

MA TRẬN KIỂM TRA CUỐI HỌC KÌ I MÔN GDKTPL 11

Nội dung kiến thức	Đơn vị kiến thức	Mức độ nhận thức				Tổng (câu)
Phần I: Trắc nghiệm nhiều phương án lựa chọn						
		Nhận biết	Thông hiểu	Vận dụng	Vận dụng cao	
CHỦ ĐỀ 1: Cạnh tranh, cung - cầu trong nền kinh tế thị trường	Bài 1: Cạnh tranh trong nền kinh tế thị trường	3	1			4
	Bài 2: Cung - cầu trong nền kinh tế thị trường	2	1			3
CHỦ ĐỀ 2. Lạm phát, thất nghiệp	Bài 3: Lạm phát	1	2			3
	Bài 4: Thất nghiệp	1	2			3
CHỦ ĐỀ 3: Thị trường lao động và việc làm	Bài 5: Thị trường lao động và việc làm	4	1			5
CHỦ ĐỀ 4: Ý tưởng, cơ hội kinh doanh và các năng lực cơ bản của người kinh doanh	Bài 6: Ý tưởng, cơ hội kinh doanh và các năng lực cơ bản của người kinh doanh	2	2			4
CHỦ ĐỀ 5: Đạo đức kinh doanh	Bài 7: Đạo đức kinh doanh	1	1			2
Tổng phần I		14	10			24
Phần II: Trắc nghiệm lựa chọn Đúng – Sai						
CHỦ ĐỀ 2: Hoạt động của nền kinh tế	Bài 4: Thất nghiệp	1a	1b	1c	1d	1
CHỦ ĐỀ 3: Hoạt động sản xuất kinh doanh	Bài 6: Ý tưởng, cơ hội kinh doanh và các năng lực cơ bản của người kinh doanh	2a	2b	2c	2d	1
Tổng phần II						2
Phần III. Tự luận						
	Bài 7: Đạo đức kinh doanh				1**	1

ĐẶC TẢ ĐỀ KIỂM TRA CUỐI KỲ I
MÔN: GIÁO DỤC KINH TẾ VÀ PHÁP LUẬT LỚP 11
THỜI GIAN LÀM BÀI: 45 PHÚT

TT	Nội dung	Mức độ đánh giá	Số câu hỏi theo mức độ đánh giá			
			Nhận biết	Thông hiểu	Vận dụng	Vận dụng cao
1	1. Cạnh tranh, cung - cầu trong nền kinh tế thị trường	<p>Nhận biết: Nêu được:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Khái niệm cạnh tranh - Khái niệm cung - Khái niệm cầu <p>Thông hiểu:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Giải thích được nguyên nhân dẫn đến cạnh tranh - Trình bày được: <ul style="list-style-type: none"> + Các nhân tố ảnh hưởng đến cung. + Các nhân tố ảnh hưởng đến cầu. <p>Phân tích được:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vai trò của cạnh tranh trong nền kinh tế. - 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 cạnh tranh không lành mạnh. <p>Vận dụng cao:</p> <p>Phân tích được quan hệ cung - cầu trong hoạt động sản xuất kinh doanh cụ thể.</p>				

<p>2. Lạm phát, thất nghiệp</p>	<p>Nhận biết: Nêu được: + Khái niệm lạm phát + Khái niệm thất nghiệp. + Các loại hình lạm phát và thất nghiệp. Nêu được vai trò của Nhà nước trong việc kiểm soát và kiềm chế lạm phát, thất nghiệp. Thông hiểu: Mô tả được hậu quả của lạm phát, thất nghiệp đối với nền kinh tế và xã hội. Giải thích được nguyên nhân dẫn đến lạm phát, thất nghiệp. Vận dụng: 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, thất nghiệp</p>	<p>7TN</p>	<p>6T N</p>	<p>1TN</p>	
<p>3. Thị trường lao động và việc làm</p>	<p>Nhận biết: Nêu được: - Khái niệm lao động. - Khái niệm việc làm. - Khái niệm thị trường lao động. - Khái niệm thị trường việc làm. Thông hiểu: Xác định được mối quan hệ giữa thị trường lao động và thị trường việc làm. Vận dụng: Nhận ra được xu hướng tuyển dụng lao động của thị trường. Vận dụng cao: 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.</p>	<p>4TN</p>	<p>1TN</p>		

