

浙江省 2015 年 4 月高等教育自学考试

采购与仓储管理试题

课程代码:07008

请考生按规定用笔将所有试题的答案涂、写在答题纸上。

选择题部分

注意事项:

1. 答题前,考生务必将自己的考试课程名称、姓名、准考证号用黑色字迹的签字笔或钢笔填写在答题纸规定的位置上。

2. 每小题选出答案后,用 2B 铅笔把答题纸上对应题目的答案标号涂黑。如需改动,用橡皮擦干净后,再选涂其他答案标号。不能答在试题卷上。

一、单项选择题(本大题共 10 小题,每小题 1 分,共 10 分)

在每小题列出的四个备选项中只有一个是符合题目要求的,请将其选出并将“答题纸”的相应代码涂黑。错涂、多涂或未涂均无分。

1. 下面属于无形劳务采购的是

- A. 技术 B. 原料 C. 设备 D. 事务用品

2. 直线制采购组织优势在于

- A. 临时组织机构 B. 分权结构和部门化机构
C. 矩阵式结构 D. 实现个性化管理

3. 集权倾向产生的原因是

- A. 组织的分散性 B. 采购产品的特性
C. 企业的性质 D. 领导的个性

4. 下面属于定量选择方法的是

- A 直观判断法 B. 线性权重法 C. 层次分析法 D. 专家判断法

5. 按采购的政策分,采购可分为

- A. 直接采购和间接采购 B. 分散采购和集中采购
C. 特殊采购和普通采购 D. 计划采购和市场采购

6. 物资采购合同根据主体不同,可分为

- A. 政府采购和国有企业采购 B. 分期采购和长期采购
C. 样品采购和试用采购 D. 招标采购和投标采购

7. 按照采购的规模,可分为
- A. 公开招标和选择性招标
B. 政府招标和企业招标
C. 电子招标和国际招标
D. 大额招标和小额招标
8. 现在用的最多的校验码是
- A. 权数校验
B. 模数校验
C. 质数校验
D. 和数校验
9. 某零件年需求量为 3600 件,每日送货量为 30 件,每日耗用量为 10 件,单件为 10 元,一次订货成本为 25 元,单位储存成本为 2 元,其经济批量为_____件。
- A. 367
B. 380
C. 300
D. 400
10. 根据动力装置的不同,叉车可分为
- A. 内燃叉车和电瓶叉车
B. 硬胎叉车和充气叉车
C. 平衡叉车和前移叉车
D. 直叉平衡式叉车和侧叉前移式叉车

二、多项选择题(本大题共 5 小题,每小题 2 分,共 10 分)

在每小题列出的五个备选项中至少有两个是符合题目要求的,请将其选出并将“答题纸”的相应代码涂黑。错涂、多涂、少涂或未涂均无分。

11. 采购全球化的原因包括_____几个方面。
- A. 价格因素
B. 质量因素
C. 国内缺货
D. 技术因素
E. 竞争因素
12. 从管理阶层角度,采购部门的职责是
- A. 拟订采购部门的工作方针和目标
B. 负责主要原料与物料的采购
C. 编制年度采购计划与预算
D. 签订审核订单与合约
E. 采购制度的建立与完善
13. 采购人员应具备的素质是
- A. 智能
B. 良好的心理素质
C. 高尚的品德
D. 丰富的知识
E. 性格独特
14. 供应商的认证包括
- A. 熟悉认证的物料项目
B. 价格预算
C. 研究项目的质量需求标准
D. 了解项目的需求量
E. 制订认证说明书
15. 采购的作用为
- A. 保障企业的正常生产经营,降低缺货风险
B. 是产品质量保障的第一个环节
C. 是降低生产成本的关键环节
D. 发挥盘点功效
E. 发挥存储的运输功能

三、判断题(本大题共 10 小题,每小题 1 分,共 10 分)

