.

Câu 11 **Quản trị marketing được định nghĩa là:**

A. Phân tích, kế hoạch hóa, thực hiện và điều khiển các chiến lược và chương trình tiếp thị nhằm thực hiện các trao đổi mong muốn.

B. Bộ kiểm tra tính toán kế hoạch hoạt động nội bộ của tài chính phòng.

C. Quy trình sản xuất dây chuyền tự động hóa nhanh chóng tại nhà máy.

D. Việc tuyển dụng nhân sự cho bộ phận hành chính nhân sự.

Câu 12 **Quan điểm sản xuất định hướng (Khái niệm sản xuất) cho rằng người tiêu dùng sẽ ưa thích:**

A. Các sản phẩm có chất lượng hoàn hảo và nhiều tính năng mới.

B. Nhiều sản phẩm được bán rộng rãi với giá hạ để họ thỏa sức lựa chọn.

C. Các sản phẩm được cá nhân hóa ở cấp độ cao theo đơn đặt hàng riêng.

D. Các chiến dịch quảng cáo truyền bá rộng rãi trên mạng xã hội.

Câu 13 **Quan điểm tập trung vào sản phẩm hoàn thiện (Product Concept) nhận định rằng:**

A. Khách hàng luôn ưa thích sản phẩm có chất lượng cao nhất, nhiều công dụng và tính năng mới.

B. Doanh nghiệp chỉ cần phát động khuyến mại và quảng cáo là bán được hàng.

C. Giá cả là yếu tố duy nhất quyết định hành động mua sắm của khách hàng.

D. Mọi sản phẩm sản xuất ra đều có thể tự bán được mà không cần cải tiến.

Câu 14 **Quan điểm tập trung bán hàng thường được áp dụng trong tình huống nào?**

A. Khi cung cấp lớn hơn cầu hoặc với các hàng hóa mà khách hàng nghĩ tới việc mua sắm (hàng thụ động như bảo hiểm, nghĩa trang).

B. Khi doanh nghiệp có thế độc quyền tuyệt đối trên thị trường toàn cầu.

C. Khi nhu cầu của thị trường cực kỳ cao và nguồn cung khan hiếm trầm trọng.

D. Khi doanh nghiệp ứng dụng thuần lý marketing xã hội lợi ích.

Câu 15 **Chìa khóa để đạt được mục tiêu kinh doanh theo Quan điểm Marketing hiện đại là gì?**

A. Tập trung tối đa khối lượng sản phẩm sản xuất ra để hạ giá thành.

B. Xác định đúng nhu cầu và mong muốn của thị trường mục tiêu, tìm mọi cách thỏa mãn tốt hơn đối thủ cạnh tranh.

C. đẩy mạnh năng lượng bán hàng đi chào hàng trực tiếp tận nhà.

D. Cắt giảm mọi chi phí nghiên cứu lợi ích trường để tối ưu hóa doanh thu.

Câu 16 **Quan điểm tiếp thị lợi ba ích (Marketing xã hội - Khái niệm tiếp thị xã hội) Hỏi doanh nghiệp phải cân bằng những yếu tố nào?**

A. Lợi nhuận doanh nghiệp, nhu cầu của khách hàng và phúc lợi/lợi ích lâu dài của xã hội.

B. Chỉ số tài chính ngắn hạn, số lượng nhân viên và cổ tức của cổ đông lớn.

C. Giá thành sản phẩm, thuế thu nhập doanh nghiệp và hỗ trợ chính phủ.

D. Chi phí quảng cáo, chi phí kho bãi và doanh thu thuần.

Câu 17 **Hỗ trợ tiếp thị hỗn hợp (truyền thống 4P do E. Jerome McCarthy đề xuất) bao gồm những thành phần nào?**

