



# Trắc nghiệm Văn hóa kinh doanh và tinh thần khởi nghiệp

Văn hóa kinh doanh và tinh thần khởi nghiệp (Trường Đại học Bách khoa Hà Nội)



Scan to open on Studocu

1. 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”.

luật pháp

đạo đức

đạo đức, luật pháp

luật pháp, truyền thống

2. 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

kỹ năng

tiềm năng

thói quen

tập quán

3. Phát biểu nào dưới đây không chính xác:

Văn hóa là mục tiêu của sự phát triển xã hội

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

Văn hóa là động lực của sự phát triển

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

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

Thẩm mỹ

Văn hoá

Ngôn ngữ

Giáo dục

5. Theo Edgar H.Shein, văn hoá doanh nghiệp có thể chia thành mấy cấp độ (level) khác nhau? 3 cấp độ
6. Văn hóa kinh doanh do .... tạo ra trong quá trình kinh doanh.

Chủ thể kinh doanh

Tổ chức sản xuất

Sản phẩm văn hóa

Hoạt động kinh doanh

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

Văn hóa của nghề kinh doanh

Văn hóa của cộng đồng kinh doanh

Văn hóa của giới doanh nhân

**Tất cả phương án A, B, C**

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/ hành vi

hành vi/ chuẩn mực

giá trị/ chuẩn mực

**quan niệm/ giá trị**

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

**Hệ thống các giá trị**

Lịch sử

Những năng lực đặc biệt

Môi trường của doanh nghiệp (tổ chức)

10. “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?

**Vinamilk**

TH true milk

Vingroup

Viettel

11. 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

Văn hóa-Xã hội

Kinh tế

Chính trị-pháp luật

**Công nghệ**

12. ....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.

**Hệ thống các giá trị**

Mục tiêu

Chiến lược

Sứ mệnh

13. “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?

Chất lượng – hiệu quả

Tận tụy - cống hiến

Tài năng cá nhân – trí tuệ tập thể

**Kế thừa – Sáng tạo**

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

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

Bán sản phẩm mà khách hàng cần

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

Khách hàng là trung tâm

15. ....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

Đạo đức

**Đạo đức kinh doanh**

Trách nhiệm XH

Trách nhiệm đạo đức

16. 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.

Tác động tiêu cực, hậu quả tiêu cực

**Tác động tích cực, hậu quả tiêu cực**

Tác động tích cực, trách nhiệm

Nghĩa vụ kinh tế, hậu quả tiêu cực

17. 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? **8 quyền**

18. 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

Nghĩa vụ Lợi Nhuận, Pháp lý, Chính trị, Nhân văn

Nghĩa vụ Kinh tế, Chính trị, Đạo đức, Nhân văn

19. ....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.

Nghĩa vụ pháp lý

**Nghĩa vụ đạo đức**

Nghĩa vụ nhân văn

Nghĩa vụ kinh tế

20. 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:

**Quảng cáo phóng đại, thổi phồng về sản phẩm vượt quá mức hợp lý.**

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

Quảng cáo nhằm vào đối tượng nhạy cảm.

Lôi kéo, nài ép người tiêu dùng ràng buộc với sản phẩm.

21. 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:

**Bán phá giá**

Cố định giá

Phân chi thị trường

Dèm pha hàng hoá của đối thủ cạnh tranh.

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

**Cáo giác, bí mật kinh doanh, lạm dụng tài sản công, phá hoại ngầm**

Cáo giác, bí mật kinh doanh, bán phá giá, phá hoại ngầm

Phân chia thị trường, bí mật kinh doanh, lạm dụng tài sản công, phá hoại ngầm

Cáo giác, phân chia thị trường, bí mật kinh doanh, phá hoại ngầm

23. Doanh nhân là \_\_\_\_\_

Người làm kinh doanh

Người tham gia quản lý doanh nghiệp

Người tham gia tổ chức, điều hành hoạt động của doanh nghiệp

**Cả 3 đáp án trên**

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

**Phong cách**

Tổ chất

Đạo đức

Năng lực

25. Năng lực của doanh nhân là

Khả năng làm việc trí óc và thể lực

Trình độ chuyên môn

Khả năng lãnh đạo, kỹ năng quản lý

**Tất cả các phương án trên đúng**

26. 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?

