

**MA TRẬN ĐỀ KIỂM TRA CUỐI KỲ I –
Môn: GDKT&PL 11
Năm học 2023-2024**

TT	Nội dung kiến thức	Mức độ nhận thức																Tổng				% Tổng điểm
		Nhận biết				Thông hiểu				Vận dụng				Vận dụng cao				Tổng				
		CH		Điểm		CH		Điểm		CH		Điểm		CH		Điểm		CH	Điểm			
		TN	TL	TN	TL	TN	TL	TN	TL	TN	TL	TN	TL	TN	TL	TN	TL	TN	TL			
1	Bài 1: Cạnh tranh trong nền kinh tế thị trường	1		0,25		1		0,25										2		0,5	0	10
2	Bài 2: Cung - cầu trong nền kinh tế thị trường	1		0,25		1		0,25										2		0,5	0	
3	Bài 3: Lạm phát	1		0,25		1		0,25										2		0,5	0	12,5
4	Bài 4: Thất nghiệp	2		0,5		1		0,25										3		0,75	0	
5	Bài 5: Thị trường lao động và việc làm	3		0,75		1		0,25										4		1	0	10

6	Bài 6: Ý tưởng, cơ hội kinh doanh và các năng lực cần thiết của người kinh doanh	4		1		3		0,75			1		2				7		1,75	2	37,5		
7	Bài 7: Đạo đức kinh doanh	3		0,75		3		0,75							1		1		6		1,5	1	25
8	Bài 8: Văn hoá tiêu dùng	1		0,25		1		0,25											2		0,5	0	5
Tổng		16	0	4	0	12	0	3	0	0	1	0	2	0	1	0	1	28	0	7	3	100	
Tỷ lệ %		40			30			20			10			28		10							

ĐẶC TẢ ĐỀ KIỂM TRA CUỐI KỲ I – GDKT&PL 11

TT	Chủ đề	Mạch kiến thức	Mức độ đánh giá	Các mức độ nhận thức							
				Nhận biết		Thông hiểu		Vận dụng		Vận dụng cao	
				TN	TL	TN	TL	TN	TL	TN	TL
1	Chủ đề 1: Cạnh tranh, cung cầu trong nền kinh tế thị trường	Bài 1: Cạnh tranh trong nền kinh tế thị trường	Nhận biết: - Nêu được: Khái niệm cạnh tranh Thông hiểu:	1	0	1	0	0	0	0	0

			<ul style="list-style-type: none"> - Giải thích được nguyên nhân dẫn đến cạnh tranh - Phân tích được: Vai trò của cạnh tranh trong nền kinh tế. <p>Vận dụng:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Phê phán những biểu hiện cạnh tranh không lành mạnh. <p>Vận dụng cao:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Phân tích được những biểu hiện tích cực và tiêu cực hoạt động sản xuất kinh doanh cụ thể. 								
2		Bài 2: Cung - cầu trong nền kinh tế thị trường	<p>Nhận biết:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nêu được: Khái niệm cung, cầu <p>Thông hiểu:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Trình bày được: Các nhân tố ảnh hưởng đến cung, cầu. - Phân tích được: Mối quan hệ và vai trò của quan hệ cung – cầu trong nền kinh tế. <p>Vận dụng:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Phê phán những biểu hiện vận dụng không đúng quan hệ cung cầu trong nền kinh tế <p>Vận dụng cao:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Phân tích được quan hệ cung - cầu trong hoạt động sản xuất kinh doanh cụ thể. 	1	0	1	0	0	0	0	0
3		Bài 3: Lạm	<p>Nhận biết:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nêu được: Khái niệm lạm phát, các loại hình lạm phát và thất nghiệp. - Nêu được vai trò của Nhà nước trong việc kiểm soát và kiềm chế lạm phát <p>Thông hiểu:</p>	1	0	1	0	0	0	0	0

	<p align="center">Chủ đề 2: Lạm phát, thất nghiệp</p>	<p>phát</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Mô tả được hậu quả của lạm phát đối với nền kinh tế và xã hội. - Giải thích được nguyên nhân dẫn đến lạm phát <p>Vận dụng:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ủng hộ những hành vi chấp hành và phê phán những hành vi vi phạm chủ trương, chính sách của Nhà nước trong việc kiểm soát và kiềm chế lạm phát. <p>Vận dụng cao:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Phân tích được ý nghĩa kinh tế cũng như xã hội của việc ban hành các chính sách vĩ mô nhằm kiểm soát và kiềm chế lạm phát. 								
<p align="center">4</p>		<p align="center">Bài 4: Thất nghiệp</p>	<p>Nhận biết:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nêu được: Khái niệm thất nghiệp. Các loại hình thất nghiệp. - Nêu được vai trò của Nhà nước trong việc kiểm soát và kiềm chế thất nghiệp. <p>Thông hiểu:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mô tả được hậu quả của thất nghiệp đối với nền kinh tế và xã hội. - Giải thích được nguyên nhân dẫn đến thất nghiệp. <p>Vận dụng:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ủng hộ những hành vi chấp hành và phê phán những hành vi vi phạm chủ trương, chính sách của Nhà nước trong việc kiểm soát và kiềm chế thất nghiệp. <p>Vận dụng cao:</p>	<p align="center">2</p>	<p align="center">0</p>	<p align="center">1</p>	<p align="center">0</p>	<p align="center">0</p>	<p align="center">0</p>	<p align="center">0</p>	<p align="center">0</p>

			- Phân tích được ý nghĩa kinh tế cũng như xã hội của việc ban hành các chính sách vĩ mô nhằm kiểm soát và kiểm chế thất nghiệp.									
5	Chủ đề 3: Thị trường lao động và việc làm	Bài 5: Thị trường lao động và việc làm	<p>Nhận biết:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nêu được: Khái niệm lao động. Khái niệm thị trường lao động. Khái niệm việc làm, khái niệm thị trường việc làm. <p>Thông hiểu:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Xác định được các yếu tố ảnh hưởng đến thị trường lao động và thị trường việc làm. - Xác định được mối quan hệ giữa thị trường lao động và thị trường việc làm. <p>Vận dụng:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nhận ra được xu hướng tuyển dụng lao động và việc làm của thị trường <p>Vận dụng cao:</p> <ul style="list-style-type: none"> Xác định được trách nhiệm hoàn thiện bản thân để tham gia thị trường lao động và lựa chọn được nghề nghiệp, việc làm phù hợp. 	3	0	1	0	0	0	0	0	0
6	Chủ đề 4: Ý tưởng, cơ hội kinh doanh và các năng lực cần thiết của người kinh doanh	Bài 6: Ý tưởng, cơ hội kinh doanh và các năng lực cần thiết của người kinh doanh	<p>Nhận biết:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nêu được: Ý tưởng kinh doanh là gì. Cơ hội kinh doanh là gì - Xác định được các nguồn giúp tạo ý tưởng kinh doanh. <p>Thông hiểu:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Giải thích được tại sao cần có ý tưởng kinh doanh. - Giải thích được tầm quan trọng của việc xây dựng ý tưởng kinh doanh và xác định các cơ hội kinh doanh 	4	0	3	0	0	1	0	0	0

			<p>Vận dụng:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Chỉ ra được các năng lực cần thiết của người kinh doanh. - Đánh giá các cơ hội kinh doanh. <p>Vận dụng cao:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Xây dựng được ý tưởng kinh doanh dưới dạng bài tập thực hành; phân tích được ý tưởng kinh doanh và năng lực kinh doanh của bản thân. 									
7	<p>Chủ đề 5: Đạo đức kinh doanh</p>	<p>Bài 7: Đạo đức kinh doanh</p>	<p>Nhận biết: Nêu được: Quan niệm về đạo đức kinh doanh. Vai trò của đạo đức kinh doanh.</p> <p>Thông hiểu:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Chỉ ra được các biểu hiện của đạo đức kinh doanh. <p>Vận dụng:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Phê phán được những biểu hiện vi phạm đạo đức kinh doanh. - Biết tìm tòi, học hỏi phẩm chất đạo đức của nhà kinh doanh. <p>Vận dụng cao</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vận động người thân trong gia đình thực hiện đạo đức kinh doanh. 	3	0	3	0	0	0	0	0	1
8	<p>Chủ đề 6: Bài 8: Văn hoá tiêu dùng</p>	<p>Bài 8: Văn hoá tiêu dùng</p>	<p>Nhận biết:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nêu được: Vai trò của văn hoá tiêu dùng đối với sự phát triển kinh tế - Khái niệm và vai trò của văn hoá tiêu dùng. <p>Thông hiểu:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mô tả được một số đặc điểm trong văn hoá tiêu dùng Việt Nam 	1	0	1	0	0	0	0	0	0

		<ul style="list-style-type: none"> - Trình bày được các biện pháp xây dựng văn hoá tiêu dùng. Vận dụng: - Phê phán được những biểu hiện không có văn hoá trong tiêu dùng. Vận dụng cao: - Thực hiện được các hành vi tiêu dùng có văn hoá. - Tuyên truyền, vận động bạn bè, người thân làm người tiêu dùng có văn hoá. 										
9	Tổng			16	0	12	0	0	1	0	1	

HƯỚNG DẪN ÔN TẬP KIỂM TRA CUỐI KÌ 1 NĂM HỌC 2023- 2024

Môn: GDKT&PL

Khối: 11

Giới hạn chương trình: Từ bài: 1 đến bài 8

A. HỆ THỐNG LÝ THUYẾT

BÀI 1. CẠNH TRANH TRONG NỀN KINH TẾ THỊ TRƯỜNG (3 tiết)

1. Khái niệm cạnh tranh

Khái niệm cạnh tranh: Cạnh tranh kinh tế là sự tranh đua giữa các chủ thể kinh tế nhằm có được những ưu thế trong sản xuất, tiêu thụ hàng hóa, qua đó thu được lợi ích tối đa.

2. Nguyên nhân dẫn đến cạnh tranh

- Cạnh tranh thường xuyên diễn ra do:

- + Nền kinh tế tồn tại nhiều chủ sở hữu, là những đơn vị kinh tế độc lập, tự do sản xuất, kinh doanh khiến nguồn cung trên thị trường tăng lên làm cho các chủ thể kinh doanh phải cạnh tranh, tìm cho mình những lợi thế để có chỗ đứng trên thị trường.
- + Trong cạnh tranh, các chủ thể kinh doanh buộc phải sử dụng các nguồn lực của mình một cách hiệu quả nhất. Mỗi chủ thể có điều kiện sản xuất khác nhau, tạo ra năng suất và chất lượng sản phẩm khác nhau, dẫn đến sự cạnh tranh về giá cả và chất lượng sản phẩm. Để giành lấy các điều kiện thuận lợi, tránh các rủi ro, bất lợi trong sản xuất, trao đổi hàng hóa thi cạnh tranh giữa các chủ thể kinh tế là điều tất yếu.

