

## ***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

(1/1 Point)

- 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:

(1/1 Point)

- 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.

(1/1 Point)

- 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”

(1/1 Point)

- 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**

6. Những đặc trưng tiêu biểu của văn hóa bao gồm:

- a. Tính tập quán, tính kế thừa, tính cộng đồng, tính dân tộc
- b. Tính khách quan, tính chủ quan
- c. Văn hóa có thể học hỏi được, văn hóa luôn tiến hóa

d. Tất cả a, b, c

7. Văn hóa do các yếu tố sau cấu thành:

a. Khía cạnh vật chất, ngôn ngữ, giáo dục, phong tục tập quán

b. Tôn giáo và tín ngưỡng, giá trị và thái độ, thẩm mỹ, thói quen và cách ứng xử,

c. Cả a và b

d. Tất cả đều sai

8. Văn hóa có các chức năng cơ bản sau:

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

b. Chức năng thẩm mỹ, chức năng nhận thức

c. Chức năng giáo dục, chức năng thẩm mỹ

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

9. Chức năng quan trọng nhất của văn hóa là

a. Chức năng nhận thức

b. Chức năng giáo dục

c. Chức năng thẩm mỹ

d. Chức năng giải trí

10. Vai trò của văn hóa với sự phát triển xã hội, ngoại trừ

a. Văn hóa là mục tiêu của sự phát triển xã hội

b. Văn hóa là linh hồn và hệ điều tiết của phát triển

c. Văn hóa là động lực của sự phát triển

d. Văn hóa không quyết định đến việc hình thành và hoàn thiện nhân cách của con người

11. Văn hóa kinh doanh do .... tạo ra trong quá trình kinh doanh.

a. Chủ thể kinh doanh

b. Tổ chức sản xuất

c. Sản phẩm văn hóa

d. Hoạt động kinh doanh

12. Văn hóa kinh doanh được cấu thành bởi các yếu tố chính, ngoại trừ

a. Văn hóa doanh nghiệp, văn hóa ứng xử trong hoạt động kinh doanh

b. Văn hóa doanh nhân, đạo đức kinh doanh

c. Văn hóa nghệ thuật

d. Triết lý kinh doanh, văn hóa doanh nhân,

13. Văn hóa kinh doanh chịu ảnh hưởng của các nhân tố tác động

a. Thể chế xã hội, Sự khác biệt và giao lưu văn hóa, toàn cầu hóa

b. Văn hóa xã hội, văn hóa dân tộc

c. Các yếu tố nội bộ doanh nghiệp, khách hàng

d. Tất cả a,b,c

14. Vai trò của văn hóa kinh doanh với các chủ thể kinh doanh, ngoại trừ

a. Là phương thức phát triển sản xuất kinh doanh bền vững

b. Điều kiện để đẩy mạnh kinh doanh quốc tế

c. Là điều kiện ổn định chính trị của quốc gia

d. Là nguồn lực phát triển kinh doanh

15. Kinh doanh có văn hóa là hình thức kinh doanh

a. Chú trọng đến việc đầu tư lâu dài, giữ gìn chữ tín

b. Kinh doanh trốn tránh pháp luật

c. Kinh doanh gian dối, thất tín, gây ô nhiễm môi trường

d. Kinh doanh chộp giật, ăn xổi

16.Theo Edward Tylor “Văn hóa là một tổng thể phức tạp bao gồm tri thức, tín ngưỡng, nghệ thuật, ..., tập quán, và các khả năng và các thói quen khác mà con người tuân thủ với tư cách là một thành viên của xã hội”.

a. luật pháp

b. đạo đức

c. đạo đức, luật pháp

d. luật pháp, truyền thống

17.Văn hoá là tổng hoà những giá trị vật chất và tinh thần cũng như các phương thức tạo ra

chúng,... 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. kỹ năng

b. tiềm năng

c. thói quen

d. tập quán

18.Phát biểu nào dưới đây không chính xác:

a. Văn hóa là mục tiêu của sự phát triển xã hội

b. Văn hóa là linh hồn và hệ điều tiết của phát triển

c. Văn hóa là động lực của sự phát triển

d. Văn hóa không quyết định đến việc hình thành và hoàn thiện nhân cách của con người

