

Môn : NGHIÊN CỨU THỊ TRƯỜNG. Thời gian: 60 ph...

Câu 1 Đâu không phải là một bước cơ bản trong quy trình nghiên cứu thị trường?

- A. Xác định vấn đề và mục tiêu nghiên cứu
- B. Thiết kế nghiên cứu
- C. Thang đo danh nghĩa (Nominal Scale)
- D. Thang đo thứ bậc (Ordinal Scale)

Câu 2 Phương pháp thu thập dữ liệu nào sau đây được xem là dữ liệu sơ cấp?

- A. Dữ liệu báo cáo tài chính của công ty đối thủ
- B. Dữ liệu từ các bài báo khoa học đã xuất bản
- C. Dữ liệu thống kê dân số từ Tổng cục Thống kê
- D. Dữ liệu thu thập được thông qua khảo sát trực tiếp người tiêu dùng

Câu 3 Ưu điểm chính của phỏng vấn nhóm tập trung (Focus Group Discussion) là gì?

- A. Tiết kiệm chi phí và thời gian so với các phương pháp khác
- B. Đảm bảo tính đại diện cao cho tổng thể dân số
- C. Cho phép thu thập dữ liệu định lượng lớn
- D. Giúp khám phá sâu sắc thái độ, ý kiến và động cơ của người tham gia

Câu 4 Nghiên cứu định tính (Qualitative Research) thường được sử dụng khi nào trong nghiên cứu thị trường?

- A. Để xác định mối quan hệ nhân quả giữa các biến số
- B. Để dự báo xu hướng thị trường trong tương lai
- C. Để đo lường mức độ hài lòng của khách hàng trên quy mô lớn
- D. Để khám phá và hiểu sâu sắc hành vi, động cơ và cảm xúc của người tiêu dùng

Câu 5 Đối tượng nào sau đây thường là bên yêu cầu và sử dụng kết quả của nghiên cứu thị trường?

- A. Các cơ quan quản lý nhà nước
- B. Các viện nghiên cứu hàn lâm
- C. Các doanh nghiệp hoặc tổ chức
- D. Các nhà cung cấp dịch vụ nghiên cứu thị trường

Câu 6 Thuật ngữ 'thị trường mục tiêu' (Target Market) trong nghiên cứu thị trường đề cập đến điều gì?

- A. Đối thủ cạnh tranh chính trên thị trường
- B. Các kênh phân phối sản phẩm /dịch vụ
- C. Nhóm khách hàng cụ thể mà doanh nghiệp muốn tiếp cận và phục vụ
- D. Toàn bộ thị trường có tiềm năng cho sản phẩm/dịch vụ

Câu 7 Trong một bảng câu hỏi, câu hỏi 'Bạn có thường xuyên mua sản phẩm X không? có đáp án (a) Rất thường xuyên, (b) Thường xuyên, (c) Thỉnh thoảng, (d) Hiếm khi, (e) Không bao giờ' thuộc loại thang đo nào?

- A. Thang đo khoảng (Interval Scale)
- B. Thang đo tỷ lệ (Ratio Scale)
- C. Thang đo danh nghĩa (Nominal Scale)
- D. Thang đo thứ bậc (Ordinal Scale)

Câu 8 Vai trò chính của nghiên cứu thị trường đối với một doanh nghiệp là gì?

- A. Giúp doanh nghiệp giảm thiểu chi phí sản xuất
- B. Hỗ trợ ra quyết định kinh doanh một cách hiệu quả hơn
- C. Thay thế hoàn toàn các hoạt động tiếp thị khác
- D. Đảm bảo doanh nghiệp luôn đạt được lợi nhuận cao nhất

Câu 9 Đây là lợi ích chính của việc sử dụng dữ liệu thứ cấp trong nghiên cứu thị trường?

- A. Cung cấp cái nhìn sâu sắc về động cơ tiềm ẩn của người tiêu dùng
- B. Giúp tạo ra dữ liệu độc quyền, không có sẵn trên thị trường
- C. Thu thập thông tin nhanh chóng và chi phí thấp hơn
- D. Luôn đảm bảo tính chính xác tuyệt đối

Câu 10 Khi thực hiện khảo sát, tỷ lệ phản hồi (response rate) thấp có thể dẫn đến vấn đề gì nghiêm trọng nhất?

- A. Kéo dài thời gian thu thập dữ liệu
- B. Khó khăn trong việc mã hóa dữ liệu
- C. Dữ liệu thu thập được không đại diện cho tổng thể
- D. Tăng chi phí khảo sát

Câu 11 Phương pháp nghiên cứu nào thường được sử dụng để kiểm tra mối quan hệ nhân quả giữa các biến số (ví dụ: tác động của quảng cáo đến doanh số)?