3. Vai trò cạnh tranh

- Cạnh tranh có vai trò tạo động lực cho sự phát triển: tạo môi trường để các chủ thể kinh tế luôn cạnh tranh với nhau, không ngừng ứng dụng kỹ thuật công nghệ, nâng cao trình độ người lao động, phân bổ linh hoạt các nguồn lực, hướng tới những điều kiện sản xuất tốt nhất nhằm thu được lợi nhuận cao nhất, nhờ đó thúc đẩy lực lượng sản xuất phát triển, không ngừng hoàn thiện nền kinh tế thị trường, thúc đẩy năng lực thỏa mãn nhu cầu của xã hội.

4. Cạnh tranh không lành mạnh

- Cạnh tranh không lành mạnh là những hành vi trái với quy định của pháp luật, các nguyên tắc thiện chí, trung thực, tập quán thương mại, các chuẩn mực khác trong kinh doanh như: chỉ dẫn gây nhầm lẫn, gièm pha, gây rối loạn doanh nghiệp khác, xâm phạm bí mật kinh doanh,... có thể gây thiệt hại đến quyền và lợi ích hợp pháp của doanh nghiệp khác hoặc người tiêu dùng, tổn hại đến môi trường kinh doanh, tác động xấu đến đời sống xã hội. động xấu đến đời sống xã hội.

- Do đó, những hành vi cạnh tranh không lành mạnh cần bị phê phán, lên án và ngăn chặn.

BÀI 2: CUNG - CẦU TRONG NỀN KINH TẾ THỊ TRƯỜNG (3 tiết)

1. Khái niệm cung và các nhân tố ảnh hưởng tới cung

- Cung là số 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.
- Lượng cung chịu ảnh hưởng bởi nhiều yếu tố:

- + Giá cả các yếu tố đầu vào để sản xuất ra hàng hóa, dịch vụ;
- + Kỳ vọng của chủ thể sản xuất kinh doanh;
- + Giá bán sản phẩm;
- + Số lượng người tham gia cung ứng,...

2. Cầu và các nhân tố ảnh hưởng tới cầu

- Cầu là lượng hàng hóa, dịch vụ mà người tiêu dùng sẵn sàng mua với một mức giá nhất định trong khoảng thời gian xác định. Lượng cầu chịu ảnh hưởng bởi nhiều nhân tố:

- Giá cả hàng hóa, dịch vụ;
- + Thu nhập, thị hiếu, sở thích của người tiêu dùng;
- + Giá cả những hàng hóa, dịch vụ thay thế;
- + Kỳ vọng, dự đoán của người tiêu dùng về hàng hóa, dịch vụ...

3. Mối quan hệ cung cầu và vai trò quan hệ cung cầu

a. Mối quan hệ cung - cầu

- Cung - cầu có mối quan hệ chặt chẽ, tác động, quy định lẫn nhau:
- + Cầu xác định khối lượng, cơ cấu của cung, ví như "đơn đặt hàng" của thị trường cho các nhà sản xuất, cung ứng.
- + Cung tác động đến cầu, kích thích cầu. Những hàng hóa, dịch vụ được cung ứng phù hợp với nhu cầu, thị hiếu người tiêu dùng sẽ được ưa thích khiến cho cầu về chúng tăng lên.

b. Vai trò quan hệ cung - cầu

Trong sản xuất và lưu thông hàng hóa, quan hệ cung - cầu có vai trò quan trọng đối với các chủ thể kinh tế:

- + Thứ nhất, vai trò đối với chủ thể sản xuất kinh doanh:
 - + Quan hệ cung - cầu là tác nhân trực tiếp khiến giá cả thường xuyên biến động trên thị trường: khi cung lớn hơn cầu sẽ dẫn đến giá giảm, khi cung nhỏ hơn cầu sẽ dẫn đến giá tăng; cung bằng cầu thì giá ổn định. Từ đó, ảnh hưởng trực tiếp đến kết quả sản xuất kinh doanh: có nhiều lợi nhuận khi bán giá cao, có thể thua lỗ khi bán giá thấp.
 - + Hiện trạng quan hệ cung - cầu là căn cứ để doanh nghiệp quyết định mở rộng hay thu hẹp sản xuất, kinh doanh: khi cung lớn hơn cầu, giá giảm thì thu hẹp sản xuất; khi cung nhỏ hơn cầu, giá tăng thì mở rộng sản xuất.
- Thứ hai, vai trò đối với chủ thể tiêu dùng: quan hệ cung - cầu là căn cứ giúp người tiêu dùng lựa chọn việc mua hàng hóa phù hợp: nên mua hàng hóa, dịch vụ khi cung lớn hơn cầu, giá giảm không nên mua hàng hóa, dịch vụ khi cung nhỏ hơn cầu, giá tăng.
- Thứ ba, vai trò đối với chủ thể nhà nước: giúp Nhà nước có cơ sở để đưa ra các biện pháp, chính sách để duy trì cân đối cung - cầu hợp lý, góp phần bình ổn thị trường.

-

BÀI 3: LẠM PHÁT (3 tiết)

1. Khái niệm và các loại lạm

phát a. Khái niệm lạm phát

Lạm phát là 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.

b. Các loại hình lạm phát

+ Lạm phát vừa phải: mức độ tăng của giá cả ở một con số hàng năm (0% - dưới 10%). Trong điều kiện lạm phát thấp, giá cả thay đổi chậm, nền kinh tế được coi là ổn định.

+ Lạm phát phi mã: mức độ tăng của giá cả ở hai con số trở lên hàng năm (10% - 1.000%), gây bất ổn nghiêm trọng trong nền kinh tế. Đồng tiền mất giá một cách nhanh chóng, lãi suất thực tế giảm, người dân tránh giữ tiền mặt.

+ Siêu lạm phát: giá cả tăng lên với tốc độ vượt xa mức lạm phát phi mã (>1.000%), nền kinh tế lâm vào khủng hoảng.

2. Nguyên nhân dẫn đến lạm phát

- Một số nguyên nhân cơ bản dẫn đến lạm phát:

+ Chi phí sản xuất tăng cao: việc tăng giá các yếu tố đầu vào của sản xuất (như: xăng, dầu, điện, nguyên liệu,...) đẩy chi phí sản xuất tăng cao khiến cho giá cả nhiều loại hàng hóa trên thị trường tăng gây lạm phát.

+ Cầu tăng cao do có yếu tố tác động làm tổng cầu tăng cao nhưng tổng cung không thay đổi dẫn đến mức giá chung tăng gây lạm phát

+ Phát hành thừa tiền trong lưu thông: khi lượng tiền phát hành vượt quá mức cần thiết làm xuất hiện tình trạng người giữ tiền sẵn sàng bỏ ra số tiền lớn hơn để mua một đơn vị hàng hóa, làm cho giá cả hàng hóa leo thang gây lạm phát.

3. Hậu quả lạm phát

- Lạm phát cao gây hậu quả tiêu cực đến hoạt động của nền kinh tế và mọi mặt đời sống xã hội:

+ Giá cả các yếu tố đầu vào sản xuất tăng cao khiến chi phí tăng, tác động trực tiếp đến việc giảm quy mô đầu tư, sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp làm cho kinh tế suy thoái và thất nghiệp gia tăng. Giá cả các hàng hóa không ngừng tăng dẫn đến tình trạng đầu cơ, tích trữ nhiều hàng hóa, tạo thêm sự khan hiếm, đẩy giá cả hàng hóa tiếp tục tăng gây nhiễu loạn thị trường.

+ Giá cả hàng hóa cao, chi phí sinh hoạt đắt đỏ làm cho mức sống của người dân trong xã hội giảm sút Bên cạnh đó, lạm phát cao thường khiến nhiều người mất việc làm, không có thu nhập, đời sống nhiều gia đình bấp bênh, gặp nhiều khó khăn. Lạm phát tăng cao, kéo dài có thể gây ra khủng hoảng kinh tế, chính trị, xã hội,

- Tuy nhiên, mức độ lạm phát vừa phải sẽ kích thích sản xuất kinh doanh phát triển.

4. Vai trò của Nhà nước trong kiểm soát và kiềm chế lạm phát

- Nhà nước có vai trò quan trọng trong việc kiểm soát và kiềm chế lạm phát:

+ Luôn theo dõi biến động giá cả trên thị trường, duy trì tỷ lệ lạm phát ở mức cho

phép.

+ Đưa ra chính sách, biện pháp, sử dụng các công cụ điều tiết để kiềm chế, đẩy lùi lạm phát như: thực hiện chính sách tiền tệ (tăng lãi suất, giảm mức cung tiền,...), thực hiện chính sách tài chính thắt chặt (cắt giảm chi tiêu công), hỗ trợ thu nhập cho người gặp khó khăn, tăng cường quản lý thị trường (chống đầu cơ tích trữ hàng hóa, sử dụng dự trữ quốc gia để bình ổn cung - cầu, bình ổn giá trên thị trường,...).

BÀI 4: THẤT NGHIỆP (3 tiết)

1. Khái niệm và các loại thất nghiệp

a. Khái niệm thất nghiệp

Thất nghiệp là tình trạng người lao động mong muốn có việc làm nhưng chưa tìm được việc làm

b. Các loại hình thất nghiệp

- Phân loại theo nguồn gốc thất nghiệp:

+ *Thất nghiệp tự nhiên*: biểu thị mức thất nghiệp bình thường mà nền kinh tế phải chịu, luôn tồn tại trong xã hội, bao gồm các dạng:

- Thất nghiệp tạm thời: thất nghiệp phát sinh do sự dịch chuyển không ngừng của người lao động giữa các vùng, các loại công việc hoặc giữa các giai đoạn khác nhau trong cuộc sống.

- Thất nghiệp cơ cấu: thất nghiệp gắn liền với sự biến động cơ cấu kinh tế và sự thay đổi của công nghệ dẫn đến yêu cầu lao động có trình độ cao hơn, lao động không đáp ứng yêu cầu sẽ bị đào thải.

