

**TÀI LIỆU HƯỚNG DẪN PHÒNG VẤN TUYỂN SINH CAO HỌC NGÀNH KINH
DOANH THƯƠNG MẠI**

Học phần: MARKETING CĂN BẢN

**Dùng cho tuyển sinh cao học thuộc chuyên ngành Kinh doanh Thương mại và
Marketing Thương mại**

I. MỤC ĐÍCH – YÊU CẦU

1. Mục đích

- Hệ thống hoá một số kiến thức cơ bản về kinh doanh và marketing trình độ đại học làm cơ sở để thí sinh ôn tập và tham gia phỏng vấn tại kỳ thi tuyển sinh cao học ngành Kinh doanh Thương mại.
- Cơ sở để học viên ôn tập và thi tuyển cao học
- Cơ sở để đánh giá kết quả thi tuyển học viên ngành Kinh doanh Thương mại - Trường Đại học Thương mại.

2. Yêu cầu

- Học viên cần phải nắm vững, đầy đủ có hệ thống lý luận về thị trường và marketing và một số kiến thức có liên quan như quản trị học, kinh tế học vi mô.
- Có khả năng liên hệ thực tiễn về hoạt động kinh doanh và marketing, thị trường, khách hàng của công ty kinh doanh.

II. NHỮNG NỘI DUNG CẦN TẬP TRUNG ÔN TẬP

2.1. Thị trường và chiến lược marketing của công ty kinh doanh

- ***Khái quát chung về marketing và liên hệ thực tế ở các công ty kinh doanh***
 - Cơ sở khoa học ra đời và lịch sử phát triển của marketing, các khái niệm cơ bản.
 - Chức năng và vai trò của marketing kinh doanh
- ***Phân tích tác động của môi trường marketing và thị trường tới hoạt động marketing của doanh nghiệp và liên hệ thực tế ở các công ty kinh doanh***
 - Khái niệm, cấu trúc và sự tác động của môi trường marketing của công ty kinh doanh (môi trường marketing vĩ mô, môi trường tác nghiệp, và môi trường nội tại của công ty kinh doanh) tới hoạt động marketing của công ty kinh doanh.
 - Quan điểm tiếp cận với các thành tố cấu trúc thị trường sản phẩm (cung, cầu và giá thị trường), mối quan hệ giữa chức năng của thị trường và chức năng hệ marketing kinh doanh của công ty kinh doanh.
 - Các nhân tố ảnh hưởng tới hành vi ứng xử của tập khách hàng tiềm năng (gồm cả cá nhân và tổ chức) và vận dụng trong nghiên cứu tiến trình mua của khách hàng của công ty kinh doanh.
- ***Hệ thống thông tin và nghiên cứu marketing của công ty kinh doanh***
 - Cấu trúc của hệ thống thông tin marketing và vai trò của các phân hệ cấu thành hệ thống thông tin marketing của công ty kinh doanh.

- Các loại hình nghiên cứu marketing của công ty kinh doanh. Quy trình nghiên cứu marketing và nội dung cơ bản của kế hoạch nghiên cứu marketing của công ty kinh doanh
 - **Các vấn đề về chiến lược marketing và liên hệ thực tế ở công ty kinh doanh**
 - Đặc điểm của các loại hình tư duy marketing và các bước của marketing mục tiêu
 - Nội dung chiến lược chung marketing của công ty kinh doanh
 - Nội dung của các bước xác lập chiến lược chung marketing của công ty kinh doanh
- 2.2. Chính sách marketing, tổ chức marketing và liên hệ thực tế ở công ty kinh doanh**
- **Chính sách marketing hỗn hợp và liên hệ thực tế ở công ty kinh doanh**
 - Nội dung các chính sách cơ bản của chính sách sản phẩm: chính sách chủng loại, cơ cấu và chất lượng sản phẩm, nhãn hiệu và bao gói, chính sách sản phẩm mới, chính sách dịch vụ hỗ trợ sản phẩm.
 - Các nhân tố ảnh hưởng, quy trình định giá sản phẩm, chính sách điều chỉnh giá và **thay đổi giá** của công ty kinh doanh.
 - Khái niệm, doanh phân động trong phân phối, chức năng và vai trò của kênh phân phối
 - Nội dung của chính sách phân phối và phương pháp phân phối của doanh nghiệp
 - Nội dung cơ bản của chính sách xúc tiến của công ty kinh doanh, các thành tố của xúc tiến của công ty kinh doanh, các nhân tố ảnh hưởng tạo lập phối thức xúc tiến của công ty kinh doanh.
 - **Xu thế phát triển của marketing**
 - Quan hệ với khách hàng
 - Marketing trong môi trường số

