



Тесты для сдачи модулей по учебной дисциплине «Маркетинг закупок»

Задания для тестирования по дисциплине для оценки сформированности компетенций размещены в ЭИОС СГЭУ, <https://lms2.sseu.ru/course/index.php?categoryid=514>

Выберите 1 вариант ответа

Особая функциональная область маркетинга, обеспечивающая достижение общих целей предприятия путем формирования материально-технической базы для создания товара, удовлетворяющего потребности рынка – это

- 1) Маркетинг-микс
- 2) Маркетинг закупок
- 3) Организационный маркетинг
- 4) Управленческий маркетинг

Анализ поставщиков и оценка их возможностей относится к следующему аспекту закупочной деятельности:

- 1) коммерческому
- 2) логистическому
- 3) маркетинговому

К какому виду деятельности в цепи создания стоимости М.Портер относит снабжение?

- 1) вспомогательному
- 2) основному
- 3) первичному
- 3) не формирующему стоимость

Выберите определение, наиболее точно отражающее понятие «закупочная деятельность»

- 1) одна из функциональных подсистем логистики организации
- 2) управление материальными потоками и услугами в процессе обеспечения организации материальными ресурсами и услугами
- 3) прикладная наука об управлении материальными потоками в процессе материально-технического обеспечения производства
- 4) комплекс взаимосвязанных операций по управлению материальными потоками в процессе доведения готовой продукции до потребителя

К основным факторам изменения закупочной деятельности относят

- 1) автоматизация, высокая степень государственного участия
- 2) глобализация, развитие информационных технологий, меняющаяся философия производства
- 3) роботизация, стандартизация, меняющая философию производства
- 4) самостоятельно и независимость экономик, интеграция, автоматизация



Решение этого вопроса находится полностью в компетенции работников отдела снабжения

- 1) определение предмета (структуры) закупок
- 2) выбор поставщика
- 3) Определение объема закупок
- 4) Условия закупок

При решении вопроса «производить или закупать?» решающими факторами являются:

- 1) объем закупок
- 2) виды закупок
- 3) затраты на закупку и производство
- 4) все ответы верны

В форму заявки на закупку не должна быть включена следующая информация:

- 1) дата
- 2) отдел, подавший заявку
- 3) полное описание требуемого сырья и его количества
- 4) цена

Ситуация закупки, при которой предприятие-покупатель изменяет спецификации заказываемой продукции, в цену, условиях поставки или меняет поставщика товара:

- 1) измененная повторная закупка
- 2) новая закупка
- 3) комплексная закупка
- 4) государственная закупка

Такую закупку покупатель повторяет без каких-либо изменений, привычная рутинная операция:

- 1) новая (первичная) закупка
- 2) стандартная повторная (идентичная) закупка
- 3) комплексная закупка

Данный метод заключается в том, что весь исследуемый процесс снабжения делят на несколько возможных вариантов и тщательно рассчитывают все расходы и доходы для каждого из них:

- 1) метод рейтинговых оценок
- 2) метод оценки затрат
- 3) метод доминирующих характеристик
- 4) метод категорий предпочтения

К этапам процесса закупки не относят:

- 1) осознание потребности
- 2) выявление агентов влияния

- 3) запрос предложений
- 4) оценка эффективности работы поставщика

*Кто **не относится** к участникам процесса закупок товаров производственного назначения:*

- 1) агенты влияния
- 2) привратники
- 3) покупатели
- 4) все вышеперечисленные относятся

*Кто **не является** участником в процессе закупок товаров производственного назначения?*

- 1) пользователи
- 2) покупатели
- 3) агенты влияния
- 4) посредники

*Это **работники предприятия**, непосредственно использующие закупаемые товары или услуги*

- 1) Агенты влияния
- 2) Покупатели
- 3) Пользователи

При каких условиях стоит выбрать измененную повторную закупку?

- 1) потребность в ресурсах постоянна, но объемы непостоянны
- 2) закупки эпизодичные, нерегулярные
- 3) потребность в ресурсах постоянна или регулярна
- 4) когда решается вопрос «make-or-buy»

*Какой **вид закупки** вызывает наибольшую сложность при принятии решения о закупках товаров производственного назначения?*

- 1) повторная закупка без изменений;
- 2) повторная закупка с изменениями;
- +3) закупка для решения новых задач.

*Какие характеристики членов «закупочного центра», влияющие на поведение предприятия-покупателя, относятся к **личностным факторам**?*

- 1) экономические факторы;
- 2) процедура закупки и процесс принятия решения;
- 3) уровень образования;
- 4) научно-технические факторы.

*К **организационным факторам**, влияющим на поведение покупателя товаров производственного назначения относят:*

- 1) отношение к риску, стоимость полученного займа, ценности организации

- 2) уровень первичного спроса, развитие конкуренции, экономическая перспектива
- 3) цели и политика предприятия, методы работы, организационная структура
- 4) условия поставки, темпы научно-технического развития, политическая обстановка

*Изучение спроса на **товары промышленного назначения** проводится исходя из:*

- 1) норм питания;
- 2) норм расхода материальных ресурсов;
- 3) состава потребительской корзины;
- 4) уровня доходов населения.

***Промышленный рынок** это*

- 1) рынок, который отличается эластичным спросом и высокой географической концентрацией
- 2) рынок который отличается неэластичным спросом
- 3) рынок B2C
- 4) рынок который предназначен только для перепродажи товаров и услуг

***Тендерные закупки** проводятся:*

- 1) организациями-покупателями;
- 2) физическими лицами при покупке уникальных товаров;
- 3) конечными потребителями.

***Лизинг** применяется при продажах:*

- 1) комплектующих изделий;
- 2) сырья;
- 3) материалов; 4
- 4) системных продуктов.

*Какой метод является **детерминированным**?*

- 1) Метод экспоненциального сглаживания
- 2) метод динамических коэффициентов
- 3) метод исследования рынка

*К достоинствам **стохастических методов** определения потребности относят*

- 1) возможность установить ожидаемую потребность на основе числовых данных, характеризующих ее изменение на протяжении определенного промежутка времени
- 2) точность полученных данных, определение вторичной и третичной потребности при известной первичной
- 3) опираются на опытно-статистическую оценку экспертов



4) является расчетными методами; носят прогнозный характер, опирающихся на прошлый опыт

Аукцион – это:

- 1) публичная продажа в заранее оговоренном месте, при котором покупателем является тот, кто предложит за товар наиболее высокую цену;
- 2) вид деятельности, направленный на исследование спроса на товары первой необходимости;
- 3) добровольное объединение юридических и физических лиц для гласных публичных торгов;
- 4) личная продажа в заранее оговоренном месте.

Прямой безденежный обмен товарами и услугами, оформленный единым договором, – это:

- 1) встречная торговля;
- 2) бартер;
- 3) комиссионная торговля;
- 4) факторинг.

Что из перечисленного не является **аукционным товаром**:

- 1) табак;
- 2) породистые животные;
- 3) уникальные ювелирные изделия;
- 4) нефть.

Что из перечисленного **не является биржевым товаром**:

- 1) чай;
- 2) золото;
- 3) пшеница;
- 4) нефть.

К рыночным структурам, благодаря функционированию которых обеспечивается купля и продажа контрактов на поставку сырьевых товаров, относятся:

- 1) аукционы;
- 2) оптовые ярмарки;
- 3) выставки;
- 4) биржи.

При осуществлении государственных закупок предпочтение отдается:

- 1) методу прямых контрактов;
- 2) лизингу;
- 3) франчайзингу;
- 4) методу открытых конкурсных торгов.

