

19/02/2012 Cai  
N92D

TRƯỜNG ĐẠI HỌC MỞ TP.HỒ CHÍ MINH  
KHÓA QUẢN TRỊ KINH DOANH

CỘNG HOÀ XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM  
Độc lập – Tự do – Hạnh phúc

**ĐỀ THI MÔN: NGHIÊN CỨU MARKETING ĐỀ SỐ 02**  
**LỚP: N92D**  
**THỜI GIAN LÀM BÀI: 90 phút**  
**(SV không sử dụng tài liệu)**

**A. Lý thuyết: (5 điểm)**

Tại sao trong nghiên cứu thị trường phải thực hiện điều tra chọn mẫu.

Anh(chị) hãy so sánh hai phương pháp chọn mẫu xác suất và phi xác suất (ưu, nhược điểm, phạm vi sử dụng).

Một công ty bán mỹ phẩm cao cấp muốn biết thái độ của khách hàng về sản phẩm và dịch vụ phục vụ khách hàng của họ. Hãy cho biết đối tượng nào cần cho cuộc nghiên cứu này. Phương pháp chọn mẫu như thế nào là phù hợp. Tại sao?

**B. Bài tập: (5 điểm)**

Trong một cuộc nghiên cứu khám phá về nước giải khát tại thị trường Hà Nội, Cty nghiên cứu thị trường TS thực hiện cuộc phỏng vấn 200 khách hàng tại Hà Nội kết quả như sau :

Nhãn hiệu	Số người
COCA	45
PEPSI	46
TÂN HIỆP PHÁT	44
TRIBICO	38
CHƯƠNG DƯƠNG	27
<b>Tổng</b>	<b>200</b>

- Hãy kiểm nghiệm giả thiết của Công ty PEPSI cho rằng thương hiệu của mình được khách hàng tại Hà Nội biết đến đạt 65% ( $P = 0,65$ ) với độ tin cậy 95% ( $Z = 1,96$ )?
- Tính qui mô mẫu ( $n$ ) cần thiết để điều tra với độ tin cậy 95% ( $Z = 1,96$ ), sai số tối đa ( $e$ ) là 0.01?
- Với  $n = 1850$  người thì sai số là bao nhiêu?