

C. Có kiến thức về hoạt động kinh doanh. D. Tích lũy được kiến thức trong kinh doanh.

Câu 12: Vì sao xây dựng ý tưởng kinh doanh lại rất cần thiết?

- A. Xác định được đối tượng khách hàng. B. Dễ dàng thay đổi mặt hàng kinh doanh.
C. Xác định được lợi nhuận thu vào. D. Dễ dàng tạo ra nhiều sản phẩm mới.

Câu 13: Vì sao người kinh doanh cần phải có năng lực học tập?

- A. Cần tích lũy kiến thức, rèn luyện các kỹ năng cần thiết.
B. Cần định hướng chiến lược kinh doanh.
C. Cần thiết lập các mối quan hệ kinh doanh.
D. Cần tổ chức hoạt động kinh doanh.

Câu 14: Năng lực quản lý giúp cho chủ kinh doanh.

- A. thiết lập được các mối quan hệ trong kinh doanh.
B. tích lũy được nhiều kiến thức thực chiến.
C. định hướng được chiến lược kinh doanh, nắm bắt được cơ hội kinh doanh.
D. có kiến thức sâu rộng về lĩnh vực mà mình nhắm tới.

Câu 15: Nếu ý tưởng kinh doanh của một doanh nghiệp chỉ có tính sáng tạo không mang đến các yếu tố khả thi khác thì sẽ dẫn tới điều gì?

- A. Có thể không thực hiện được và thua lỗ.
B. Tạo được ra các sản phẩm mang tính độc đáo.
C. Thành công thu được lợi nhuận lớn.
D. Thực hiện thành công các ý tưởng đã được đề ra.

Câu 16: Để thực hiện kinh doanh, anh H tham gia rất nhiều hội thảo về mô hình kinh doanh, anh V đọc rất nhiều tài liệu có liên quan đến ngành nghề mà mình có ý định kinh doanh. Anh H và V đang xây dựng ý tưởng gì?

- A. Ý tưởng kinh doanh. B. Ý tưởng đầu tư.
C. Cơ hội kinh doanh. D. Cơ hội đầu tư.

Câu 17: Trên địa bàn huyện N có trường trung học phổ thông P. Anh K là chuyên viên phòng kinh doanh của công ty văn phòng phẩm, do nhà gần trường trung học phổ thông P nên anh K liền có ý tưởng mở cửa hàng kinh doanh văn phòng phẩm tại nhà. Ý tưởng kinh doanh của anh K bắt nguồn từ đâu?

- A. Lợi thế nội tại và cơ hội bên ngoài. B. Địa điểm thuận lợi kinh doanh.
C. Nhu cầu người tiêu dùng. D. Nhu cầu tạo ra thu nhập.

Câu 18: Anh G, H là sinh viên của một trường đại học tại thành phố X. Anh G học chuyên ngành công nghệ sinh học, thấy các bạn sinh viên thích chơi cây cảnh mini nhưng khu vực quanh sân trường chưa có ai kinh doanh mặt hàng này, anh liền xây dựng ý tưởng kinh doanh cây cảnh mini. Bằng những kiến thức, kỹ năng đã học anh đã cấy ghép nhiều cây cảnh mới đáp ứng được thị hiếu của nhiều bạn sinh viên. Biết được ý tưởng của G, anh H khuyên G nên cân trọng đánh giá cơ hội trên cơ sở xem xét điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức trong việc thực hiện ý tưởng kinh doanh của mình để đưa ra quyết định kinh doanh. Việc làm của anh G là đang thực hiện ý tưởng gì?

- A. Ý tưởng kinh doanh. B. Ý tưởng vươn lên.
C. Ý tưởng làm giàu. D. Ý tưởng độc đáo.

Câu 19: Tại khu phố A gần trường đại học X. Anh K xây dựng ý tưởng kinh doanh cà phê bằng cách xác định khách hàng của mình là các bạn sinh viên. Anh K thuê địa điểm ở gần trường đại học, trang trí quán theo phong cách phù hợp với sở thích của các bạn trẻ. Bác T mới chuyển nhà lên khu phố A sinh sống, quan sát thấy quán cơm bình dân gần nhà có nhiều thực khách, bác quyết định mở quán cơm để cạnh tranh vì cho rằng đây là cơ hội để tăng thêm thu nhập. Việc làm của bác T là chưa xác định được điều gì?

- A. Cơ hội kinh doanh. B. Cơ hội làm giàu.
C. Cơ hội cạnh tranh. D. Cơ hội việc làm.

Câu 20: Bạn M là sinh viên trường đại học X, nhận thấy các bạn sinh viên gần đây ưu chuộng móc khóa làm vật trang trí cho những chiếc ba lô, M đã tự làm một số móc khóa với đa dạng về mẫu mã

nên được các bạn sinh viên rất ủng hộ. Chẳng mấy chốc trên những chiếc ba lô của các bạn sinh viên đều là những móc khóa do bạn M làm. Việc làm của M là đã xác định được điều gì?

- A. Cơ hội kinh doanh.
- B. Ý tưởng đầu tư.
- C. Đối tượng tiêu dùng.
- D. Mặt hàng sản xuất.

Câu 21: Bưởi là loại trái cây ưa yêu thích trên thị trường vào dịp lễ, tết. Tuy nhiên hàng năm giá bưởi bán tại vườn chưa cao khiến ông T rất lo lắng. Ông nảy sinh ra ý tưởng tạo ra những hình thù mới lạ, có ý nghĩa cho trái bưởi. Vậy là những trái bưởi có hình hồ lô, trên quả bưởi có khắc đồng tiền vàng, hình đức phật... đã ra đời. Chính ý tưởng này đã mang lại thu nhập cao cho ông T. Việc làm của ông T là thể hiện điều gì?

- A. Ý tưởng kinh doanh.
- B. Ý tưởng đột phá.
- C. Ý tưởng làm giàu.
- D. Ý tưởng cuộc sống.

Câu 22: Một trong những lợi thế nội tại giúp cá nhân tạo ý tưởng kinh doanh đó là

- A. sự đam mê.
- B. địa điểm cư trú.
- C. địa điểm kinh doanh.
- D. sự cạnh tranh đối thủ.

Câu 23: Nội dung nào dưới đây phù hợp với các tiêu chí của ý tưởng kinh doanh?

- A. Mở rộng hoạt động sản xuất.
- B. Cung cấp nguồn vật liệu.
- C. Dự kiến mở cửa hàng vật liệu.
- D. Phân phối vật liệu cho đại lý.

Câu 24: Khi có được những điều kiện, hoàn cảnh thuận lợi để chủ thể kinh tế thực hiện được mục tiêu kinh doanh của mình nhằm thu lợi nhuận đó là

- A. ý tưởng kinh doanh.
- B. cơ hội kinh doanh.
- C. mục tiêu kinh doanh.
- D. chiến lược kinh doanh.

Câu 25: Khi đề cập đến cơ hội kinh doanh của mỗi chủ thể là nói đến điều kiện, hoàn cảnh

- A. khó khăn.
- B. thuận lợi.
- C. quốc tế.
- D. gia đình.

Câu 26: Một cơ hội kinh doanh tốt là cơ hội đó phải có

- A. tính hấp dẫn.
- B. tính quốc tế.
- C. tính bắt buộc.
- D. tính pháp lý.

Câu 27: Một cơ hội kinh doanh tốt là cơ hội đó phải có

- A. tính ràng buộc.
- B. tính ổn định.
- C. tính nhất thời.
- D. tính phổ biến.

Câu 28: Yếu tố nào dưới đây là tiêu chí để đánh giá tính khả thi của một cơ hội kinh doanh?