19..... 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

20..... 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

- a. Sứ mệnh
- b. Mục tiêu
- c. Hệ thống các giá trị

## ***Chương 2: triết lý kinh doanh***

21. “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

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

- a. Văn hóa
- b. Triết lý kinh doanh
- c. Tầm nhìn
- d. Sứ mệnh

23. Nội dung của Triết lý kinh doanh bao gồm:

- a. Sứ mệnh
- b. Mục tiêu
- c. Hệ thống các giá trị
- d. Tất cả các đáp án trên

24. \_\_\_\_\_ 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
- c. Sứ mệnh
- d. Chiến lược

25..... của trường Đại học Bách Khoa HN là: “Trở thành một đại học nghiên cứu hàng đầu khu vực với nòng cốt là 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”.

(1/1 Point)

- a. Sứ mệnh
- b. Tầm nhìn**
- c. Chiến lược
- d. Mục tiêu

26.Đâu không phải là các yếu tố cơ bản khi xây dựng sứ mệnh:

(1/1 Point)

- a. Hệ thống các giá trị**
- b. Lịch sử
- c. Những năng lực đặc biệt
- d. Môi trường của DN (tổ chức)

27.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

(1/1 Point)

- a. Hành vi
- b. Nguyên tắc
- c. Thái độ**
- d. Ứng xử

28.Đặc điểm của một bản tuyên bố sứ mệnh là:

(1/1 Point)

- a. Tập trung vào thị trường chứ không phải sản phẩm cụ thể
- b. Cụ thể
- c. Khả thi
- d. Tất cả các đáp án trên**

29.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. Những năng lực đặc biệt**
- c. Lòng trung thành và sự cam kết
- d. Phong cách ứng xử, giao tiếp

30.Ba yếu tố trong mô hình 3 P là:(1/1 Point)

- a. Sản phẩm, Lợi nhuận, Con người**
- b. Sản phẩm, Lợi nhuận, Phân phối
- c. Lợi nhuận, Phân phối, Con người
- d. Lợi nhuận, Phân phối, Giá

31. Triết lý kinh doanh là những tư tưởng... ....phản ánh thực tiễn kinh doanh

- a. Hóa học
- b. Ngôn ngữ học
- c. Sinh học
- d. Triết học**

32. Nội dung của bản triết lý kinh doanh của doanh nghiệp bao gồm

a. Sứ mệnh, mục tiêu và hệ thống các giá trị của doanh nghiệp

b. Hệ thống các giá trị của doanh nghiệp

c. Mục tiêu của doanh nghiệp

d. Sứ mệnh của doanh nghiệp

33. Sứ mệnh kinh doanh là bản tuyên bố về .... của doanh nghiệp

a. Cá nhân kinh doanh

b. Lý do tồn tại

c. Nhân viên

d. Sản phẩm

34. Đặc điểm của một bản tuyên bố sứ mệnh, ngoại trừ

a. Tập trung vào thị trường

b. Bản tuyên bố sứ mệnh phải cụ thể

c. Tập trung vào sản phẩm cụ thể

d. Bản tuyên bố sứ mệnh có tính khả thi

35. Các mục tiêu cơ bản doanh nghiệp khi xây dựng triết lý kinh doanh cần tập trung ở các vấn đề, ngoại trừ:

a. Vị thế trên thị trường, việc đổi mới, năng suất,

b. Không tạo thuận lợi cho việc kiểm tra, quản trị

c. Khả năng sinh lời, thành tích và trách nhiệm của Ban lãnh đạo

d. Các nguồn tài nguyên vật chất và tài chính, trách nhiệm xã hội, thành tích và thái độ của nhân viên