<p>4. Ý tưởng, cơ hội kinh doanh và những năng lực cần thiết của người kinh doanh</p>	<p>Nhận biết: 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> <p>Thông hiểu: - 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</p> <p>Vận dụng: - Chỉ ra được các năng lực cần thiết của người kinh doanh. - Đánh giá các cơ hội kinh doanh.</p> <p>Vận dụng cao - 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.</p>	2TN	2TN	1TN	
<p>5. Đạo đức kinh doanh</p>	<p>Nhận biết: 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> <p>Thông hiểu: - 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</p> <p>Vận dụng: - Chỉ ra được các năng lực cần thiết của người kinh doanh. - Đánh giá các cơ hội kinh doanh.</p> <p>Vận dụng cao - 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.</p>	1TN	1TN		1TL

	Tổng		14TN	10TN	2TN	1TL
--	-------------	--	------	------	-----	-----

HƯỚNG DẪN ÔN TẬP KIỂM TRA CUỐI KÌ 1 NĂM HỌC 2024- 2025

Môn: GDKT&PL Khối: 11

Giới hạn chương trình: Từ bài: 1 đến bài 7

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 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 kiểm chế lạm phát

- Nhà nước có vai trò quan trọng trong việc kiểm soát và kiểm 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 kiểm 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.

BÀI 5: THỊ TRƯỜNG LAO ĐỘNG VÀ VIỆC LÀM (4 tiết)

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

1. Tìm hiểu 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 sự cần thiết xây dựng ý tưởng kinh doanh

- *Khái niệm:*

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.

- *Sự cần thiết xây dựng ý tưởng kinh doanh:*

Giúp người kinh doanh xác định được những vấn đề cơ bản của hoạt động sản xuất kinh doanh:

- + Kinh doanh mặt hàng gì? (Xác định được đối tượng khách hàng là ai, họ có nhu cầu gì);
- + Kinh doanh thế nào? (Xác định được cách thức mới, có hiệu quả);
- + Kinh doanh cho ai? (Xác định được mục tiêu kinh doanh).

b. Các 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 thuận lợi từ một chính sách vĩ mô,...

2. Tìm hiểu khái niệm cơ hội kinh doanh và tầm quan trọng của việc xác định, định giá các cơ hội kinh doanh

- *Cơ hội kinh doanh:* sự xuất hiện những điều kiện, 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:* 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 cơ hội kinh doanh tốt, lấy cơ sở để xây dựng kế hoạch phát huy các điểm mạnh khai thác cơ hội và khắc phục điểm yếu và vượt qua thách thức để kinh doanh thành công.

3. Tìm hiểu các năng lực cần thiết của người kinh doanh

- *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. Tìm hiểu quan niệm và biểu hiện của đạo đức kinh doanh

a. Quan niệm về đạo đức kinh doanh

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

b. Biểu hiện của đạo đức 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*: bảo đảm quyền lợi của nhân viên, tôn trọng khách hàng, đối thủ cạnh tranh. (quyền con người)

- *Gắn kết các lợi ích*: gắn lợi ích của doanh nghiệp với lợi ích của khách hàng và xã hội.

2. Tìm hiểu vai trò của đạo đức kinh doanh.

- Thực hiện 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 tín doanh nghiệp, làm hài lòng khách hàng, đồng thời tạo nên sự vững mạnh của nền kinh tế.

ĐỀ THAM KHẢO

TRƯỜNG THPT TÔN THẤT TÙNG

ĐỀ KIỂM TRA CUỐI KÌ I - NĂM HỌC 2024 - 2025

Môn thi: GDKT&PL - Lớp 11

(Đề tham khảo)

Thời gian làm bài: 45 phút

không tính thời gian phát đề

Họ và tên học sinh: Lớp:

PHẦN I: TRẮC NGHIỆM (6 điểm)

Câu 1: 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 2: Việc buôn bán hàng giả, hàng nhái, hàng kém chất lượng là biểu hiện sự tác động của cạnh tranh ở mặt nào dưới đây?

