
**Мастер-класс по прохождению тестов
в Big4, FMCG и другие компании**

ТЫ КТО ТАКОЙ?

Илья

Воробьев

ОПЫТ:

- Руководитель проекта в НКО Рыбаков Фонд
- UFLP Unilever (маркетинг, немного продаж)
- 3M Russia (финансы, маркетинг)

Extra:

- Co-основатель entry (https://vk.com/entry_job)
- Руководитель HR направления ФРЭ

Тесты:

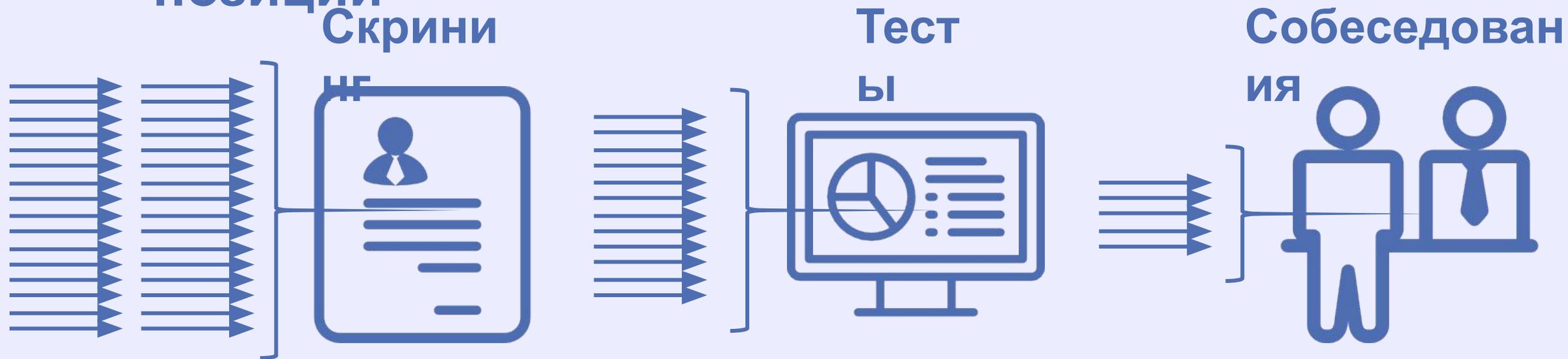
- 50+ различных тестов, 100% пройдено успешно

ΟΠΡΟΣ

ТЕОРИЯ

Зачем нужны тесты?

Стандартный процесс отбора на начальные позиции



Время HR
специалиста



Тесты отсекают лишних кандидатов и экономят

время HR

Типы тестов

Онлайн тесты:

- Используются большинством крупных компаний
- Обычно стандартные - всего 2 основных вида
- Обычно несложные, легко подготовиться
- Примеры: Big4, большинство FMCG и компаний Industry

Тесты в офисе:

- Встречаются достаточно редко
- Нестандартные - у каждой компании свой формат
- Сложность может сильно отличаться, подготовиться сложнее, чем к онлайн
- Примеры: McKinsey, BCG, P&G, Lamoda

Онлайн тесты

3 основных формата:

- 1) Числовые (базовая математика)
- 2) Вербальные (анализ текстовой информации)
- 3) Логические (поиск закономерностей)

Обычно при отборе нужно пройти два теста.

Самые частые связки:

- Числовой + вербальный
- Числовой + логический

Онлайн тесты - 2 основных вида

	SHL/Кенеха и другие	TalentQ
Общее время	20/12 минут	13-16 минут
Время на вопрос	Нет ограничений	60-90 секунд
Порядок ответов на вопросы	Нет ограничений	По порядку, без возврата назад
Количество вопросов	20/24 вопросов	12 вопросов
База вопросов	Большая динамичная база, вопросы меняются	Вопросы не менялись в 2012-2015 годах 😊

КАК ГОТОВИТЬСЯ

В чем сложность тестов?

1) Время 

2) Время 

3) Время 

4) Время 

Способы подготовки

По убыванию релевантности:

- 1) Реальные тесты
- 2) Тренировочные тесты, похожие на реальные
- 3) Тесты других форматов (GMAT, GRE, etc.)
- 4) Головоломки, брейнтизеры и т.д.
- 5) Матан и прочий хардкор

Тренировочные тесты

Бесплатные ресурсы

От компаний:

<https://www.trytalentq.com/>

<https://www.cebglobal.com/shldirect/ru/practice-tests>

<http://www.psl.com/practice/>

Прочие:

На русском - адекватных нет

На английском - много, Google 😊

Бонус: <http://www.sobaidupan.com/>

Платные ресурсы

⊕ <http://test-help.com/> ⊕

⊗ <http://worldcompanyjob.com/> ⊗

? <http://bigcompanyjob.com/> ?

? <http://shl-test.ru/> ?

? <http://youprofy.ru/> ?

? Другие ?

ЛАЙФХАКИ

LEVEL: Beginner

ЛАЙФХАК №1

**Как быстро пройти несколько
реальных тестов подряд?**

ЛАЙФХАК №1

Заполнить анкету на любую начальную позицию в:

- PWC
- Unilever
- Merrill Lynch

Сразу после заполнения анкеты можно пройти реальный тест - БИНГО!

LEVEL: Intermediate

ЛАЙФХАК №2

**Как увеличить время на прохождение
тестов SHL/Кенеха, etc?**

Помощь друга!