36. Hệ thống các giá trị của doanh nghiệp bao gồm

a. Hướng dẫn hành vi ứng xử mong đợi, các nguyên tắc tạo ra phong cách ứng xử, giao tiếp và hoạt động kinh doanh đặc thù

b. Những nguyên tắc hoạt động của doanh nghiệp, lòng trung thành và cam kết

c. Cả a và b

d. Tất cả ba phương án đều sai

37. Các doanh nghiệp kinh doanh có văn hóa đều có đặc điểm chung là

a. Đề cao con người

b. Kinh doanh chính đáng, chất lượng

c. Đề cao tính trung thực

d. Tất cả a, b, c

38. Triết lý doanh nghiệp ra đời cần những điều kiện cơ bản, ngoại trừ

a. Cơ chế pháp luật, sự chấp nhận tự giác của nhân viên

b. Bản lĩnh và năng lực của người lãnh đạo doanh nghiệp

c. Thời gian hoạt động của doanh nghiệp và kinh nghiệm của người lãnh đạo

d. Sự hài lòng của khách hàng

39. Triết lý doanh nghiệp được tạo lập bởi các cách thức cơ bản

a. Triết lý kinh doanh được tạo lập từ kế hoạch của Ban lãnh đạo

**b. Cả a và d**

c. Triết lý kinh doanh tạo lập từ ý tưởng của các nhà khoa học

d. Triết lý kinh doanh được hình thành dần từ kinh nghiệm kinh doanh

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

a. Bí mật và trung thành với các trách nhiệm đặc biệt

b. Gắn lợi ích của doanh nghiệp với lợi ích của khách hàng và xã hội

c. Tôn trọng con người, trung thực

**d. Tất cả a, b, c**

41. Đối tượng đối chịu sự điều chỉnh của đạo đức kinh doanh

a. Tầng lớp công chức

**b. Tầng lớp doanh nhân làm nghề kinh doanh và khách hàng của họ**

c. Sinh viên

d. Nguyên liệu sản xuất

42. Trách nhiệm xã hội là những cam kết của doanh nghiệp đóng góp cho việc phát triển kinh tế....

a. Không bền vững

b. Lạm phát

**c. Bền vững**

d. Không tăng trưởng

43. Các khía cạnh thể hiện của trách nhiệm xã hội trong doanh nghiệp gồm

**a. Khía cạnh kinh tế, pháp lý, đạo đức, nhân văn**

b. Khía cạnh đạo đức

c. Khía cạnh pháp lý

d. Khía cạnh nhân văn

44. Đạo đức kinh doanh thể hiện trong việc quản trị nguồn nhân lực của doanh nghiệp, ngoại trừ

