

## **CÂU HỎI ÔN TẬP MARKETING QUỐC TẾ ML14**

### **Chương 1: TỔNG QUAN VỀ MARKETING & CÔNG TY QUỐC TẾ**

- 1) Nêu định nghĩa Marketing quốc tế của AMA? Trình bày bản chất của Marketing Quốc tế?
- 2) Phân biệt marketing xuất khẩu, marketing ở nước ngoài, marketing đa quốc gia, Marketing toàn cầu?
- 3) Nêu định nghĩa công ty quốc tế? Trình bày các loại công ty quốc tế?
- 4) Trình bày các cách tổ chức công ty quốc tế? Ưu nhược điểm của mỗi cách tổ chức?

### **Chương 2: MÔI TRƯỜNG MARKETING QUỐC TẾ**

- 5) Môi trường marketing là gì? Phân loại và ý nghĩa của việc nghiên cứu môi trường marketing quốc tế
- 6) Nêu các yếu tố thuộc môi trường bên trong?
- 7) Các yếu tố thuộc môi trường marketing quốc tế STEP?
- 8) Các yếu tố thuộc môi trường marketing quốc tế PESTLE?
- 9) Liệt kê các yếu tố thuộc môi trường bên ngoài?
- 10) Phân tích yếu tố Chính trị?
- 11) Phân tích yếu tố Nhân khẩu học?
- 12) Liệt kê các yếu tố thuộc môi trường bên ngoài? Phân tích yếu tố Kinh tế?
- 13) Liệt kê các yếu tố thuộc môi trường bên ngoài? Phân tích yếu tố Văn hoá?
- 14) Tác dụng của việc áp dụng công nghệ mới với các công ty quốc tế?
- 15) Trình bày các mức độ hội nhập kinh tế? Ưu và nhược điểm khi thâm nhập vào thị trường có mức độ hội nhập kinh tế cao?
- 16) Những rào cản nào thuộc môi trường pháp lý? Ưu và nhược điểm khi thâm nhập vào một thị trường có nhiều rào cản?
- 17) Trình bày những nền tảng của hệ thống pháp luật trong môi trường pháp lý?
- 18) Chính phủ có thể có những kiểm soát nào vào hoạt động marketing quốc tế?
- 19) Trình bày các tôn giáo phổ biến trên thế giới? Nêu đặc trưng của mỗi loại tôn giáo?

### **Chương 3: NGHIÊN CỨU THỊ TRƯỜNG QUỐC TẾ**

- 20) Thị trường là gì? Trình bày các loại thị trường?
- 21) Nghiên cứu thị trường là gì? Sự cần thiết phải nghiên cứu thị trường? Các loại nghiên cứu thị trường?
- 22) Liệt kê các nội dung cần nghiên cứu khi nghiên cứu chi tiết thị trường? Phân tích nội dung nghiên cứu quy mô và đặc điểm thị trường?
- 23) So sánh đặc điểm của thị trường B2C và B2B?
- 24) Liệt kê các nội dung cần nghiên cứu khi nghiên cứu chi tiết thị trường?
- 25) Trình bày nội dung nghiên cứu hàng hoá?
- 26) Trình bày nội dung nghiên cứu khách hàng?
- 27) Trình bày quy trình nghiên cứu thị trường? Bước nào quan trọng nhất trong quy trình trên? Tại sao?

- 28) So sánh phương pháp nghiên cứu tại bàn và nghiên cứu tại hiện trường?
- 29) Dữ liệu thứ cấp là gì?
- 30) Ưu và nhược điểm của dữ liệu thứ cấp?
- 31) Dữ liệu sơ cấp là gì?
- 32) Liệt kê các phương pháp thu thập dữ liệu sơ cấp?
- 33) Ưu và nhược điểm của dữ liệu sơ cấp?
- 34) Phân biệt nguồn dữ liệu bên trong và bên ngoài doanh nghiệp, nguồn dữ liệu thứ cấp và sơ cấp?
- 35) Các nguồn thu thập dữ liệu thứ cấp trong nghiên cứu thị trường?
- 36) Phân khúc thị trường là gì?
- 37) Vì sao cần phải phân khúc thị trường?
- 38) Mục tiêu của phân khúc thị trường?
- 39) Liệt kê các tiêu thức phân khúc thị trường tiêu dùng? Chọn một tiêu thức để phân tích?
- 40) Thị trường mục tiêu là gì? Yêu cầu đối với thị trường mục tiêu?
- 41) Trình bày các căn cứ và các phương án để lựa chọn thị trường mục tiêu?

#### **Chương 4: CÁC PHƯƠNG THỨC THÂM NHẬP THỊ TRƯỜNG QUỐC TẾ**

- 42) Trình bày những yếu tố ảnh hưởng khi lựa chọn phương thức thâm nhập thị trường quốc tế?
- 43) Các loại phương thức thâm nhập thị trường quốc tế?
- 44) Các cách tổ chức ở trong nước khi xuất khẩu trực tiếp?
- 45) Các cách tổ chức ở nước ngoài khi xuất khẩu trực tiếp?
- 46) Phân biệt đại lý và nhà phân phối ở nước ngoài?
- 47) Trình bày các phương thức thâm nhập không thông qua xuất khẩu?
- 48) So sánh các loại phương thức thâm nhập thị trường từ thị trường trong nước, từ thị trường nước ngoài và từ vùng thương mại tự do?
- 49) Trình bày phương thức thâm nhập thị trường thông qua xuất khẩu?
- 50) Phân biệt cấp giấy phép và nhượng quyền thương mại? Cho ví dụ cụ thể về hai phương thức trên?
- 51) Liệt kê các phương thức thâm nhập thị trường thế giới?
- 52) Trình bày phương thức thâm nhập thị trường thông qua liên doanh?
- 53) Trình bày các qui tắc lựa chọn phương thức thâm nhập thị trường?