2.2. Các câu hỏi ôn tập

1. Khái niệm marketing, từ đó nêu được các đặc điểm riêng của marketing so với hoạt động kinh doanh khác? Liên hệ thực tế và bình luận về hoạt động marketing của một đơn vị kinh doanh mà anh chị biết?
2. Nêu khái niệm về mong muốn? Liên hệ thực tiễn và bình luận về mong muốn của khách hàng về một loại sản phẩm dịch vụ mà anh chị biết?
3. Trình bày về chức năng của marketing kinh doanh? Lấy ví dụ minh họa và bình luận về chức năng marketing kinh doanh của một đơn vị kinh doanh mà anh chị biết?
4. Lịch sử phát triển của marketing? Lấy ví dụ minh họa và bình luận về giai đoạn phát triển marketing của một đơn vị kinh doanh mà anh chị biết?
5. Nêu các yếu tố của môi trường marketing của công ty kinh doanh? Trình bày và liên hệ thực tế về môi trường vĩ mô – môi trường kinh tế của hoạt động marketing của một đơn vị kinh doanh mà anh chị biết?
6. Nêu các yếu tố của môi trường marketing của công ty kinh doanh? Trình bày và liên hệ thực tế về môi trường vĩ mô – môi trường dân cư của hoạt động marketing của một đơn vị kinh doanh mà anh chị biết?
7. Nêu các yếu tố của môi trường marketing của công ty kinh doanh? Trình bày và liên hệ thực tế về môi trường vĩ mô – môi trường chính trị và pháp luật của hoạt động marketing của một đơn vị kinh doanh mà anh chị biết?
8. Nêu các yếu tố của môi trường marketing của công ty kinh doanh? Trình bày và liên hệ thực tế về môi trường vĩ mô – môi trường văn hóa và xã hội của hoạt động marketing của một đơn vị kinh doanh mà anh chị biết?