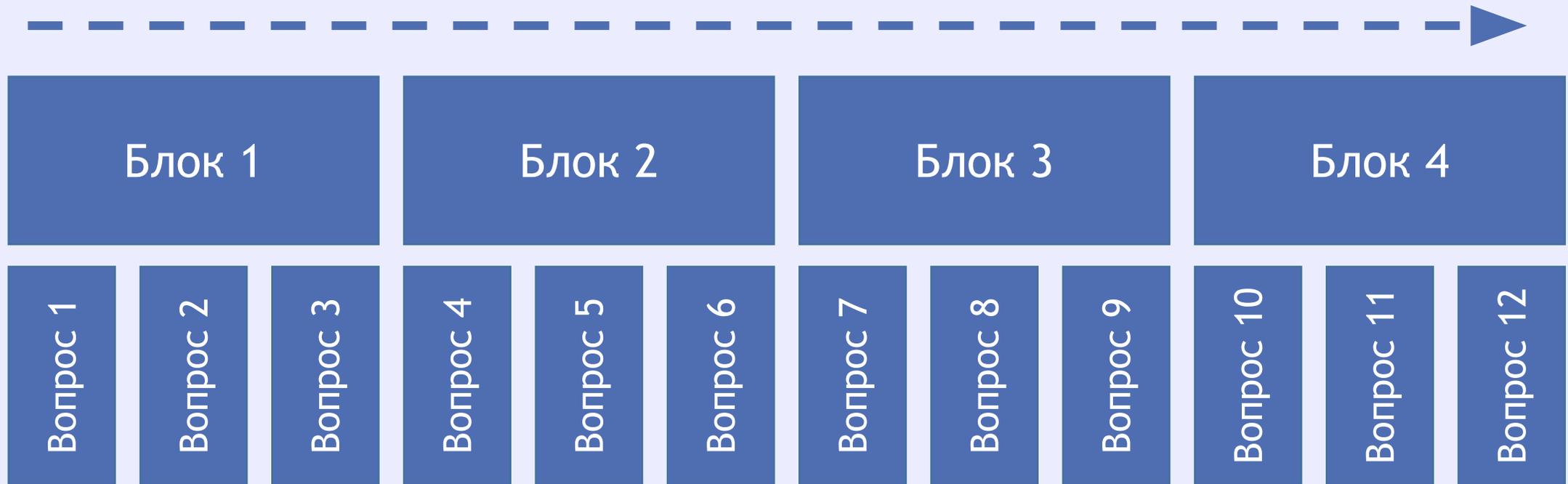
- Друг фотографирует половину заданий и решает параллельно
- У каждого почти вдвое больше времени на решение

LEVEL: PRO

ЛАЙФХАК №3

**Как пройти тест TalentQ на 100%
за 3 минуты?**

Структура теста TalentQ



ЛАЙФХАК №3

Нужно всего 4 попытки 😊

- 1) Фотографируем первый вопрос каждого блока
- 2) Фотографируем второй вопрос каждого блока
- 3) Фотографируем третий вопрос каждого блока
- 4) PROFIT!

ЛАЙФХАК №3 - список клиентов TalentQ



ПРАКТИКА

Формат: SHL/Кенеха

Вид: Числовой

Время: 60 секунд

Уровень: Легко

SHL/Кенеха, Числовой

	Категория билетов	Компании			
		Sea Line	Cruise&Co	Blue Ocean	Ocean Line
Стоимость билета, \$	Эконом класс	\$25,00	\$27,00	\$28,00	\$28,00
Количество проданных билетов		120	110	125	120
Стоимость билета, \$	Бизнес класс	\$53,00	\$51,00	\$60,00	\$52,00
Количество проданных билетов		48	50	44	50
Стоимость билета, \$	VIP класс	\$115,00	\$111,00	\$120,00	\$108,00
Количество проданных билетов		20	22	20	16

Чему равна общая выручка Sea Line за один рейс?

- A \$7 962,00
- B \$7 844,00
- C \$8 540,00
- D \$7 838,00
- E Недостаточно данных

SHL/Кенеха, Числовой

	Категория билетов	Компании			
		Sea Line	Cruise&Co	Blue Ocean	Ocean Line
Стоимость билета, \$	Эконом класс	\$25,00	\$27,00	\$28,00	\$28,00
Количество проданных билетов		120	110	125	120
Стоимость билета, \$	Бизнес класс	\$53,00	\$51,00	\$60,00	\$52,00
Количество проданных билетов		48	50	44	50
Стоимость билета, \$	VIP класс	\$115,00	\$111,00	\$120,00	\$108,00
Количество проданных билетов		20	22	20	16

Чему равна общая выручка Sea Line за один рейс?

Для расчета выручки Sea Line нужно перемножить стоимость билетов и количество проданных билетов для всех категорий билетов:

