

Hello



UP team

Welcome
to
UP's show





rung
chuông
vàng

Luật chơi:

- **Mỗi bàn** sẽ là một đội chơi
- Trả lời lần lượt **15** câu hỏi: sai sẽ bị loại, đúng được đi tiếp
- Thắng cuộc: đội trả lời tới câu hỏi cuối cùng
- **Cứu trợ:**
 - Cô sẽ tham gia một trò chơi nhỏ khi quá nhiều đội bị loại.
 - Khi chỉ còn lại 1 đội duy nhất, đội đó sẽ có quyền hỏi khan giả. Đội chơi chỉ được dùng quyền cứu trợ **1 lần duy nhất**, vì vậy, đội chơi cần suy nghĩ kỹ lưỡng thời điểm mình muốn cứu trợ.



LET'S
START

Câu 1:

Một quảng cáo bị coi là vô đạo đức khi:

- A - Lôi kéo, nài ép, dụ dỗ người tiêu dùng ràng buộc với sản phẩm của nhà sản xuất bằng những thủ đoạn tinh vi.
- B - Quảng cáo phóng đại, thổi phồng sản phẩm quá mức.
- C - Quảng cáo có hình thức khó coi, phi thị hiếu: làm mất đi vẻ đẹp ngôn ngữ, làm biến dạng cảnh quan thiên nhiên.
- D - Tất cả các ý trên.

START

00

Câu 1:

Một quảng cáo bị coi là vô đạo đức khi:

- A - Lôi kéo, nài ép, dụ dỗ người tiêu dùng ràng buộc với sản phẩm của nhà sản xuất bằng những thủ đoạn tinh vi.
- B - Quảng cáo phóng đại, thổi phồng sản phẩm quá mức.
- C - Quảng cáo có hình thức khó coi, phi thị hiếu: làm mất đi vẻ đẹp ngôn ngữ, làm biến dạng cảnh quan thiên nhiên.
- D - Tất cả các ý trên.**

Câu 2:

**Có mấy biểu hiện của văn hóa trong
kinh doanh?**

A - 3

B - 4

C - 5

D - 6

START

00

Câu 2:

**Có mấy biểu hiện của văn hóa trong
kinh doanh?**

A - 3

(triết lý kinh doanh

B - 4

đạo đức kinh doanh

C - 5

văn hóa doanh nhân

D - 6

văn hóa doanh nghiệp

văn hóa ứng xử trong kinh doanh)

Câu 3:

**“Tạo điều kiện cho nhân viên thoải mái như ở nhà”
là biểu hiện nào của văn hóa trong nội bộ DN?**

- A - Cấp trên đối với cấp dưới
- B - Cấp dưới đối với cấp trên
- C - Giữa các đồng nghiệp
- D - Ứng xử với công việc

START

00

Câu 3:

**“Tạo điều kiện cho nhân viên thoải mái như ở nhà”
là biểu hiện nào của văn hóa trong nội bộ DN?**

A - Cấp trên đối với cấp dưới

B - Cấp dưới đối với cấp trên

C - Giữa các đồng nghiệp

D - Ứng xử với công việc

Câu 4:

Lưu ý khi đàm thoại với người Pháp?

- A - Chỉ nên đưa ra ý kiến của mình về vấn đề mình thông thạo
- B - Bàn luận về vấn đề chính trị
- C - Tránh việc biến cuộc trò chuyện thành cuộc tranh luận
- D - Không nên đề cập đến các vấn đề xã hội như ăn uống âm nhạc nghệ thuật

START

00

Câu 4:

Lưu ý khi đàm thoại với người Pháp?

A - Chỉ nên đưa ra ý kiến của mình về vấn đề mình thông thạo

B - Bàn luận về vấn đề chính trị

C - Tránh việc biến cuộc trò chuyện thành cuộc tranh luận

D - Không nên đề cập đến các vấn đề xã hội như ăn uống âm nhạc nghệ thuật

Câu 5:

Trở ngại lớn nhất cần phải vượt qua đối với bất cứ 1 chương trình tiếp thị nào là gì?