+ *Thất nghiệp chu kỳ*: thất nghiệp tương ứng với từng giai đoạn trong chu kỳ kinh tế:

- Thất nghiệp chu kỳ ở mức cao khi nền kinh tế suy thoái;
- Thất nghiệp chu kỳ ở mức thấp khi kinh tế phát triển, mở rộng.

- Phân loại theo tính chất:

+ *Thất nghiệp tự nguyện*: xảy ra do người lao động không muốn làm việc do điều kiện làm việc và mức lương chưa phù hợp với họ.

+ *Thất nghiệp không tự nguyện*: xảy ra khi người lao động mong muốn đi làm nhưng không thể tìm kiếm được việc làm.

2. Nguyên nhân dẫn đến thất nghiệp

+ Nguyên nhân chủ quan: bị đuổi việc do vi phạm kỷ luật, tự thôi việc do không hài lòng với công việc đang có, do thiếu kỹ năng làm việc,...

+ Nguyên nhân khách quan: do cơ sở sản xuất kinh doanh đóng cửa, do sự mất cân đối giữa cung và cầu trên thị trường lao động.

3. Hậu quả thất nghiệp

- Thất nghiệp để lại những hậu quả nặng nề đối với mỗi cá nhân, với nền kinh tế và mọi mặt của đời sống xã hội:

+ *Đối với người bị thất nghiệp*: thất nghiệp ảnh hưởng đến thu nhập của người lao động, khiến cho đời sống của họ gặp nhiều khó khăn, ảnh hưởng đến kiến thức

chuyên môn, nghề nghiệp.

+ *Đối với doanh nghiệp*: thất nghiệp tăng cao dẫn đến nhu cầu xã hội bị giảm sút, hàng hóa và dịch vụ không có người tiêu dùng, cơ hội kinh doanh của doanh nghiệp giảm, nhiều doanh nghiệp phải thu hẹp sản xuất hoặc đóng cửa.

+ *Đối với nền kinh tế*: thất nghiệp tăng gây lãng phí nguồn lực, làm cho nền kinh tế rơi vào tình trạng suy thoái, tốc độ tăng trưởng kinh tế giảm, ngân sách nhà nước suy giảm,...

+ *Đối với chính trị - xã hội*: thất nghiệp gia tăng làm cho hiện tượng tiêu cực trong xã hội phát sinh nhiều, gây ra những xáo trộn trong xã hội, trật tự xã hội không ổn định, hiện tượng lãn công, bãi công, biểu tình,... tăng lên.

4. Vai trò của Nhà nước trong kiểm soát và kiểm chế thất nghiệp

- Trong nền kinh tế thị trường, Nhà nước đóng vai trò quan trọng trong việc kiểm soát và kiểm chế thất nghiệp:

+ Thường xuyên thông tin về tình hình thất nghiệp, từ đó dự báo, đồng thời đưa ra các giải pháp để kiểm soát và kiểm chế thất nghiệp.

+ Khi tỷ lệ thất nghiệp tăng cao, Nhà nước sử dụng nhiều giải pháp để kiểm soát và kiểm chế thất nghiệp như: Hoàn thiện thể chế về thị trường lao động, thực hiện đúng pháp luật về lao động; Khuyến khích các cơ sở hoạt động sản xuất kinh doanh mở rộng hoạt động sản xuất, chuyển đổi sản xuất để tạo thêm việc làm cho người lao động; Thực hiện chính sách an sinh xã hội, chính sách hỗ trợ các doanh nghiệp để giải quyết việc làm cho người lao động.

+ Ngoài ra, Nhà nước còn thường xuyên quan tâm đào tạo lao động trình độ cao, đa dạng hoá các loại hình trường lớp, hỗ trợ người lao động tự tạo việc làm.

1. Lao động và thị trường lao động

a. Khái niệm lao động

- Bộ luật Lao động năm 2019 quy định: Người lao động là người làm việc cho người sử dụng lao động theo thỏa thuận, được trả lương và chịu sự quản lý, điều hành, giám sát của người sử dụng lao động.

b. Thị trường lao động

- Thị trường lao động (hoặc thị trường sức lao động) là nơi thực hiện các quan hệ xã hội giữa người bán sức lao động (người lao động làm thuê) và người mua sức lao động (người sử dụng sức lao động), thông qua các hình thức thỏa thuận về giá cả (tiền công, tiền lương) và các điều kiện làm việc khác, trên cơ sở một hợp đồng lao động bằng văn bản, bằng miệng, hoặc thông qua các dạng hợp đồng hay thỏa thuận khác.

- Thị trường lao động được cấu thành bởi ba yếu tố: cung, cầu và giá cả sức lao động. Thị trường lao động có thể hoạt động hiệu quả khi các quyền tự do mua, bán sức lao động được đảm bảo bằng luật pháp và hệ thống các chính sách liên quan đến quyền, quyền lợi và nghĩa vụ của các bên tham gia thị trường.

2. Việc làm và thị trường việc làm

- Việc làm là hoạt động lao động tạo ra thu nhập và không bị pháp luật cấm, có ý nghĩa quan trọng đối với mỗi người, giúp duy trì và cải thiện cuộc sống. Mỗi người có thể làm nhiều việc khác nhau: có việc làm chính thức (việc làm toàn thời gian) hay việc làm không chính thức (việc làm bán thời gian).
- Thị trường việc làm là nơi gặp gỡ, trao đổi mua bán hàng hóa việc làm giữa người lao động và người sử dụng lao động cũng như xác định mức tiền công của người lao động trong từng thời kỳ nhất định.
- Thị trường việc làm kết nối cung - cầu lao động trên thị trường thông qua các phiên giao dịch việc làm, các trung tâm môi giới và giới thiệu việc làm, các thông tin tuyển dụng trên các phương tiện thông tin đại chúng.... để cung cấp thông tin cụ thể về doanh nghiệp, nhu cầu, mức lương tuyển dụng, giúp người lao động có thông tin, tiếp cận được đến các cơ sở có nhu cầu tuyển dụng để tìm kiếm được việc làm.

3. Mối quan hệ giữa thị trường lao động và thị trường việc làm

- Thị trường lao động và thị trường việc làm có mối quan hệ chặt chẽ với nhau.
- Thông qua các dịch vụ kết nối nhà tuyển dụng và người lao động, thị trường việc làm giúp người lao động tìm được chỗ làm phù hợp, người sử dụng lao động tìm được người thích hợp, giúp cho thị trường lao động nhanh chóng đạt đến trạng thái cân bằng cung - cầu lao động.

4. Xu hướng tuyển dụng lao động của thị trường

- Thị trường lao động ở Việt Nam đang nổi lên 4 xu hướng:
 - + Gia tăng số lượng lao động trên các nền tảng công nghệ;
 - + Chuyển dịch nghề nghiệp gắn với kỹ năng mềm;
 - + Lao động giản đơn sẽ trở nên yếu thế;
 - + Xu hướng lao động “phi chính thức” gia tăng.
- Xu hướng tuyển dụng trên thị trường lao động luôn gắn liền với chiến lược, chủ trương, chính sách phát triển kinh tế - xã hội của Đảng và Nhà nước cùng với những yêu cầu phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao.
- Bởi vậy, để có được việc làm phù hợp, học sinh cần trang bị cho mình những kiến thức cơ bản về nghề nghiệp, trau dồi các kỹ năng, nắm được xu hướng phát triển của thị trường lao động, tự đánh giá sở trường, nguyện vọng và điều kiện của bản thân để lựa chọn, định hướng nghề nghiệp.

Bài 6: Ý TƯỞNG CƠ HỘI KINH DOANH VÀ CÁC NĂNG LỰC CẦN THIẾT CỦA NGƯỜI KINH DOANH . (6 tiết)

1. Khái niệm và tầm quan trọng của việc xây dựng ý tưởng kinh doanh, các nguồn giúp tạo ý tưởng kinh doanh.

- **a, khái niệm và tầm quan trọng của việc xây dựng ý tưởng kinh doanh.** Ý tưởng kinh doanh là khái niệm trong lĩnh vực kinh doanh chỉ loại ý tưởng có tính sáng tạo, khả thi mang đến lợi nhuận trong hoạt động kinh doanh.

- Việc xây dựng ý tưởng kinh doanh rất cần thiết giúp người kinh doanh xác định được những vấn đề cơ bản của hoạt động sản xuất kinh doanh, kinh doanh mặt hàng ? kinh doanh như thế nào? Kinh doanh cho ai?

b, Nguồn giúp tạo ý tưởng kinh doanh.

- Lợi thế nội tại; xuất phát từ đam mê hiểu biết khả năng huy động các nguồn lực.. của chủ thể kinh doanh.
- Cơ hội bên ngoài; Bắt nguồn từ một nhu cầu mới chưa được đáp ứng, lợi thế cạnh tranh, thuận lợi về vị trí triển khai hay một chính sách vĩ mô...

2. Khái niệm cơ hội kinh doanh và tầm quan trọng của việc xác định, đánh giá các cơ hội kinh doanh.

- Cơ hội kinh doanh là việc xuất hiện những điều kiện và hoàn cảnh thuận lợi để thực hiện được mục tiêu kinh doanh cơ hội kinh doanh có thể xuất hiện từ bên ngoài nhưng cũng có khi do chính chủ thể kinh doanh chủ động tạo ra.
- Ý tưởng kinh doanh được xác định là cơ hội kinh doanh khi có tính bền vững đáp ứng được nhu cầu hiện tại và có thể duy trì sản phẩm lâu dài, có tính hấp dẫn khi đảm bảo mang lại lợi nhuận và có tính cơ hội khi thời điểm kinh doanh phù hợp.
- Chủ kinh doanh cần dựa trên 4 tiêu chí: điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức để đánh giá, khẳng định đây có phải cơ hội kinh doanh tốt, lấy đó làm cơ sở để xây dựng kế hoạch phát huy các điểm mạnh, khai thác cơ hội đồng thời khắc phục điểm yếu và vượt qua thử thách để kinh doanh thành công.