- A. Hạn chế.
- B. Tích cực.
- C. Tiến bộ.
- D. Lành mạnh.

Câu 3: Trong sản xuất và lưu thông hàng hóa, giá cả thị trường cao hơn giá trị hàng hóa 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.

Câu 4. Chủ thể nào dưới đây đã thực hiện tốt đạo đức kinh doanh?

- A. Công ty T bịa đặt thông tin sai sự thật về chất lượng sản phẩm của doanh nghiệp A.
- B. Khi phát hiện hàng hóa bị lỗi, doanh nghiệp K chủ động tiến hành thu hồi sản phẩm.
- C. Nhân viên của Công ty X có thái độ tiêu cực, khi khách hàng phản hồi về sản phẩm.
- D. Công ty chế biến nông sản X tìm cách ép giá thu mua nông sản của bà con nông dân.

Câu 5. Nhận xét về hành vi của Cửa hàng M trong trường hợp dưới đây:

Trường hợp. Cửa hàng M chuyên kinh doanh hoa quả nhập khẩu. Để thu lợi nhuận cao, cửa hàng M đã nhập hoa quả kém chất lượng, không rõ nguồn gốc, xuất xứ về rồi dán nhãn và quảng cáo là hoa quả nhập khẩu từ châu Âu.

- A. Cửa hàng M có ý tưởng kinh doanh độc đáo, sáng tạo.
- B. Cửa hàng M đã thực hiện tốt đạo đức kinh doanh.
- C. Cửa hàng M biết nắm bắt thời cơ kinh doanh.
- D. Cửa hàng M đã vi phạm đạo đức kinh doanh.

Câu 6. Nội dung nào dưới đây không phản ánh đúng vai trò của đạo đức kinh doanh?

- A. Góp phần điều chỉnh hành vi của chủ thể kinh doanh.
- B. Làm mất lòng tin của khách hàng đối với doanh nghiệp.
- C. Đẩy mạnh hợp tác và đầu tư giữa các chủ thể kinh doanh.
- D. Thúc đẩy sự phát triển vững mạnh của kinh tế quốc gia.

Câu 7: 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 8: 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. Đây là biểu hiện sự tác động của cạnh tranh ở mặt nào dưới đây?

- A. Không lành mạnh.
- B. Tiêu cực.
- C. Đối kháng.
- D. Lành mạnh.

Câu 9: Trong sản xuất và lưu thông hàng hóa, khi giá cả tăng lên, lượng cung và cầu thường thay đổi theo xu hướng nào dưới đây?

- A. Cung giảm, cầu giảm.
- B. Cung tăng, cầu giảm.
- C. Cung tăng, cầu tăng.
- D. Cung giảm, cầu tăng.

Câu 10: 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 kỳ.
- C. Thất nghiệp tự nguyện.
- D. Thất nghiệp không tự nguyện.

Câu 11. Biết tạo ra sự khác biệt trong ý tưởng kinh doanh, phân tích được cơ hội và thách thức trong công việc kinh doanh của bản thân - đó là biểu hiện cho năng lực nào của người kinh doanh?

- A. Năng lực thiết lập quan hệ.
- B. Năng lực tổ chức, lãnh đạo.
- C. Năng lực cá nhân.
- D. Năng lực phân tích và sáng tạo.

Câu 12. Thực hiện trách nhiệm của người kinh doanh với tổ chức, cộng đồng và xã hội - đó là biểu hiện cho năng lực nào của người kinh doanh?

- A. Năng lực thực hiện trách nhiệm với xã hội.
- B. Năng lực chuyên môn.
- C. Năng lực định hướng chiến lược.
- D. Năng lực nắm bắt cơ hội.

Câu 13. Có chiến lược kinh doanh rõ ràng, biết xác định mục tiêu ngắn hạn, dài hạn - đó là biểu hiện cho năng lực nào của người kinh doanh?