$25 \times 120 + 53 \times 48 + 115 \times 20 = 7\,844$ - это ответ

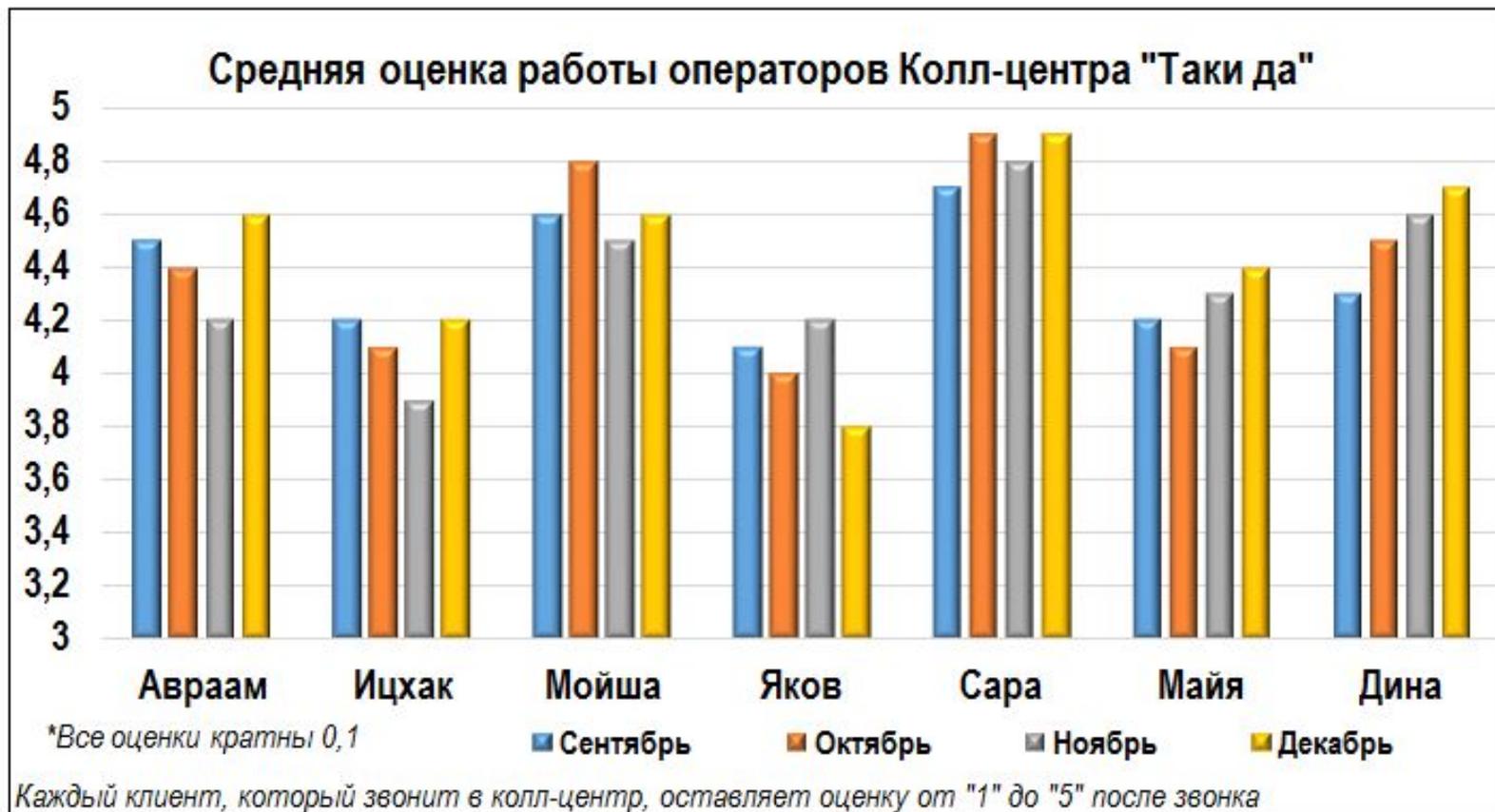
Правильный ответ: B

Формат: SHL/Кенеха

Вид: Числовой

Время: 60 секунд

Уровень: Сложно

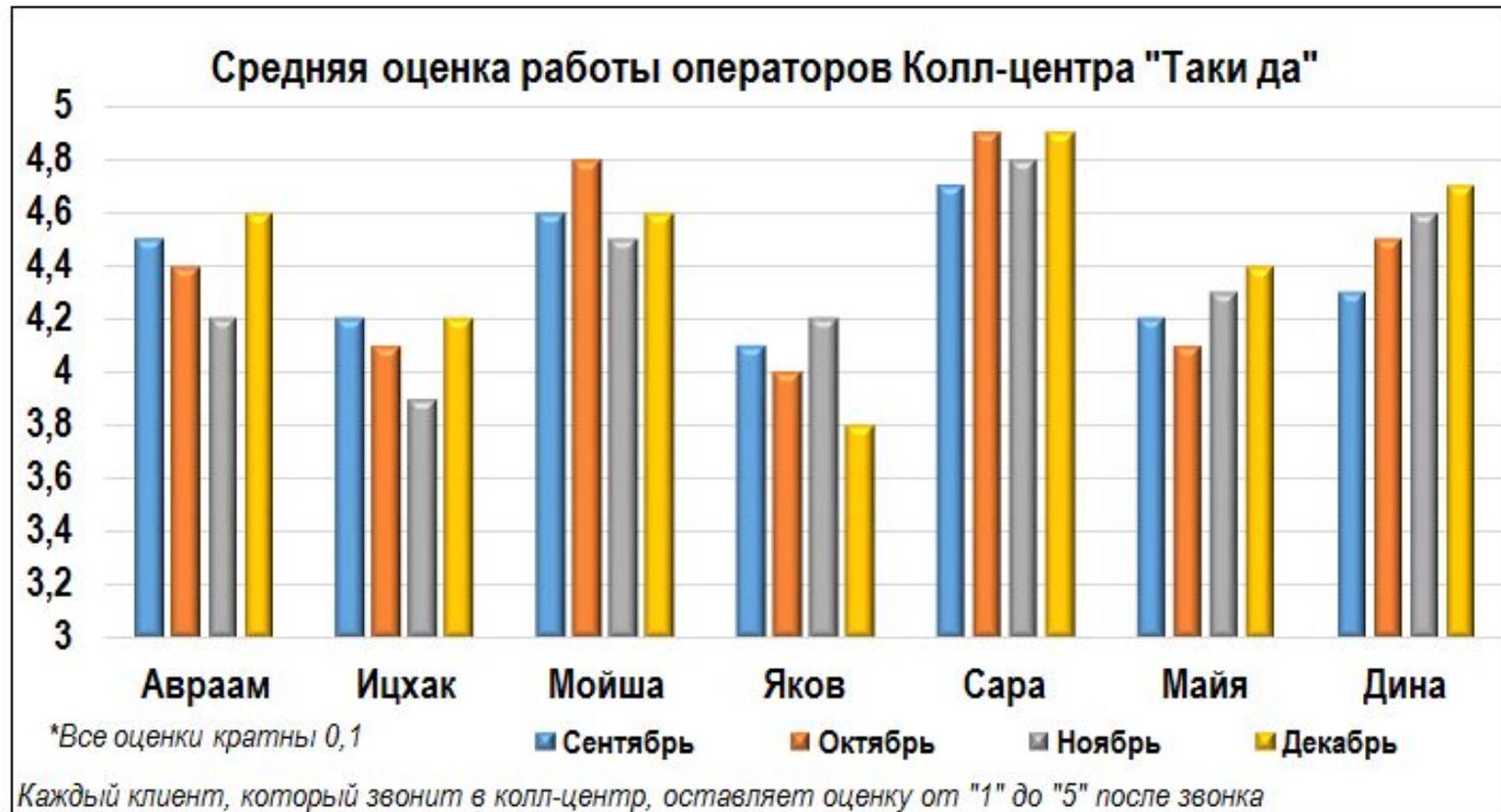


В сентябре Ицхак и Сара работали в две смены и каждый обрабатывал вдвое больше звонков, чем любой из остальных операторов. Чему была равна средняя оценка всего колл-центра клиентами в сентябре?

- A 4,39
- B 4,45
- C 4,37
- D 4,32
- E Недостаточно данных

SHL/Кенеха, Числовой

В сентябре Ицхак и Сара работали в две смены и каждый обрабатывал вдвое больше звонков, чем любой из остальных операторов. Чему была равна средняя оценка всего колл-центра клиентами в сентябре?



Делаем расчеты: $(4,5 + 4,2 \times 2 + 4,6 + 4,1 + 4,7 \times 2 + 4,2 + 4,3) / (5 + 2 \times 2) = 4,39$ - это ответ

Правильный ответ: А

Формат: SHL/Кепеха

Вид: Вербальный

Время: 60 секунд

Уровень: Легко

SHL/Кенеха, Вербальный

За последние десятилетия наблюдается неуклонный рост в туристической индустрии, в то время как количество турагентств сокращается. Это связано с увеличением числа клиентов, которые бронируют свои поездки онлайн, потому что это быстрее и дешевле. Однако, специализированные агентства, которые концентрируются на конкретных регионах или видах отдыха, остаются успешными, так как они имеют глубокое понимание своей сферы деятельности. Также их персонал владеет несколькими языками одновременно, и, благодаря пониманию местной специфики, они могут предоставить потребителям выгодные сделки. Цены в таких агентствах зачастую ниже, чем при покупке через турагентство широкого профиля или онлайн.

ВОПРОС

Люди все чаще предпочитают бронировать туры онлайн, так как это выгоднее, чем при обращении в турагентства, хотя и отнимает больше времени

1) Верно 2) Неверно 3) Недостаточно информации

SHL/Кенеха, Вербальный

