

**CÂU HỎI TRẮC NGHIỆM**  
**MÔN VĂN HOÁ KINH DOANH VÀ TINH THẦN KHỞI**  
**NGHIỆP**

**CHƯƠNG 1. TỔNG QUAN**

1. Khái niệm “cái gì còn lại khi tất cả những thứ đã mất đi , cái đó là văn hóa” là của ai:  
**A. E. Heriot**      B. E. Herior      C. E. Horiet      D. E. Hero

2. Văn hoá là tổng hoà những .....cũng như các phương thức tạo ra chúng, kỹ năng sử dụng các giá trị đó vì sự tiến bộ của loài người và sự truyền thụ các giá trị đó từ thế hệ này sang thế hệ khác

- A. Tôn giáo và tín ngưỡng      B. Giá trị và thái độ  
**C. Giá trị vật chất và tinh thần**      D. Phong tục và tập quán

3. Điều không phải là đặc trưng của văn hóa

- A. Tính Tập Quán      **B. Tính Cổ Truyền**  
C. Tính Khách Quan      D. Tính kế thừa

4. .... làm cho mỗi con người trong xã hội có sự giống nhau và làm cho các xã hội khác biệt nhau.

- A. Thẩm mỹ      **B. Văn hoá**  
C. Ngôn ngữ      D. Giáo dục

5. Đây là đặc trưng nào của văn hóa: “Cùng một sự việc nhưng có thể được hiểu và đánh giá khác nhau bởi những người có nền văn hóa khác nhau”

- A. VH mang tính cộng đồng      B. Văn hóa có thể học hỏi  
C VH mang tính khách quan      **D. VH mang tính chủ quan**

**CHƯƠNG 2. TRIẾT LÝ KINH DOANH**

6. “Triết lý kinh doanh là những tư tưởng chỉ đạo, định hướng, dẫn dắt hoạt động kinh doanh”. Đây là khái niệm triết lý kinh doanh theo:

- A. Cách thức hình thành      B. Yếu tố cấu thành  
**C. Vai trò**      D. Nội dung

7. ....là phương châm hành động, là hệ giá trị và mục tiêu của Doanh nghiệp chỉ dẫn cho hoạt động kinh doanh

- A. Văn hoá      **B. Triết lý kinh doanh**  
C. Tầm nhìn      D. Sứ mệnh

8. Nội dung của Triết lý kinh doanh bao gồm:	
A. Sứ mệnh	B. Mục tiêu
C. Hệ thống các giá trị	<b>D. Tất cả các đáp án trên</b>
9. _____ xác định mục đích của tổ chức và trả lời câu hỏi: “lý do tồn tại, hoạt động của tổ chức là gì?”	
A. Mục tiêu	B. Đánh giá
<b>C. Sứ mệnh</b>	D. Chiến lược
10. ....của trường Đại học Bách Khoa HN là: “Trở thành một đại học nghiên cứu hàng đầu khu vực với nền cốt lõi kỹ thuật và công nghệ, tác động quan trọng vào phát triển nền kinh tế tri thức và góp phần gìn giữ an ninh, hòa bình đất nước, tiên phong trong hệ thống giáo dục đại học Việt Nam”.	
A. Sứ mệnh	<b>B. Tầm nhìn</b>
C. Chiến lược	D. Mục tiêu
11. Đâu không phải là các yếu tố cơ bản khi xây dựng sứ mệnh:	
<b>A. Hệ thống các giá trị</b>	B. Lịch sử
C. Những năng lực đặc biệt	D. Môi trường của DN (tổ chức)
12. Đặc điểm của một bản tuyên bố sứ mệnh là:	
A. Tập trung vào thị trường chứ không phải sản phẩm cụ thể	
B. Cụ thể	
C. Khả thi	
<b>D. Tất cả các đáp án trên</b>	
13. Hệ thống các giá trị xác định ..... của doanh nghiệp với những người sở hữu, nhà quản trị, người lao động, khách hàng và các đối tượng hữu quan khác	
A. Hành vi	B. Nguyên tắc
<b>C. Thái độ</b>	D. Ứng xử
14. Nội dung nào sau đây không phải là nội dung của hệ thống các giá trị trong Doanh nghiệp:	
A. Nguyên tắc của Doanh nghiệp	<b>B. Những năng lực đặc biệt</b>
C. Lòng trung thành và sự cam kết	D. Phong cách ứng xử, giao tiếp
15. Ba yếu tố trong mô hình 3 P là:	
<b>A. Sản phẩm, Lợi nhuận, Con người</b>	