- A. Năng lực thực hiện trách nhiệm với xã hội.
- B. Năng lực chuyên môn.
- C. Năng lực định hướng chiến lược.
- D. Năng lực nắm bắt cơ hội.

Câu 14: Việc xả nước thải chưa qua xử lý vào môi trường là mặt hạn chế nào dưới đây của cạnh tranh?

- A. Làm cho môi trường suy thoái và mất cân bằng nghiêm trọng.
- B. Sử dụng những thủ đoạn phi pháp, bất lương.
- C. Đầu cơ tích trữ gây rối loạn thị trường.
- D. Phân hóa giàu – nghèo giữa những người sản xuất.

Câu 15: Cạnh tranh trong sản xuất và lưu thông hàng hóa nhằm mục đích nào dưới đây?

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

Câu 16: Có nhiều nguyên nhân dẫn đến lạm phát, **ngoại trừ** việc

- A. lượng tiền trong lưu thông vượt quá mức cần thiết.
- B. giá cả nguyên liệu, nhân công, thuế,... giảm.
- C. tổng cầu của nền kinh tế tăng.
- D. chi phí sản xuất tăng cao.

Câu 17: 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 18: 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 19: 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 được gọi là

- A. thị trường việc làm.
- B. thị trường tiền tệ.
- C. thị trường công nghệ.
- D. thị trường chứng khoán.

Câu 20. Nhận xét về hành vi của Cửa hàng M trong trường hợp dưới đây:

Trường hợp. Cửa hàng M chuyên kinh doanh hoa quả nhập khẩu. Để thu lợi nhuận cao, cửa hàng M đã nhập hoa quả kém chất lượng, không rõ nguồn gốc, xuất xứ về rồi dán nhãn và quảng cáo là hoa quả nhập khẩu từ châu Âu.

- A. Cửa hàng M có ý tưởng kinh doanh độc đáo, sáng tạo.
- B. Cửa hàng M đã thực hiện tốt đạo đức kinh doanh.
- C. Cửa hàng M biết nắm bắt thời cơ kinh doanh.
- D. Cửa hàng M đã vi phạm đạo đức kinh doanh.

Câu 21. Nội dung nào dưới đây không phản ánh đúng vai trò của đạo đức kinh doanh?

- A. Góp phần điều chỉnh hành vi của chủ thể kinh doanh.
- B. Làm mất lòng tin của khách hàng đối với doanh nghiệp.
- C. Đẩy mạnh hợp tác và đầu tư giữa các chủ thể kinh doanh.
- D. Thúc đẩy sự phát triển vững mạnh của kinh tế quốc gia.

Câu 22. Đọc tình huống sau và trả lời câu hỏi:

Tình huống. Nghỉ hè, bạn C được mẹ đưa về quê chơi với ông bà và cậu K. Bạn C thấy cậu K thường xuyên dùng thuốc trừ sâu phun cho rau và cây ăn quả. Cậu bảo, số rau và hoa quả đó trồng để bán nên cần phun nhiều thuốc để ngăn sâu bọ phá hoại.

Câu hỏi: Trong tình huống trên, nếu là C, em nên lựa chọn cách ứng xử nào sau đây?

- A. Mặc kệ, không quan tâm vì việc làm của cậu K không liên quan đến mình.
- B. Đồng ý với việc làm của cậu K, vì rau quả có mẫu mã đẹp mới bán được nhiều.
- C. Khuyên cậu K nên sử dụng thuốc bảo vệ thực vật đúng hàm lượng cho phép.
- D. Mặc kệ, vì số rau củ đó dùng để bán, không dùng làm thức ăn cho gia đình.

Câu 23. Nhận định nào dưới đây không đúng khi bàn về vấn đề đạo đức kinh doanh?

- A. Đảm bảo đạo đức kinh doanh góp phần tạo ra môi trường kinh doanh lành mạnh.
- B. Thực hiện đạo đức kinh doanh góp phần thúc đẩy sự phát triển của kinh tế quốc gia.

- C. Đạo đức kinh doanh tạo ra sự cam kết và tận tâm của người lao động với doanh nghiệp.
- D. Đảm bảo đạo đức kinh doanh và thực hiện mục tiêu lợi nhuận luôn mâu thuẫn với nhau.