A. Sản phẩm, Giá cả, Địa điểm, Khuyến mãi

B. Con người, Quy trình, Bằng chứng vật lý, Sản phẩm

C. Lập kế hoạch, Sản xuất, Định giá, Định vị

D. Quan hệ công chúng, Quảng bá, Giá cả, Địa điểm

Câu 18 **Trong mối tương quan 4P và 4C, thành phần "Sản phẩm" (Sản phẩm) tương ứng với yếu tố nào của khách hàng?**

A. Chi phí của khách hàng (Chi phí của khách hàng)

B. Giải pháp khách hàng (Giải pháp cho khách hàng)

C. Thuận tiện (Có lợi)

D. Giao tiếp (Giao tiếp)

Câu 19 **Yếu tố "Giá cả" trong 4P tương ứng với yếu tố nào trong 4C?**

A. Giải pháp khách hàng

B. Chi phí khách hàng (Chi phí khách hàng)

C. Sự tiện lợi

D. Giao tiếp

Câu 20 **Yếu tố “Nơi” (Phân phối) trong 4P tương ứng với yếu tố nào trong 4C?**

A. Giao tiếp

B. Thuận tiện (Có lợi)

C. Chi phí khách hàng

D. Giải pháp khách hàng

Câu 21 **Yếu tố "Khuyến mãi" (Xúc tiến thương mại) trong 4P tương ứng với yếu tố nào trong 4C?**

A. Giao tiếp (Giao tiếp)

B. Sự tiện lợi

C. Chi phí khách hàng

D. Giải pháp khách hàng

Câu 22 **Quy trình quản trị marketing bắt đầu từ bước nào?**

A. Tổ chức thực hiện và kiểm tra các hoạt động tiếp thị.

B. Phân tích cơ sở thị trường và phân đoạn thị trường.

C. Thiết lập chiến lược tiếp thị hỗn hợp chi tiết.

D. Định định các tài chính tiêu điểm của chương trình.

Câu 23 **Vai trò cốt lõi của marketing đối với doanh nghiệp là gì?**

A. Đảm bảo hoạt động kinh doanh theo hướng thị trường, lấy nhu cầu khách hàng làm cơ sở cho mọi quyết định.

B. Trực tiếp sản xuất sản phẩm tại nhà máy với giá thành thấp nhất.

C. Lập báo cáo thuế quý cho cơ quan nhà nước.

D. Quản lý toàn bộ cơ sở vật chất và bảo trì máy móc của hệ thống.

Câu 24 **Sản phẩm cung ứng trong marketing được hiểu là:**

A. Sự kết hợp giữa sản phẩm hữu hình, dịch vụ, thông tin và kinh nghiệm chào bán thách thức mãn nhu cầu.

B. Chỉ các vật phẩm cầm nắm được xuất kho từ nhà máy.

C. Các dịch vụ chăm sóc sau bán hàng do nhân viên kỹ thuật thực hiện.

D. Cam kết văn bản giữa người bán và người mua.

Câu 25 **Giao dịch (Giao dịch) khác với Trao đổi (Trao đổi) ở điểm nào cơ bản?**

A. Giao dịch là cuộc trao đổi mang tính chất thương mại thứ hai có giá trị rõ ràng.

B. Giao dịch không cần có tham số tiền bạc hay vật chất.

C. Trao đổi chỉ diễn ra giữa các doanh nghiệp với nhau, còn diễn đàn giao dịch giữa các cá nhân.

D. Giao dịch chỉ là khái niệm lý thuyết không có thực tế.

Muốn tự tạo bài trắc nghiệm như thế này?

Quét QR hoặc truy cập: **baitracnghiem.app/tao-bai-trac-nghiem**

Luyện thêm cùng khóa học:
IELTS BREAKER: 89 bài từ vựng IELTS Speaking, học thử miễn phí, trọn bộ 199.000đ — diemdanh.app/khoa-hoc/ielts-breaker
Luyện nghe cơ bản (Basic level): 103 bài luyện nghe, học thử miễn phí, trọn bộ 99.000đ — diemdanh.app/khoa-hoc/luyen-nghe-basic-level-59

diemdanh.app