- A. Tính nhân đạo.
- B. Tính hiệu quả.
- C. Tính phổ biến.
- D. Tính triu tượng.

Câu 29: Để đánh giá tính khả thi của một cơ hội kinh doanh, người ta **không** căn cứ vào tiêu chí nào dưới đây?

- A. Tính bền vững.
- B. Tính hiệu quả.
- C. Tính khả thi.
- D. Tính phổ biến.

Câu 30: Đặc điểm nào dưới đây **không** phải là dấu hiệu để nhận diện một cơ hội kinh doanh?

- A. Tính thời điểm.
- B. Tính hấp dẫn.
- C. Tính ổn định.
- D. Tính quốc tế.

Câu 31: Nội dung nào dưới đây phản ánh tầm quan trọng của việc xây dựng ý tưởng kinh doanh?

- A. Đem lại lợi nhuận cho chủ thể kinh doanh.
- B. Lành mạnh hóa và thúc đẩy thị trường.
- C. Giảm thiểu nguy cơ lạm phát, tăng giá.
- D. Nâng tầm thương hiệu quốc gia.

Câu 32: Nội dung nào dưới đây phản ánh tầm quan trọng của việc xây dựng ý tưởng kinh doanh và cơ hội kinh doanh?

- A. Định hướng cơ quan quản lý nhà nước.
- B. Định hướng chủ thể sản xuất.
- C. Làm gia tăng tình trạng thất nghiệp.
- D. Thúc đẩy lạm phát và thất nghiệp.

Câu 33: Khi xác định được cơ hội kinh doanh tốt sẽ góp phần giúp các chủ thể

- A. dễ mắc sai lầm.
- B. chủ động kinh doanh.
- C. giảm sức cạnh tranh.
- D. gia tăng nguy cơ phá sản.

Câu 34: Trong các nguồn giúp tạo ý tưởng kinh doanh dưới đây, yếu tố nào không thuộc về cơ hội bên ngoài của các chủ thể sản xuất kinh doanh?

- A. Nhu cầu của thị trường.
- B. Sự cạnh tranh giữa các chủ thể.
- C. Khả năng huy động các nguồn lực.
- D. Chính sách vĩ mô của nhà nước.

Câu 35: Các nguồn giúp tạo ý tưởng kinh doanh của chủ thể sản xuất kinh doanh xuất phát từ

- A. lợi thế nội tại và cơ hội bên ngoài.
- B. điểm yếu nội tại và khó khăn bên ngoài.
- C. những mâu thuẫn của chủ thể sản xuất kinh doanh.
- D. những khó khăn nội tại của chủ thể sản xuất kinh doanh.

Câu 36: Nội dung nào sau đây phản ánh đúng lợi thế nội tại giúp hình thành ý tưởng kinh doanh?

- A. Chính sách vĩ mô của nhà nước.
- B. Nhu cầu sản phẩm trên thị trường.
- C. Lợi thế về nguồn cung ứng sản phẩm.
- D. Đam mê của chủ thể kinh doanh.

Câu 37: Những điều kiện, hoàn cảnh thuận lợi để chủ thể kinh tế thực hiện được mục tiêu kinh doanh được gọi là

- A. lực lượng lao động.
- B. ý tưởng kinh doanh.
- C. cơ hội kinh doanh.
- D. năng lực quản trị.

Câu 38: Nội dung nào sau đây **không** phản ánh đúng những dấu hiệu nhận diện một cơ hội kinh doanh tốt?

- A. Tính thời điểm.
- B. Tính ổn định.
- C. Tính hấp dẫn.
- D. Tính trừu tượng.

Câu 39: Yếu tố nào dưới đây **không** thể hiện cho một cơ hội kinh doanh tốt?

- A. Hấp dẫn.
- B. Ổn định.
- C. Đúng thời điểm.
- D. Lỗi thời.

Câu 40: Một trong những vai trò của việc xây dựng và xác định ý tưởng kinh doanh, cơ hội kinh doanh là giúp các chủ thể kinh doanh luôn luôn

- A. lo lắng.
- B. chủ động.
- C. bị động.
- D. bị quan.

Đọc thông tin và trả lời các câu hỏi bên dưới

Chị D là sinh viên đang học ngành Công nghệ sinh học. Nhà chị có một cái sân nhỏ sau nhà. Năm học thứ ba, thấy nhiều bạn sinh viên trong trường thích chơi cây cảnh mini nhưng khu vực quanh trường chưa có ai kinh doanh mặt hàng này, chị liền nảy sinh ý tưởng kinh doanh. Chị suy nghĩ và xây dựng ý tưởng kinh doanh cây cảnh mini: tận dụng mảnh sân của gia đình và phát huy những kiến thức, kỹ năng đã học về cây, ghép cây cảnh mini như sen đá, xương rồng, lưỡi hổ, dương xỉ,... Chị cũng có thể nhờ thầy cô hướng dẫn cách lai ghép thành những giống cây mới lạ, trồng vào những chiếc cốc, chậu nhỏ xinh xắn, kết hợp với các phụ kiện tiểu cảnh, làm thành những chậu cây độc đáo để các bạn sinh viên có thể mua về trang trí bàn học, tủ sách hay làm quà tặng cho bạn bè. Chị thấy vui vì ý tưởng kinh doanh này tuy chỉ là mô hình nhỏ lẻ nhưng có thể mang lại những khoản thu nhập cho bản thân và mang niềm vui, tình yêu cây cỏ đến với các bạn sinh viên.

Câu 41: Tính sáng tạo trong ý tưởng kinh doanh của chị D thể hiện ở việc, ý tưởng của chị D mang tính

- A. trùng lặp.
- B. phổ biến.
- C. độc đáo.
- D. phổ quát.

Câu 42: Tính khả thi trong ý tưởng kinh doanh của chị D thể hiện ở việc ý tưởng đó

- A. được nhà nước bảo trợ.
- B. mang lại lợi nhuận cao.
- C. phù hợp với các nguồn lực hiện có.
- D. được nhiều người áp dụng thành công.

Câu 43: Nội dung nào dưới đây **không** thể hiện những đặc trưng cơ bản trong ý tưởng kinh doanh của chị D?

- A. Tính mới mẻ.
- B. Tính khả thi.
- C. Tính độc đáo.
- D. Tính bắt buộc.

Câu 44: Việc chị D tận dụng mảnh sân của gia đình và phát huy những kiến thức, kỹ năng đã học về cây, ghép cây cảnh là chị đã tận dụng nguồn giúp tạo ý tưởng kinh doanh từ

- A. Cơ hội bên ngoài.
- B. Cơ hội chủ quan.
- B. C. Lợi thế khách quan.
- D. Lợi thế nội tại.

Đọc thông tin và trả lời các câu hỏi bên dưới

Khởi nghiệp từ một sinh viên tốt nghiệp đại học ngành chế tạo ô tô, ban đầu ông H làm việc cho một nhà máy sửa chữa ô tô. Sau 5 năm làm quen với công việc, chịu khó học hỏi, ông quyết định thành lập cơ sở sửa chữa ô tô, xe máy, sau này phát triển thành công ty chuyên lắp ráp và kinh doanh ô tô. Để công ty hoạt động có hiệu quả, ông luôn chủ động, sáng tạo, nắm bắt cơ hội, vạch ra

- A. năng lực làm việc nhóm.
- C. năng lực thuyết trình.

- B. năng lực lãnh đạo.
- D. năng lực hùng biện.

Câu 54: Năng lực lãnh đạo của mỗi chủ thể kinh doanh được thể hiện thông qua hoạt động nào sau đây?