Câu 24. Nhận định nào sau đây đúng khi bàn về vấn đề đạo đức kinh doanh?

- A. Đạo đức kinh doanh đòi hỏi các doanh nghiệp chỉ cần trung thực trong hoạt động kinh tế.
- B. Đảm bảo đạo đức kinh doanh và thực hiện mục tiêu lợi nhuận luôn mâu thuẫn với nhau.
- C. Đạo đức kinh doanh chỉ đề cập đến đối tượng là các chủ cơ sở sản xuất kinh doanh.
- D. Đảm bảo đạo đức kinh doanh góp phần tạo ra môi trường kinh doanh lành mạnh.

PHẦN II: Thí sinh trả lời từ câu 1-2. Trong mỗi ý a,b,c,d ở mỗi câu, thí sinh chọn đúng hoặc sai. (2 điểm)

Câu 1: Chọn đúng hoặc sai trong mỗi ý A, B, C, D:

Công ty XYZ vừa thông báo rằng họ sẽ cắt giảm 20% số lượng nhân viên do doanh thu giảm sút trong thời gian gần đây. A, một nhân viên trong công ty, nhận thấy rằng mình có thể không giữ được công việc hiện tại. Trong khi đó, B, một kỹ sư phần mềm vừa mới tốt nghiệp, không thể tìm được việc làm phù hợp với trình độ của mình. Cả A và B đều đang tìm hiểu về các loại thất nghiệp và cách ảnh hưởng của chúng.

- A. Thất nghiệp mà A gặp phải là thất nghiệp chu kỳ vì nó liên quan đến sự giảm sút nhu cầu của thị trường trong thời kỳ suy thoái kinh tế.
- B. B đang trải qua thất nghiệp tạm thời vì anh đang tìm việc làm phù hợp với trình độ của mình và dự kiến sẽ tìm được việc làm trong thời gian ngắn.
- C. A đang trải qua thất nghiệp tự nguyện vì cô quyết định nghỉ việc do không hài lòng với công việc hiện tại.
- D. B đang trải qua thất nghiệp cơ cấu vì sự biến động trong công nghệ yêu cầu các kỹ năng cao hơn mà anh chưa có.

Câu 2: Chọn đúng hoặc sai trong mỗi ý A, B, C, D:

Anh K đã xây dựng ý tưởng kinh doanh khá rõ ràng: xác định mặt hàng kinh doanh là cà phê, đối tượng khách hàng là sinh viên, từ đó xác định phương thức kinh doanh: chọn địa điểm gần trường đại học, trang trí quán theo phong cách phù hợp với sở thích của sinh viên, kết hợp bán trực tiếp với bán trực tuyến,... Việc làm này giúp cho anh K xác định được các vấn đề cơ bản của hoạt động kinh doanh của mình, đảm bảo việc kinh doanh sẽ thành công.

- A. Anh K đã xây dựng ý tưởng kinh doanh rõ ràng bằng cách xác định đối tượng khách hàng và lựa chọn phương thức kinh doanh phù hợp, điều này giúp anh có cơ sở vững chắc để đảm bảo kinh doanh thành công.
- B. Anh K không cần xác định rõ đối tượng khách hàng và địa điểm kinh doanh, vì điều này không ảnh hưởng lớn đến kết quả kinh doanh.
- C. Việc kết hợp bán trực tiếp và bán qua mạng xã hội không cần thiết trong mô hình kinh doanh cà phê của anh K, vì hình thức bán hàng qua mạng không quan trọng đối với khách hàng là sinh viên.
- D. Việc lựa chọn địa điểm gần trường đại học và trang trí quán theo phong cách phù hợp với sở thích của sinh viên là cách tiếp cận hợp lý, giúp anh K thu hút đúng đối tượng khách hàng mục tiêu. **Đáp án:**

PHẦN III: TỰ LUẬN (2 điểm)

Câu 1: (2 điểm) Anh (chị) hãy nêu vai trò của đạo đức kinh doanh.

----- **HẾT** -----