a. Đạo đức trong tuyển dụng, bổ nhiệm, sử dụng lao động

**b. Đạo đức trong việc hài lòng khách hàng**

c. Đạo đức trong việc bảo vệ người lao động

d. Đạo đức trong việc đánh giá người lao động

45. Đạo đức trong việc bảo vệ người lao động được thể hiện

**a. Bảo đảm điều kiện lao động an toàn**

b. Buộc người lao động thực hiện công việc nguy hiểm

c. Không thực hiện chăm sóc y tế, bảo hiểm

d. Không trang bị đầy đủ các thiết bị an toàn

46. Các hình thức marketing được coi là phi đạo đức:

a. Quảng cáo phi đạo đức, bán hàng phi đạo đức

**b. Cả a và c**

c. Những thủ đoạn phi đạo đức trong quan hệ với đối thủ cạnh tranh

d. Quảng cáo đúng sự thật

47. Quảng cáo bị coi là vô đạo đức khi:

a. Quảng cáo đúng với sản phẩm

b. Quảng cáo hay và hấp dẫn

**c. Quảng cáo nhằm vào những đối tượng nhạy cảm**

d. Quảng cáo không lừa dối khách hàng

48. Các vấn đề đạo đức liên quan đến người lao động bao gồm:

a. Cáo giác, bí mật thương mại

b. Điều kiện môi trường lao động và lạm dụng của công,

c. Quyền sở hữu trí tuệ

**d. Tất cả a, b và c**

49. Các vấn đề đạo đức kinh doanh toàn cầu, ngoại trừ

a. Tham nhũng, hối lộ

b. Phân biệt đối xử

**c. Có trách nhiệm với cộng đồng**

d. Ô nhiễm môi trường

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

a. **Bán sản phẩm mà doanh nghiệp có để thu lợi nhuận**

b. Bán sản phẩm mà khách hàng cần

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

d. Khách hàng là trung tâm

51. Cấp độ thứ ba của Văn hóa doanh nghiệp bao gồm: Những ... (những niềm

tin, nhận thức, suy nghĩ và tình cảm có tính vô thức, mặc nhiên được công

nhận trong doanh nghiệp)

a. quy ước

**b. quan niệm chung**

c. nội quy

d. quy trình

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



- a. M&A
- b. Mở rộng sản phẩm
- c. Phát hành cổ phiếu IPO
- d. Thương mại hoá toàn phần

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

- a. Cơ chế luật pháp, thời gian hoạt động của doanh nghiệp, năng lực lãnh đạo của doanh nhân, sự tự giác của nhân viên
- b. Cơ chế pháp luật, thời gian hoạt động của doanh nghiệp, ủng hộ của khách hàng, năng lực lãnh đạo
- c. 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
- d. 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

54.“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?

- a. Vingroup
- b. Viettel
- c. TH true milk
- d. Vinamilk

55.“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:

- a. Cách thức hình thành
- b. Yếu tố cấu thành
- c. Vai trò
- d. Nội dung

### ***Chương 3: đạo đức kinh doanh***

56.....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
- d. Trách nhiệm đạo đức

57.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

58. 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

59. 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

60. 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

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

(1/1 Point)

- a. Các nghĩa vụ pháp lý trong trách nhiệm xã hội gồm điều tiết cạnh tranh, bảo vệ người tiêu dùng, bảo vệ môi trường, an toàn và bình đẳng, khuyến khích phát hiện và ngăn chặn hành vi sai trái
- 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
- c. Các nghĩa vụ pháp lý trong trách nhiệm xã hội đòi hỏi doanh nghiệp những đóng góp cho cộng đồng và XH
- 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

62. Hình thức cạnh tranh lành mạnh giữa các doanh nghiệp

- a. Ăn cắp bí mật thương mại
- b. Sao chép, làm nhái sản phẩm

- c. Gièm pha hàng hóa của đối thủ cạnh tranh
- d. Không ngừng cải tiến công nghệ, nâng cao chất lượng sản phẩm

63. Hoạt động tài chính kế toán đạo đức được biểu hiện như thế nào?

- a. Cho mượn danh kiểm toán viên để hành nghề
- b. Liêm chính, khách quan, độc lập và cẩn thận
- 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
- d. Điều chỉnh số liệu trong bảng cân đối kế toán

64. Đạo đức kinh doanh trong quản trị nguồn nhân lực không liên quan đến những vấn đề nào?

- 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.
- 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.
- 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
- d. Lạm dụng quảng cáo có thể xếp từ nói phóng đại về sản phẩm và che giấu sự thật tới lừa gạt hoàn toàn.

65. 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?

- a. 6 quyền
- b. 9 quyền
- c. 8 quyền
- d. 7 quyền

66. Văn hóa kinh doanh có thể được ví như:

- a. Văn hóa của nghề kinh doanh
- b. Văn hóa của cộng đồng kinh doanh
- c. Văn hóa của giới doanh nhân
- d. Tất cả phương án A, B, C

67. 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.

- a. quan niệm/ hành vi
- b. hành vi/ chuẩn mực
- c. giá trị/ chuẩn mực
- d. quan niệm/ giá trị

68. Điều không phải là các yếu tố cơ bản khi xây dựng sứ mệnh:

- a. Hệ thống các giá trị
- b. Lịch sử
- c. Những năng lực đặc biệt
- d. Môi trường của doanh nghiệp (tổ chức)

69. Đạo đức kinh doanh trong quản trị nguồn nhân lực không liên quan đến những vấn đề nào?