- B. Sản phẩm, Lợi nhuận, Phân phối
- C. Lợi nhuận, Phân phối, Con người
- D. Lợi nhuận, Phân phối, Giá

### CHƯƠNG 3. ĐẠO ĐỨC KINH DOANH

16. ....là tập hợp các nguyên tắc, chuẩn mực có tác dụng điều chỉnh, đánh giá, hướng dẫn và kiểm soát hành vi của các chủ thể kinh doanh

- A. Đạo đức
- B. Đạo đức kinh doanh**
- C. Trách nhiệm XH
- C. Trách nhiệm đạo đức

17. Các nguyên tắc và chuẩn mực của đạo đức kinh doanh không bao gồm:

- A. Tính trung thực
- B. Tôn trọng con người
- C. Bí mật trung thành với các trách nhiệm đặc biệt

**D. Lợi nhuận của Doanh nghiệp**

18. Đối tượng điều chỉnh của đạo đức kinh doanh là:

- A. Tầng lớp doanh nhân làm nghề kinh doanh
- B. Khách hàng của doanh nhân.

**C. Các chủ thể hoạt động kinh doanh.**

D. Đối thủ cạnh tranh của doanh nghiệp

19. Câu nào không phải là vai trò của đạo đức kinh doanh?

- A. Góp phần làm tăng chất lượng hoạt động của DN
- B. Làm cho khách hàng hài lòng

**C. Là những hành vi và hoạt động thể hiện mong muốn đóng góp cho cộng đồng và cho XH**

D. Tạo ra lợi nhuận bền vững cho DN

➡ Trách nhiệm xã hội

20. Trách nhiệm XH là nghĩa vụ mà một DN phải thực hiện đối với XH. Có trách nhiệm với XH là tăng đến mức tối đa các ..... và giảm tới mức tối thiểu các..... đối với XH.

- A. Tác động tiêu cực, hậu quả tiêu cực
- B. Tác động tích cực, hậu quả tiêu cực**
- C. Tác động tích cực, trách nhiệm
- D. Nghĩa vụ kinh tế, hậu quả tiêu cực