3. Các năng lực cần thiết của người kinh doanh.

Để thành công người kinh doanh cần có những năng lực cần thiết sau:

- Năng lực lãnh đạo ; Định hướng chiến lược, năng động, sáng tạo, nắm bắt, cơ hội kinh doanh.
- Năng lực quản lý; tổ chức thiết lập các mối quan hệ trong kinh doanh.
- Năng lực chuyên môn; Có kiến thức về chuyên môn ngành đang kinh doanh.
- Năng lực học tập; tích lũy kiến thức, rèn luyện kỹ năng.
-

Bài 7: ĐẠO ĐỨC KINH DOANH

1. Quan niệm và biểu hiện của đạo đức kinh doanh .

a, Quan niệm về đạo đức kinh doanh.

Đạo đức kinh doanh là tập hợp các nguyên tắc, chuẩn mực đạo đức cơ bản đượ biểu hiện cụ thể trong các lĩnh vực kinh doanh, có tác dụng điều chỉnh, đánh giá, hướng dẫn hành vi của các chủ thể trong kinh doanh.

b, Biểu hiện của đạo đức kinh doanh.

Đạo đức kinh doanh biểu hiện thông qua một số phẩm chất đạo đức trong kinh doanh:

- Trách nhiệm; hoàn thành tốt nhiệm vụ tạo giá trị cho doanh nghiệp , cho xã hội, tuân thủ pháp luật, tôn trọng thiên nhiên, bảo vệ môi trường.
- Trung thực; giữ chữ tín trong kinh doanh, công bằng, liêm chính.
- Nguyên tắc; thực hiện đúng quy định của đơn vị, đảm bảo bí mật
- Tôn trọng con người, tôn trọng bảo đảm quyền lợi của nhân viên, tôn trọng khách hàng, tôn trọng đối thủ cạnh tranh.
- Gắn kết lợi ích; gắn lợi ích của doanh nghiệp với lợi ích của khách hàng và xã hội.

2. Vai trò của đạo đức kinh doanh .

Thực hiện tốt đạo đức kinh doanh góp phần điều chỉnh hành vi của chủ thể kinh doanh theo hướng tích cực, nâng cao chất lượng và uy tính doanh nghiệp. làm hài lòng khách hàng, đồng thời tạo nên sự vững mạnh của nền kinh tế.

Bài 8: VĂN HÓA TIÊU DÙNG

1. Vai trò của tiêu dùng đối với sự phát triển kinh tế.

Tiêu dùng đượ ví như "đơn đặt hàng" của xã hội đối với sản xuất, là mục đích, động lực thúc đẩy sản xuất phát triển. Mỗi sự thay đổi của tiêu dung đều góp phần phát triển kinh tế nâng cao chất lượng đời sống nhân dân,

2. Khái niệm và vai trò của văn hóa tiêu dung.

a, Khái niệm văn hóa tiêu dung.

Văn hoá tiêu dùng là một bộ phận của văn hoá dân tộc, là những nét đẹp trong tập quán, thói quen tiêu dùng của cộng đồng và cả dân tộc đượ hình thành và phát triển theo thời gian, thể hiện các giá trị văn hoá của con người trong tiêu dung.

b, Vai trò văn hóa tiêu dùng

- Là cơ sở giúp cho các doanh nghiệp đưa ra chiến lược kinh doanh phù hợp, tạo đượ ấn tượng, thiện cảm đối với người tiêu dùng để đạt đượ hiệu quả trong sản xuất kinh doanh
- Là cơ sở duy trì tiêu dùng bền vững, góp phần tạo nên những sắc thái văn hoá ngày càng phong phú, đa dạng của cộng đồng, dân tộc.
- Với xã hội làm thay đổi phong cách tiêu dùng, góp phần hình thành tư duy chiến lược trên phạm vi rộng lớn, gắn bó chặt chẽ giữa phát triển sản xuất và tiêu dung

3. Đặc điểm văn hoá tiêu dùng Việt Nam

a. Đặc điểm văn hóa tiêu dùng Việt Nam.

- Vừa trân trọng kế thừa nét đẹp truyền thống vừa không ngừng đổi mới nỗ lực hoàn thiện để có thể hội nhập sâu hơn với văn hóa tiêu dùng toàn cầu.
- Gắn với yếu tố chất lượng, tiêu dùng xanh, tiêu dùng sạch, tiêu dùng thông minh ngày càng chiếm ưu thế.
- Có tính di động cao được hình thành trên cơ sở đa dạng về văn hóa song đều hướng theo trào lưu những giá trị mới.
- Đang dần được hình thành theo hướng tin tưởng đối với những hàng hóa trong nước thể hiện sự tôn vinh hàng Việt.

b. những biện pháp xây dựng văn hóa tiêu dùng

- Nhà nước cần có chủ trương, chính sách kinh tế, văn hoá phù hợp cho các doanh nghiệp phát triển sản xuất và thị trường trong nước, thực hiện triệt để Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.
- Các doanh nghiệp Việt Nam cần chủ động chiến lược sản xuất kinh doanh, đón đầu nhu cầu, thị hiếu tiêu dùng mới của người Việt Nam, hướng tới sản xuất sản phẩm bảo đảm các yếu tố xanh, sạch, bền vững phù hợp với xu hướng toàn cầu.
- Giáo dục nhân dân thay đổi nhận thức và hành động vì cộng đồng hướng tới những giá trị cốt lõi, bền vững. Phát huy lòng yêu nước, niềm tự hào và tự tôn dân tộc trong tiêu dùng để xây dựng văn hoá tiêu dùng hàng Việt. Xây dựng thói quen tiêu dùng thông minh, thân thiện với môi trường.

4. Thực hiện hành vi tiêu dùng có văn hóa.

- Để thực hiện văn hoá tiêu dùng, người tiêu dùng cần có kế hoạch chi tiêu, thực hiện tiêu dùng hợp lý, phù hợp với điều kiện cá nhân và xã hội.
- Thực hiện tiêu dùng thông minh, tiêu dùng xanh và sạch, tiêu dùng số, tiêu dùng có trách nhiệm, định hướng các nhà sản xuất tạo ra các sản phẩm phù hợp với truyền thống văn hoá dân tộc và bảo vệ được sức khoẻ của con người, bảo vệ được môi trường sống.
- Mỗi người tiêu dùng Việt Nam cần có trách nhiệm trong quá trình xây dựng văn hoá tiêu dùng của người Việt, hưởng ứng cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên hàng Việt Nam” nhằm bảo vệ bản sắc văn hoá dân tộc, đồng thời mở rộng giao lưu, quảng bá và tiếp thu tinh hoa văn hoá nhân loại

B. HỆ THỐNG CÂU HỎI TRẮC NGHIỆM, TỰ LUẬN THAM KHẢO **CÂU HỎI TRẮC NGHIỆM**

Bài 1: Cạnh tranh

- A. Câu 1. Sự tranh đua giữa các chủ thể kinh tế nhằm có được những ưu thế trong sản xuất tiêu thụ hàng hóa, qua đó thu được lợi ích tối đa được gọi là
- A. Cạnh tranh. B. Đâu tranh. C. Đồi đầu. D. Đồi kháng.

Câu 2. Nội dung nào sau đây không phản ánh đúng nguyên nhân dẫn đến cạnh tranh kinh tế?

- A. Tồn tại nhiều chủ sở hữu, là những đơn vị kinh tế độc lập, tự do sản xuất, kinh doanh.
- B. Sự tương đồng về chất lượng sản phẩm và điều kiện sản xuất giữa các chủ thể kinh tế.
- C. Các chủ thể kinh tế luôn giành giật những điều kiện thuận lợi để thu lợi nhuận cao nhất.
- D. Các chủ thể kinh tế có điều kiện sản xuất khác nhau, tạo ra chất lượng sản phẩm khác nhau.

Câu 3. Trong nền kinh tế thị trường, người tiêu dùng cũng luôn ganh đua với nhau để

A. giành giật những điều kiện thuận lợi trong sản xuất. B. được lợi ích từ hoạt động trao đổi trên thị trường.

C. mua được hàng hóa đắt hơn, chất lượng tốt hơn. D. mua được hàng hóa rẻ hơn, chất lượng tốt hơn.

Câu 4. Giành giật những điều kiện thuận lợi trong sản xuất và tiêu thụ hàng hóa nhằm thu được lợi nhuận cao nhất cho mình - đó là sự cạnh tranh giữa những chủ thể nào?

- A. Giữa các chủ thể sản xuất với nhau. B. Giữa người sản xuất và người tiêu dùng.
- C. Giữa người tiêu dùng với nhau. D. Tất cả các phương án trên đều đúng.

Câu 5. Nội dung nào sau đây không phải là vai trò của cạnh tranh trong nền kinh tế thị trường?

- A. Không đáp ứng được nhu cầu của người tiêu dùng và xã hội.
- B. Cạnh tranh là động lực thúc đẩy sản xuất kinh doanh phát triển.
- C. Người tiêu dùng được tiếp cận với hàng hóa, dịch vụ chất lượng tốt.
- D. Cạnh tranh trở thành động lực cho sự phát triển của nền kinh tế thị trường.

Câu 6. Cạnh tranh tạo điều kiện để người tiêu dùng được tiếp cận hàng hóa

- A. chất lượng tốt; phong phú về mẫu mã, chủng loại; giá cả hợp lý
- B. giá thành cao; đơn điệu về mẫu mã, chủng loại; chất lượng tốt.
- C. đơn điệu về mẫu mã; chủng loại, chất lượng kém; giá thành cao.
- D. chất lượng tốt, phong phú về mẫu mã, chủng loại; giá thành cao.

Câu 7. Những hành vi trái với quy định của pháp luật, các nguyên tắc thiện chí, trung thực, tập quán thương mại, các chuẩn mực khác trong kinh doanh; có thể gây thiệt hại đến quyền và lợi ích hợp pháp của doanh nghiệp khác hoặc người tiêu dùng, tổn hại đến môi trường kinh doanh, tác động xấu đến đời sống xã hội. động xấu đến đời sống xã hội được gọi là

A. Văn hóa tiêu dùng. B. Đạo đức kinh doanh. C. Cạnh tranh lành mạnh. D. Cạnh tranh không lành mạnh.

Câu 8. Cạnh tranh trong nền kinh tế thị trường nhằm mục đích nào dưới đây?

- A. Giành lợi nhuận nhiều nhất. C. Chấm dứt tình trạng lạm phát.
- B. Xóa bỏ cơ chế thị trường. D. Thúc đẩy đầu cơ tích trữ.

Câu 9. Hành vi nào sau đây là biểu hiện của việc cạnh tranh không lành mạnh?