- a. Bắt buộc người lao động thực hiện những công việc nguy hiểm mà không cho phép họ có cơ hội từ chối, bắt chấp thể trạng, bắt chấp khả năng và năng lực của họ.
- 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.
- 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
- d. Lạm dụng quảng cáo có thể xếp từ nói phóng đại về sản phẩm và che giấu sự thật tới lừa gạt hoàn toàn.

70. 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

#### ***Chương 4: văn hóa doanh nhân***

71. Khả năng gây ảnh hưởng, định hướng và điều khiển người khác thực hiện theo mục đích của mình thuộc về \_\_\_\_ của doanh nhân.

- a. Trình độ chuyên môn
- b. Năng lực lãnh đạo
- c. Tổ chất
- d. Trình độ quản lý kinh doanh

72. Các nhân tố tác động đến văn hóa doanh nhân bao gồm

(1/1 Point)

- a. Nhân tố kinh tế
- b. Nhân tố văn hóa
- c. Nhân tố chính trị pháp luật
- d. Cả 3 đáp án trên

73. Nhận định một doanh nhân giản dị, khiêm tốn đề cập đến \_\_\_\_ của doanh nhân

- a. Phong cách
- b. Tổ chất
- c. Đạo đức
- d. Năng lực

74. Các bộ phận cấu thành văn hóa doanh nhân gồm

- a. Tính cách, công việc, đạo đức, phong cách của doanh nhân
- b. Tính cách, công việc, thành tựu, hoạt động của doanh nhân
- c. Năng lực, tổ chất, đạo đức, phong cách của doanh nhân

d. Năng lực, tố chất, tính cách, thành tựu của doanh nhân

75. 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.

a. Năng lực

b. Tố chất

c. Đạo đức

d. Phong cách

76. Nguồn lực cần thiết cho hoạt động khởi nghiệp là Immersive Reader

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.

77. 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.

A. Phát triển nguồn nhân lực

B. Giải quyết việc làm

C. Sáng tạo sản phẩm, phương thức sản xuất mới

D. Tham mưu cho nhà nước về đường lối phát triển kinh tế

78. 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

D. 6

79. \_\_\_\_ 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. Văn hóa doanh nhân

C. Đạo đức doanh nhân

D. Văn hóa doanh nghiệp

80. Nhận định “giản dị, khiêm tốn” đề cập đến \_\_\_\_ của doanh nhân.

a. Phong cách

b. Tố chất

c. Đạo đức

d. Năng lực

81. Năng lực của doanh nhân là

a. Khả năng làm việc trí óc và thể lực

b. Trình độ chuyên môn

- c. Khả năng lãnh đạo, kỹ năng quản lý
- d. Tất cả các phương án trên đúng

82. Tim Cook, CEO của Tập đoàn Apple, nổi tiếng là người đòi hỏi nhân viên khắt khe, tái định hình cách nhân viên Apple làm việc và suy nghĩ. Nhận định này cho biết khía cạnh nào trong văn hóa doanh nhân của ông?

- a. Năng lực
- b. Tổ chất
- c. Đạo đức
- d. Phong cách

83. Phương án nào dưới đây là tiêu chuẩn đánh giá văn hóa doanh nhân

- a. Tiêu chuẩn về sức khỏe
- b. Tiêu chuẩn về đạo đức
- c. Tiêu chuẩn về trình độ năng lực
- d. Tất cả các phương án trên đúng

84. Theo lý thuyết về phong cách quản trị của Rensis Likert, người quản lý theo phong cách nào có ít niềm tin vào cấp dưới nhất và thực hiện chuyên quyền cao độ

- a. Quyết đoán áp chế
- b. Quyết đoán nhân từ
- c. Tham vấn
- d. Tham gia theo nhóm

