

1. Какая цель не относится к электронному маркетингу в закупках?
2. Что понимается под «электронным маркетингом в закупках»?
3. Для чего закупщик использует сервис «СПАРК-Маркетинг»?
4. Какой канал мониторинга используется для проверки репутации поставщика?
5. С какой целью используется SRM-система в закупках?
6. Какой инструмент используется для комплексной проверки благонадёжности контрагента?
7. Для чего нужен коэффициент вариации при анализе ценовых предложений?
8. Какую услугу дополнительно предоставляют многие ЭТП для упрощения участия поставщиков?
9. Какой протокол оформляется комиссией заказчика по итогам рассмотрения первых частей заявок на аукционе?
10. Какое действие запрещено при отклонении заявки в электронном аукционе?
11. Какое преимущество даёт использование B2B-маркетплейса для закупщика?
12. В чём отличие коммерческих торгов от госзакупок на этапе оценки?
13. Какая информация не анализируется при проверке контрагента в СПАРК-Риски?
14. Какой метод сбора ценовых предложений с веб-сайтов относится к автоматизированному, но имеет правовые ограничения?
15. Какой метод анализа помогает сегментировать поставщиков на производителей и дистрибьюторов?
16. Что относится к основным стадиям процесса приобретения материалов?
17. Время размещения заявок и время получения – это время...
18. Что относится к циклу «поставка материалов»?
19. Что включает в себя этап получения заказа?
20. Какова цепочка процесса приобретения материалов?
21. Что не относится к процессу приобретения материалов в закупочной логистике?

22. Каковы цели логистики в области закупок?
23. Тендер – это...
24. Чтобы эффективно удовлетворить потребности производства в материалах, необходимо решить задачу...
25. Каким методом решается задача выбора поставщика?
26. Верно ли утверждение: "Конечный потребитель - это покупатель, использующий товар по его прямому назначению"?
27. Верно ли утверждение: "Экономия за счет снижения уровня издержек обращения на всех этапах торговли является одной из функций оптовой торговли"?
28. Вы берите из списка основные процессы, которые сопровождают услуги по купле-продаже (обмену товаров) в торговле.
29. Выберите из списка основные факторы, которые влияют на формат розничной сети
30. Воздействие словом и делом на личность, ее внутренние установки с целью формирования разумных потребностей и осознанной актуализации мотивов – это ...
31. Установите соответствие понятий и их характеристик:
32. Расположите в хронологической последовательности этапы становления кадрового менеджмента:
33. Установите соответствие разновидностей псевдоавторитета и их характеристик:
34. Установите правильную последовательность этапов формирования организационной культуры:
35. Процесс определения целей организации и поиск наиболее эффективных методов и средств их достижения в условиях действия ограничений по ресурсам и времени – это ...
36. Расположите в иерархической последовательности (сверху вниз, от общего к частному) различные виды планов организации:
37. Организационная деятельность, осуществляемая в масштабах всей компании и предполагающая сохранение организационных принципов в течение длительного времени, представляет собой разработку ...
38. Удобство формы и объема информации с точки зрения данного пользователя называется ее ...