DLBLOISCM102\_Lektion01\_Frage01

Was wird als Sachziel der Beschaffung bzw. des Einkaufs verstanden?

* die langfristige Optimierung der Versorgungssicherheit (1 Pts)
* die Optimierung der mit der Versorgung verbunden Kosten und Leistungen (0 Pts)
* die Optimierung der Beschaffungsqualität (0 Pts)
* die Optimierung der Beschaffungsqualität (0 Pts)

DLBLOISCM102\_Lektion01\_Frage02

Wodurch lassen sich die Risiken beim Outsourcing nicht minimieren?

* durch Qualitätssicherung beim Lieferanten (1 Pts)
* durch eine auf Kompetenz basierende Auswahl der Lieferanten (0 Pts)
* durch fairen Ausgleich von Chancen und Risiken (0 Pts)
* durch saubere Spezifikation der Schnittstellen (0 Pts)

DLBLOISCM102\_Lektion01\_Frage03

Wann ist eine sequenzgerechte Anlieferung erforderlich?

* bei einer hohen Variantenanzahl (1 Pts)
* bei der Anlieferung von Schwergütern (0 Pts)
* bei der Anlieferung von C-Teilen (0 Pts)
* bei unsicherer Terminvorgabe (0 Pts)

DLBLOISCM102\_Lektion01\_Frage04

Was ist beim Global Sourcing unbedingt erforderlich?

* ein strategischer Transaktions- und Aktionsrahmen (1 Pts)
* eine dezentral organisierte Beschaffung (0 Pts)
* die Integration eines Importhändlers (0 Pts)
* die Integration von logistischen Dienstleistern (0 Pts)

DLBLOISCM102\_Lektion01\_Frage05

Was ist das Hauptziel einer langfristigen Lieferantenbewertung?

* eine hohe Transparenz bezüglich der Lieferantenpotenziale (1 Pts)
* mögliche Kostensenkungen zu erzielen (0 Pts)
* mögliche Risiken zu bewerten und zu beurteilen (0 Pts)
* eine umweltgerechte Beschaffung zu ermöglichen (0 Pts)

DLBLOISCM102\_Lektion02\_Frage01

Wer oder was ist kein Träger der Distribution?

* der Importhändler (1 Pts)
* der Hersteller (eigene Marketingorgane) (0 Pts)
* der Onlineshop (0 Pts)
* das Groß- und Einzelhandelsunternehmen (0 Pts)

DLBLOISCM102\_Lektion02\_Frage02

Wovon hängen die absatzkanalspezifischen Erträge nicht ab?

* von der Lieferantentreue der Absatzmittler in einem Kanal (1 Pts)
* von den in diesem Kanal erzielbaren Erträgen (0 Pts)
* von der in diesem Kanal erzielbaren Absatzmenge (0 Pts)
* von der Sortimentszusammensetzung in diesem Kanal (0 Pts)

DLBLOISCM102\_Lektion02\_Frage03

Wovon hängt die Steuerbarkeit- und die Kontrollierbarkeit des Absatzkanals ab?

* von der relativen Marktposition des Herstellers im Absatzkanal (1 Pts)
* von der Aufbaudauer des Absatzkanals (0 Pts)
* von der Anpassungsfähigkeit und -willigkeit der Absatzmittler im Absatzkanal (0 Pts)
* vom Grad der Bindung des Herstellers an den Absatzkanal (0 Pts)

DLBLOISCM102\_Lektion02\_Frage04

Die Zahl der Zentrallager in der Distributionsstruktur soll …

* ... möglichst klein sein, da die Kapitalbindungskosten sehr hoch sind. (1 Pts)
* ... möglichst groß sein, um alle Kunden bedienen zu können. (0 Pts)
* ... möglichst größer sein als die Anzahl der Regionallager. (0 Pts)
* ... möglichst nah an der Produktionsstätte bzw. an dem Werkslager angesiedelt sein. (0 Pts)

DLBLOISCM102\_Lektion02\_Frage05

Was hat die Segmentierungsstrategie innerhalb der Distribution nicht zu segmentieren?

