TRƯỜNG ĐẠI HỌC SPKT TP. HCM CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM

**KHOA KINH TẾ** ĐỘC LẬP – TỰ DO – HẠNH PHÚC

**ĐÁP ÁN**

**ĐỀ THI CUỐI KỲ HỌC KỲ 1 NĂM HỌC 2015 - 2016**

**Môn: Marketing căn bản** Mã môn học: **BAMA231206**

Đề số/Mã đề: 02

**I. Phần trắc nghiệm:** *(6 điểm, mỗi câu 0,3 điểm)*

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Câu** | **Đáp án** | **Câu** | **Đáp án** | **Câu** | **Đáp án** | **Câu** | **Đáp án** |
| 1 | b | 6 | b | 11 | a | 16 | c |
| 2 | a | 7 | a | 12 | d | 17 | a |
| 3 | a | 8 | d | 13 | a | 18 | a |
| 4 | a | 9 | c | 14 | c | 19 | a |
| 5 | d | 10 | d | 15 | a | 20 | d |

**II. Phần tự luận:** *(4 điểm)*

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Câu** | **Ý** | **Nội dung** | **Thang**  **Điểm** | **Ghi chú** |
|  | 1 | Định ra hệ thống phân phối cho sản phẩm sữa:  - Kênh phân phối qua hệ thống Nhà phân phối, các điểm bán lẻ (kể cả sạp chợ, các điểm ăn uống khác)  - Kênh phân phối qua hệ thống siêu thị  - Kênh phân phối trực tiếp đến trường học, khu vui chơi giải trí, các đơn vị mua để làm từ thiện | 2,0 |  |
| 2 | Chọn và triển khai các công cụ xúc tiến cho sữa:  - Quảng cáo: truyền hình, báo chí, áp phích, tờ rơi …  - Khuyến mãi: giảm giá, trúng thưởng, POS …  - Quan hệ công chúng: Tài trợ, sự kiện, PR trên báo… | 1,0 |  |
| 3 | Thuyết minh vì sao chọn hình thức và công cụ xúc tiến đó | 1,0 |  |
|  | **Tổng điểm phần tự luận** | **4,0** |  |
| **Tổng điểm toàn bài** | | | **10,0** |  |

*Tp.HCM, Ngày 18 tháng 11 năm 2015*

**GIẢNG VIÊN RA ĐỀ**

**Vòng Thình Nam**