- A. Xâm phạm bí mật kinh doanh. B. Nâng cao chất lượng dịch vụ, hàng hóa.
C. Đầu tư, cải tiến trang thiết bị, máy móc. D. Đãi ngộ tốt với lao động có tay nghề cao.

Câu 10. Nội dung nào sau đây sai khi bàn về vấn đề cạnh tranh không lành mạnh?

- A. Là những hành vi trái với quy định của pháp luật.
B. Gây thiệt hại đến quyền và lợi ích của doanh nghiệp khác.
C. Phù hợp với nguyên tắc thiện chí, trung thực trong kinh doanh.
D. Tổn hại đến môi trường kinh doanh, tác động xấu đến xã hội.

Câu 11. Chủ thể nào trong các trường hợp dưới đây có hành vi cạnh tranh không lành mạnh?

- *Trường hợp 1.* Công ty D tìm mọi cách để mua được thông tin chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp Y - đối thủ cạnh tranh trực tiếp.

- *Trường hợp 2.* Công ty M luôn quan tâm đến việc tạo sự thân thiện, tin tưởng của khách hàng thông qua việc cung cấp sản phẩm có chất lượng cao kết hợp với quan tâm, chăm sóc, ưu đãi khách hàng.

- *Trường hợp 3.* Tổng công ty may V đầu tư mua sắm các thiết bị kỹ thuật may tiên tiến để nâng cao năng suất lao động, tăng chất lượng và hạ giá thành sản phẩm.

- A. Công ty D (trong trường hợp 1). B. Công ty M (trong trường hợp 2).
C. Tổng công ty may V (trong trường hợp 3). D. Doanh nghiệp A, công ty M và công ty V.

Câu 12. Nhận định nào dưới đây là đúng khi bàn về vấn đề: cạnh tranh trong nền kinh tế thị trường?

- A. Cạnh tranh chỉ diễn ra ở nơi có kinh tế thị trường phát triển.
B. Cạnh tranh chỉ diễn ra giữa người sản xuất và người tiêu dùng.
C. Cạnh tranh là phải sử dụng mọi thủ đoạn để tiêu diệt đối thủ.
D. Cạnh tranh là động lực thúc đẩy sản xuất kinh doanh phát triển.

Câu 13. Nội dung nào sau đây đúng khi nói về cạnh tranh trong nền kinh tế thị trường?

- A. Là sự tranh đua giữa các chủ thể kinh tế.
B. Là sự hợp tác, giúp đỡ giữa các chủ thể kinh tế.
C. Chỉ diễn ra giữa người sản xuất và người tiêu dùng.
D. Chỉ diễn ra sự cạnh tranh giữa các chủ thể sản xuất.

Bài 2: Cung cầu

Câu 1. Số 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. cung. B. cầu. C. giá trị. D. giá cả.

Câu 2. Lượng cung hàng hóa, dịch vụ trên thị trường không bị ảnh hưởng bởi yếu tố nào sau đây?

- A. Chính sách của nhà nước. B. Thu nhập của người tiêu dùng.

I C. Trình độ công nghệ sản xuất. D. Số lượng người tham gia cung ứng.

Câu 3. Đọc trường hợp sau và trả lời câu hỏi:

Trường hợp. Vào thời điểm gần Tết Trung thu năm 2022, thị trường bánh trung thu trở nên sôi động. Nhu cầu đa dạng về chủng loại, mẫu mã bánh trung thu và xu thế tăng giá bán là những yếu tố thúc đẩy các nhà sản xuất tập trung nguồn lực cho sản phẩm này. Ngoài số doanh nghiệp sản xuất bánh kẹo với dây chuyền sản xuất hiện đại, công suất lớn chuyển sang làm bánh trung thu theo thời vụ, nhiều cơ sở sản xuất theo kiểu thủ công, qui mô nhỏ hơn, như các hộ cá thể trong các làng nghề truyền thống cũng gia nhập thị trường.

Câu hỏi: Lượng cung bánh Trung thu cho thị trường ở nước ta năm 2022 không bị ảnh hưởng bởi yếu tố nào sau đây?

- A. Giá bán sản phẩm.
- B. Chính sách của nhà nước.
- C. Trình độ công nghệ sản xuất.
- D. Thu nhập người tiêu dùng.

Câu 4. Trong trường hợp dưới đây, những nhân tố nào đã ảnh hưởng đến lượng cung hàng hóa trên thị trường?

Trường hợp. Doanh nghiệp T chuyên sản xuất, kinh doanh những thực phẩm chế biến từ thịt lợn. Gần đây, hoạt động sản xuất của doanh nghiệp gặp khó khăn do giá của các yếu tố đầu vào (con giống, cám,..) tăng khiến chi phí sản xuất và giá bán sản phẩm bị đẩy lên cao. Số lượng các đơn đặt hàng cũng giảm sút do thị trường xuất hiện nhiều nhà cung ứng sản phẩm cùng loại.

- A. Số lượng người bán trên thị trường và giá bán của sản phẩm.
- B. Trình độ công nghệ và dự đoán của người bán về thị trường.
- C. Chính sách của nhà nước và sự kì vọng của chủ thể sản xuất.
- D. Giá cả các yếu tố đầu vào và số lượng người tham gia cung ứng.

Câu 5. Lượng hàng hóa, dịch vụ mà người tiêu dùng sẵn sàng mua với một mức giá nhất định trong khoảng thời gian xác định được gọi là

- A. cung. B. cầu. C. giá trị. D. giá cả.

Câu 6. Nhân tố nào sau đây không ảnh hưởng đến lượng cầu hàng hóa, dịch vụ trên thị trường?

- A. Giá cả hàng hóa, dịch vụ. B. Thu nhập của người tiêu dùng.
- C. Số lượng người bán hàng hóa, dịch vụ. D. Giá cả những hàng hóa, dịch vụ thay thế.

Câu 7. Xác định nhân tố ảnh hưởng đến lượng cầu hàng hóa, dịch vụ trong trường hợp sau:

Trường hợp. Khi nền kinh tế tăng trưởng tốt, thu nhập bình quân của người dân tăng lên. Điều này làm cho cầu tiêu dùng hàng hóa, dịch vụ thông thường của họ cũng tăng lên. Tuy nhiên, khi các hoạt động kinh tế gặp khó khăn do tác động của thiên tai và sự bất ổn của thị trường thế giới, nền kinh tế rơi vào suy thoái. Hệ quả là nhiều người mất việc làm, mức thu nhập trung bình giảm xuống. Trong bối cảnh đó, người

tiêu dùng phải cân nhắc hơn trước khi mua các hàng hoá, dịch vụ. A. Thu nhập của người tiêu dùng.

B. Tâm lí, thị hiếu của người tiêu dùng.

C. Giá cả của hàng hóa, dịch vụ thay thế.

D. Dự đoán của người tiêu dùng về thị trường.

Câu 8. Nhận định nào sau đây là đúng khi bàn về vấn đề: lượng cầu hàng hóa, dịch vụ trên thị trường? A. Mọi nhu cầu của người tiêu dùng đều được coi là cầu.

B. Có nhiều nhân tố ảnh hưởng đến lượng cầu trên thị trường.

C. Quy mô dân số là nhân tố duy nhất ảnh hưởng đến lượng cầu.

D. Giá bán sản phẩm không ảnh hưởng gì đến lượng cầu hàng hóa.

Câu 9. Trong nền kinh tế thị trường, cung và cầu có mối quan hệ như thế nào?

A. Tác động lẫn nhau. B. Chỉ có cầu tác động đến cung.

C. Tồn tại độc lập với nhau. D. Chỉ có cung tác động đến cầu.

Câu 10. Trong nền kinh tế thị trường, lượng cung có tác động như thế nào đến lượng cầu hàng hóa, dịch vụ?

A. Kích thích lượng cầu. B. Xác định cơ cấu của cầu.

C. Xác định khối lượng của cầu. D. Không có tác động gì đến cầu.

Câu 11. Trong sản xuất và lưu thông hàng hóa, khi giá cả thị trường giảm xuống thì các doanh nghiệp thường có xu hướng

A. tăng giá trị cá biệt của hàng hóa. B. mở rộng quy mô sản xuất.

C. tăng khối lượng cung hàng hóa. D. thu hẹp quy mô sản xuất.

Câu 12. Quan hệ cung - cầu có ảnh hưởng trực tiếp đến giá cả. Cụ thể: khi cung lớn hơn cầu, sẽ dẫn đến

A. giá cả hàng hóa, dịch vụ giảm. B. giá cả hàng hóa, dịch vụ tăng.

C. giá cả hàng hóa, dịch vụ ổn định. D. giá cả lúc tăng, lúc giảm, không ổn định.

Câu 13. Nhà sản xuất, kinh doanh có thể thu được lợi nhuận cao, khi

A. cung lớn hơn cầu. B. cung nhỏ hơn cầu. C. cung bằng cầu. D. không cung ứng sản phẩm.

Câu 14. Khi cung nhỏ hơn cầu, giá cả tăng, chủ thể sản xuất có xu hướng

A. thu hẹp sản xuất. B. mở rộng sản xuất. C. sa thải bớt nhân công. D. giảm lượng cung hàng hóa.

Câu 15. Người tiêu dùng có xu hướng hạn chế/ mua ít hàng hóa, dịch vụ khi

A. cung lớn hơn cầu. B. cung nhỏ hơn cầu. C. cung bằng cầu. D. giá cả hàng hóa giảm.

Câu 16. Quan hệ cung - cầu có vai trò như thế nào đối với chủ thể nhà nước?

A. Là cơ sở để đưa ra các biện pháp góp phần bình ổn thị trường.

B. Là căn cứ để quyết định mở rộng hay thu hẹp quy mô sản xuất.

C. Là căn cứ giúp người dân lựa chọn việc mua hàng hóa phù hợp.

D. Là cơ sở để lập kế hoạch nhằm đầu cơ, tích trữ hàng hóa thiết yếu.

Câu 17. Trong nền kinh tế thị trường, giá cả hàng hóa trên thị trường tăng cao ở

trường hợp nào dưới đây? A. Cung lớn hơn cầu. B. Cung nhỏ hơn cầu.
C. Cầu nhỏ hơn cung. D. Cầu cân bằng cung.