A row of seven empty yellow rectangular boxes, likely for inputting the answer to the question.

START

00

Câu 5:

Trở ngại lớn nhất cần phải vượt qua đối với bất cứ 1 chương trình tiếp thị nào là gì?

N G Ô N N G Ữ

Câu 6:

Xây dựng triết lý kinh doanh gồm:

A - Đức kết từ kinh nghiệm trong sản xuất kinh doanh, những nét văn hóa chung và đặc thù, những chuẩn mực về đạo đức kinh doanh, tư tưởng và hành vi trong tổ chức...

B - Bài hát, bản tuyên ngôn, phát biểu hội nghị, đại hội cổ đông...

C - Đức kết từ kinh nghiệm trong sản xuất kinh doanh, những chuẩn mực về đạo đức kinh doanh.

D - Câu A, B đúng

START

00

Câu 6:

Xây dựng triết lý kinh doanh gồm:

A - Đức kết từ kinh nghiệm trong sản xuất kinh doanh, những nét văn hóa chung và đặc thù, những chuẩn mực về đạo đức kinh doanh, tư tưởng và hành vi trong tổ chức...

B - Bài hát, bản tuyên ngôn, phát biểu hội nghị, đại hội cổ đông...

C - Đức kết từ kinh nghiệm trong sản xuất kinh doanh, những chuẩn mực về đạo đức kinh doanh.

D - Câu A, B đúng

Câu 7:

**Văn hoá nào coi trọng tình cảm, quan hệ
trong đàm phán thay vì các yếu tố
khách quan?**

START

00

Câu 7:

**Văn hoá nào coi trọng tình cảm, quan hệ
trong đàm phán thay vì các yếu tố
khách quan?**

Văn hóa phương Đông

Câu 8:

START

00

Quảng cáo cần phải được đánh giá trên cơ sở _ _ _ trong việc ra quyết định lựa chọn của người tiêu dùng và đặc biệt phải phù hợp với môi trường _ _ _ _ mà người tiêu dùng đang hòa nhập.

Câu 8:

Quảng cáo cần phải được đánh giá trên cơ sở _
_ _ trong việc ra quyết định lựa chọn của
người tiêu dùng và đặc biệt phải phù hợp với
môi trường _ _ _ _ mà người tiêu dùng đang
hòa nhập.

Quyền tự do

Văn hóa xã hội

Câu 9:

Nước nào sau đây được coi là nước có phong cách đàm phán nhẹ nhàng và lịch sự nhất?

A - Trung Quốc

B - Hàn Quốc

C - Nhật Bản

D - Việt Nam.

START

00

Câu 9:

Nước nào sau đây được coi là nước có phong cách đàm phán nhẹ nhàng và lịch sự nhất?

A - Trung Quốc

B - Hàn Quốc

C - Nhật Bản

D - Việt Nam.

Câu 10:

Đâu không phải là nguyên tắc xây dựng lòng trung thành của khách hàng?

A - Nguyên tắc 80/20 Nguyên tắc này có nghĩa là 80% doanh thu của công ty là từ 20% khách hàng của mình

B - Luôn để tâm đến những ý kiến khách hàng

C - Lưu trữ dữ liệu trong một cơ sở dữ liệu tập trung

D - Sử dụng một kênh để phục vụ khách hàng

START

00

Câu 10:

Đâu không phải là nguyên tắc xây dựng lòng trung thành của khách hàng?

A - Nguyên tắc 80/20 Nguyên tắc này có nghĩa là 80% doanh thu của công ty là từ 20% khách hàng của mình

B - Luôn để tâm đến những ý kiến khách hàng

C - Lưu trữ dữ liệu trong một cơ sở dữ liệu tập trung

D - Sử dụng một kênh để phục vụ khách hàng

Câu 11:

Khi tặng quà cho người Đức cần tránh tặng thứ gì?

A - Áo sơ mi

B - Bia, rượu

C - Giày

D - Khăn quàng

START

00

Câu 11:

Khi tặng quà cho người Đức cần tránh tặng thứ gì?

