|  |  |
| --- | --- |
| SỞ GDĐT KON TUM**TRƯỜNG THPT DUY TÂN**ĐỀ CHÍNH THỨC*(Đề kiểm tra có 4 trang)* | **KIỂM TRA, ĐÁNH GIÁ CUỐI KÌ I, NĂM 2024-2025****Môn: GDKT & PL, Lớp: 11***Thời gian làm bài:45 phút, không kể thời gian phát đề* |

*Họ, tên học sinh:…………………………………*

**Mã đề: 112**

*Số báo danh:………………..…….………………*

**PHẦN I. Câu trắc nghiệm nhiều phương án lựa chọn**. Học sinh trả lời từ câu 1 đến câu 24 Mỗi câu hỏi học sinh chỉ chọn một phương án.

**Câu 1:** Việc giải quyết tốt quan hệ giữa thị trường việc làm và thị trường lao động sẽ góp phần

 **A.** giảm số lượng việc làm, gia tăng thất nghiệp

 **B.** gia tăng số lượng việc làm,giảm thất nghiệp

 **C**. gia tăng số lượng việc làm, gia tăng thấp nghiệp

 **D.** giảm số lượng việc làm, giảm thất nghiệp

**Câu 2.** Cung là lượng hàng hóa, dịch vụ mà nhà cung cấp sẵn sàng đáp ứng cho nhu cầu của thị trường với mức giá được xác định trong khoảng thời gian nhất định được gọi là

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  **A.** độc quyền. |  **B.** cầu. |  **C.** sản xuất |  **D.** cung |

**Câu 3.** Đọc trường hợp dưới đây và trả lời câu hỏi:

***Trường hợp.*** Biết tin công ty đối thủ đang gây ra tai tiếng vì chất lượng sản phẩm không đảm bảo, chị M tận dụng cơ hội để mở rộng thị phần.

**Câu hỏi:**Theo em, việc làm trên thể hiện năng lực gì của chị M?

|  |  |
| --- | --- |
|  **A.** Năng lực tổ chức, lãnh đạo. |  **B.** Năng lực nắm bắt cơ hội. |
|  **C.** Năng lực thiết lập quan hệ. |  **D.** Năng lực giao tiếp, hợp tác. |

**Câu 4.** Nội dung nào sau đâyphản ánh đúng lợi thế nội tại giúp hình thành ý tưởng kinh doanh?

 **A.** Nhu cầu sản phẩm trên thị trường.

 **B.** Lợi thế về nguồn cung ứng sản phẩm.

 **C.** Chính sách vĩ mô của nhà nước.

 **D.** Đam mê, hiểu biết của chủ thể kinh doanh.

**Câu 5.** Khi khả năng tạo việc làm lớn hơn khả năng cung ứng lao động sẽ dẫn đến tới tình trạng nào?

|  |  |
| --- | --- |
|  **A.** Cả hai phương án A, B đều đúng. |  **B.** Gia tăng tình trạng thất nghiệp. |
|  **C.** Cả hai phương án A, B đều sai. |  **D.** Thiếu hụt lực lượng lao động. |

**Câu 6:** Ý tưởng kinh doanh là những suy nghĩ, hành động sáng tạo, có tính khả thi, có thể đem lại lợi nhuận trong

**A.** học tập. **B.** công tác. **C.** Kinh doanh D. xã hội..

**Câu 7.** Đạo đức kinh doanh được hiểu là

 **A.** yêu cầu cần có về kiến thức – kĩ năng – thái độ và năng lực của mỗi công dân trong xã hội.

 **B.** những chuẩn mực đạo đức cơ bản được biểu hiện cụ thể trong các lĩnh vực kinh doanh.

 **C.** trách nhiệm của công dân đối với sự phát triển kinh tế - chính trị - xã hội của đất nước.

 **D.** tập hợp các nguyên tắc, chuẩn mực đạo đức mà bất kì cá nhân nào trong xã hội cũng có.

**Câu 8.** Nội dung nào sau đây **không**phải là biểu hiện của đạo đức kinh doanh trong mối quan hệ giữa chủ thể sản xuất với khách hàng?