- A. Tích cực nâng cao trình độ.
- C. Nâng cao chuyên môn nghiệp vụ.
- B. Xây dựng chiến lược sản xuất.
- D. Tổ chức các phòng ban công ty.

Câu 55: Năng lực lãnh đạo của mỗi chủ thể kinh doanh được thể hiện thông qua hoạt động nào sau đây?

- A. Nắm bắt kiến thức sản xuất.
- C. Tổ chức nhân sự, hành chính.
- B. Nắm bắt cơ hội kinh doanh.
- D. Bổ sung kiến thức chuyên ngành.

Câu 56: Việc người sản xuất kinh doanh không ngừng hoàn thiện và tổ chức quy trình sản xuất để tối ưu hóa lợi nhuận là thể hiện năng lực kinh doanh nào dưới đây?

- A. Năng lực lãnh đạo.
- C. Năng lực quản lý.
- B. Năng lực chuyên môn.
- D. Năng lực học tập.

Câu 57: Việc người sản xuất kinh doanh không ngừng thiết lập và hoàn thiện các mối quan hệ trong kinh doanh là thể hiện năng lực kinh doanh nào dưới đây?

- A. Năng lực hoạt động nhóm.
- C. Năng lực quản lý.
- B. Năng lực giao tiếp.
- D. Năng lực pháp lý.

Câu 58: Câu trắc nghiệm đúng sai. Trong mỗi ý a), b), c), d) ở mỗi câu, thí sinh chọn đúng hoặc sai:

Khởi nghiệp từ một sinh viên tốt nghiệp đại học ngành chế tạo ô tô, ban đầu ông H làm việc cho một nhà máy sửa chữa ô tô, xe máy, sau 5 năm làm quen với công việc, chịu khó học hỏi, ông quyết định thành lập cơ sở sửa chữa ô tô, xe máy, sau này phát triển thành công ty chuyên lắp ráp và kinh doanh ô tô. Để công ty hoạt động có hiệu quả, ông luôn chủ động, sáng tạo, nắm bắt cơ hội, vạch ra chiến lược kinh doanh; tự trang bị cho mình những kiến thức, kỹ năng quản trị doanh nghiệp, xây dựng hệ thống quản lý nội bộ công ty chuyên nghiệp, tạo dựng được mối quan hệ rộng rãi với các đối tác, khách hàng và xây dựng được văn hoá công ty.

a) Ông H có năng lực chuyên môn vững vàng thể hiện ở việc ông H đã có kiến thức, kỹ năng và nhiều năm kinh nghiệm trong lĩnh vực sửa chữa ô tô, xe máy.

b) Việc ông H luôn chủ động, sáng tạo, nắm bắt cơ hội, vạch ra chiến lược kinh doanh thể hiện ông là người có năng lực học tập.

c) Nhờ có năng lực quản lý, ông H đã xây dựng hệ thống quản lý nội bộ công ty chuyên nghiệp nhờ.

d) Việc ông H tự trang bị cho mình những kiến thức, kỹ năng quản trị doanh nghiệp thể hiện ông H có năng lực quản lý và tích lũy kiến thức.

Câu 59: Câu trắc nghiệm đúng sai. Trong mỗi ý a), b), c), d) ở mỗi câu, thí sinh chọn đúng hoặc sai:

Bà H kinh doanh từ năm 16 tuổi và đã thành công trong ngành chế biến thủy sản. Bà mạnh dạn đầu tư xây dựng nhà máy hiện đại. Sản phẩm của doanh nghiệp không chỉ được tiêu thụ tại các siêu thị lớn, nhỏ mà còn cả hệ thống bán lẻ. Không chỉ tạo ra sản phẩm có chất lượng cao, giá cả ổn định, bà còn tạo vốn cho ngư dân và các đơn vị liên kết phát triển. Bà tích cực hợp tác với các nhà khoa học để chuyển giao khoa học công nghệ, nâng cao năng suất và chất lượng. Bà rất quan tâm đến đời sống người lao động nữ. Bà đã được tặng nhiều bằng khen và danh hiệu vì những đóng góp của mình.

a) Bà H đã thể hiện được những phẩm chất của một chủ thể kinh doanh.

b) Việc hợp tác với các nhà khoa học để nâng cao chất lượng sản phẩm thể hiện bà H có năng lực chuyên môn tốt.

c) Bà H có năng lực lãnh đạo, quản lý công ty hiệu quả.

d) Năng lực kinh doanh của người đứng đầu doanh nghiệp sẽ quyết định sự thành công của doanh nghiệp.

BÀI 7: ĐẠO ĐỨC KINH DOANH

Câu 1: Đạo đức kinh doanh có tác dụng điều chỉnh, đánh giá, định hướng hành vi của chủ thể nào say đây?

- A. Chủ thể sản xuất.
- B. Chủ thể tiêu dùng.

C. Chủ thể trung gian.

D. Chủ thể nhà nước.

Câu 2: Trong hoạt động kinh doanh, đạo đức kinh doanh là một phần không thể thiếu để tạo ra điều gì?

A. Lợi nhuận.

B. Cạnh tranh.

C. Cung - cầu.

D. Thị trường.

Câu 3: Đạo đức kinh doanh là tổng hợp các nguyên tắc, chuẩn mực đạo đức cơ bản được biểu hiện cụ thể trong các lĩnh vực

A. kinh doanh.

B. cạnh tranh.

B. tiêu dùng.

D. cung - cầu.

Câu 4: Một trong những biểu hiện của phẩm chất đạo đức trong kinh doanh là

A. trung thực.

B. chăm chỉ.

C. sáng tạo.

D. năng động.

Câu 5: Thực hiện tốt đạo đức kinh doanh góp phần điều chỉnh hành vi của chủ thể kinh doanh theo hướng tích cực, nâng cao chất lượng và uy tín của

A. doanh nghiệp.

B. khách hàng.

C. nhà nước.

D. công dân.

Câu 6: Yếu tố cơ bản nào sau đây là cần có để tạo nên uy tín của nhà kinh doanh và đảm bảo cho các doanh nghiệp hoạt động thành công?

A. Đạo đức kinh doanh.

B. Lối sống thực dụng.

C. Gian lận khách hàng.

D. Nói xấu đối thủ.

Câu 7: Trong hoạt động kinh doanh, nghĩa vụ nào quan trọng nhất đối với doanh nghiệp?

A. Nộp thuế đầy đủ theo quy định.

C. Tuân thủ về quốc phòng, an ninh.

B. Tuân thủ quy định về an toàn xã hội.

D. Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

Câu 8: Mọi công dân được quyền tiến hành kinh doanh sau khi có

A. đủ điều kiện theo quy định của pháp luật.

B. xây dựng được kết cấu hạ tầng kinh doanh.

C. Đảm bảo an toàn phòng chống cháy nổ.

D. đảm bảo nghĩa vụ nộp thuế theo quy định.

Câu 9: Ông K mở cơ sở buôn bán mặt hàng thủy sản nhưng không nộp thuế cho Nhà nước theo quy định. Hành vi của ông K đã vi phạm về nghĩa vụ của công dân trong hoạt động nào sau đây?

A. Kinh doanh.

B. Xã hội.

C. Dân sự.

D. Nộp thuế.

Câu 10: Bà M nhận được một khoản tiền đền bù giải phóng mặt bằng nên đã quyết định đầu tư mở công ty chế biến thủy hải sản. Trường hợp này bà M đã thực hiện quyền gì?