判断下列各题,在答题纸相应位置正确的涂“A”,错误的涂“B”。

16. 易货贸易的实质是货币交易方式。
17. 采购机构的分权可通过组织设计中的分权和主管人员的授权来实现。
18. 管理层对采购工作的认识主要取决于采购机构的设计。
19. 供应商选择机制的最后环节是市场调研和数据收集。
20. 采购协议是采购方和供应方在协商一致的基础上所达成关于采购条件的书面或口头约定。
21. 公开招标的原则是公开、公平、公正和合理。
22. 两阶段招标采购是一种特殊的招标采购方式。
23. 分组码从左到右分别表示小类、中类和大类。
24. 通风是指采取措施,加大空气流通的保管手段。
25. 订货周期实际上是定期订货的订货点,其间隔时间不等。

非选择题部分

注意事项:

用黑色字迹的签字笔或钢笔将答案写在答题纸上,不能答在试题卷上。

四、简答题(本大题共 9 小题,每小题 5 分,共 45 分)

26. 简述现代企业采购管理的目标。
27. 简述采购部门的建立方式。
28. 简述供应商选择的实施步骤。
29. 简述采购合同的主要特征。
30. 简述招标文件的制作内容。
31. 简述电子采购代码设计的一般原则。
32. 简述 ABC 分类库存管理方法。
33. 简述商品保管的措施。
34. 如何实现装卸搬运的合理化?

五、论述题(本大题 10 分)

35. 请结合实际,论述政府采购招标中的争议形式及解决办法。

六、案例题(本大题共 3 小题,每小题 5 分,共 15 分)

绿城:“网络商城+实体体验”网络建材电子采供模式

2011 年 3 月,绿城电子商务有限公司正式成立。作为绿城“轻资产化”理念下催生的新业务板块,也是国内首家建材 B2B 电子商务企业,在短短的两年多的时间里,截至 2013 年年底,全年完成销售额 25 亿元,实现业绩翻倍。事实上,这家年轻电商企业首创的新型建材采供模式,正在业内引发“蝴蝶效应”。

据了解,绿城电商在确保绿城集团各项目用材供给的前提下,已成功拓展了包括葛洲坝集团、积水房产、重庆两江集团、海尔集团等外部会员 500 余家,客户类型包括房地产开发商、工程承建商、城市综合体、酒店、银行等。这个平台上,客户可以通过实体体验和网络商城的线上线下服务,综合考虑进行选择,并享受到由绿城电商提供的从设计、规划到安装的一条龙服务。平台中的多数建材品牌都与绿城集团有着多年合作,品牌品质无形被贴上了“绿城验证”的标签,这对于部分在建材方面经验不足的客户来说省去了不少做选择的时间。对于合作客户来说,最具吸引力的莫过于通过绿城电商平台有效节省成本。据绿城电商工作人员展示,平台部分材料的价格较市场均价的确能达到超过 5 成的优惠。

大幅度价格优惠得益于绿城电商自身的定制属性。通过精准的规模化采集,帮助供应商在为电商提供定制建材产品时做到“零库存”,即供应商在接到实际订货后才开始生产建材,减去不必要消耗和库存浪费,大幅度降低产品成本。绿城电商的另一个最具潜力的增长空间来自地方政府。随着反腐工作力度加大,部分地方政府看重电商的透明度,选择将公建项目的建材采购交由在绿城电商平台上进行,这个趋势在今年尤为明显。目前,绿城电商已经与浙江嵊州市政府签订合作协议,所有政府类项目所需用材料均会优先在该平台上采购。

同时,绿城可以在线下营造 35000 平方米的巨型实体电商体验馆,目前馆内已汇集了西门子、汉莎、东芝、唯宝、汉斯格雅等 130 余家一线建材品牌,涉及 29 大品类。这个模式还有一个与众不同的亮点:绿城不只是平台提供商,还要充当“整体解决方案”操盘手,所以在展馆里,还设置诸如 3D 环幕演播厅,开发了社会会员在电脑里随意拼塔积木样选择各种品牌的“组合”,使采购变得透明、高效、公平、专业。这是一个完善的 B2B+O2O 电商模型,再加上绿城自用采购量,就足以支撑这个平台的业务量。这也是非专业领域竞争者很难复制的电商模型。

问题:

36. 什么是电子采购? 电子采购系统的构成如何?

37. 简述电子订单处理的基本环节。

38. 结合案例,阐述绿城的电子采购模式。