 **A.** Trung thực, trách nhiệm trong kinh doanh.

 **B.** Đảm bảo lợi ích chính đáng cho người lao động.

 **C.** Giữ chữ tín, thực hiện đúng nghĩa vụ và cam kết.

 **D.** Không sản xuất, kinh doanh hàng giả, kém chất lượng.

**Câu 9.** Những suy nghĩ, hành động sáng tạo, có tính khả thi, có thể đem lại lợi nhuận trong kinh doanh được gọi là

|  |  |
| --- | --- |
|  **A.** lợi thế nội tại. |  **B.** Cơ hội kinh doanh. |
|  **C.** Cơ hội bên ngoài. |  **D.** Ý tưởng kinh doanh. |

**Câu 10.** Điền cụm từ thích hợp vào chỗ trống (….) trong khái niệm sau đây: “….. là hoạt động lao động tạo ra thu nhập và không bị pháp luật cấm”.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  **A.** Làm việc. |  **B.** Việc làm. |  **C.** Khởi nghiệp. |  **D.** Lao động. |

**Câu 11.** Sự tăng mức giá chung các hàng hóa, dịch vụ của nền kinh tế (thường tính bằng chỉ số giá tiêu dùng CPI) một cách liên tục trong một thời gian nhất định được gọi là

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  **A.** suy thoái. |  **B.** lạm phát. |  **C.** tăng trưởng. |  **D.** khủng hoảng. |

**Câu 12.** Thị trường lao động và thị trường việc làm có mối quan hệ như thế nào?

 **A.** Tác động qua lại chặt chẽ với nhau.

 **B.** Tồn tại độc lập, không có mối liên hệ gì.

 **C.** Tác động một chiều từ phía thị trường lao động.

 **D.** Tác động một chiều từ phía thị trường việc làm.

**Câu 13.** Nhận định nào dưới đây là **sai** khi nói về một ý tưởng kinh doanh tốt?

|  |  |
| --- | --- |
|  **A.** Có tính vượt trội. |  **B.** Có tính mới mẻ, độc đáo. |
|  **C.** Có lợi thế cạnh tranh. |  **D.** Không có tính khả thi. |

**Câu 14.** Nơi diễn ra sự thỏa thuận, xác lập hợp đồng làm việc giữa người lao động và người sử dụng lao động về việc làm, tiền lương và điều kiện làm việc được gọi là

|  |  |
| --- | --- |
|  **A.** trung tâm môi giới việc làm. |  **B.** thị trường lao động. |
|  **C.** thị trường việc làm. |  **D.** trung tâm giới thiệu việc làm. |

**Câu 15.** Một trong những biểu hiện của đạo đức kinh doanh trong mối quan hệ giữa chủ thể sản xuất với người lao động là

 **A.** không sản xuất, kinh doanh hàng giả, kém chất lượng.

 **B.** đối xử bình đẳng, công bằng với nhân viên.

 **C.** vừa hợp tác vừa cạnh tranh lành mạnh.

 **D.** tích cực thực hiện trách nhiệm với cộng đồng, xã hội.

**Câu 16.** Trong nền kinh tế thị trường, một trong những nguyên nhân dẫn đến hiện tượng cạnh tranh giữa các chủ thể kinh tế là do có sự khác nhau về

|  |  |
| --- | --- |
|  **A.** điều kiện sản xuất. |  **B.** chính sách hậu kiểm. |
|  **C.** chính sách đối ngoại. |  **D.** quan hệ gia đình. |

**Câu 17.** Những điều kiện, hoàn cảnh thuận lợi để chủ thể kinh tế thực hiện được mục tiêu kinh doanh (thu lợi nhuận) được gọi là

|  |  |
| --- | --- |
|  **A.** Lực lượng lao động. |  **B.** Năng lực quản trị. |
|  **C.** Cơ hội kinh doanh. |  **D.** Ý tưởng kinh doanh. |

**Câu 18.** Hành vi nào dưới đây là biểu hiện của đạo đức kinh doanh?

 **A.** Sản xuất, kinh doanh hàng giả, hàng kém chất lượng.

 **B.** Thực hiện đúng nghĩa vụ và cam kết với khách hàng.

 **C.** Phân biệt đối xử giữa lao động nam và lao động nữ.

 **D.** Trốn tránh việc thực hiện trách nhiệm với cộng đồng.

hiện hàng hóa bị lỗi, doanh nghiệp K chủ động tiến hành thu hồi sản phẩm.