* die Lieferanten und Dienstleister (1 Pts)
* die Distributionsorgane (0 Pts)
* die Endabnehmer (0 Pts)
* die Lagerstätten (0 Pts)

DLBLOISCM102\_Lektion03\_Frage01

Beim Investitionsgütermarketing sind die Marktteilnehmer …

* ... in der Regel bekannt und nicht anonym. (1 Pts)
* ... in der Regel unbekannt. (0 Pts)
* ... verteilt auf viele heterogene Kleinkunden. (0 Pts)
* ... staatlich organisiert und verwaltet. (0 Pts)

DLBLOISCM102\_Lektion03\_Frage02

Als welche weitere Geschäftsart versteht man ein Projektgeschäft im Investitionsmarketing?

* als Anlagengeschäft (1 Pts)
* als Zulieferergeschäft (0 Pts)
* als Systemgeschäft (0 Pts)
* als Produktgeschäft (0 Pts)

DLBLOISCM102\_Lektion03\_Frage03

Nach welchen Dimensionen unterteilt man die Geschäfte beim Investitionsmarketing nicht?

* nach Volumen und Umsatz der Investitionsgüter (1 Pts)
* nach Kaufverbund und Einzelkunde (0 Pts)
* nach anonymem und bekanntem Markt (0 Pts)
* nach Einzeltransaktion oder nicht (0 Pts)

DLBLOISCM102\_Lektion03\_Frage04

Welche Vertriebsform überwiegt beim Business-to-Business-Marketing?

* über den Direktvertrieb (1 Pts)
* über den indirekten Vertrieb (0 Pts)
* über den Handel (0 Pts)
* über Onlineshops (0 Pts)

DLBLOISCM102\_Lektion03\_Frage05

Wie erfolgt die Zusammenarbeit zwischen Hersteller und Lieferant beim Zuliefergeschäft?

* in der Regel in unternehmensübergreifenden crossfunktionalen Teams (1 Pts)
* in der Regel über die Vermittlung von Makler und Brokern (0 Pts)
* nur im Rahmen der gemeinsamen Produktentwicklung (0 Pts)
* nur sehr rudimentär und bei Problemen (0 Pts)

DLBLOISCM102\_Lektion04\_Frage01

Wozu sind vertikale Marktplätze gut geeignet?

* um eine zwischenbetriebliche Kollaboration im Rahmen des SCM zu ermöglichen (1 Pts)
* um den gesamten Beschaffungsdarf eines Unternehmens abzudecken (0 Pts)
* um sogenannte MRO gut zu beschaffen (0 Pts)
* um Standardprodukte gut zu beschaffen (0 Pts)

DLBLOISCM102\_Lektion04\_Frage02

Was gehört in der Regel nicht zu den Leistungsumfängen von elektronischen Marktplätzen?

* die Bestandsverwaltung für den Hersteller durch den Dienstleister (1 Pts)
* das Ordermanagement (0 Pts)
* die Durchführung von Auktionen (0 Pts)
* die Bereitstellung von Multilieferantenkatalogen (0 Pts)

DLBLOISCM102\_Lektion04\_Frage03

Zu welchem Zweck werden unternehmensübergreifende Wertanalyseteams eingesetzt?

* in der zwischenbetrieblichen Produktion zur Effizienzsteigerung (1 Pts)
* in der Entwicklung und im Transport zur Standardisierung von Prozessen (0 Pts)
* zur Vorbereitung einer synchronen Entwicklung und Produktion (0 Pts)
* zur Vorbereitung einer Prozessreorganisation in der Beschaffung (0 Pts)

DLBLOISCM102\_Lektion04\_Frage04

Welche Funktion steht bei elektronischen Marktplätzen im Vordergrund?

* die Funktion des Commerce (1 Pts)
* die Funktion der Collaboration (0 Pts)
* die Funktion des Content (0 Pts)
* die Funktion der Communities (0 Pts)

DLBLOISCM102\_Lektion04\_Frage05

Für welche Produktkategorien eignen sich horizontale Marktplätze nicht?

* für branchenspezifische Systeme (1 Pts)
* für MRO-Produkte (0 Pts)
* für Gemeinkostenmaterialien (0 Pts)
* für Instandhaltungsmaterialien (0 Pts)