21. Nghĩa vụ pháp lý trong trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp?

**A. Các nghĩa vụ pháp lý trong trách nhiệm xã hội gồm điều tiết cạnh tranh, bảo vệ người**

<p>tiêu dùng, bảo vệ môi trường, an toàn và bình đẳng, khuyến khích phát hiện và ngăn chặn hành vi sai trái. Đúng</p> <p>B. Các nghĩa vụ pháp lý trong trách nhiệm xã hội thể hiện thông qua các tiêu chuẩn, chuẩn mực hay quan niệm, kỳ vọng của các đối tượng hữu quan</p> <p>C. Các nghĩa vụ pháp lý trong trách nhiệm xã hội đòi hỏi doanh nghiệp những đóng góp cho cộng đồng và XH</p> <p>D. Các nghĩa vụ pháp lý trong trách nhiệm xã hội đòi hỏi doanh nghiệp cung cấp sản phẩm, dịch vụ, tạo công ăn việc làm, cạnh tranh, bảo tồn và phát triển giá trị</p>
<p>22. Hình thức cạnh tranh lành mạnh giữa các doanh nghiệp</p> <p>Chọn một câu trả lời</p> <p>A. Ăn cắp bí mật thương mại</p> <p>B. Sao chép, làm nhái sản phẩm</p> <p>C. Gièm pha hàng hóa của đối thủ cạnh tranh</p> <p>D. Không ngừng cải tiến công nghệ, nâng cao chất lượng sản phẩm</p>
<p>23. Hoạt động tài chính kế toán đạo đức được biểu hiện như thế nào?</p> <p>A. Cho mượn danh kiểm toán viên để hành nghề.</p> <p>B. Liêm chính, khách quan, độc lập và cẩn thận.</p> <p>C. Giảm giá dịch vụ khi công ty kiểm toán nhận một hợp đồng cung cấp dịch vụ với mức phí thấp hơn nhiều so với mức phí của công ty kiểm toán trước đó</p> <p>D. Điều chỉnh số liệu trong bảng cân đối kế toán.</p>
<p>24. Đạo đức kinh doanh trong quản trị nguồn nhân lực không liên quan đến những vấn đề nào?</p> <p>Chọn một câu trả lời</p> <p>A. Bắt buộc người lao động thực hiện những công việc nguy hiểm mà không cho phép họ có cơ hội từ chối, bất chấp thể trạng, bất chấp khả năng và năng lực của họ.</p> <p>B. Không trang bị đầy đủ các trang thiết bị an toàn lao động cho người lao động, cố tình duy trì các điều kiện nguy hiểm và không đảm bảo sức khỏe tại nơi làm việc.</p> <p>C. Sử dụng lao động, sử dụng chất xám của các chuyên gia nhưng không đãi ngộ xứng đáng với công sức đóng góp của họ</p> <p>D. Lạm dụng quảng cáo có thể xếp từ nói phóng đại về sản phẩm và che dấu sự thật tới lừa gạt hoàn toàn.</p>
<p>25. Để bảo vệ người tiêu dùng, Liên hợp quốc đã có bản hướng dẫn gửi Chính phủ các nước thành viên. Hãy cho biết người tiêu dùng có bao nhiêu quyền?</p> <p>A. 6 quyền</p> <p>B. 9 quyền</p> <p>C. 8 quyền</p> <p>D. 7 quyền</p>

#### CHƯƠNG 4. VĂN HÓA DOANH NHÂN

26. Khả năng gây ảnh hưởng, định hướng và điều khiển người khác thực hiện theo mục đích

<p>của mình thuộc về ____ của doanh nhân.</p> <p>A. Trình độ chuyên môn      <b>B. Năng lực lãnh đạo</b></p> <p>C. Tổ chất      D. Trình độ quản lý kinh doanh</p>
<p>27. Doanh nhân Kao Siêu Lực, chủ thương hiệu ABC Bakery, đã nghĩ ra và chia sẻ công khai công thức bánh mì thanh long giúp giải cứu nông dân đang phải bán đồ bán tháo thanh long vì không xuất khẩu được. Điều này thể hiện vai trò ____ của doanh nhân.</p> <p>A. Phát triển nguồn nhân lực      B. Giải quyết việc làm</p> <p><b>C. Sáng tạo sản phẩm, phương thức sản xuất mới</b></p> <p>D. Tham mưu cho nhà nước về đường lối phát triển kinh tế</p>
<p>28. Doanh nhân là ____</p> <p>A. Người làm kinh doanh      B. Người tham gia quản lý doanh nghiệp</p> <p>C. Người tham gia tổ chức, điều hành hoạt động của doanh nghiệp</p> <p><b>D. Cả 3 đáp án trên</b></p>
<p>29. Các nhân tố tác động đến văn hóa doanh nhân bao gồm</p> <p>A. Nhân tố kinh tế      B. Nhân tố văn hóa</p> <p>C. Nhân tố chính trị pháp luật      <b>D. Cả 3 đáp án trên</b></p>
<p>30. Nhận định một doanh nhân giản dị, khiêm tốn đề cập đến ____ của doanh nhân</p> <p><b>A. Phong cách</b>      B. Tổ chức</p> <p>C. Đạo đức      D. Năng lực</p>
<p>31. Các bộ phận cấu thành văn hóa doanh nhân gồm</p> <p>A. Tính cách, công việc, đạo đức, phong cách của doanh nhân</p> <p>B. Tính cách, công việc, thành tựu, hoạt động của doanh nhân</p> <p><b>C. Năng lực, tổ chất, đạo đức, phong cách của doanh nhân</b></p> <p>D. Năng lực, tổ chất, tính cách, thành tựu của doanh nhân</p>
<p>32. Quỹ Bill &amp; Melinda Gates của tỷ phú Bill Gates chi 50 triệu đô la Mỹ giúp chữa bệnh Ebola bùng phát ở châu Phi năm 2014 thể hiện ____ doanh nhân của tỷ phú.</p> <p>A. Năng lực      B. Tổ chất      <b>C. Đạo đức</b>      D. Phong cách</p>
<p>33. Bà Mai Kiều Liên, tổng giám đốc của Vinamilk có xuất thân là kỹ sư ngành chế biến sữa và đã từng làm phó giám đốc kỹ thuật Nhà máy sữa Thống Nhất, tiền thân của Vinamilk hiện nay. Điều này cho thấy bà có ____ của một doanh nhân.</p>