A - Áo sơ mi

B - Bia, rượu

C - Giày

D - Khăn quàng

Câu 12:

**Yếu tố nào sau đây ảnh hưởng tới quá trình
đàm phán đa quốc gia?**

A - Ngôn ngữ

B - Quan niệm giá trị

C - Tư duy

D - Cả 3 phương án trên

START

00

Câu 12:

**Yếu tố nào sau đây ảnh hưởng tới quá trình
đàm phán đa quốc gia?**

A - Ngôn ngữ

B - Quan niệm giá trị

C - Tư duy

D - Cả 3 phương án trên

Câu 13:

Phương tiện gì là 1 trong những cách hữu hiệu nhất đc sử dụng trong marketing?



START

00

Câu 13:

Phương tiện gì là 1 trong những cách hữu hiệu nhất đc sử dụng trong marketing?

I N T E R N E T

Câu 14:

Các yêu cầu về văn hoá trong marketing truyền thông?

STA
RT

00

- | | |
|-------------------------|---|
| A, Thông tin quảng cáo | (1) thể hiện cạnh tranh lành mạnh, không so sánh hạ bệ đối thủ, |
| B, Nội dung quảng cáo | không đưa ra những thông tin gây thất thiệt, ảnh hưởng đến |
| C, Hoạt động quảng cáo | đối thủ |
| D, Quảng cáo không | (2) chứa đựng những nội dung giáo dục, thể hiện nét đẹp, văn |
| chỉ truyền tải mục đích | hóa Việt Nam |
| giới thiệu sản phẩm | (3) phù hợp, hình ảnh trong sáng, hợp thuần phong mỹ tục và |
| mà còn | phù hợp với đối tượng sản phẩm hướng tới. |
| | (4) chính xác, đúng sự thật với sản phẩm, không lừa dối người |

Câu 14:

Các yêu cầu về văn hoá trong marketing truyền thông?

- A - (4):** Thông tin quảng cáo chính xác, đúng sự thật với sản phẩm, không lừa dối người tiêu dùng.
- B - (3):** Nội dung quảng cáo phù hợp, hình ảnh trong sáng, hợp thuần phong mỹ tục và phù hợp với đối tượng sản phẩm hướng tới.
- C - (1):** Hoạt động quảng cáo thể hiện cạnh tranh lành mạnh, không so sánh hạ bệ đối thủ, không đưa ra những thông tin gây thất thiệt, ảnh hưởng đến đối thủ.
- D - (2):** Quảng cáo không chỉ truyền tải mục đích giới thiệu sản phẩm mà còn chứa

Câu 15:

**Theo Điều 7, Luật Quảng cáo năm 2012, có
bao nhiêu sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ
bị cấm quảng cáo:**

A - 6

B - 7

C - 8

D - 9

START

00

Câu 15:

Theo Điều 7, Luật Quảng cáo năm 2012, có bao nhiêu sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ bị Nhà nước cấm quảng cáo:

A - 6

Điều 7. Sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ cấm quảng cáo

1. Hàng hóa, dịch vụ cấm kinh doanh theo quy định của pháp luật.

2. Thuốc lá.

B - 7

3. Rượu có nồng độ cồn từ 15 độ trở lên.

4. Sản phẩm sữa thay thế sữa mẹ dùng cho trẻ dưới 24 tháng tuổi, sản phẩm dinh dưỡng bổ sung dùng cho trẻ dưới 06 tháng tuổi; bình bú và vú ngậm nhân tạo.

C - 8

5. Thuốc kê đơn; thuốc không kê đơn nhưng được cơ quan nhà nước có thẩm quyền khuyến cáo hạn chế sử dụng hoặc sử dụng có sự giám sát của thầy thuốc.

6. Các loại sản phẩm, hàng hóa có tính chất kích dục.

D - 9

7. Súng săn và đạn súng săn, vũ khí thể thao và các loại sản phẩm, hàng hóa có tính chất kích động bạo lực.

8. Các sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ cấm quảng cáo khác do Chính phủ quy định khi có phát sinh trên thực tế.



Congrats

Thank you!