Bài 3: Lạm phát

Câu 1. Tình trạng mức giá chung của nền kinh tế tăng lên trong một khoảng thời gian nhất định được gọi là

A. Tăng trưởng. B. Lạm phát. C. Khủng hoảng. D. Suy thoái.

Câu 2. Căn cứ vào tỉ lệ lạm phát, mức độ tăng của giá cả ở một con số hằng năm ($0\% < \text{CPI} < 10\%$) được gọi là tình trạng

A. lạm phát vừa phải. B. lạm phát phi mã.

I C. siêu lạm phát. D. lạm phát nghiêm trọng.

Câu 3. Tháng 10 năm 2022, lạm phát các nước trong khu vực sử dụng đồng tiền chung Châu Âu tăng mức kỉ lục là 10,7%. Hãy cho biết thuộc loại lạm phát nào dưới đây?

A. Lạm phát vừa phải. B. Lạm phát phi mã. C. Siêu lạm phát. D. Không lạm phát.

Câu 4. Có nhiều nguyên nhân dẫn đến lạm phát, ngoại trừ việc

A. lượng tiền trong lưu thông vượt quá mức cân thiết. B. giá cả nguyên liệu, nhân công, thuê,... giảm.

C. tổng cầu của nền kinh tế tăng. D. chi phí sản xuất tăng cao.

Câu 5. Xác định nguyên nhân dẫn đến lạm phát trong thông tin sau:

Thông tin. Khi mất cân đối giữa tốc độ tăng cung tiền và tốc độ tăng trưởng GDP lớn thì sức ép lạm phát bắt đầu xuất hiện. Ví dụ, trong hai năm 2005 và 2006, GDP của Việt Nam tăng trưởng 17%, trong khi đó, tiền mặt trong lưu thông và tiền gửi trong ngân hàng tăng tới 73%.

A. Chi phí sản xuất tăng cao.

B. Tổng cầu của nền kinh tế tăng.

C. Giá cả nguyên liệu, nhân công, thuê,.. giảm.

D. Phát hành thừa tiền

trong lưu thông.

Câu 6. Mức độ lạm phát vừa phải sẽ

A. kìm hãm sự phát triển của nền

kinh tế.

B.

không có tác động gì tới nền kinh tế.

C. kích thích sản xuất kinh doanh

phát

triển.

D.

đẩy nền kinh tế rơi vào tình trạng

khủng hoảng.

Câu 7. Nội dung nào sau đây không phản ánh đúng hậu quả của lạm phát đối với đời sống xã hội?

A. Gia tăng tình trạng thất nghiệp.

B. Mức sống của người dân giảm sút.

C. Giảm tình trạng phân hóa giàu - nghèo.

D. Thu nhập thực tế của người lao động

giảm.

Câu 8. Tình trạng lạm phát tác động như thế nào đến hoạt động sản xuất, kinh doanh?

- A. Các doanh nghiệp giảm quy mô đầu tư, sản xuất - kinh doanh.
- B. Các doanh nghiệp tăng cường đầu tư, cải tiến trang thiết bị.
- C. Các doanh nghiệp tăng quy mô đầu tư, sản xuất - kinh doanh.
- D. Các doanh nghiệp tăng cường tuyển dụng lao động có tay nghề cao.

Câu 9. Nhà nước thường ban hành chính sách nào sau đây để khắc phục tình trạng lạm phát do chi phí đẩy? A. Thu hút vốn đầu tư, giảm thuế. B. Cắt giảm chi tiêu ngân sách.

- C. Giảm mức cung tiền.
- D. Tăng thuế.

Câu 10. Để khắc phục tình trạng lạm phát do lượng tiền mặt trong lưu thông vượt quá mức cần thiết, nhà nước cần

- A. giảm thuế.
- B. giảm mức cung tiền.
- C. giảm lãi suất tiền gửi.
- D. tăng chi tiêu ngân sách.

Câu 11. Nhận định nào sau đây không đúng khi bàn về vấn đề lạm phát?

- A. Giá cả một vài hàng hóa tăng chứng tỏ nền kinh tế đang lạm phát.
- B. Trong thời kì lạm phát tăng cao, người gửi tiền tiết kiệm sẽ bị thiệt.
- C. Tình trạng lạm phát là biểu hiện đồng tiền của quốc gia bị mất giá.
- D. Lạm phát tăng cao có tác động xấu đến đời sống kinh tế và xã hội.

Câu 12. Nhận định nào sau đây đúng khi bàn về vấn đề lạm phát?

- A. Giá cả một vài hàng hóa tăng chứng tỏ nền kinh tế đang lạm phát.
- B. Trong thời kì lạm phát tăng cao, người gửi tiền tiết kiệm sẽ bị thiệt.
- C. Tình trạng lạm phát luôn tác động tiêu cực đến nền kinh tế đất nước.
- D. Tình trạng lạm phát không ảnh hưởng gì đến đời sống của người dân

Câu 13. Chỉ số CPI của Việt Nam năm 2012 là 6,81%. Hãy cho biết năm 2012 thuộc loại lạm phát nào dưới đây?

- A. Lạm phát vừa phải.
- B. Lạm phát phi mã.
- C. Siêu lạm phát.
- D. Không lạm phát.

Bài 4: Thất nghiệp

Câu 1. tình trạng người lao động mong muốn có việc làm nhưng chưa tìm được việc làm được gọi là

- A. Thất nghiệp.
- B. Sa thải.
- C. Giải nghệ.
- D. Bỏ việc.

Câu 2. Căn cứ vào tính chất, thất nghiệp được chia thành mấy loại hình?

- I A. 2 loại hình. B. 3 loại hình. C. 4 loại hình. D. 5 loại hình.

Câu 3. Loại hình thất nghiệp nào sau đây không được xếp vào nhóm thất nghiệp dựa trên nguồn gốc? A.

- Thất nghiệp tạm thời. B. Thất nghiệp tự nguyện. C. Thất nghiệp cơ cấu. D. Thất nghiệp chu kì.

Câu 4. Tình trạng thất nghiệp phát sinh do sự dịch chuyển không ngừng của người lao động giữa các vùng, các loại công việc hoặc giữa các giai đoạn khác nhau trong cuộc sống được gọi là

- A. thất nghiệp tạm thời. B. thất nghiệp cơ cấu. C. thất nghiệp chu kì. D. thất nghiệp tự

nguyên.

Câu 5. Tình trạng thất nghiệp gắn liền với sự biến động cơ cấu kinh tế và sự thay đổi của công nghệ dẫn đến yêu cầu lao động có trình độ cao hơn, lao động không đáp ứng yêu cầu sẽ bị đào thải được gọi là A. thất nghiệp tạm thời. B. thất nghiệp cơ cấu. C. thất nghiệp chu kì. D. thất nghiệp tự nguyện.

Câu 6. Tình trạng thất nghiệp xuất hiện do tính chu kì của nền kinh tế khi nền kinh tế bị suy thoái hoặc khủng hoảng dẫn đến mức cầu chung về lao động giảm được gọi là A. thất nghiệp tạm thời. B. thất nghiệp cơ cấu. C. thất nghiệp chu kì. D. thất nghiệp tự nguyện.

Câu 7. Xác định loại hình thất nghiệp được đề cập đến trong trường hợp sau:

Trường hợp. Anh M sau thời gian nghỉ việc để điều trị bệnh nay đang làm hồ sơ xin việc và vẫn chưa tìm được việc làm.

A. Thất nghiệp cơ cấu. B. Thất nghiệp chu kì. C. Thất nghiệp tự nguyện. D. Thất nghiệp không tự nguyện.

Câu 8. Trường hợp dưới đây đề cập đến loại hình thất nghiệp nào?

A. *Trường hợp.* Do kinh tế thế giới suy thoái đã làm cho các doanh nghiệp trong nước, nhất là các doanh nghiệp nhỏ gặp nhiều khó khăn. Nhiều doanh nghiệp phải đóng cửa, tạm ngừng sản xuất kinh doanh. Hệ quả là người lao động trong những doanh nghiệp này bị thất nghiệp. Thất nghiệp tạm thời. B. Thất nghiệp cơ cấu. C. Thất nghiệp chu kì. D. Thất nghiệp tự nguyện.

Câu 9. Nội dung nào dưới đây không phản ánh đúng nguyên nhân chủ quan dẫn đến tình trạng thất nghiệp? A. Người lao động bị sa thải do vi phạm kỉ luật.

B. Thiếu chuyên môn, nghiệp vụ và kĩ năng làm việc.

C. Tự thôi việc do không hài lòng với công việc đang có.

D. Nền kinh tế suy thoái nên doanh nghiệp thu hẹp sản xuất.

Câu 10. Có nhiều nguyên nhân khách quan dẫn đến tình trạng thất nghiệp, ngoại trừ nguyên

nhân A. sự mất cân đối giữa lượng cung và cầu trên thị trường lao động.

B. người lao động tự thôi việc do không hài lòng với công việc đang có.

C. nền kinh tế suy thoái nên các doanh nghiệp thu hẹp quy mô sản xuất.

D. cơ cấu kinh tế chuyển dịch nên đặt ra yêu cầu mới về chất lượng lao động.

Câu 11. Tình trạng thất nghiệp để lại hậu quả như thế nào đối với các doanh nghiệp?

A. Thu nhập giảm hoặc không có, đời sống gặp nhiều khó khăn.

B. Lợi nhuận giảm hoặc thua lỗ, buộc phải thu hẹp quy mô sản xuất.

C. Lãng phí nguồn lực, làm cho nền kinh tế rơi vào tình trạng suy thoái.

D. Phát sinh nhiều tệ nạn xã hội; trật tự, an ninh xã hội không ổn định.

Câu 12. Tình trạng thất nghiệp để lại hậu quả như thế nào đối với xã hội?

A. Thu nhập giảm hoặc không có, đời sống gặp nhiều khó khăn.

B. Lợi nhuận giảm hoặc thua lỗ, buộc phải thu hẹp quy mô sản xuất.

C. Lãng phí nguồn lực, làm cho nền kinh tế rơi vào tình trạng suy thoái.

D. Phát sinh nhiều tệ nạn xã hội; trật tự, an ninh xã hội không ổn định.

Câu 13. Trong trường hợp dưới đây, nhà nước đã thực hiện chính sách nào để kiểm soát và kiềm chế thất nghiệp?

Trường hợp. Tình trạng thất nghiệp làm cho cuộc sống người lao động trở nên khó khăn, đời sống tinh thần bất ổn, lo âu. Nhằm giúp người lao động vượt đi một phần khó khăn, tìm được nguồn sinh kế mới, Nhà nước thực hiện trợ cấp thất nghiệp cho người lao động, hỗ trợ người bị tạm thời ngưng việc, trợ cấp cho người bị mất kế sinh nhai.