<b>A. Năng lực</b>	B. Tổ chất	C. Đạo đức	D. Phong cách
34. Để đánh giá văn hóa doanh nhân của một doanh nhân nào đó, người ta thường dựa vào ____ tiêu chuẩn để phân tích. A. 3      B. 4      C. 5 <b>D. 6</b>			
35. ____ là một hệ thống các giá trị, chuẩn mực, quan niệm và hành vi của doanh nhân trong quá trình lãnh đạo và quản lý doanh nghiệp. A. Văn hóa <b>B. Văn hóa doanh nhân</b> C. Đạo đức doanh nhân      D. Văn hóa doanh nghiệp			
<b>CHƯƠNG 5. VĂN HÓA DOANH NGHIỆP</b>			
36. Theo quan điểm của Edgar Schein, cách bài trí, biểu tượng, khẩu hiệu, lễ hội thuộc về cấp độ ____ trong văn hóa doanh nghiệp <b>A. Hữu hình</b> B. Những giá trị được chấp nhận C. Những quan niệm chung      D. Cả 3 đáp án trên			
37. Theo quan điểm của Edgar Schein, những niềm tin, nhận thức, suy nghĩ, tình cảm mang tính vô thức, mặc nhiên được công nhận thuộc về cấp độ ____ trong văn hóa doanh nghiệp. A. Hữu hình      B. Những giá trị được chấp nhận <b>C. Những quan niệm chung</b> D. Cả 3 đáp án trên			
38. Theo quan điểm của Edgar Schein, các chiến lược, mục tiêu, triết lý kinh doanh cũng như các quy định, nguyên tắc hoạt động tuộc về cấp độ ____ trong văn hóa doanh nghiệp A. Hữu hình <b>B. Những giá trị được chấp nhận</b> C. Những quan niệm chung      D. Cả 3 đáp án trên			
39. Sứ mệnh “Vì một tương lai tốt đẹp hơn cho người Việt” của tập đoàn Vingroup thể hiện cấp độ ____ trong văn hóa doanh nghiệp này. A. Hữu hình <b>B. Những giá trị được chấp nhận</b> C. Những quan niệm chung      D. Cả 3 đáp án trên			
40. Cốt lõi của văn hóa FPT là niềm vui và tình cảm. Nhận định này cho thấy cấp độ ____ trong văn hóa doanh nghiệp của tập đoàn này. A. Hữu hình      B. Những giá trị được chấp nhận <b>C. Những quan niệm chung</b> D. Cả 3 đáp án trên			
41. Sự chuyển đổi chiến lược kinh doanh từ ngành nghề cốt lõi là bất động sản sang công			

nghệ cho thấy thay đổi trong cấp độ \_\_\_\_ trong văn hóa doanh nghiệp của Vingroup