85. Ông Nguyễn Đức Tài, Chủ tịch HĐQT Công ty cổ phần Thế giới di động đặt toàn bộ niềm tin vào các nhân viên. Ông đồng ý ký không các hợp đồng thuê mặt bằng bán lẻ để nhân viên có thể ký hợp đồng với chủ nhà nhanh chóng và thuận lợi. Người đứng đầu các bộ phận tự phân công và chịu trách nhiệm về công việc của nhóm. Theo lý thuyết về phong cách lãnh đạo của Rensis Likert, ông Nguyễn Đức Tài có phong cách lãnh đạo

- a. Quyết đoán áp chế
- b. Quyết đoán nhân từ
- c. Tham vấn
- d. Tham gia theo nhóm

86. Theo lý thuyết về phong cách lãnh đạo của Goleman, khi người quản lý đòi hỏi cấp dưới tuân thủ tức thì các mệnh lệnh và rất coi trọng thành tích, sáng kiến, người quản lý áp dụng phong cách lãnh đạo nào dưới đây:

- a. Gia trưởng
- b. Ủy thác
- c. Bằng hữu
- d. Dân chủ

87. Tại Tập đoàn Google, toàn bộ công việc được giải quyết theo nhóm, thông tin được trao đổi nhanh chóng và chính xác để các nhóm có thể giải quyết các vấn đề hiệu quả nhất. Theo lý thuyết về phong cách lãnh đạo của Goleman, người quản lý của tập đoàn áp dụng phong cách lãnh đạo nào dưới đây

- a. Gia trưởng
- b. Ủy thác
- c. Bằng hữu
- d. Dân chủ

### ***Chương 5: văn hóa doanh nghiệp***

88. Theo quan điểm của Edgar Schein, cách bài trí, biểu tượng, khẩu hiệu, lễ hội thuộc về cấp độ \_\_\_\_ trong văn hóa doanh nghiệp

- A. Hữu hình
- B. Những giá trị được chấp nhận
- C. Những quan niệm chung
- D. Cả 3 đáp án trên

89. Theo quan điểm của Edgar Schein, 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
- C. Những quan niệm chung
- D. Cả 3 đáp án trên

90. Theo quan điểm của Edgar Schein, các chiến lược, mục tiêu, triết lý kinh doanh cũng như các quy định, nguyên tắc hoạt động thuộc về cấp độ \_\_\_\_ trong văn hóa doanh nghiệp

- A. Hữu hình
- B. Những giá trị được chấp nhận
- C. Những quan niệm chung
- D. Cả 3 đáp án trên

91. 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. Những giá trị được chấp nhận
- C. Những quan niệm chung
- D. Cả 3 đáp án trên

92. 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
- C. Những quan niệm chung
- D. Cả 3 đáp án trên

93. 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

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

- A. 1                      B. 2                      **C. 3**                      D. 4

95. 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

96. 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

97. 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

98. \_\_\_\_ 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

99. 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 áp trứng**                      **B. Tên lửa định hướng**  
C. Gia đình                      D. Tháp Eiffel

100. 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 áp trứng                      B. Tên lửa định hướng  
**C. Gia đình**                      **D. Tháp Eiffel**

101. 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 áp trứng                      B. Tên lửa định hướng



C. Gia đình

D. Tháp Eiffel

102. 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 áp trứng

B. Tên lửa định hướng

C. Gia đình

D. Tháp Eiffel

103. Theo Edgar H. Shein, văn hóa doanh nghiệp có thể chia thành mấy cấp độ (level) khác nhau?

(2.5 Điểm)

- a. 1
- b. 2
- c. 3
- d. 4

104. “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 công ty nào?

- a. Vinamilk
- b. TH true milk
- c. Vingroup
- d. Viettel

105. Sản phẩm của doanh nghiệp bị lỗi thời so với sản phẩm của đối thủ cạnh tranh là bị tác động bởi yếu tố môi trường

- a. Văn hóa-Xã hội
- b. Kinh tế
- c. Chính trị-pháp luật
- d. Công nghệ

106. .... của doanh nghiệp xác định thái độ của doanh nghiệp với những đối tượng hữu quan như: người sở hữu, những nhà quản trị, đội ngũ những người lao động, khách hàng và các đối tượng khác có liên quan đến hoạt động của doanh nghiệp.