A. Tự do kinh doanh.

B. Tự do làm việc.

B. C. Tự do lao động.

D. Tự do làm giàu.

Câu 11: Hai cơ sở chế biến thực phẩm của ông E và bà F cùng xả chất thải chưa qua xử lý gây ô nhiễm môi trường. Vì đã nhận tiền của ông E từ trước nên khi đoàn cán bộ chức năng đến kiểm tra, ông P là trưởng đoàn chỉ lập biên bản xử phạt và đình chỉ cơ sở chế biến của bà F. Bức xúc, bà F thuê anh G là lao động tự do tung tin bịa đặt cơ sở của ông E thường xuyên sử dụng hóa chất độc hại khiến lượng khách hàng của ông E giảm sút. Hai cơ sở chế biến thực phẩm của ông E và bà F đã vi phạm chuẩn mực nào trong kinh doanh?

A. Đạo đức trong kinh doanh.

A. Cạnh tranh lành mạnh.

C. Cạnh tranh không lành mạnh.

D. Hợp tác trong kinh doanh.

Câu 12: Chị N đã thuê bằng được sĩ của anh P để đăng kí kinh doanh thuốc tây. Sau khi được anh H là cán bộ Sở kế hoạch đầu tư cấp giấy phép kinh doanh thì chị N tiến hành hoạt động kinh doanh. Chị Q là chủ tiệm thuốc tây gần đó biết chuyện nên làm đơn tố cáo với cơ quan có thẩm quyền nhưng bị anh P thuê chị T viết bài đăng trên mạng tung tin của hàng của chị Q thường xuyên bán hàng không đảm bảo chất lượng. Việc làm của chị N chưa biểu hiện phẩm chất đạo đức nào trong kinh doanh?

A. Trung thực và trách nhiệm.

B. Đoàn kết và trách nhiệm.

C. Bình đẳng và trách nhiệm.

D. Cạnh tranh và trách nhiệm.

Câu 13: Công ty G, H, K cùng kinh doanh mặt hàng X. Công ty G cố tình quảng cáo không đúng về công dụng của sản phẩm. Giám đốc công ty H yêu cầu nhân viên sử dụng nhiều hình thức quảng

cáo cường điệu về sản phẩm nhằm thu hút nhiều khách hàng. Công ty K khi phát hiện chất lượng sản phẩm không đảm bảo, để đảm bảo quyền lợi khách hàng, công ty K đã chủ động thông báo cho khách hàng và tiến hành thu hồi những sản phẩm kém chất lượng. Công ty K đã thực hiện tốt nội dung nào của đạo đức trong kinh doanh?

- A. Vai trò của đạo đức kinh doanh.
- B. Tác dụng của đạo đức kinh doanh.
- C. Kinh nghiệm của đạo đức kinh doanh.
- D. Ý nghĩa của đạo đức kinh doanh.

Câu 14: Hai bạn P, M cùng hùng vốn sản xuất kinh doanh mỹ phẩm. Bạn P có đề nghị mua nguyên liệu, máy móc, bao bì tem nhãn để sản xuất và sau đó đóng gói mỹ phẩm ghi nhãn của một số cơ sở sản xuất trong nước và ngoài nước để bán kiếm lời. Bạn M đồng ý với P và còn cho rằng mục đích cuối cùng của sản xuất kinh doanh là lợi nhuận. Hai bạn P, M đã vi phạm phẩm chất đạo đức nào trong hoạt động kinh doanh?

- A. Trung thực và tôn trọng con người.
- B. Đoàn kết và bảo vệ con người.
- C. Đoàn kết và tôn trọng con người.
- D. Đoàn kết và trung thực.

Câu 15: Đối với các chủ thể sản xuất kinh doanh, việc tôn trọng bảo đảm quyền lợi của nhân viên, tôn trọng khách hàng và đối thủ cạnh tranh là đã thực hiện tốt phẩm chất đạo đức kinh doanh nào dưới đây?

- A. Tôn trọng con người.
- B. Giữ chữ tín.
- C. Trung thực.
- D. Có trách nhiệm.

Câu 16: Việc các chủ thể kinh doanh hoàn thành tốt nhiệm vụ kinh doanh của mình vừa mang lại lợi nhuận cho bản thân, vừa góp phần mang lại giá trị cho xã hội là đã thực hiện tốt phẩm chất đạo đức nào dưới đây?

- A. Trách nhiệm.
- B. Trung thực.
- C. Tôn trọng.
- D. Giữ chữ tín.

Câu 17: Việc các chủ thể kinh doanh bên cạnh mục đích mang lại lợi nhuận cho bản thân, còn không ngừng tạo ra các giá trị bền vững cho doanh nghiệp là đã thực hiện tốt phẩm chất đạo đức nào dưới đây?

- A. Hợp tác.
- B. Trách nhiệm.
- C. Cần kiệm.
- D. Giữ chữ tín.

Câu 18: Trong quá trình tiến hành hoạt động sản xuất kinh doanh, chủ doanh nghiệp luôn luôn thực hiện tốt việc tuân thủ pháp luật là biểu hiện của phẩm chất đạo đức nào dưới đây?

- A. Cần cù.
- B. Gắn kết.
- C. Trách nhiệm.
- D. Hợp tác.

Câu 19: Việc các chủ thể sản xuất kinh doanh luôn tuân thủ đầy đủ các quy định về nghĩa vụ bảo vệ môi trường khi tiến hành kinh doanh là đã thực hiện tốt phẩm chất đạo đức nào dưới đây khi kinh doanh?

- A. Trung thực.
- B. Trách nhiệm.
- C. Tôn trọng.
- D. Hợp tác.

Câu 20: Hành vi nào dưới đây là biểu hiện của đạo đức kinh doanh?

- A. Tìm mọi cách để triệt hạ đối thủ cạnh tranh.
- B. Đảm bảo lợi ích chính đáng cho người lao động.
- C. Sản xuất, kinh doanh hàng giả, kém chất lượng.
- D. Phân biệt đối xử giữa các lao động nam và nữ.

Câu 21: Một trong những biểu hiện của đạo đức kinh doanh trong mối quan hệ giữa chủ thể sản xuất với người lao động là

- A. vừa hợp tác vừa cạnh tranh lành mạnh.
- B. đối xử bình đẳng, công bằng với nhân viên.
- C. tích cực thực hiện trách nhiệm với cộng đồng.
- D. không sản xuất, kinh doanh hàng kém chất lượng.

Câu 22: Đối với khách hàng, một trong những phẩm chất đạo đức cần có khi tiến hành kinh doanh đó là các chủ thể doanh nghiệp phải

- A. giữ chữ tín.
- B. giữ quyền uy.
- C. đối xử bất công.
- D. dĩ công vi tư

Câu 23: Trong mối quan hệ với khách hàng, việc làm nào dưới đây là phù hợp với đạo đức kinh doanh của doanh nghiệp?

- A. Hợp tác và cạnh tranh.
- B. Thực hiện tốt chế độ.
- C. Trung thực và trách nhiệm.
- D. Thường phạt rõ ràng.

Câu 24: Trong mối quan hệ với người lao động, việc làm nào dưới đây là phù hợp với đạo đức kinh doanh của doanh nghiệp?

- A. Hợp tác cùng phát triển.
- B. Không sản xuất hàng giả.
- C. Cạnh tranh bình đẳng.
- D. Bảo đảm lợi ích chính đáng.

Câu 25: Giữa các chủ thể sản xuất kinh doanh với nhau, việc làm nào dưới đây là phù hợp với đạo đức kinh doanh của doanh nghiệp?

- A. Đối xử công bằng với nhân viên.
- B. Đảm bảo lợi ích chính đáng.
- C. Hợp tác và cạnh tranh lành mạnh.
- D. Thực hiện trách nhiệm xã hội.

Câu 26: Đạo đức kinh doanh của các doanh nghiệp đối với xã hội được biểu hiện thông qua thực hiện việc làm nào dưới đây?