За последние десятилетия наблюдается неуклонный рост в туристической индустрии, в то время как количество турагентств сокращается. Это связано с увеличением числа клиентов, которые бронируют свои поездки онлайн, потому что это быстрее и дешевле. Однако, специализированные агентства, которые концентрируются на конкретных регионах или видах отдыха, остаются успешными, так как они имеют глубокое понимание своей сферы деятельности. Также их персонал владеет несколькими языками одновременно, и, благодаря пониманию местной специфики, они могут предоставить потребителям выгодные сделки. Цены в таких агентствах зачастую ниже, чем при покупке через турагентство широкого профиля или онлайн.

ОТВЕТ

Люди все чаще предпочитают бронировать туры онлайн, так как это выгоднее, чем при обращении в турагентства, хотя и отнимает больше времени

Неверно - в тексте сказано, что бронирование онлайн выгоднее и быстрее одновременно.

Формат: SHL/Кенеха

Вид: Вербальный

Время: 60 секунд

Уровень: Сложно

SHL/Кенеха, Вербальный

Наиболее распространенным типом комбинированных двигателей является поршневой с турбонагнетателем. Турбонагнетатель или турбокомпрессор – это такой нагнетатель, который приводится в движение выхлопными газами. Это устройство состоит из двух частей: роторного колеса турбины, приводимого в движение выхлопными газами, и центробежного компрессора, закреплённых на противоположных концах общего вала. Струя выхлопных газов воздействует на лопатки, закреплённые по окружности ротора, и приводит их в движение вместе с валом, который изготавливается единым целым с ротором турбины из сплава, близкого к легированной стали. На валу, помимо ротора турбины, закреплён ротор компрессора, изготовленный из алюминиевых сплавов, который при вращении вала позволяет «закачивать» под давлением воздух в цилиндры ДВС.

Таким образом, в результате действия выхлопных газов на лопатки турбины одновременно раскручиваются ротор турбины, вал и ротор компрессора. Применение турбокомпрессора совместно с промежуточным охладителем (интеркулером) позволяет обеспечивать подачу более плотного воздуха в цилиндры ДВС (в современных турбированных двигателях используется именно такая схема).