A. Trợ cấp cho người lao động bị thất nghiệp/ người lao động đang tạm thời ngưng việc.

B. Nghiêm cấm doanh nghiệp nước ngoài đầu tư nhằm bảo vệ các doanh nghiệp trong nước.

C. Hỗ trợ doanh nghiệp khôi phục, phát triển sản xuất thông qua chính sách tài khóa, tiền tệ.

D. Hỗ trợ kinh phí đào tạo và tái đào tạo người lao động; khuyến khích và hỗ trợ khởi nghiệp.

Bài 5: Lao động và việc làm

Câu 1. hoạt động có mục đích, có ý thức của con người nhằm tạo ra các sản phẩm phục vụ cho các nhu cầu của đời sống xã hội được gọi là

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

Câu 2. Nơi diễn ra các quan hệ thỏa thuận giữa người sử dụng lao động và người lao động về tiền lương, điều kiện làm việc trên cơ sở hợp đồng lao động được gọi là

A. thị trường việc làm.

B. thị trường lao động.

C. trung tâm giới thiệu việc làm.

I D. trung tâm môi giới việc làm.

Câu 3. Thị trường lao động được cấu thành bởi mấy yếu tố?

A. 3 yếu tố. B. 4 yếu tố. C. 5 yếu tố. D. 6 yếu tố.

Câu 4. Nội dung nào sau đây không phản ánh đúng các yếu tố cấu thành thị trường lao động?

A. Lượng cung. B. Lượng cầu. C. Giá cả sức lao động. D. Chất lượng lao động.

Câu 5. Khai thác thông tin dưới đây và cho biết: nhận xét nào đúng về tình hình cung - cầu lao động trên thị trường ở Việt Nam năm 2021?

Thông tin. Năm 2021, lực lượng lao động từ 15 tuổi trở lên của Việt Nam đạt 50,6 triệu người. Trong đó, lao động đang làm việc trong các ngành kinh tế là 49,1 triệu người. Tỷ lệ thất nghiệp của lực lượng lao động trong độ tuổi ước tính là 3,20%, tỷ lệ thiếu việc làm của lao động trong độ tuổi là 3,10%. A. Nguồn cung lao động nhỏ hơn so với nhu cầu tuyển dụng việc làm.

Có sự cân bằng giữa nguồn cung lao động với nhu cầu tuyển dụng C. Nguồn cung lao động lớn hơn so với nhu cầu tuyển dụng việc làm.

Cán cân cung - cầu lao động được giữ ở mức cân bằng và ổn định. Câu 6. Hoạt động lao động tạo ra thu nhập và không bị pháp luật cấm được gọi là A. lao động. B. làm việc. C. việc làm. D. khởi nghiệp.

Câu 7. 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. Thị trường việc làm.

B. Thị trường lao động.

C. Trung tâm giới thiệu việc làm.

D. Trung tâm môi giới việc làm.

Câu 8. Thị trường việc làm kết nối cung - cầu lao động trên thị trường thông qua nhiều hình thức, ngoại trừ A. các phiên giao dịch việc làm.

B. các trung tâm môi giới và giới thiệu việc làm.

C. mở các trung tâm dạy nghề và giáo dục thường xuyên.

D. thông tin tuyển dụng trên các phương tiện thông tin đại chúng.

Câu 9. Khi khả năng cung ứng lao động lớn hơn khả năng tạo việc làm sẽ dẫn đến tình trạng nào?

A. Gia tăng tình trạng thất nghiệp. B. Thiếu hụt lực lượng lao động.

C. Cả hai phương án A, B đều đúng. D. Cả hai phương án A, B đều sai.

Câu 10. Thông qua các dịch vụ kết nối nhà tuyển dụng và người lao động, thị trường việc làm giúp cho thị trường lao động nhanh chóng đạt đến trạng thái

A. thiếu hụt lực lượng lao động. B. dư thừa lực lượng lao động.

C. chênh lệch cung - cầu lao động. D. cân bằng cung - cầu lao động.

Câu 11. Nội dung nào sau đây không phản ánh đúng xu hướng tuyển dụng lao động của thị trường ở Việt Nam hiện nay?

A. Lao động giản đơn sẽ trở nên yếu thế.

B. Xu hướng lao động "phi chính thức" gia tăng.

C. Chuyển dịch nghề nghiệp gắn với kỹ năng mềm.

D. Giảm số lượng lao động trên các nền tảng công nghệ.

Câu 12. Một trong những xu hướng tuyển dụng lao động của thị trường ở Việt Nam hiện nay là

A. gia tăng tuyển dụng các ngành/ nghề lao động giản đơn.

B. xu hướng lao động "phi chính thức" sụt giảm mạnh mẽ.

C. Chuyển dịch nghề nghiệp gắn với phát triển kỹ năng mềm.

D. Giảm số lượng lao động trên các nền tảng công nghệ.

Câu 13. Đoạn thông tin dưới đây cho biết điều gì về xu hướng tuyển dụng lao động tại Việt Nam hiện nay? *Thông tin.* Năm 2018, lao động trong khu vực nông, lâm, thủy sản chiếm 37,7%, giảm 24,5% so với năm 2000. Trong khi đó, khu vực công nghiệp, xây dựng tăng từ 13% tới 26,7% và khu vực dịch vụ tăng từ 24,8% tới 35,6% so với cùng thời kì.

A. Lao động trong nông nghiệp giảm, lao động trong công nghiệp và dịch vụ tăng.

- B. Lao động chưa qua đào tạo tăng lên và chiếm ưu thế so với lao động được đào tạo.
- C. Tốc độ tăng lao động trong khu vực dịch vụ tăng chậm hơn khu vực sản xuất.
- D. Lao động trong công nghiệp và dịch vụ giảm; lao động trong nông nghiệp tăng.

Bài 6 : Ý Tưởng cơ hội kinh DOANH và các NẶNG Lực cần thiết của người kinh DOANH

Câu 1: Các nguồn giúp tạo ý tưởng kinh doanh của chủ thể sản xuất kinh doanh xuất phát từ yếu tố nào dưới đây?

- A. Lợi thế nội tại và cơ hội bên ngoài.
- B. Điểm yếu nội tại và khó khăn bên ngoài.
- C. Mâu thuẫn của chủ thể sản xuất.
- D. Khó khăn của chủ thể sản xuất.

Câu 2: Trong các nguồn giúp tạo ý tưởng kinh doanh dưới đây, yếu tố nào **không** thuộc lợi thế nội tại của chủ thể sản xuất kinh doanh?

- A. Sự đam mê của chủ thể sản xuất kinh doanh.
- B. Sự hiểu biết của chủ thể sản xuất kinh doanh.
- C. Khả năng huy động các nguồn lực.
- D. Chính sách vĩ mô của Nhà nước.

Câu 3: Trong các nguồn giúp tạo ý tưởng kinh doanh, yếu tố nào dưới đây **không** thuộc về cơ hội bên ngoài của các chủ thể sản xuất kinh doanh?

- A. Nhu cầu của thị trường.
- B. Sự cạnh tranh giữa các chủ thể.
- C. Khả năng huy động các nguồn lực.
- D. Vị trí triển khai hoạt động kinh doanh.

Câu 4: Yếu tố nào dưới đây **không** phải là tiêu chí để đánh giá một cơ hội kinh doanh tốt?

- A. Hấp dẫn.
- B. Ổn định.
- C. Khả thi.
- D. Lỗi thời.

Câu 5: Yếu tố nào dưới đây **không** phải là tiêu chí để đánh giá một ý tưởng kinh doanh tốt?

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

Câu 6: Những suy nghĩ, hành động sáng tạo, có tính khả thi, có thể đem lại lợi nhuận trong kinh doanh được gọi là

- A. ý tưởng kinh doanh.
- B. ý tưởng nghệ thuật.
- C. ý tưởng hội họa.
- D. ý tưởng kiến trúc.

Câu 7: 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. nghệ thuật.
- C. kinh doanh.
- D. công tác.

Câu 8: Một trong những đặc điểm của ý tưởng kinh doanh là ý tưởng đó phải có

- A. tính phi lợi nhuận.
- B. tính sáng tạo.
- C. tính nhân đạo.
- D. tính xã hội.

Câu 9: Một trong những đặc điểm của ý tưởng kinh doanh là ý tưởng đó phải có

- A. tính sáng tạo.
- B. tính bất khả thi.
- C. tính nhân loại.
- D. tính quốc tế.

Câu 10: Một ý tưởng được coi là ý tưởng kinh doanh khi ý tưởng đó có thể mang lại
A. địa vị. B. lợi nhuận. C. quyền lực. D. hợp tác.

Câu 11: Việc hình thành ý tưởng kinh doanh sẽ có vai trò như thế nào đối với các hoạt động kinh doanh nói chung?

A. Quyết định. B. Định hướng. C. Độc lập. D. Kiểm tra.

Câu 12: Việc xây dựng ý tưởng kinh doanh rất cần thiết, giúp người kinh doanh xác định được những vấn đề cơ bản nào dưới đây khi tiến hành hoạt động sản xuất kinh doanh?

A. Thời gian sẽ thành công. B. Kinh doanh mặt hàng gì.
C. Đóng góp cho nền kinh tế. D. Đóng góp cho gia đình.

Câu 13: Việc xây dựng ý tưởng kinh doanh rất cần thiết, giúp người kinh doanh xác định được những vấn đề cơ bản nào dưới đây khi tiến hành hoạt động sản xuất kinh doanh?

A. Cách thức kinh doanh. B. Hồ sơ kinh doanh.
C. Phản hồi của khách hàng. D. Giá trị thặng dư sản phẩm.

Câu 14: Việc xây dựng ý tưởng kinh doanh không có vai trò nào dưới đây đối với các chủ thể kinh doanh?

A. Xác định đối tượng kinh doanh. B. Xác định mục tiêu kinh doanh.
C. Xác định hình thức kinh doanh. D. Xác lập quan hệ về lao động.

Câu 15: Nội dung nào dưới đây không thể hiện vai trò, tầm quan trọng của việc xây dựng ý tưởng kinh doanh?

A. Xác định đối tượng khách hàng. B. Xác định cách thức hoạt động.
C. Cụ thể mục tiêu kinh doanh. D. Cụ thể hóa về mặt cá nhân.