- A. Tích cực tham gia hoạt động thiện nguyện.
- B. Đổi mới quản lý sản xuất để tăng hiệu quả.
- C. Hợp tác và cạnh tranh lành mạnh với đối thủ.
- D. Giữ chữ tín, chất lượng sản phẩm với khách hàng

Câu 27: Việc làm nào dưới đây thể hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp?

- A. Ủng hộ quỹ phòng chống dịch bệnh.
- B. Sản xuất thiết bị phòng chống dịch.
- C. Phối hợp tuyên truyền phòng dịch.
- D. Hợp tác nhập khẩu thiết bị phòng dịch.

Câu 28: Đối với mỗi doanh nghiệp, việc xây dựng và hoàn thiện tốt đạo đức kinh doanh góp phần giúp các doanh nghiệp

- A. không phải đóng các khoản thuế.
- B. nâng cao uy tín với khách hàng.
- C. triệt hạ được đối thủ cạnh tranh.
- D. bóc lột triệt để năng lực nhân viên.

Câu 29: Đối với mỗi doanh nghiệp, việc xây dựng xây dựng và hoàn thiện tốt đạo đức kinh doanh góp phần giúp các doanh nghiệp

- A. nâng cao năng lực cạnh tranh.
- B. gia tăng tỷ lệ thất nghiệp.
- C. giảm bớt lợi nhuận kinh doanh.
- D. không bị thanh tra kiểm toán.

Câu 30: Đối với khách hàng, việc các doanh nghiệp duy trì tốt đạo đức kinh doanh sẽ góp phần giúp doanh nghiệp giữ được

- A. quyền lực.
- B. lạm phát.
- C. thất nghiệp
- D. chữ tín.

Câu 31: Tập hợp các nguyên tắc, chuẩn mực đạo đức cơ bản được biểu hiện cụ thể trong các lĩnh vực kinh doanh, có tác dụng điều chỉnh, đánh giá, hướng dẫn hành vi của các chủ thể trong kinh doanh là nội dung của khái niệm

- A. Ý tưởng kinh doanh.
- B. Đạo đức kinh doanh.
- C. Cơ hội kinh doanh.
- D. Triết lý kinh doanh.

Câu 32: Việc duy trì và thực hiện tốt đạo đức kinh doanh sẽ giúp cho các chủ thể kinh tế

- A. Nâng cao lợi thế vùng miền.
- B. Nâng cao uy tín và thương hiệu.
- C. Khắc phục chênh lệch vùng miền.
- D. Tăng cường công tác truyền thông.

Câu 33: Nội dung nào dưới đây **không** phản ánh vai trò của việc duy trì và thực hiện tốt đạo đức kinh doanh?

- A. Nâng cao danh tiếng.
- B. Tạo lập niềm tin.
- C. Xây dựng uy tín.
- D. Duy trì độc quyền.

Câu 34: Thực hiện tốt đạo đức trong kinh doanh **không** thể hiện ở việc các chủ thể kinh tế thường xuyên

- A. giữ chữ tín với khách hàng.
- B. trung thực trong sản xuất.
- C. bảo vệ lợi ích khách hàng.
- D. xâm phạm lợi ích khách hàng.

Câu 35: Đối với mỗi doanh nghiệp, việc duy trì và thực hiện tốt đạo đức kinh doanh góp phần nâng cao

- A. năng lực cạnh tranh.
- C. hủy hoại môi trường.

- B. đầu cơ tích trữ.
- D. thủ đoạn phi pháp.

Câu 36: Việc duy trì tốt đạo đức kinh doanh trong mỗi doanh nghiệp sẽ góp phần xây dựng các quan hệ kinh tế một cách

- A. độc quyền.
- B. lành mạnh.
- C. thống trị.
- D. lạm phát.

Câu 37: Một trong những biểu hiện của đạo đức kinh doanh là mỗi chủ thể kinh tế khi tiến hành sản xuất kinh doanh phải luôn luôn

- A. lợi dụng khách hàng.
- C. giữa thái độ coi thường.
- B. giữ chữ tín với khách hàng.
- D. tìm cách trốn thuế.

Câu 38: Một trong những biểu hiện của đạo đức kinh doanh là mỗi chủ thể kinh tế khi tiến hành sản xuất kinh doanh phải luôn luôn

- A. lợi dụng khách hàng.
- C. giữa thái độ coi thường.
- B. giữ chữ tín với khách hàng.
- D. tìm cách trốn thuế.

Câu 39: Một trong những biểu hiện của việc thực hiện tốt đạo đức kinh doanh là các chủ thể kinh tế khi tiến hành kinh doanh đều chú trọng việc

- A. bảo vệ môi trường.
- C. đào tạo chuyên gia.
- B. đầu tư quảng cáo trực tuyến.
- D. ứng dụng công nghệ số hóa.

Câu 40: Trong sản xuất kinh doanh, các chủ thể kinh tế thực hiện tốt đạo đức kinh doanh khi thường xuyên chú trọng tới việc

- A. duy trì chuỗi cung ứng toàn cầu.
- C. bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.
- B. quản lý bằng hình thức trực tuyến.
- D. xóa bỏ bất bình đẳng thu nhập.

Đọc thông tin và trả lời các câu hỏi bên dưới

Chị Q là chủ một cửa hàng chuyên kinh doanh áo dài, phục vụ khách hàng trong và ngoài nước. Một lần, nhận được thông tin của người khách nước ngoài không hài lòng về chất lượng áo mới may ở cửa hàng, dù trời đã tối muộn, chị vẫn đến ngay khách sạn, gặp gỡ vị khách để giải quyết vướng mắc. Sau khi được hướng dẫn cách sử dụng sản phẩm, lại biết chị Q chính là chủ cửa hàng, người khách nước ngoài rất cảm kích. Bà đã viết bài giới thiệu, quảng bá cửa hàng của chị Q với những lời khen ngợi về chất lượng sản phẩm và sự tận tâm phục vụ khách hàng. Nhờ đó, cửa hàng của chị Q trở thành một thương hiệu uy tín, ngày càng có đông du khách nước ngoài đến tham quan và mua áo dài, doanh thu và lợi nhuận của cửa hàng ngày càng tăng.

Câu 41: Một trong những biểu hiện của đạo đức khi tiến hành hoạt động kinh doanh là chị Q rất chú trọng đến

- A. lợi nhuận bản thân.
- C. giới thiệu sản phẩm.
- B. phản hồi khách hàng.
- D. mở rộng sản xuất.

Câu 42: Việc cửa hàng chị Q trở thành một thương hiệu uy tín, ngày càng có đông du khách nước ngoài đến tham quan và mua áo dài, doanh thu và lợi nhuận của cửa hàng ngày càng tăng là kết quả của việc thực hiện tốt nội dung nào dưới đây trong kinh doanh?

- A. Gian lận nghĩa vụ thuế.
- C. Thực hiện đạo đức kinh doanh.
- B. Sử dụng nhiều hàng giả.
- D. Đầu cơ thao túng thị trường.

Câu 43: Nội dung nào dưới đây **không** thể hiện vai trò của việc thực hiện đạo đức kinh doanh trong thông tin trên?

- A. Làm hài lòng khách hàng.
- C. Giải quyết xung đột lợi ích.
- B. Thu hút khách hàng mới.
- D. Nâng cao uy tín doanh nghiệp.