ВОПРОС

Ротор турбины позволяет закачивать под давлением воздух в цилиндры ДВС

- 1) Верно
- 2) Неверно
- 3) Недостаточно информации

SHL/Кенеха, Вербальный

Наиболее распространенным типом комбинированных двигателей является поршневой с турбонагнетателем. Турбонагнетатель или турбокомпрессор – это такой нагнетатель, который приводится в движение выхлопными газами. Это устройство состоит из двух частей: роторного колеса турбины, приводимого в движение выхлопными газами, и центробежного компрессора, закреплённых на противоположных концах общего вала. Струя выхлопных газов воздействует на лопатки, закреплённые по окружности ротора, и приводит их в движение вместе с валом, который изготавливается единым целым с ротором турбины из сплава, близкого к легированной стали. На валу, помимо ротора турбины, закреплён ротор компрессора, изготовленный из алюминиевых сплавов, который при вращении вала позволяет «закачивать» под давлением воздух в цилиндры ДВС.

Таким образом, в результате действия выхлопных газов на лопатки турбины одновременно раскручиваются ротор турбины, вал и ротор компрессора. Применение турбокомпрессора совместно с промежуточным охладителем (интеркулером) позволяет обеспечивать подачу более плотного воздуха в цилиндры ДВС (в современных турбированных двигателях используется именно такая схема).

Ротор турбины позволяет закачивать под давлением воздух в цилиндры ДВС

ОТВЕТ

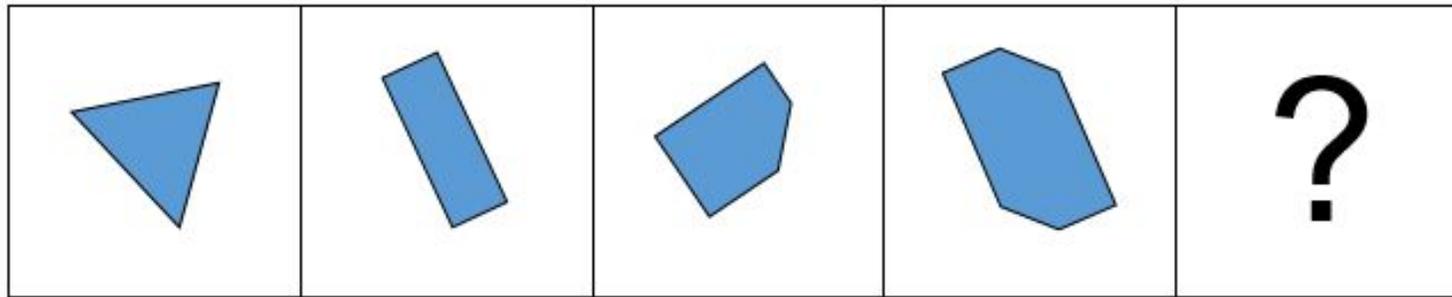
Неверно - это позволяет делать ротор компрессора, а не ротор турбины