**Câu 19.** Chủ thể nào dưới đây có hành vi vi phạm đạo đức kinh doanh?

 **A.** Chị T nhập hoa quả từ Trung Quốc về bán nhưng quảng cáo là hàng nhập khẩu từ Mĩ.

 **B.** Khi phát hiện hàng hóa bị lỗi, doanh nghiệp K chủ động tiến hành thu hồi sản phẩm.

 **C.** Cửa hàng X thường xuyên lấy ý kiến của khách hàng để cải thiện chất lượng dịch vụ.

 **D.** Doanh nghiệp P đóng bảo hiểm đầy đủ cho nhân viên theo đúng quy định pháp luật.

**Câu 20.** Có bao nhiêu loại lạm phát? Đó là những loại nào?

 **A.** Có 3 loại : lạm phát vừa phải, lạm phát phi mã, siêu lạm phát

 **B.** Có 3 loại : lạm phát nhẹ, lạm phát vừa, siêu lạm phát

 **C.** Có 2 loại : lạm phát nhẹ và siêu lạm phát

 **D.** Có 2 loại : lạm phát vừa phải, siêu lạm phát

**Câu 21.** Sự tranh đua giữa các chủ thể kinh tế nhằm có được những ưu thế trong sản xuất, tiêu thụ hàng hoá, qua đó thu được lợi ích tối đathể hiện nội dung của khái niệm nào dưới đây?

|  |  |
| --- | --- |
|  **A.** Cạnh tranh kinh tế. |  **B.** Đấu tranh. |
|  **C.** Kinh doanh. |  **D.** Sản xuất. |

**Câu 22.** Trong sản xuất và lưu thông hàng hóa, khi cung nhỏ hơn cầu, giá cả tăng, các doanh nghiệp thường

|  |  |
| --- | --- |
|  **A.** đồng loạt tuyển dụng công nhân. |  **B.** mở rộng quy mô sản xuất. |
|  **C.** thu hẹp quy mô sản xuất. |  **D.** đồng loạt tăng giá sản phẩm. |

**Đọc thông tin và trả lời các câu hỏi 23, 24:**

Theo Tổng cục Thống kê, năm 2021, lạm phát ở Việt Nam được kiểm soát ở mức thấp là 1,84%. Trong bối cảnh áp lực lạm phát toàn cầu ngày càng tăng cao, giá nguyên vật liệu đầu vào cho sản xuất, giá cước vận chuyển liên tục tăng nhưng chỉ số giá tiêu dùng (CPI) bình quân năm 2021 của Việt Nam chỉ tăng 1,84% so với năm trước.

**Câu 23.** Chỉ số 1,84% phản ánh điều gì?

|  |  |
| --- | --- |
|  **A.** Phần trăm tăng thêm. |  **B.** Lạm phát. |
|  **C.** Chỉ số tiêu dùng. |  **D.** Mức độ lạm phát. |

**Câu 24.** Nguyên nhân chủ yếu làm cho lạm phát toàn cầu tăng là

 **A.** giá nguyên liệu tăng.

 **B.** giá cước vận chuyển tăng.

 **C.** giá nguyên liệu đầu vào, chi phí sản xuất tăng.

 **D.** tăng theo áp lực của toàn cầu.

**PHẦN II. Câu trắc nghiệm đúng sai.** Học sinh trả lời từ câu 1 đến câu 4 Trong mỗi ý **a)**, **b)**, **c)**, **d)** ở mỗi câu, học sinh chọn đúng hoặc sai.

**Câu 1.** Đọc đoạn thông tin sau:

Những tháng cuối năm 2024, khi nhu cầu tiêu dùng các loại hàng hóa tăng cao, sức mua hàng hóa lớn. Doanh nghiệp X nhận thấy, việc người dân sử dụng các túi ni-lông, các loại chai nhựa rồi xả rác gây ô nhiễm môi trường, hơn nữa những loại rác này đều là những loại rác khó phân hủy. Chính vì vậy, chuỗi siêu thị, cửa hàng của doanh nghiệp X đã áp dụng miễn phí túi ni-lông sinh học thân thiện với môi trường, có thể tái sử dụng nhiều lần. Nhờ đó, hệ thống siêu thị, cửa hàng của doanh nghiệp X đã thu hút lượng lớn khách hàng tới mua sắm, vừa gia tăng doanh thu, gia tăng uy tín vừa bảo vệ môi trường.