#### **Chương 5: CHIẾN LƯỢC SẢN PHẨM QUỐC TẾ**

- 54) Trình bày các giai đoạn của vòng đời sản phẩm quốc tế?
- 55) Trình bày các quyết định trong chiến lược phát triển sản phẩm?
- 56) Trình bày các cách để có sản phẩm mới? Ưu, nhược điểm của mỗi cách?
- 57) Trình bày các bước phát triển sản phẩm mới?
- 58) Phân biệt chiến lược tiêu chuẩn hóa và thích nghi hóa sản phẩm? Tại sao phải thích nghi hóa sản phẩm?
- 59) Trình bày chiến lược thích nghi hóa sản phẩm? Các hình thức thích nghi hóa sản phẩm? Cho ví dụ?

- 60)Nêu những căn cứ để lựa chọn chiến lược tiêu chuẩn hóa hay thích nghi hóa sản phẩm?
- 61)Trình bày các chức năng của bao bì?
- 62)Trình bày yêu cầu VIEW đối với bao bì?
- 63)Ưu nhược điểm của chiến lược tiêu chuẩn hóa bao bì?
- 64)Nội dung của thích nghi hóa bao bì?
- 65)Những lưu ý khi thiết kế nhãn hiệu quốc tế?
- 66)Phân biệt chiến lược nhãn hiệu gia đình, nhãn hiệu riêng lẻ và đa nhãn hiệu? Cho ví dụ?
- 67)Định vị sản phẩm là gì? Các cách định vị sản phẩm?

### **Chương 6: CHIẾN LƯỢC GIÁ**

- 68)Nêu những lỗi thông thường trong định giá?
- 69)Trình bày các nhân tố bên trong ảnh hưởng đến quyết định giá?
- 70)Trình bày các yếu tố bên ngoài ảnh hưởng đến quyết định giá?
- 71)Trình bày các chiến lược định giá trung bình?
- 72)Trình bày các chiến lược định giá cao?
- 73)Trình bày các chiến lược định giá thấp?
- 74)Nguyên tắc của chiến lược định giá chuyển giao? Cho ví dụ?
- 75)Trình bày quy trình thiết lập chiến lược giá?
- 76)Nêu những nội dung trong bước qui định mức giá?
- 77)Trình bày các loại giảm giá trong chiến lược định giá?

### **Chương 7: CHIẾN LƯỢC PHÂN PHỐI QUỐC TẾ**

- 78)Trình bày những yếu tố ảnh hưởng đến chiến lược phân phối quốc tế?
- 79)Những yêu cầu về địa điểm phân phối trong chiến lược phân phối?
- 80)Trình bày các loại kênh phân phối sản phẩm nội địa và sản phẩm xuất khẩu?
- 81)Trình bày nội dung của quản trị hệ thống phân phối?
- 82)Trình bày nội dung phân phối vật chất của sản phẩm xuất khẩu?
- 83)Những dịch vụ của người giao nhận trong hoạt động phân phối quốc tế?
- 84)Tác dụng của bao bì trong hoạt động phân phối quốc tế?
- 85)Những yêu cầu cần xem xét khi lựa chọn bao bì trong phân phối quốc tế?

### **Chương 8: CHIẾN LƯỢC XÚC TIẾN QUỐC TẾ**

- 86)Trình bày những rào cản đối với hoạt động xúc tiến quốc tế?
- 87)Trình bày những yếu tố ảnh hưởng đến chiến lược xúc tiến quốc tế?
- 88)Khái niệm và mục đích chiến lược xúc tiến?
- 89)Phân biệt chiến lược kéo và chiến lược đẩy? Cho ví dụ?
- 90)Nêu các hình thức xúc tiến? Trình bày nội dung một hình thức bất kì?
- 91)Quảng cáo là gì? Mục đích của quảng cáo?
- 92)Yêu cầu đối với thông điệp quảng cáo?
- 93)Các phương tiện quảng cáo? Ưu nhược điểm của từng phương tiện?
- 94)Quan hệ công chúng là gì? Trình bày các công cụ của quan hệ công chúng? Cho ví dụ cụ thể?

- 95) Phân biệt quảng cáo và quan hệ công chúng?
- 96) Khuyến mại là gì? Các công cụ của khuyến mại?
- 97) Hội chợ và triển lãm thương mại là gì?
- 98) Thuận lợi và khó khăn khi tham gia hội chợ triển lãm thương mại quốc tế?
- 99) Bán hàng cá nhân là gì? Chức năng của bán hàng cá nhân?
- 100) Marketing trực tiếp là gì? Cho ví dụ?
- 101) Đánh giá các hình thức xúc tiến quốc tế: quảng cáo, quan hệ công chúng, hội chợ triển lãm, bán hàng cá nhân?
- 102) Trình bày mô hình 5M để lập chương trình xúc tiến quốc tế?