Формат: SHL/Кенеха

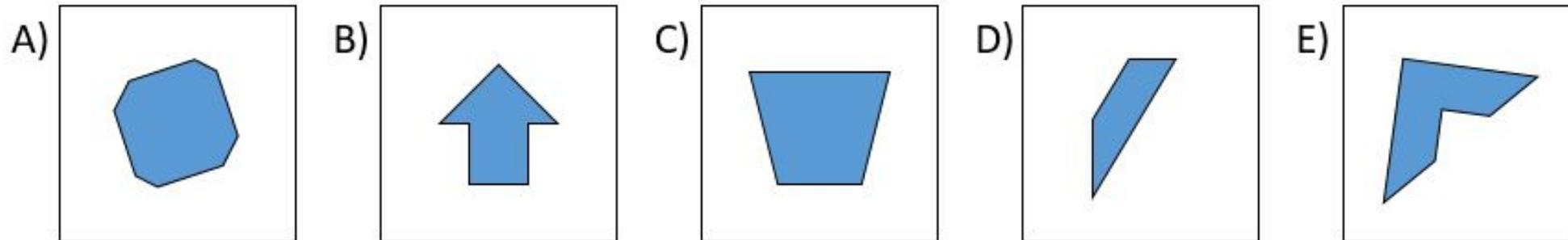
Вид: Логический

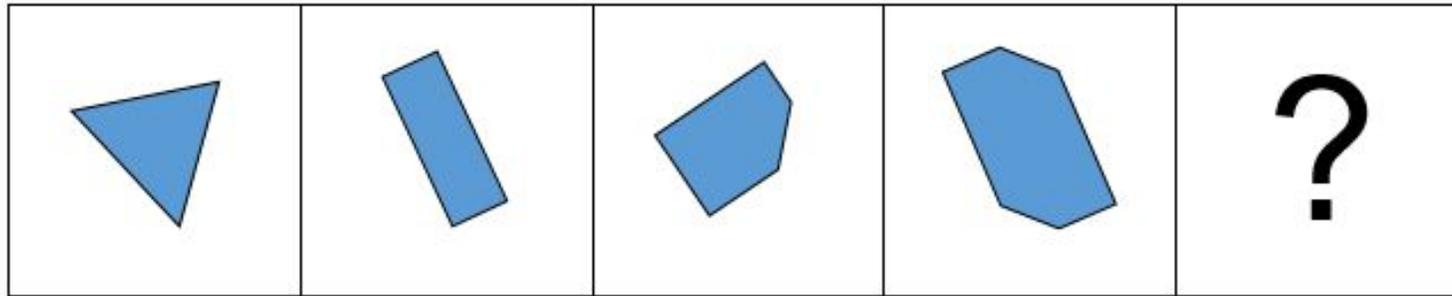
Время: 30 секунд

Уровень: Легко



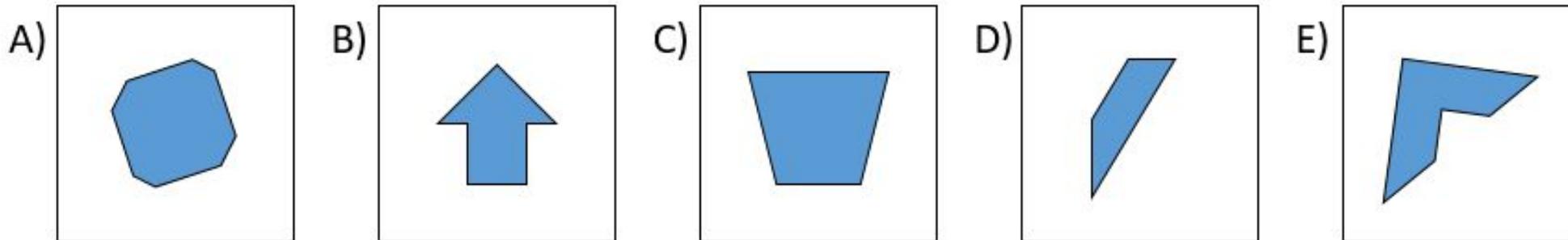
Какой из вариантов должен быть на месте вопросительного знака?





ОТВЕТ:
ВАРИАНТ В

Какой из вариантов должен быть на месте вопросительного знака?