Câu 16: Việc xây dựng ý tưởng kinh doanh **không** xuất phát từ yếu tố nào dưới đây?

A. Đam mê. B. Hiểu biết. C. Lợi thế. D. Bệnh lý.

Câu 17: Ý tưởng kinh doanh **không** xuất phát từ yếu tố nào dưới đây?

A. Niềm đam mê kinh doanh. B. Nhu cầu tìm lợi nhuận.
C. Khẳng định bản thân. D. Vì mục đích nhân đạo.

BÀI 7

ĐẠO ĐỨC KINH DOANH

Câu 1: Đối với chủ thể sản xuất, kinh doanh, đạo đức kinh doanh biểu hiện tập trung nhất ở đức tính nào dưới đây?

A. Tính thật thà. B. Tính trung thực. C. Tính quyết đoán. D. Tính kiên trì.

Câu 2: Đạo đức kinh doanh là đạo đức được vận dụng vào

A. hoạt động văn hóa - xã hội. B. hoạt động sản xuất - kinh doanh.
C. hoạt động sáng tạo nghệ thuật. D. hoạt động tiêu dùng sản phẩm.

Câu 3: Đối với Nhà nước và xã hội, đạo đức kinh doanh của chủ thể sản xuất kinh doanh **không** biểu hiện ở hành vi, việc làm nào dưới đây?

A. Tuân thủ quy định của pháp luật. B. Nộp thuế đầy đủ và đúng hạn.
C. Không sản xuất hàng quốc cấm. D. Sử dụng các thủ đoạn phi pháp.

Câu 4: Trong các yếu tố dưới đây, yếu tố nào góp phần hình thành nên đạo đức kinh

doanh của các chủ thể?

A. Nhanh nhẹn, quyết đoán trong mọi trường hợp.

B. Tính trung thực và tôn trọng con người.

C. Linh hoạt trong mọi hoàn cảnh.

D. Nắm bắt kịp thời tâm lí khách hàng.

Câu 5: Hành vi nào dưới đây **không** vi phạm đạo đức kinh doanh?

A. Xả thải chưa xử lí ra môi trường.

B. Trả lương đúng hạn cho nhân viên.

C. Quảng cáo sai sự thật về hàng hoá.

D. Khai thác trái phép tài nguyên.

Câu 6: Đối với hoạt động sản xuất, kinh doanh, đạo đức kinh doanh cần thiết trong hoạt động nào dưới đây của lãnh đạo doanh nghiệp?

A. Quản lí doanh nghiệp.

B. Bảo trợ truyền thông.

C. Làm công tác xã hội.

D. Bảo lãnh ngân hàng.

Câu 7: Đạo đức kinh doanh **không** thể hiện ở việc các chủ thể kinh tế khi tiến hành hoạt động sản xuất kinh doanh phải có trách nhiệm với

A. đối tác.

B. khách hàng.

C. người tiêu dùng. D. ban bè.

Câu 8: Đạo đức kinh doanh thể hiện ở nguyên tắc nào dưới đây?

A. Tôn trọng bản thân mình.

B. Tôn trọng con người.

C. Tôn trọng lợi ích nhóm.

D. Tôn trọng lợi ích của bản thân.

Câu 9: Một trong những biểu hiện của đạo đức kinh doanh là các chủ thể đó phải có

A. chữ tín

B. nhiều tiền.

C. cổ phiếu.

D. địa vị.

Câu 10: Một trong những biểu hiện của đạo đức kinh doanh là các chủ thể đó luôn luôn rèn luyện cho mình đức tính

A. nóng nảy

B. trung thực.

C. cương quyết.

D. nhân nhượng.

Câu 11: Một trong những biểu hiện của đạo đức kinh doanh là các chủ thể đó luôn luôn rèn luyện cho mình đức tính

A. nhân nhượng.

B. trách nhiệm.

C. vô tư.

D. tư lợi

Câu 12: Khi nói về đạo đức kinh doanh của một chủ thể nào đó, người ta không đề cập đến phẩm chất nào dưới đây?

A. Cần cù.

B. Trách nhiệm.

C. Trung thực.

D. lừa đảo.

Câu 13: Khi nói về đạo đức kinh doanh của một chủ thể nào đó, người ta không đề cập đến phẩm chất nào dưới đây?

A. Công bằng.

B. Liêm chính.

C. Nguyên tắc.

D. Vụ lợi.

Câu 14: Đối với các chủ thể sản xuất kinh doanh, việc hoàn thành tốt các nhiệm vụ đề ra, đem được lại lợi ích đồng thời cho doanh nghiệp và xã hội là đã thực hiện tốt phẩm chất đạo đức kinh doanh nào dưới đây?

A. Trung thực

B. Trách nhiệm

C. Có nguyên tắc

D. Gắn kết các lợi ích

Câu 15: Đối với các chủ thể sản xuất kinh doanh, việc tôn trọng bảo đảm quyền lợi của nhân viên, tôn trọng khách hàng và đối thủ cạnh tranh là đã thực hiện tốt phẩm chất đạo

đức kinh doanh nào dưới đây?

A. Tôn trọng con người

B. Giữ chữ tín

C. Trung thực

D. Có trách nhiệm

BÀI 8

VĂN HÓA TIÊU DÙNG

Câu 1: Khẳng định nào dưới đây **không** phản ánh vai trò của tiêu dùng?

A. Tiêu dùng là đầu ra của sản xuất và kinh doanh

B. Tiêu dùng góp phần định hướng cho hoạt động sản xuất.

C. Tiêu dùng tạo động lực thúc đẩy tăng trưởng và phát triển kinh tế.

D. Tiêu dùng làm giảm tích lũy của cải của nền kinh tế.

Câu 2: Tính kế thừa trong đặc điểm văn hoá tiêu dùng Việt Nam thể hiện ở việc văn hoá tiêu dùng Việt Nam có sự tiếp nối

A. truyền thống của dân tộc.

B. truyền thống quốc tế.

C. bản sắc thời đại.

D. tính nhân loại.

Câu 3: Người tiêu dùng biết cân nhắc, lựa chọn hàng hoá, dịch vụ; chi tiêu có kế hoạch, phù hợp với nhu cầu bản thân là nội dung thể hiện đặc điểm nào trong văn hoá tiêu dùng Việt Nam?

A. Tính kế thừa.

B. Tính giá trị.

C. Tính thời đại

D. Tính hợp lí.

Câu 4: Văn hoá tiêu dùng Việt Nam hướng tới giá trị tốt đẹp, chân, thiện, mỹ là thể hiện đặc điểm nào dưới đây trong văn hoá tiêu dùng Việt Nam?

A. Tính kế thừa.

B. Tính giá trị.

C. Tính thời đại.

D. Tính hợp lí.

Câu 5: Trao đổi là hoạt động đưa sản phẩm đến tay người

A. lao động.

B. tiêu dùng.

C. phân phối.

D. sản xuất.

Câu 6: Hoạt động nào dưới đây được coi như là đơn hàng của xã hội đối với sản xuất ?

A. sản xuất.

B. lao động.

C. phân phối.

D. tiêu dùng.

MỘT SỐ CÂU HỎI TỰ LUÂN

Câu 1: Xác định loại hình thất nghiệp được đề cập đến trong trường hợp sau:

Trường hợp. Anh M sau thời gian nghỉ việc để điều trị bệnh nay đang làm hồ sơ xin việc và vẫn chưa tìm được việc làm.

Câu 2: Anh (chị) hãy chia sẻ cách chi tiêu hợp lý khi lạm phát tăng cao.

Câu 3: Trường hợp dưới đây đề cập đến loại hình thất nghiệp nào?

Trường hợp. Do kinh tế thế giới suy thoái đã làm cho các doanh nghiệp trong nước, nhất là các doanh nghiệp nhỏ gặp nhiều khó khăn. Nhiều doanh nghiệp phải đóng cửa, tạm ngừng sản xuất kinh doanh. Hệ quả là người lao động trong những doanh nghiệp này bị thất nghiệp. Câu 4: Xác định nguyên nhân dẫn đến lạm phát trong thông tin sau: ,

Thông tin. Khi mất cân đối giữa tốc độ tăng . cung tiền và tốc độ tăng trưởng GDP lớn thì sức ép lạm phát bắt đầu xuất hiện. Ví dụ, trong hai . năm 2005 và 2006, GDP của Việt Nam tăng trưởng 17%, trong khi đó, tiền mặt trong lưu thông và tiền gửi trong ngân hàng tăng tới 73%.

Câu 4 (1 điểm): Năm 2016 sau khi ra mắt dòng sản phẩm Samsung Galaxy Note 7 ,

mặc dù được khách hàng hết sức đón nhận. Tuy nhiên sau đó hãng phát hiện dòng sản phẩm này có một số lỗi nhỏ có thể gây nguy hiểm cho khách hàng. Samsung đã quyết định tiến hành thu hồi toàn bộ sản phẩm và hoàn tiền đối với tất cả các khách hàng đã mua sản phẩm này tại Việt Nam và trên toàn thế giới cũng như công khai xin lỗi tới khách hàng.

Từ những hiểu biết của mình về vấn đề đạo đức kinh doanh, em có đánh giá như thế nào về việc làm của chủ thể kinh doanh trong trường hợp trên. Theo em việc làm này có tác động như thế nào đến chủ thể kinh tế đó?

Câu 5 (2 điểm): Nhận thấy nhu cầu thực phẩm sạch ngày càng tăng. Anh T có dự định sẽ đầu tư kinh phí mở cửa hàng kinh doanh mặt hàng thực phẩm sạch, trước khi ra quyết định kinh doanh, anh đã phân tích nhu cầu của thị trường, tìm kiếm các mối quan hệ có thể hỗ trợ anh khi cần thiết cũng như đánh giá những khó khăn, sự cạnh tranh với người kinh doanh khác trên thị trường.

a. Trong trường hợp này anh T đã xây dựng ý tưởng kinh doanh hay cơ hội kinh doanh. Em hãy chỉ rõ ý tưởng kinh doanh hoặc cơ hội kinh doanh mà anh T đã xác định trong trường hợp trên. Việc xác định và đánh giá các yếu tố trước khi kinh doanh có ý nghĩa như thế nào?

b. Theo em trong trường hợp này anh T đã thể hiện tốt năng lực gì trong kinh doanh