Đọc thông tin và trả lời các câu hỏi bên dưới

Trong đại dịch COVID-19, nhiều công ty trong các khu công nghiệp đã thực hiện chính sách trợ cấp cho công nhân nuôi con nhỏ dưới 6 tuổi và phụ nữ mang thai, cho vay tiêu dùng không tính lãi,... giúp hàng triệu gia đình công nhân vượt qua khó khăn, gắn bó với doanh nghiệp, cùng doanh nghiệp bắt tay vào phục hồi sản xuất ngay sau khi dịch được kiểm soát.

- a) Trung thực về chất lượng đã cam kết với khách hàng là biểu hiện chữ tín trong đạo đức kinh doanh của doanh nghiệp.
- b) Tiếp thu ý kiến phản hồi của khách hàng không phải là biểu hiện của đạo đức kinh doanh.
- c) Công ty mới chú trọng kinh doanh mà chưa quan tâm đến trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp.
- d) Thực hiện tốt đạo đức kinh doanh chính là một biểu hiện của cạnh tranh lành mạnh.

BÀI 8: VĂN HÓA TIÊU DÙNG

- Câu 1:** Xây dựng văn hóa tiêu dùng góp phần xây dựng một xã hội hiện đại
- A. văn minh và hội nhập.
 - B. văn minh và cạnh tranh.
 - C. văn minh và hợp tác.
 - D. văn minh và phát triển.
- Câu 2:** Tiêu dùng được ví như “đơn đặt hàng” của xã hội đối với
- A. sản xuất.
 - B. nhu cầu.
 - C. cung - cầu.
 - D. cạnh tranh.
- Câu 3:** Sự thay đổi tích cực của tiêu dùng góp phần phát triển kinh tế, nâng cao chất lượng đời sống nhân dân, góp phần thúc đẩy yếu tố nào dưới đây?
- A. Tiến bộ xã hội.
 - B. Tiến bộ kỹ thuật.
 - C. Tiến bộ công nghệ.
 - D. Tiến bộ khoa học.
- Câu 4:** Văn hóa tiêu dùng thể hiện các giá trị văn hóa của con người trong hoạt động nào dưới đây?
- A. Tiêu dùng.
 - B. Sản xuất.
 - C. Kinh doanh.
 - D. Đầu tư.
- Câu 5:** Văn hóa tiêu dùng là tập hợp các hành vi tiêu dùng thể hiện ở
- A. mọi lúc, mọi nơi.
 - B. tại thời điểm mua.
 - C. tại thời điểm bán.
 - D. thời điểm sản xuất.
- Câu 6:** Văn hóa tiêu dùng có tác động như thế nào tới sự phát triển văn hóa dân tộc?
- A. Chuyển tải các giá trị văn hóa.
 - B. Chuyển tải các phong tục tập quán.
 - C. Chuyển tải thói quen sinh hoạt.
 - D. Chuyển tải các giá trị tinh thần.
- Câu 7:** Văn hóa tiêu dùng có vai trò như thế nào đối với sự phát triển kinh tế, văn hóa, xã hội?
- A. Quan trọng.
 - B. Tích cực.
 - C. Định hướng.
 - D. Điều chỉnh.
- Câu 8:** Văn hóa tiêu dùng có ý nghĩa như thế nào đối với xã hội?
- A. Thay đổi phong cách tiêu dùng.
 - B. Thay đổi thói quen sinh hoạt.
 - C. Thay đổi văn hóa xã hội.
 - D. Thay đổi thói quen sản xuất.
- Câu 9:** Văn hóa tiêu dùng Việt Nam gắn với sự lên ngôi của yếu tố nào dưới đây?
- A. Chất lượng.
 - B. Số lượng.
 - C. Giá cả
 - D. Giá trị.
- Câu 10:** Những nét đẹp trong tập quán, thói quen tiêu dùng của cộng đồng và cả dân tộc được hình thành và phát triển theo thời gian được gọi là?
- A. Văn hóa tiêu dùng.
 - B. Phong tục tập quán.
 - C. Thói quen sinh hoạt.
 - D. Văn hóa ứng xử.
- Câu 11:** Vì sao người Việt Nam có thói quen mua sắm nhiều đồ đạc trong dịp gần Tết Nguyên đán?
- A. Các chợ, siêu thị điều đóng cửa vào ngày Tết.
 - B. Hàng hóa nhiều nhưng giá cả không cao.
 - C. Hưởng ứng phong trào ưu tiên hàng Việt.
 - D. Vì thời điểm người bán có nhiều khuyến mãi.
- Câu 12:** Để xây dựng văn hóa tiêu dùng cần phải thực hiện các giải pháp như thế nào?
- A. Đồng bộ nhiều giải pháp.
 - B. Thực hiện từng giải pháp.
 - C. Lựa chọn một giải pháp.
 - D. Thực hiện độc lập giải pháp.

Câu 13: Các biện pháp có thể thực hiện để xây dựng văn hóa tiêu dùng là?

- A. Chính sách kinh tế của nhà nước.
- B. Chính sách xã hội của nhà nước.
- C. Chính sách đầu tư của nhà nước.
- D. Chính sách xóa đói giảm nghèo.

Câu 14: Em hiểu như thế nào là xu hướng tiêu dùng xanh?

- A. Sử dụng sản phẩm thân thiện với môi trường.
- B. Sử dụng sản phẩm có bao bì màu xanh.
- C. Sử dụng các sản phẩm làm từ cây xanh.
- D. Sử dụng các sản phẩm không qua tái chế.

Câu 15: Biểu hiện tin tưởng đối với các hàng hóa có nguồn gốc trong nước đang thể hiện điều gì đối với tâm lý của người tiêu dùng Việt Nam?

- A. Ưu tiên và tôn vinh hàng Việt.
- B. Ưu tiên hàng Việt giá rẻ.
- C. Ưu tiên hàng hóa ngoại nhập.
- D. Ưu tiên hàng hóa nhập khẩu.

Câu 16: Công dân hưởng ứng cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” nhằm mục đích gì?

- A. Bảo vệ bản sắc văn hóa dân tộc.
- B. Bảo vệ các giá trị truyền thống.
- C. Bảo vệ người tiêu dùng Việt Nam.
- D. Bảo vệ các nhà sản xuất.

Câu 17: Để thực hiện văn hóa tiêu dùng, người tiêu dùng cần phải có điều gì?

- A. Kế hoạch chi tiêu.
- B. Kế hoạch tài chính.
- C. Kế hoạch cá nhân.
- D. Kế hoạch tiết kiệm.

Câu 18: Trong quá trình hoạt động, Công ty A luôn xác định mục đích của quá trình sản xuất là hướng đến người tiêu dùng. Nhận thấy nhu cầu tiêu dùng mặt hàng điện tử, thiết bị gia dụng thông minh tăng nhanh trong thời gian gần đây, công ty đã đầu tư dây chuyền sản xuất, cung ứng các thiết bị, phụ kiện và dịch vụ sửa chữa đi kèm. Chính việc chuyển đổi mục đích sản xuất này đã giúp công ty mang về lợi nhuận cao, đáp ứng kịp thời nhu cầu của người tiêu dùng. Tiêu dùng có tác động gì đối với sự phát triển của công ty A?

- A. Là mục đích, động lực thúc đẩy sản xuất.
- B. Là nhiệm vụ, động lực thúc đẩy sản xuất.
- C. Là mục đích, nhiệm vụ thúc đẩy sản xuất.
- D. Là động lực, lợi thế thúc đẩy sản xuất.