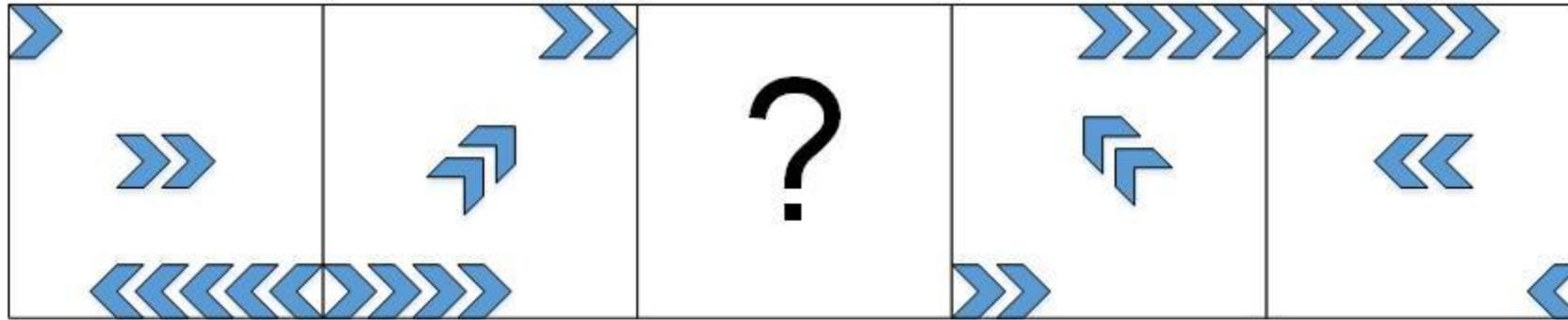
Формат: SHL/Кенеха

Вид: Логический

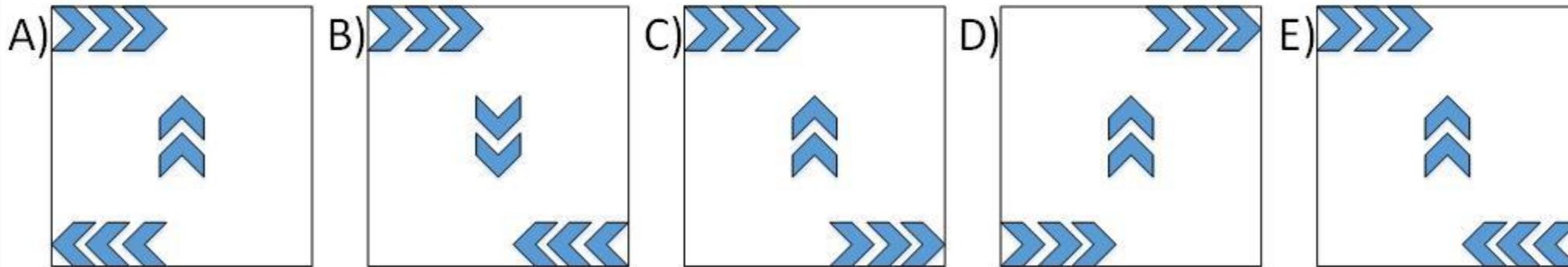
Время: 30 секунд

Уровень: Средний

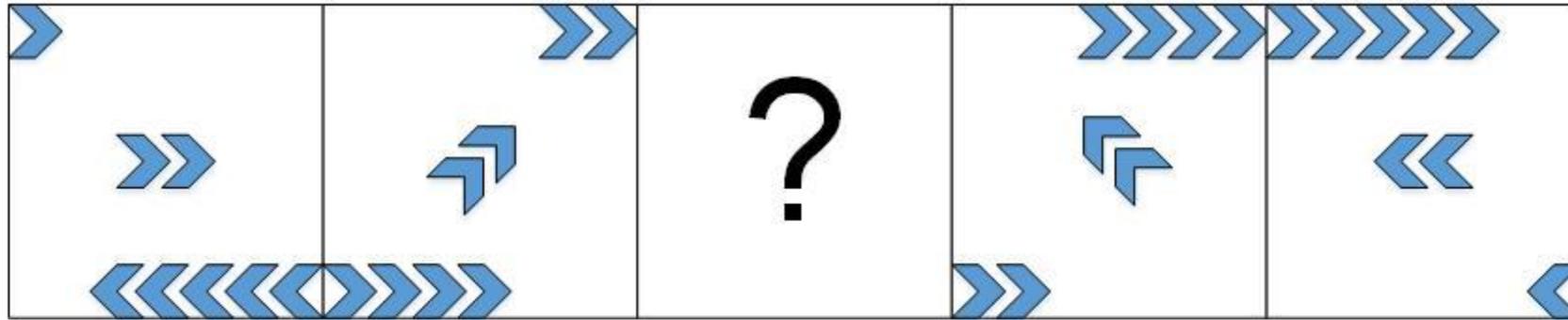
SHL/Кенеха, Логический



Какой из вариантов должен быть на месте вопросительного знака?

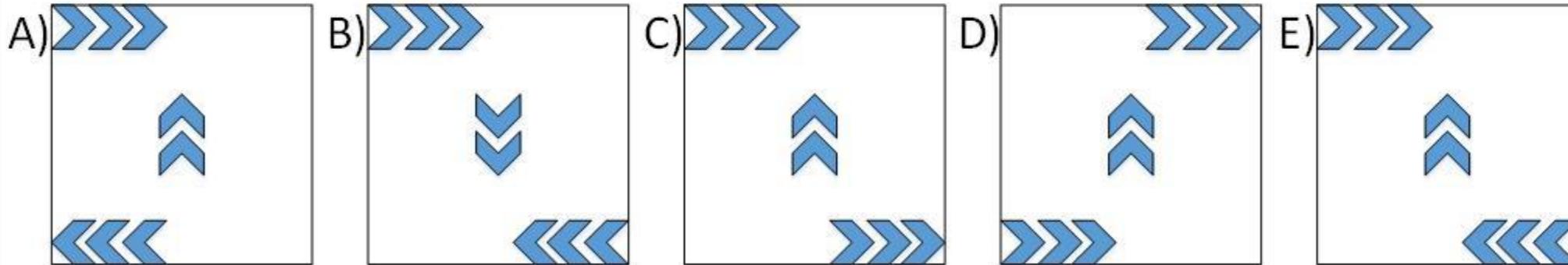


SHL/Кенеха, Логический



**ОТВЕТ:
ВАРИАНТ E**

Какой из вариантов должен быть на месте вопросительного знака?



Формат: TalentQ
Вид: Вербальный
Время: 75 секунд
Уровень: Сложно

TalentQ, Вербальный

«Голландская болезнь» – эффект, впервые отмеченный в экономике Нидерландов. Быстрый рост экспорта газа, вследствие освоения Гронингенского месторождения, привел к увеличению инфляции и безработицы, падению экспорта продукции обрабатывающей промышленности и темпов роста доходов в 70-х гг. Рост цен на нефть в середине 70-х и начале 80-х гг. вызвал подобный эффект в Саудовской Аравии, Нигерии, Мексике.

Резкое увеличение экспортных доходов за счет добывающего сектора экономики ведет к дополнительному притоку иностранной валюты в страну, что, в свою очередь, приводит к укреплению национальной валюты. Укрепление национальной валюты снижает конкурентоспособность продукции обрабатывающих отраслей, что ведет к сокращению выпуска и экспорта данной продукции и приводит к росту безработицы. При этом увеличивается импорт, снижается чистый экспорт и, в конечном итоге, валовой внутренний продукт.

Кроме того, резкий рост экспортных доходов создает дополнительный спрос как на обмениваемые, так и на необмениваемые блага. Поскольку обмениваемые блага участвуют в международной конкуренции, дополнительный спрос не оказывает сколько-нибудь существенного влияния на их цену (при условии, что страна является маленькой относительно мировой экономики). Однако цена необмениваемых благ определяется равновесием спроса и предложения на внутреннем рынке. Поэтому резкое увеличение спроса на них ведет к росту цен (инфляции).

ВОПРОС

Что из перечисленного НЕ является следствием «Голландской болезни»?

ВАРИАНТЫ:

- Рост экспортных доходов
- Рост цен на обмениваемые блага
- Укрепление национальной валюты
- Снижение чистого экспорта
- Сокращение выпуска обрабатывающих отраслей
- Приток иностранной валюты в страну

SHL/Кенеха, Вербальный

«Голландская болезнь» – эффект, впервые отмеченный в экономике Нидерландов. Быстрый рост экспорта газа, вследствие освоения Гронингенского месторождения, привел к увеличению инфляции и безработицы, падению экспорта продукции обрабатывающей промышленности и темпов роста доходов в 70-х гг. Рост цен на нефть в середине 70-х и начале 80-х гг. вызвал подобный эффект в Саудовской Аравии, Нигерии, Мексике.

Резкое увеличение экспортных доходов за счет добывающего сектора экономики ведет к дополнительному притоку иностранной валюты в страну, что, в свою очередь, приводит к укреплению национальной валюты. Укрепление национальной валюты снижает конкурентоспособность продукции обрабатывающих отраслей, что ведет к сокращению выпуска и экспорта данной продукции и приводит к росту безработицы. При этом увеличивается импорт, снижается чистый экспорт и, в конечном итоге, валовой внутренний продукт.