### A. Hữu hình

### B. Những giá trị được chấp nhận

### C. Những quan niệm chung

D. Cả 3 đáp án trên

42. Sự hình thành và phát triển văn hóa doanh nghiệp thường trải qua giai đoạn.

A. 1

B. 2

### C. 3

D. 4

43. Nếu văn hóa doanh nghiệp bị chi phối bởi văn hóa của người lãnh đạo, doanh nghiệp đó có mô hình văn hóa

### A. Mô hình văn hóa quyền hạn

## B. Mô hình văn hóa đồng đội

### C. Mô hình văn hóa sáng tạo

D. Không có mô hình nào

44. Nếu văn hóa doanh nghiệp đề cao sự sáng tạo với cơ chế hoạt động tự do, doanh nghiệp đó có mô hình văn hóa

### A. Mô hình văn hóa quyền hạn

### B. Mô hình văn hóa đồng đội

### C. Mô hình văn hóa sáng tạo

D. Không có mô hình nào

45. Nếu văn hóa doanh nghiệp đề cao sự hỗ trợ và hợp tác trong quá trình làm việc, doanh nghiệp đó có mô hình văn hóa

### A. Mô hình văn hóa quyền hạn

## B. Mô hình văn hóa đồng đội

### C. Mô hình văn hóa sáng tạo

D. Không có mô hình nào

46. \_\_\_\_ là một hệ thống các giá trị, quan điểm, niềm tin, nguyên tắc, chuẩn mực, v.v. chi phối mọi hoạt động của doanh nghiệp, tạo nên bản sắc riêng.

### A. Văn hóa

## B. Văn hóa doanh nhân

### C. Văn hóa kinh doanh

#### D. Văn hóa doanh nghiệp

47. Văn hóa doanh nghiệp có tác động đến hoạt động của tổ chức

### A. Tích cực

### B. Tiêu cực

### C. Tích cực hoặc tiêu cực

### D. Tích cực và tiêu cực

48. Theo quan điểm của Trompenaars, nếu một doanh nghiệp đề cao sự sáng tạo và hoàn thiện cá nhân, doanh nghiệp đó có văn hóa theo mô hình \_\_\_\_.

### A. Lò ấp trứng

### B. Tên lửa định hướng

### C. Gia đình

#### D. Tháp Eiffel

49. Theo quan điểm của Trompenaars, nếu một doanh nghiệp đề cao thứ bậc với nhiều quyền hạn của người lãnh đạo và yếu tố cá nhân, doanh nghiệp đó có văn hóa theo mô hình \_\_\_\_\_.

A. Lò ấp trứng	B. Tên lửa định hướng
<b>C. Gia đình</b>	D. Tháp Eiffel
50. Theo quan điểm của Trompenaars, nếu một doanh nghiệp đề cao thứ bậc và phân chia lao động theo vai trò và chức năng, doanh nghiệp đó có văn hóa theo mô hình ____.	
A. Lò ấp trứng	B. Tên lửa định hướng
C. Gia đình	<b>D. Tháp Eiffel</b>
51. Theo quan điểm của Trompenaars, nếu một doanh nghiệp đề cao yếu tố bình đẳng với các nhóm làm việc nhằm đạt được mục tiêu, doanh nghiệp đó có văn hóa theo mô hình ____.	
A. Lò ấp trứng	<b>B. Tên lửa định hướng</b>
C. Gia đình	D. Tháp Eiffel
<b>CHƯƠNG 6: TINH THẦN KHỞI NGHIỆP</b>	
52. Tinh thần khởi nghiệp (entrepreneurship) là sự theo đuổi các...trong điều kiện nguồn lực bị giới hạn	
A. đam mê	
<b>B. cơ hội</b>	
C. kế hoạch	
D. phương án	
53. Tinh thần khởi nghiệp (entrepreneurship) là sự theo đuổi các cơ hội trong điều kiện nguồn lực ...	
<b>A. bị giới hạn</b>	
B. được các nhà đầu tư bỏ ra	
C. được Nhà nước đầu tư	
D. không bị giới hạn	
54. Startup có thể hiểu là:	
A. Một công ty nhỏ, có tuổi đời vài ba năm.	
B. Một hình thức khởi nghiệp gắn với công nghệ, đổi mới, sáng tạo	
<b>C. Một tổ chức được thiết kế nhằm cung cấp sản phẩm và dịch vụ trong những điều kiện chưa chắc chắn.</b>	
D. Tất cả các phương án A, B, C	
04. Các cơ hội khởi nghiệp có thể đến từ	
A. Nhu cầu của thị trường	
B. Sự phát triển công nghệ	
C. Các ý tưởng ngẫu hứng của người khởi nghiệp	
<b>D. Cả phương án A và B</b>	
55. Nguồn lực cần thiết cho hoạt động khởi nghiệp là:	