Câu 19: Nhằm bắt được xu hướng tiêu dùng các sản phẩm thân thiện với môi trường. Công ty A nhanh chóng chuyển sang sản xuất, cung ứng hàng hóa, dịch vụ theo tiêu chí xanh, sạch, minh bạch thông tin sản phẩm. Công ty A còn luôn chọn lọc kỹ yếu tố đầu vào của sản xuất, không ngừng đổi mới, sáng tạo, ứng dụng công nghệ hiện đại, khai thác hiệu quả nguồn tài nguyên, đưa ra các chính sách khuyến mãi nên đã đáp ứng được nhu cầu của người tiêu dùng trên thị trường. Từ thông tin trên, em hãy cho biết tiêu dùng có vai trò như thế nào đối với sự phát triển của công ty A?

- A. Là cơ sở giúp doanh nghiệp đưa ra chiến lược kinh doanh.
- B. Là cơ sở giúp doanh nghiệp cạnh tranh với nhau.
- C. Là cơ sở để khẳng định hình ảnh doanh nghiệp.
- D. Là cơ sở để các doanh nghiệp được vay vốn ngân hàng.

Câu 20: Thu nhập của anh A tăng nhanh trong những năm gần đây, tác động đến hành vi tiêu dùng. Ngoài ra, giá cả cũng là yếu tố quan trọng trong những quyết định tiêu dùng của anh. Anh A tiêu dùng ngày càng thông minh và kỹ tính hơn, quan tâm đến các thông tin về sản phẩm như nguồn gốc xuất xứ, mẫu mã, chất lượng. Em hãy cho biết đặc điểm văn hóa tiêu dùng của anh A trong tin trên?

- A. Tính hợp lý.
- B. Tính lựa chọn.
- C. Tính sáng tạo.
- D. Tính đổi mới.

Câu 21: Nhận được tác hại của túi ni lông với môi trường, chị A chuyển sang sử dụng túi vải khi đi chợ. Chị không còn mua sắm theo thói quen, sở thích. Chị ưu tiên mua và sử dụng hàng hóa do doanh nghiệp Việt Nam cung ứng, phù hợp với năng lực tài chính, nhu cầu của gia đình, tốt cho sức

khỏe, không gây hại môi trường và phù hợp chuẩn mực văn hóa chung. Từ thông tin trên cho thấy chị A là người tiêu dùng như thế nào?

- A. Tiêu dùng thông minh.
- B. Tiêu dùng phù hợp.
- C. Tiêu dùng tiết kiệm.
- D. Tiêu dùng tích cực.

Câu 22: Mỗi thành viên trong gia đình M đều có ý thức tiêu dùng tiết kiệm. Bố mẹ M thường nhắc nhở con cái chi tiêu hợp lý, vừa đủ cho nhu cầu, tránh chi tiêu các sản phẩm xa xỉ và không rõ nguồn gốc, tiết kiệm điện, nước và hạn chế sử dụng thức ăn nhanh. Nhờ chi tiêu hợp lý nên gia đình M luôn chủ động trong cuộc sống. Hoạt động của gia đình M thể hiện được điều gì?

- A. Văn hóa tiêu dùng.
- B. Văn hóa gia đình.
- C. Văn hóa sinh hoạt.
- D. Văn hóa tiết kiệm.

Câu 23: Doanh nghiệp X là một trong các doanh nghiệp sản xuất hàng Việt Nam có uy tín trên thị trường. Trước bối cảnh hội nhập kinh tế và sự cạnh tranh với hàng hóa nước ngoài, doanh nghiệp X đã tích cực đổi mới công nghệ và thực hiện trách nhiệm xã hội bằng việc sản xuất hàng hóa có chất lượng cao mang thương hiệu Việt Nam. Hoạt động của doanh nghiệp X nhằm mục đích gì?

- A. Xây dựng văn hóa tiêu dùng Việt Nam.
- B. Xây dựng hệ thống tiêu dùng Việt Nam.
- C. Xây dựng niềm tin cho dân Việt Nam.
- D. Xây dựng sản phẩm cho dân Việt Nam.

Câu 24: Trước đây, khi tiêu dùng, anh D chủ yếu quan tâm đến lợi ích đối với sức khỏe, giá cả và niềm tin vào nhãn hàng, thì nay có thêm yếu tố “tái chế”. Anh ưu tiên lựa chọn những sản phẩm có tái chế, sử dụng nhiều lần thay vì chỉ một lần. Mỗi ngày, anh đều chia sẻ trên mạng xã hội những thông tin khuyến khích mọi người nâng cao nhận thức, trách nhiệm tiêu dùng. Đặc điểm văn hóa tiêu dùng của anh D trong thông tin trên là gì?

- A. Thân thiện với môi trường.
- B. Thân thiện với người bán.
- C. Thân thiện với cộng đồng.
- D. Thân thiện với bạn bè.

Câu 25: Đối với mỗi doanh nghiệp, văn hóa tiêu dùng sẽ tác động đến yếu tố nào của doanh nghiệp?

- A. Dây chuyền sản xuất.
- B. Cách thức phân phối.
- C. Chiến lược kinh doanh.
- D. Đối thủ kinh doanh.

Câu 26: Đối với xã hội, việc duy trì và thực hiện tốt văn hóa tiêu dùng sẽ góp phần thay đổi

- A. phong cách tiêu dùng.
- B. quy mô sản xuất.
- C. chiến lược kinh doanh.
- D. hạn chế lạm phát.

Câu 27: Đối với xã hội, việc duy trì và thực hiện tốt văn hóa tiêu dùng sẽ góp phần thay đổi

- A. tác phong của người lao động.
- B. các mục tiêu tăng trưởng.
- C. các nguồn lực để lạm phát.
- D. tỷ lệ thất nghiệp và lạm phát.

Câu 28: Một trong những vai trò của văn hóa tiêu dùng là góp phần duy trì tiêu dùng

- A. hàng ngoại.
- B. bền vững.
- C. độc quyền.
- D. miễn phí.

Câu 29: Đối với mỗi doanh nghiệp, văn hóa tiêu dùng **không** đóng vai trò nào dưới đây?

- A. Xây dựng chiến lược sản phẩm.
- B. Xác định chiến lược kinh doanh.
- C. Triệt tiêu quyền lợi khách hàng.
- D. Tạo được ấn tượng với khách hàng.

Câu 30: Đối với lĩnh vực văn hóa – xã hội, văn hóa tiêu dùng **không** đóng vai trò nào dưới đây?

- A. Giữ gìn các giá trị truyền thống.
- B. Phát huy các tập quán tốt đẹp.
- C. Xây dựng chiến lược sản xuất.
- D. Lưu truyền giá trị chuẩn mực.

Câu 31: Trong ngày tết cổ truyền hầu khắp người Việt Nam đều chuẩn bị bánh chưng, bánh giầy là phản ánh đặc điểm nào dưới đây trong văn hóa tiêu dùng của người Việt?

- A. Tính hiện đại.
- B. Tính hủ tục.
- C. Tính kế thừa.
- D. Tính âm thực.

Câu 32: Tiêu dùng đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng với giá cả phù hợp với thu nhập của họ là tính gì?

- A. Tính kế thừa
- B. Tính giá trị
- C. Tính hợp lý
- D. Tính thời đại

Câu 33: Tiêu dùng phát triển đa dạng về hình thức, thói quen, và phù hợp với sự phát triển của xã hội là tính gì?

- A. Tính kế thừa B. Tính giá trị C. Tính hợp lý D. Tính thời đại

Câu 34: Tiêu dùng tập trung vào các giá trị tốt đẹp, nhằm đáp ứng nhu cầu không chỉ về vật chất mà còn tinh thần.

- A. Tính kế thừa B. Tính giá trị C. Tính hợp lý D. Tính thời đại

Câu 35: Việc anh T tích cực tuyên truyền, ủng hộ mua sắm các hàng hóa có nguồn gốc, xuất xứ Việt Nam là phản ánh đặc điểm nào dưới đây trong văn hóa tiêu dùng của người Việt Nam?