 **a)** Doanh nghiệp X đã chủ động chiến lược kinh doanh, đón đầu nhu cầu, hướng tới sản xuất xanh, sạch, bền vững.

 **b)** Tiêu dùng xanh, sạch không phải là mục đích mà doanh nghiệp X hướng tới.

 **c)** Doanh nghiệp X đã tạo được ấn tượng, thiện cảm đối với người tiêu dùng.

 **d)** Doanh nghiệp X đã tạo ra sản phẩm, hàng hóa không phù hợp với truyền thống văn hóa dân tộc Việt Nam.

**Câu 2:** Đọc đoạn thông tin sau:

Theo Cục Quản lý giá, Tết Nguyên đán Giáp Thìn 2024 diễn ra vào thời điểm đầu tháng 2 dương lịch nên từ tháng 1 đến tuần đầu tháng 2 là cao điểm cho chuẩn bị hàng hóa phục vụ Tết, tình hình cung cầu thị trường diễn ra sôi động theo quy luật hằng năm. Thời điểm cận Tết, nhu cầu mua sắm phục vụ sản xuất, chế biến thực phẩm bán dịp Tết Nguyên đán cũng như dịch vụ ăn uống nhà hàng cuối năm tăng lên. Nhận thấy các nguyên liệu sản xuất bánh kẹo ngày càng đắt lên, để có thể thu được lợi nhuận và tránh thua lỗ trong sản xuất kinh doanh ông K- chủ doanh nghiệp đã tìm cách nhập các nguồn nguyên liệu giá rẻ.

 **a)** Nếu nguyên liệu đắt lên ông có thể tăng giá thành sản phẩm, chứ không nên sử dụng nguồn nguyên liệu kém chất lượng gây ảnh hưởng đến sức khỏe của người tiêu dùng.

 **b)** Ông K nên chọn một nguồn cung ứng có uy tín cho dù giá có rẻ hơn nhưng cũng sẽ không ai phát hiện ra hàng của anh nhập vào là kém chất lượng.

 **c**) Ông K nên thực hiện theo đúng như kế hoạch kinh doanh mà mình đề ra trước đó.

 **d**) Ông K có thể tìm cách tiết kiệm các chi phí trong sản xuất để có thể tăng thêm giá trị lợi nhuận trong kinh doanh khi nguồn nguyên liệu tăng.

**Câu 3:** Đọc đoạn thông tin sau:

Chị V có ý định tổ chức kinh doanh ở gần cổng trường trung học phổ thông. Nên chị đã đi tham quan, tìm hiểu một vài cửa hàng kinh doanh gần đó và quyết định sẽ áp dụng đúng mô hình kinh doanh bánh ngọt của nhà bác T vì thấy cửa hàng của bác T rất đông người mua mà không cần phải xây dựng ý tưởng kinh doanh riêng cho mình.

 **a)** Ý tưởng kinh doanh của chị V là ý tưởng kinh doanh đem lại lợi nhuận.

 **b)** Nguồn tạo ý tưởng là cơ hội bên ngoài.

 **c)** Chị V có năng lực sáng tạo.

 **d)** Chị V là người có năng lực kinh doanh.

**Câu 4.** Đọc đoạn thông tin sau:

Văn hóa tiêu dùng là điều kiện tiên quyết cho việc ra quyết định về chính sách sản phẩm của doanh nghiệp. Đầu tiên, thông qua việc tìm hiểu tâm lý, thị hiếu, mong muốn, thói quen của người tiêu dùng, doanh nghiệp sẽ tìm ra được những sản phẩm còn thiếu, chưa được đáp ứng trên thị trường. Văn hóa tiêu dùng tác động đến một số khía cạnh trong chính sách giá cả của doanh nghiệp. Khi định giá, tâm lý tiêu dùng tại mỗi thị trường khác nhau sẽ cho ta các cách định giá khác nhau đối với cùng một sản phẩm. Một chính sách phân phối hợp lý sẽ giúp cho hoạt động của doanh nghiệp an toàn hơn, tăng cường khả năng liên kết trong kinh doanh, giảm cạnh tranh và làm quá trình lưu thông hàng hóa nhanh, hiệu quả hơn. Chính sách phân phối phải thực hiện tiêu chí: đúng hàng - đúng nơi - đúng thời gian - đạt chi phí tối thiểu (right goods - right place - right time - minimum cost). Chính sách xúc tiến và hỗ trợ kinh doanh nhằm mục đích đẩy mạnh việc bán hàng, đưa sản phẩm và tên tuổi doanh nghiệp vào tâm trí người tiêu dùng, tạo lợi thế cạnh tranh cho doanh nghiệp. Văn hóa tiêu dùng chính là yếu tố cốt yếu giúp cho doanh nghiệp biết cách thức tạo ấn tượng và gây được thiện cảm với người tiêu dùng.

 **a)** Qua tình huống trên cho ta thấy, tiêu dùng là “đơn đặt hàng” của xã hội đối với sản xuất.

 **b)** Văn hóa tiêu dùng không có ý nghĩa gì đối với sự hình thành các chính sách của doanh nghiệp.

 **c)** Hoạt động tiêu dùng sẽ khó khăn hơn khi có chính sách phân phối hợp lý.

 **d)** Văn hóa tiêu dùng sẽ tác động đến việc định giá sản phẩm.

--- HẾT ---