Năng lực

Tổ chất

Đạo đức

**Phong cách**

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

Tiêu chuẩn về sức khỏe

Tiêu chuẩn về đạo đức

Tiêu chuẩn về trình độ năng lực

**Tất cả các phương án trên đúng**

28. 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

**Quyết đoán áp chế**

Quyết đoán nhân từ

Tham vấn

Tham gia theo nhóm

29. 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

Quyết đoán áp chế

Quyết đoán nhân từ

Tham vấn

**Tham gia theo nhóm**

30. 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:

**Gia trưởng**

Ủy thác

Bằng hữu

Dân chủ

31. 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

Gia trưởng

Ủy thác

Bằng hữu

**Dân chủ**

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

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

Các quan niệm, nghi thức tạo thành nền móng sâu xa của doanh nghiệp

**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**

Cả A và B đều đúng

33. “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?

Cấp độ 4

**Cấp độ 2**

Cấp độ 3

Cấp độ 1

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

**Ngành nghề hoạt động**

Thể chế xã hội

Xu hướng phát triển kinh doanh

Khách hàng và đối tác

35. 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.

Giai đoạn non trẻ

**Giai đoạn giữa**

Giai đoạn chín mùi và nguy cơ suy thoái

Giai đoạn phá sản

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

Mô hình văn hóa gia đình

**Mô hình tháp Eiffel**

Mô hình tên lửa được định hướng

Mô hình lò ấp trứng

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

Kinh doanh nhỏ

Khởi nghiệp

Kinh doanh theo chuỗi

**Startup**

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

Mới

Hữu ích

Phù hợp

Tất cả các đặc điểm trên

## TRẮC NGHIỆM LMS

### 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. Đâu 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    **D. Tất cả các đáp án trên**
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    **C. Sứ mệnh**    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 tảng công nghệ, tác động quan trọng và 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. Tầm nhìn**    C. Chiến lược    D. Mục tiêu
11. Đâu 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 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

**D. Tất cả các đáp án trên**

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

**C. Thái độ** 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. Những năng lực đặc biệt**

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:

**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

### 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

D. 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 (Đây là Trách nhiệm XH)**

- D. Tạo ra lợi nhuận bền vững cho DN
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 tiêu dùng, bảo vệ môi trường, an toàn và bình đẳng, khuyến khích phát hiện và ngăn chặn hành vi sai trái. Đúng**
  - 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
22. Hình thức cạnh tranh lành mạnh giữa các doanh nghiệp. Chọn một câu trả lời
- 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**
23. 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.
24. Đạo đức kinh doanh trong quản trị nguồn nhân lực không liên quan đến những vấn đề nào? Chọn một câu trả lời
- 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 xé từ nói phóng đại về sản phẩm và che giấu sự thật tới lừa gạt hoàn toàn.**

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?
- A. 6 quyền
  - B. 9 quyền
  - C. 8 quyền**
  - D. 7 quyền

#### CHƯƠNG 4. VĂN HÓA DOANH NHÂN

26. 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
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 đổ 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
28. Doanh nhân là \_\_\_\_
- A. Người làm kinh doanh
  - B. Người tham gia quản lý doanh nghiệp
  - C. Người tham gia tổ chức, điều hành hoạt động của doanh nghiệp
  - D. Cả 3 đáp án trên**
29. Các nhân tố tác động đến văn hóa doanh nhân bao gồm
- A. Nhân tố kinh tế
  - B. Nhân tố văn hóa
  - C. Nhân tố chính trị pháp luật
  - D. Cả 3 đáp án trên**
30. 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
31. 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, tổ chất, tính cách, thành tựu của doanh nhân
32. Quỹ Bill & 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.
- A. Năng lực
  - B. Tổ chất
  - C. Đạo đức**
  - D. Phong cách

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.  
**A. Năng lực** 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 **D. 6**
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. Văn hóa doanh nhân**  
 C. Đạo đức doanh nhân D. Văn hóa doanh nghiệp

## CHƯƠNG 5. VĂN HÓA DOANH NGHIỆP

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  
**A. Hữu hình** 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  
**C. Những quan niệm chung** 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. Những giá trị được chấp nhận**  
 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. Những giá trị được chấp nhận**  
 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  
**C. Những quan niệm chung** 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 áp 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 áp trứng B. Tên lửa định hướng **C. Gia đình** 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 áp trứng B. Tên lửa định hướng C. Gia đình **D. Tháp Eiffel**
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 áp trứng **B. Tên lửa định hướng** C. Gia đình D. Tháp Eiffel

## CHƯƠNG 6: TINH THẦN KHỞI NGHIỆP

52. 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
53. 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
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  
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
55. 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
56. 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.
57. 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
58. 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
59. 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



60. 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**
61. 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 mô hình 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 (Chiến lược khác biệt hóa)

Đổi mới công nghệ (Chiến lược khác biệt hóa)

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