- A. Tính kế thừa. B. Tính thời đại. C. Tính hợp lý. D. Tính quốc tế.

Câu 36: Các thành viên trong gia đình bạn M luôn ăn mặc giản dị, tránh xa hoa, lãng phí điều này phản ánh đặc điểm nào dưới đây trong văn hóa tiêu dùng của người Việt Nam?

- A. Tính kế thừa. B. Tính thời đại. C. Tính hợp lý. D. Tính quốc tế.

Câu 37: Một trong những xu hướng tiêu dùng của người Việt Nam hiện nay là tiêu dùng các sản phẩm có

- A. chi phí cao. B. nguồn gốc tự nhiên.
C. nguồn gốc nước ngoài. D. chi phí thấp.

Câu 38: Việc người tiêu dùng chú trọng sử dụng các sản phẩm thân thiện với môi trường là thể hiện xu hướng tiêu dùng nào dưới đây của người Việt Nam hiện nay?

- A. Tiêu dùng số. B. Tiêu dùng xanh.
C. Tiêu dùng ngoại. D. Tiêu dùng công nghệ.

Câu 39: Tiêu dùng phản ánh bản sắc văn hoá Việt Nam, kế thừa các giá trị truyền thống của dân tộc.

- A. Tính kế thừa B. Tính giá trị C. Tính hợp lý D. Tính thời đại

Câu 40: Một trong những đặc điểm trong văn hóa tiêu dùng của người Việt Nam là

- A. tính thời đại. B. tính sáng tạo. C. tính lãng phí. D. tính khôn lỏi.

Đọc thông tin và trả lời các câu hỏi bên dưới

Hiện nay, người tiêu dùng quan tâm đến việc tiêu dùng của mình có gây tổn hại đến môi trường, xã hội hay không (từ khâu chọn nguyên vật liệu, vận chuyển, sản xuất đến thương mại, xử lý rác thải,...). Bản thân người lao động trong các công ty cũng là người tiêu dùng hiện đại, ngày càng có ý thức về bảo vệ môi trường. Họ mong muốn được làm việc ở những công ty được đánh giá là có đạo đức, tôn trọng con người và môi trường. Điều này khiến các doanh nghiệp cũng có xu hướng xây dựng chiến lược kinh doanh đầy mạnh sản xuất xanh, tạo "thương hiệu xanh", thể hiện trách nhiệm xã hội trong việc bảo vệ môi trường,...

Câu 41: Chủ thể sản xuất kinh doanh không ngừng thay đổi để tạo ra những sản phẩm đáp ứng tốt xu hướng tiêu dùng danh chính là thể hiện nội dung nào dưới đây trong kinh doanh?

- A. Thực hiện nghĩa vụ kinh doanh. B. Phát huy quyền kinh doanh.
C. Thực hiện đạo đức kinh doanh. D. Phát huy tự chủ kinh doanh.

Câu 42: Sự thay đổi trong xu hướng tiêu dùng của người dân không thể hiện ở việc, người dân ngày càng chú trọng đến các sản phẩm

- A. gây tổn hại môi trường. B. có trách nhiệm xã hội.
C. thương hiệu xanh. D. mang yếu tố đạo đức.

Câu 43: Nội dung nào dưới đây thể hiện sự thay đổi trong thói quen tiêu dùng của người Việt Nam hiện nay?

- A. Tiêu dùng sản phẩm vi phạm đạo đức kinh doanh.
B. Lựa chọn sản phẩm không thân thiện với con người.
C. Sử dụng sản phẩm thân thiện với môi trường.
D. Tẩy chay các sản phẩm là thương hiệu xanh.

Đọc thông tin và trả lời các câu hỏi bên dưới

Xã hội ngày càng phát triển và thu nhập của người dân càng tăng thì khả năng tiêu dùng hàng cao cấp cũng theo đó mà nhân lên cùng với sự đa dạng về chủng loại, tinh chất và quy mô. Xu hướng này kích thích phát triển các phân khúc thị trường mới, khiến cơ cấu thị trường trong nước được cải

Theo em, những năng lực cần thiết của người kinh doanh mà anh N đã thể hiện trong quá trình khởi sự doanh nghiệp?

Câu 2 (1.0 điểm): Gia đình bác T mới chuyển lên thành phố sinh sống. Quan sát thấy hai quán cơm bình dân ở gần nhà có nhiều thực khách, bác quyết định mở quán cơm để kinh doanh mà không cần quan tâm đến đối thủ cạnh tranh vì cho rằng đây là cơ hội tốt giúp có thêm thu nhập và phù hợp với sở trường nấu nướng của bản thân.

Theo em, việc làm trên có đóng góp hay ảnh hưởng thế nào đến kết quả kinh doanh?

Câu 3 (2.0 điểm): *Em có nhận xét gì về năng lực kinh doanh của các chủ thể kinh doanh dưới đây?*

a. Có ý định tổ chức kinh doanh ở gần công trường trung học phổ thông, chị V đi tham quan, tìm hiểu một vài cửa hàng kinh doanh gần đó và quyết định sẽ áp dụng đúng mô hình kinh doanh bánh ngọt của nhà bác T mà không cần phải xây dựng ý tưởng kinh doanh riêng cho mình.

b. Bà C có ý định mở cửa hàng kinh doanh tại nhà từ lâu nhưng vẫn chần chừ chưa tiến hành vì lo ngại việc kinh doanh không hiệu quả sẽ bị thua lỗ.

Câu 4 (2.0 điểm): *Em hãy cho biết hành vi của các chủ thể kinh doanh trong những trường hợp sau là phù hợp hay vi phạm chuẩn mực đạo đức kinh doanh? Vì sao?*

a. Công ty M chuyên kinh doanh thực phẩm chức năng. Do muốn tăng doanh thu nhanh, công ty đã quảng cáo phóng đại công dụng sản phẩm, thậm chí sử dụng hình ảnh bác sĩ và giấy chứng nhận giả để tạo niềm tin cho khách hàng.

b. Tại một cơ sở sản xuất đồ ăn nhanh, nhân viên kiểm tra chất lượng phát hiện một lô nguyên liệu đã gần hết hạn sử dụng. Trưởng ca đề nghị “có dùng nốt cho đỡ lãng phí”. Tuy nhiên, anh T – nhân viên mới – đã kiên quyết báo cáo sự việc lên quản lý và đề xuất tiêu hủy số nguyên liệu này để đảm bảo an toàn cho người.

Câu 5 (2.0 điểm): *Em hãy cho biết các hành vi tiêu dùng sau đây có phải là tiêu dùng có văn hoá không? Giải thích vì sao?*

a. N – học sinh lớp 11, khi tham gia chuyến trải nghiệm tại Đà Lạt cùng trường, đã chọn mua mít, trà atiso, ví thổ cẩm từ các gian hàng của hợp tác xã thanh niên địa phương. N chia sẻ với bạn bè rằng mua sản phẩm “chuẩn địa phương” vừa giúp người dân có thêm thu nhập, vừa mang ý nghĩa thiết thực hơn là mua quà đại trà trên mạng.

b. Trong khi đó, bạn T – học cùng lớp – lại say mê các video quảng cáo mỹ phẩm “siêu hot” của một KOL nổi tiếng. T luôn tin rằng hàng ngoại là tốt nhất, nên chỉ chọn mỹ phẩm nhập khẩu từ các shop online dù chưa kiểm chứng chất lượng. Trinh còn ngại dùng sản phẩm Việt dù nhiều loại được đánh giá phù hợp và an toàn cho tuổi học sinh.

-----HẾT-----