CÂU HỎI TRẮC NGHIỆM QUẢN TRỊ KINH DOANH DƯỢC PHẨM

1. Chiến lược giá nào áp dụng cho sản phẩm của doanh nghiệp có năng lực cạnh tranh ở vị thế tấn công, đang chiếm thị phần lớn?

A. Chiến lược giá hớt váng

B. Chiến lược giá ảo

C. Chiến lược giá ngự trị

D. Chiến lược giá linh hoạt

2. Luật doanh nghiệp hiện hành là?

A. Luật doanh nghiệp 68/QH13/2014

B. Luật doanh nghiệp 68/2014/QH13

C. Luật doanh nghiệp 68/2013/QH14

D. Luật doanh nghiệp 68/QH14/2013

3. Nhược điểm của chiến lược giá hớt váng là?

A. Lợi nhuận của doanh nghiệp bị ảnh hưởng

B. Dễ gặp phải đối thủ cạnh tranh nhảy vào thị trường với mức giá thấp hơn

C. Đưa tới sự không hài lòng cho một bộ phận khách hàng.

D. Tạo được sự hài lòng cho khách hàng

4. Marketing 4P bao gồm?

A. Thị trường, sản phẩm, quảng cáo, phân phối

B. Sản phẩm, giá, khuyến mãi, xúc tiến và hỗ trợ kinh doanh

C. Sản phẩm, giá , phân phối, xúc tiến và hỗ trợ kinh doanh

D. Nhu cầu, sản phẩm, giá, bán hàng.

5. Đặc điểm của marketing dược?

A. Đúng thuốc, đúng biệt dược, đúng giá, đúng nơi, đúng số lượng

B. Đúng thuốc, đúng số lượng, đúng nơi, đúng giá, đúng lúc

C. Đúng số lượng, đúng địa chỉ, đúng người bệnh, đúng người bán

D. Đúng lúc, đúng nơi, đúng chất lượng, đúng nhu cầu, đúng người bệnh.