9. Nêu các yếu tố của môi trường marketing của công ty kinh doanh? Trình bày và liên hệ thực tế về môi trường vĩ mô – môi trường công nghệ của hoạt động marketing của một đơn vị kinh doanh mà anh chị biết?
10. Nêu các yếu tố của môi trường marketing của công ty kinh doanh? Trình bày và liên hệ thực tế về môi trường vĩ mô – môi trường tự nhiên của hoạt động marketing của một đơn vị kinh doanh mà anh chị biết?
11. Nêu các yếu tố của môi trường marketing của công ty kinh doanh? Trình bày và liên hệ thực tế về môi trường vi mô – các khách hàng của hoạt động marketing của một đơn vị kinh doanh mà anh chị biết?
12. Nêu các yếu tố của môi trường marketing của công ty kinh doanh? Trình bày và liên hệ thực tế về môi trường vi mô – các đối thủ cạnh tranh của hoạt động marketing của một đơn vị kinh doanh mà anh chị biết?
13. Nêu các yếu tố của môi trường marketing của công ty kinh doanh? Trình bày và liên hệ thực tế về môi trường vi mô – các nhà cung cấp của hoạt động marketing của một đơn vị kinh doanh mà anh chị biết?
14. Nêu các yếu tố của môi trường marketing của công ty kinh doanh? Trình bày và liên hệ thực tế về môi trường vi mô – các trung gian marketing của hoạt động marketing của một đơn vị kinh doanh mà anh chị biết?
15. Nêu các yếu tố của môi trường marketing của công ty kinh doanh? Trình bày và liên hệ thực tế về ảnh hưởng của các yếu tố nội bộ đến hoạt động marketing của một đơn vị kinh doanh mà anh chị biết?
16. Nêu các bước của tiến trình quyết định mua của các khách hàng là cá nhân/ người tiêu dùng? Liên hệ thực tế về việc tìm kiếm thông tin để ra quyết định mua của bản thân với một loại sản phẩm dịch vụ mà anh chị đã từng mua?
17. Nêu các bước của tiến trình quyết định mua của các khách hàng là cá nhân/ người tiêu dùng? Liên hệ thực tế về việc tìm kiếm thông tin để ra quyết định mua của bản thân với một loại sản phẩm dịch vụ mà anh chị đã từng mua?
18. Nêu các bước của tiến trình quyết định mua của các khách hàng là cá nhân/ người tiêu dùng? Liên hệ thực tế về việc đưa ra các tiêu chí để lựa chọn sản phẩm/ dịch vụ khi xem xét mua một loại sản phẩm dịch vụ mà anh chị đã từng mua?
19. Nêu các bước của tiến trình quyết định mua của các khách hàng là cá nhân/ người tiêu dùng? Liên hệ thực tế về việc đưa ra các tiêu chí để lựa chọn sản phẩm/ dịch vụ khi xem xét mua một loại sản phẩm dịch vụ mà anh chị đã từng mua?
20. Nêu các bước của tiến trình quyết định mua của các khách hàng là cá nhân/ người tiêu dùng? Liên hệ thực tế về hành vi sau mua một loại sản phẩm dịch vụ mà anh chị đã từng mua?
21. Nêu các bước của marketing mục tiêu? Trình bày và mô tả phân đoạn thị trường mục tiêu/ khách hàng mục tiêu của một sản phẩm đang được chào bán trên thị trường?
22. Nêu các bước của marketing mục tiêu? Trình bày và mô tả định vị trên phân đoạn thị trường mục tiêu của một sản phẩm đang được chào bán trên thị trường?
23. Nêu các thành tố của marketing hỗn hợp của công ty kinh doanh? Liên hệ thực tế và mô tả chính sách cơ cấu chủng loại của một đơn vị kinh doanh mà anh chị biết?
24. Nêu các thành tố của marketing hỗn hợp của công ty kinh doanh? Liên hệ thực tế và mô tả chính sách phân biệt giá/ điều chỉnh giá/ thay đổi giá sản phẩm của một đơn vị kinh doanh mà anh chị biết?

25. Nêu các thành tố của marketing hỗn hợp của công ty kinh doanh? Liên hệ thực tế và mô tả về các loại kênh phân phối sản phẩm của một đơn vị kinh doanh mà anh chị biết?
26. Nêu các thành tố của marketing hỗn hợp của công ty kinh doanh? Liên hệ thực tế và mô tả về hoạt động quảng cáo sản phẩm của một đơn vị kinh doanh mà anh chị biết?
27. Nêu các thành tố của marketing hỗn hợp của công ty kinh doanh? Liên hệ thực tế và mô tả về hoạt động quảng cáo sản phẩm của một đơn vị kinh doanh mà anh chị biết?
28. Nêu các thành tố của marketing hỗn hợp của công ty kinh doanh? Liên hệ thực tế và mô tả về hoạt động xúc tiến bán sản phẩm của một đơn vị kinh doanh mà anh chị biết?
29. Nêu các thành tố của marketing hỗn hợp của công ty kinh doanh? Liên hệ thực tế và mô tả về hoạt động marketing trực tiếp qua internet/ mạng xã hội/ trang web sản phẩm của một đơn vị kinh doanh mà anh chị biết?

III. TÀI LIỆU HỌC TẬP

- GS.TS Trần Minh Đạo, 2013, Giáo trình Marketing căn bản, NXB Đại học Kinh tế Quốc dân
- Philip Kotler & Gary Armstrong, 2012, Những nguyên lý tiếp thị (14th edition), NXB Lao động - Xã hội.

TRƯỜNG MÔN THI

PGS. TS. Phan Thị Thu Hoài