A. Tiền và các khoản đầu tư tài chính

B. Nhân lực, tài chính

C. Nhân lực, tài chính, các nguồn lực vật chất và cơ chế chính sách hỗ trợ của Nhà nước.

D. Nhân lực, tài chính và các nguồn lực vật chất.

56. Người khởi nghiệp có vai trò quyết định trong việc phát hiện và tận dụng các cơ hội, ...và mang lại những giá trị/ sáng tạo mới

A. hỏi ý kiến các chuyên gia

B. tạo lập hoạt động kinh doanh

C. tìm kiếm nguồn đầu tư.

D. xin phép các cơ quan có thẩm quyền

57. Hành trình khởi nghiệp có thể hiểu là

A. Quá trình gọi vốn đầu tư

B. Con đường từ ý tưởng đến sản phẩm hoàn thiện

C. Quá trình xây dựng phương án kinh doanh

D. Con đường từ phòng thí nghiệm ra thị trường

58. Ý tưởng kinh doanh thường đến từ:

A. Đáp ứng nhu cầu của cá nhân người khởi nghiệp hoặc người khác

B. Những sở thích, kinh nghiệm của người khởi nghiệp

C. Những thử thách, khó khăn mà người khởi nghiệp cần phải vượt qua

D. Tất cả các phương án A, B, C

59. Việc thương mại hóa ban đầu trong hành trình khởi nghiệp cần phải đề cập đến các yếu tố

A. Ai là khách hàng và thị trường mục tiêu

B. Thời điểm, địa điểm đưa sản phẩm ra thị trường

C. Chiến lược đưa sản phẩm ra thị trường

D. Tất cả các phương án A,B,C

60. Tính sáng tạo của một dự án khởi nghiệp thường gắn với đặc điểm:

A. Mới

B. Hữu ích

C. Phù hợp

D. Tất cả các phương án A, B, C

## Câu hỏi bổ sung

1. “Chất lượng và sáng tạo là người bạn đồng hành, xem khách hàng là trung tâm và cam kết đáp ứng mọi nhu cầu của khách hàng” là triết lý kinh doanh của doanh nghiệp nào?

Vingroup

Viettel

TH true milk

**Vinamilk**

2. Triết lý kinh doanh 3P: People – Profit - Product có ý nghĩa là:

Bán sản phẩm mà doanh nghiệp có để thu lợi nhuận ( Đúng trong mô hình Profit - Product -People)

**Bán sản phẩm mà khách hàng cần**

Làm chủ công nghệ, sản xuất sản phẩm dẫn dụ và định hướng khách hàng

Sản phẩm là trung tâm (Đúng trong product - profit -people)

3..... là kết quả mong muốn đạt được của một cá nhân hay tổ chức nào đó sau khi thực hiện các kế hoạch trong tương lai