- a. Hệ thống các giá trị
- b. Mục tiêu
- c. Chiến lược
- d. Sứ mệnh

107. “Động lực chính cho phát triển bền vững là đổi mới sáng tạo dựa trên tiếp thu tinh hoa tri thức của nhân loại, kế thừa những thành quả đã đạt được và phát huy những giá trị truyền thống tốt đẹp” là nội dung của cặp giá trị cốt lõi nào của Trường Đại học Bách Khoa Hà Nội?

- a. Chất lượng – hiệu quả
- b. Tận tụy - cống hiến

- c. Tài năng cá nhân – trí tuệ tập thể
- d. Kế thừa – Sáng tạo

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

- a. Nghĩa vụ Kinh tế, Pháp lý, Đạo đức, Nhân văn
- b. Nghĩa vụ Lợi Nhuận, Pháp lý, Đạo đức, Nhân văn
- c. Nghĩa vụ Lợi Nhuận, Pháp lý, Chính trị, Nhân văn
- d. Nghĩa vụ Kinh tế, Chính trị, Đạo đức, Nhân văn

109. ....trong trách nhiệm xã hội của Doanh nghiệp là những hành vi và hoạt động mà xã hội mong đợi ở Doanh nghiệp nhưng không được quy định trong hệ thống luật pháp, không được thể chế hoá thành luật. Nó chỉ những hành vi và hoạt động mà các thành viên của tổ chức, cộng đồng và xã hội mong đợi từ phía các doanh nghiệp.

- a. Nghĩa vụ pháp lý
- b. Nghĩa vụ đạo đức
- c. Nghĩa vụ nhân văn
- d. Nghĩa vụ kinh tế

110. Các thông điệp quảng cáo hạt nêm của một số hãng như “Ngon từ thịt, ngọt từ xương” hoặc “100% làm từ thịt thăn và xương ống” khiến bao nhiêu bà nội trợ yên tâm vì có sản phẩm thay thế bột ngọt. Tuy nhiên trong thành phần các loại hạt nêm này thịt và xương chỉ có 2% còn lại là tinh bột sắn, bột bắp, muối, đường, chất điều vị.... Như vậy các quảng cáo này đã vi phạm đạo đức về:

- a. Quảng cáo phóng đại, thổi phồng về sản phẩm vượt quá mức hợp lý.
- b. Quảng cáo có hình thức khó coi, phi thị hiếu.
- c. Quảng cáo nhằm vào đối tượng nhạy cảm.
- d. Lôi kéo, nài ép người tiêu dùng ràng buộc với sản phẩm.

111. Hành vi hai hay nhiều công ty hoạt động trong cùng một thị trường thoả thuận về việc bán hàng hoá ở cùng một mức giá đã định được gọi là:

- a. Bán phá giá
- b. Cố định giá
- c. Phân chi thị trường
- d. Dèm pha hàng hoá của đối thủ cạnh tranh.
- e. Tùy chọn 2

112. Các vấn đề đạo đức liên quan đến người lao động bao gồm:

- a. Cáo giác, bí mật kinh doanh, lạm dụng tài sản công, phá hoại ngầm
- b. Cáo giác, bí mật kinh doanh, bán phá giá, phá hoại ngầm
- c. Phân chia thị trường, bí mật kinh doanh, lạm dụng tài sản công, phá hoại ngầm
- d. Cáo giác, phân chia thị trường, bí mật kinh doanh, phá hoại ngầm

113. Văn hóa doanh nghiệp theo định nghĩa của E.N. Schein.

- a. Toàn bộ các nét đẹp kinh doanh được doanh nghiệp tạo ra, chọn lọc và lưu truyền qua các thế hệ, được sử dụng và biểu hiện trong hoạt động kinh doanh và trở thành bản sắc kinh doanh của DN
- b. Các quan niệm, nghi thức tạo thành nền móng sâu xa của doanh nghiệp
- c. Tổng thể những thủ pháp và quy tắc giải quyết các vấn đề thích ứng bên ngoài và thống nhất bên trong các nhân viên
- d. Cả A và B đều đúng