- A. Nghiên cứu thực nghiệm
- B. Phỏng vấn sâu
- C. Thảo luận nhóm tập trung
- D. Quan sát hành vi

Câu 12 Khi thiết kế bảng câu hỏi, loại câu hỏi nào giúp thu thập thông tin chi tiết và không bị giới hạn bởi các lựa chọn có sẵn?

A. Câu hỏi đóng

B. Câu hỏi mở

C. Câu hỏi phân loại

D. Câu hỏi dài

Câu 13 Bước nào sau đây giúp đảm bảo tính đồng nhất và dễ dàng phân tích dữ liệu thu thập được từ bảng câu hỏi?

A. Mã hóa dữ liệu tổng kết bảng hỏi

B. Lập kế hoạch lấy mẫu

C. Viết báo cáo nghiên cứu

D. Lựa chọn phương pháp phỏng vấn

Câu 14 Khái niệm 'lấy mẫu ngẫu nhiên đơn giản' (Simple Random Sampling) có nghĩa là gì trong nghiên cứu thị trường?

A. Mỗi phần tử trong tổng thể đều có cơ hội được chọn như nhau

B. Chọn mẫu theo từng nhóm nhỏ đã được xác định trước

C. Chọn những người dễ tiếp cận nhất

D. Chọn những người tình nguyện tham gia

Câu 15 Một trong những nhược điểm của phương pháp quan sát (Observation Method) trong nghiên cứu thị trường là gì?

A. Chi phí thực hiện rất cao

B. Luôn cần có sự đồng ý của đối tượng bị quan sát

C. Chỉ có thể áp dụng cho các hành vi đơn giản

D. Khó khăn trong việc thu thập thông tin về thái độ, động cơ và cảm xúc của đối tượng

Câu 16 Mục đích chính của việc nghiên cứu đối thủ cạnh tranh trong nghiên cứu thị trường là gì?

- A. Để tìm ra điểm yếu và điểm mạnh của đối thủ so với mình
- B. Để sao chép hoàn toàn chiến lược của họ
- C. Để loại bỏ các đối thủ trên thị trường
- D. Để dự đoán chính xác doanh thu của đối thủ

Câu 17 Khi trình bày kết quả nghiên cứu thị trường, điều gì là quan trọng nhất để đảm bảo thông tin được truyền đạt hiệu quả?

- A. Sử dụng nhiều thuật ngữ chuyên ngành phức tạp
- B. Tập trung vào việc liệt kê tất cả các con số thu thập được
- C. Chỉ đưa ra các kết luận tích cực để làm hài lòng người nghe
- D. Trình bày rõ ràng, súc tích, có biểu đồ/đồ thị minh họa và tập trung vào các phát hiện quan trọng

Câu 18 Nghiên cứu thị trường có thể giúp doanh nghiệp phát triển sản phẩm mới bằng cách nào?

- A. Đảm bảo sản phẩm mới sẽ thành công 100%
- B. Xác định nhu cầu chưa được đáp ứng và mong muốn của khách hàng
- C. Giảm thiểu hoàn toàn rủi ro kinh doanh
- D. Tự động tạo ra ý tưởng sản phẩm mới

Câu 19 Đây là một trong những mục tiêu chính của việc phân đoạn thị trường trong nghiên cứu thị trường?

- A. Để giảm thiểu số lượng đối thủ cạnh tranh.
- B. Để nhận diện và hiểu rõ hơn các nhóm khách hàng có nhu cầu và đặc điểm tương đồng.
- C. Để đảm bảo sản phẩm phù hợp với tất cả mọi người.
- D. Để dự đoán chính xác giá cổ phiếu của công ty.

Câu 20 Khi một nhà nghiên cứu thị trường tiến hành một cuộc phỏng vấn không theo một kịch bản cố định, mà dựa vào luồng cuộc trò chuyện để khám phá thông tin, đó là loại phỏng vấn nào?

- A. Phỏng vấn qua điện thoại.
- B. Phỏng vấn không cấu trúc (Unstructured Interview)
- C. Phỏng vấn có cấu trúc (Structured Interview).
- D. Phỏng vấn bán cấu trúc (Semi-structured Interview)

Muốn tự tạo bài trắc nghiệm như thế này?



Quét QR hoặc truy cập: diemdanh.app/tao-bai-trac-ngkiem

diemdanh.app