Sứ mệnh

**Mục tiêu**

Hệ thống các giá trị

Chiến lược

4. Bước cuối cùng trong hành trình khởi nghiệp là gì?

M&A

Mở rộng sản phẩm

**Phát hành cổ phiếu IPO**

Thương mại hoá toàn phần

5. Văn hóa có các chức năng căn bản là:

Chức năng nhận thức, chức năng giáo dục, chức năng giải trí

Chức năng thẩm mỹ, chức năng nhận thức

Chức năng nhận thức, chức năng giáo dục, chức năng thẩm mỹ, chức năng giải trí

Chức năng giáo dục, chức năng thẩm mỹ, chức năng giải trí

## 6. Trong chiến lược chi phí thấp, yếu tố nào được ưu tiên nhiều nhất

Nâng cao hiệu suất

Phát triển sản phẩm mới

Đổi mới công nghệ

Đa dạng hoá sản phẩm

→ Chiến lược khác biệt hóa

## 7. Điều kiện cơ bản cho sự ra đời của triết lý kinh doanh:

Cơ chế luật pháp, thời gian hoạt động của doanh nghiệp, năng lực lãnh đạo của doanh nhân, sự tự giác của nhân viên

Cơ chế pháp luật, thời gian hoạt động của doanh nghiệp, ủng hộ của khách hàng, năng lực lãnh đạo

Điều kiện kinh tế, chính trị, pháp luật, thời gian hoạt động của doanh nghiệp, năng lực lãnh đạo của doanh nhân, ủng hộ của khách hàng, sự tự giác của nhân viên

Điều kiện văn hoá, kinh tế chính trị, xã hội, thời gian hoạt động của doanh nghiệp, năng lực lãnh đạo của doanh nhân, sự ủng hộ của khách hàng, sự tự giác của nhân viên

## 8. Triết lý kinh doanh là những ....., .....mà doanh nghiệp, doanh nhân và các chủ thể kinh doanh theo đuổi trong quá trình hoạt động của doanh nghiệp.

quan niệm/giá trị

quan niệm/hành vi

hành vi/ chuẩn mực

giá trị/ chuẩn mực

## 9.....là việc một thành viên của tổ chức công bố những thông tin làm chứng cứ về những hành động bất hợp pháp hay vô đạo đức của tổ chức.

Tiết lộ bí mật kinh doanh

Cáo giác

Phá hoại

Lạm dụng của công

10. **“Triết lý kinh doanh là những tư tưởng phản ánh thực tiễn kinh doanh qua con đường trải nghiệm, suy ngẫm và khái quát hóa của các chủ thể kinh doanh và chỉ dẫn cho hoạt động kinh doanh”. Khái niệm triết lý kinh doanh này phân loại theo:**

Cách thức hình thành

Yếu tố cấu thành

Vai trò

Nội dung

11. **“Ít quan tâm đến năng suất, hiệu quả mà ưu tiên cho bầu không khí của tổ chức” là nhược điểm của mô hình văn hóa doanh nghiệp nào?**

Gia đình

Tháp eiffel

Tên lửa dẫn đường

Lò ấp trứng

12. **Một số sản phẩm trên bao gói ghi “mới” hoặc “cải tiến” nhưng thực tế sản phẩm không hề có tính chất này hoặc hình dáng bao bì, hình ảnh quá hấp dẫn gây hiểu lầm đáng kể cho người tiêu dùng. Điều này được coi là vi phạm trong đạo đức marketing về:**

Quảng cáo có hình thức khó coi, phi thị hiếu.

Bao bì và dán nhãn lừa gạt

Bán hàng lừa gạt

Bán hàng dưới chiêu bài nghiên cứu thị trường

13. **Các trách nhiệm xã hội của Doanh nghiệp bao gồm:**

Nghĩa vụ Kinh tế, Pháp lý, Đạo đức, Nhân văn

Nghĩa vụ Lợi Nhuận, Pháp lý, Đạo đức, Nhân văn

Chính trị, xã hội, đạo đức và nhân văn

Kinh tế, chính trị, xã hội, đạo đức