114. “Trung Nguyên: Tạo dựng thương hiệu hàng đầu qua việc mang đến cho người thưởng thức cà phê nguồn cảm hứng sáng tạo và niềm tự hào trong phong cách Trung Nguyên đậm đà văn hóa Việt.” là biểu hiện cho cấp độ nào trong các cấp độ biểu hiện văn hóa doanh nghiệp?

- a. Cấp độ 4
- b. Cấp độ 2
- c. Cấp độ 3
- d. Cấp độ 1

115. Nhân tố bên trong ảnh hưởng tới văn hóa doanh nghiệp.

- a. Ngành nghề hoạt động
- b. Thể chế xã hội
- c. Xu hướng phát triển kinh doanh
- d. Khách hàng và đối tác

116. Giai đoạn văn hóa doanh nghiệp có đặc điểm người sáng lập không còn giữ vai trò thống trị hoặc chuyển giao quyền lực cho ít nhất 2 thế hệ. Doanh nghiệp có nhiều biến đổi và có thể xuất hiện những xung đột giữa phe bảo thủ và phe đổi mới.

- a. Giai đoạn non trẻ
- b. Giai đoạn giữa
- c. Giai đoạn chín mùi và nguy cơ suy thoái
- d. Giai đoạn phá sản

117. Mô hình xây dựng văn hóa doanh nghiệp mang đặc điểm nhấn mạnh nhiệm vụ và thứ bậc.

- a. Mô hình văn hóa gia đình
- b. Mô hình tháp Eiffel
- c. Mô hình tên lửa được định hướng
- d. Mô hình lò ấp trứng

118. 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. Gia đình
- b. Tháp eiffel

- c. Tên lửa dẫn đường
- d. Lò ấp trứng

119.....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.

- a. Tiết lộ bí mật kinh doanh
- b. Cáo giác**
- c. Phá hoại
- d. Lạm dụng của công

### ***Chương 6: tinh thần khởi nghiệp***

120. Tinh thần khởi nghiệp (entrepreneurship) là sự theo đuổi các...trong điều kiện nguồn lực bị giới hạn

A. đam mê

**B. cơ hội**

C. kế hoạch

D. phương án

121. Tinh thần khởi nghiệp (entrepreneurship) là sự theo đuổi các cơ hội trong điều kiện nguồn lực ...

**A. bị giới hạn**

B. được các nhà đầu tư bỏ ra

C. được Nhà nước đầu tư

D. không bị giới hạn

122. 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

C. Một tổ chức được thiết kế nhằm cung cấp sản phẩm và dịch vụ trong những điều kiện chưa chắc chắn.

**D. Tất cả các phương án A, B, C**

123. 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

**D. Cả phương án A và B**

124. 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.

125. 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

126. 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

127. 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

128. 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 đưa sản phẩm ra thị trường

C. Chiến lược đưa sản phẩm ra thị trường

D. Tất cả các phương án A,B,C

129. 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

130Game Axie Infinity- game NFT rất thành công mới đây có thể coi là một mô hình thành công về:

- a. Kinh doanh nhỏ
- b. Khởi nghiệp
- c. Kinh doanh theo chuỗi
- d. Startup

131.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 đặc điểm trên

132Trong chiến lược chi phí thấp, yếu tố nào được ưu tiên nhiều nhất?

- a. Nâng cao hiệu suất
- b. Phát triển sản phẩm mới
- c. Đổi mới công nghệ
- d. Đa dạng hoá sản phẩm

133.Ai là doanh nhân khởi xướng phong trào người Việt dùng hàng Việt từ 100 năm trước?

- a. Nhất Sỹ
- b. Nhì Phương
- c. Tam Xường
- d. Tứ Bưởi