Кроме того, резкий рост экспортных доходов создает дополнительный спрос как на обмениваемые, так и на необмениваемые блага. Поскольку обмениваемые блага участвуют в международной конкуренции, дополнительный спрос не оказывает сколько-нибудь существенного влияния на их цену (при условии, что страна является маленькой относительно мировой экономики). Однако цена необмениваемых благ определяется равновесием спроса и предложения на внутреннем рынке. Поэтому резкое увеличение спроса на них ведет к росту цен (инфляции).

Объяснение

«Поскольку обмениваемые блага участвуют в международной конкуренции, дополнительный спрос не оказывает сколько-нибудь существенного влияния на их цену» - таким образом, «Голландская болезнь» не приводит к росту цен на обмениваемые блага, так как они участвуют в международной конкуренции. Остальные утверждения являются следствием «Голландской болезни» исходя из текста.

Формат: TalentQ
Вид: Числовой
Время: 90 секунд
Уровень: Сложно

TalentQ, Числовой

Продажи XYZ Company в крупнейших городах					
Город	Продажи в национальной валюте				Продажи в штуках за Апрель-Июнь
	Янв-Март	Апр-Июнь	Июль-Сент	Окт-Дек	
Нью-Йорк*	20 900	14 300	20 200	16 600	1 350
Берлин**	17 800	17 500	17 700	14 700	1 420
Лондон***	18 100	20 200	14 400	19 200	1 660
Чикаго*	12 300	21 100	20 700	12 300	1 190
Париж**	12 400	18 900	18 800	16 500	1 240
Рим**	22 100	15 300	19 300	17 400	1 510

Средние курсы валют к \$		
Период	€	£
Янв-Март	1,25	1,50
Апр-Июнь	1,15	1,40
Июль-Сент	1,05	1,45
Окт-Дек	1,10	1,55

*Национальная валюта - \$

**Национальная валюта - €

***Национальная валюта - £

ВОПРОС:

Чему равно отношение средней цены за одну штуку в Нью-Йорке к средней цене в Риме в апреле-июне (в сопоставимых

денежных единицах)?

ВАРИАНТЫ ОТВЕТА:

4:7	10:9	8:13
6:7	6:11	10:13
8:7	8:11	12:13
4:9	10:11	14:13
6:9	12:11	15:13
8:9	14:11	

TalentQ, Числовой

Продажи XYZ Company в крупнейших городах					
Город	Продажи в национальной валюте				Продажи в штуках за Апрель-Июнь
	Янв-Март	Апр-Июнь	Июль-Сент	Окт-Дек	
Нью-Йорк*	20 900	14 300	20 200	16 600	1 350
Берлин**	17 800	17 500	17 700	14 700	1 420
Лондон***	18 100	20 200	14 400	19 200	1 660
Чикаго*	12 300	21 100	20 700	12 300	1 190
Париж**	12 400	18 900	18 800	16 500	1 240
Рим**	22 100	15 300	19 300	17 400	1 510

Средние курсы валют к \$		
Период	€	£
Янв-Март	1,25	1,50
Апр-Июнь	1,15	1,40
Июль-Сент	1,05	1,45
Окт-Дек	1,10	1,55

*Национальная валюта - \$

**Национальная валюта - €

***Национальная валюта - £

- 1) Цена в Нью-Йорке (продажи деленные на продажи в штуках): $14\ 300/1\ 350 = 10,593$.
- 2) Для сравнения переводим цену в Риме в доллары: $15\ 300/1\ 510 \times 1,15 = 11,652$.

3) Находим отношение: $10,593/11,652 = 0,909$.

4) Теперь нужно быстро понять, какое отношение в вариантах ответа нам подходит. 0,909 это чуть больше, чем 9:10, но меньше, чем 1. Точно не подходят отношения, в которых число слева больше, чем число справа (они больше 1) и отношения, в которых справа число меньше 10 (они меньше 0,909). Проверим 10:11 - $10/11 = 0,909$ - точно наше число. Это и есть ответ.

Правильный ответ: 10:11

Формат: TalentQ
Вид: Логический
Время: 75 секунд
Уровень: Легко

TalentQ, Логический

Logical sequence

¶ ¶	¶ % ∩	?
∞ ∩ ∫	∞ ∞	∫ ∫
√ √	≡ ≡	√ § ≡

Alternatives

¶ % ∩	∩ % ¶	√ § ≡	∞ ∩ ∫	¶ ¶	≡ ≡	√ √
∞ ∞ ∫	∞ ∞	∫ ∫ ∞	∩ ∩	∫ ∫	≡ § √	∩ ∫ ∞

Источник: trytalentq.com

TalentQ, Логический

Logical sequence

¶ ¶	¶ % ∩	∩ ∩
∞ ∩ ∫	∞ ∞	∫ ∫
√ √	≡ ≡	√ § ≡

Alternatives

¶ % ∩	∩ % ¶	√ § ≡	∞ ∩ ∫	¶ ¶	≡ ≡	√ √
∞ ∞ ∫	∞ ∞	∫ ∫ ∞	∩ ∩	∫ ∫	≡ § √	∩ ∫ ∞

Источник: trytalentq.com

Формат: TalentQ
Вид: Логический
Время: 75 секунд
Уровень: Средний

TalentQ, Логический

Logical sequence

↓ ↑ ↓	?	↗ ↘ ↗
↙ ↗ ↙	↑ ↓ ↑	← → ←
→ ← →	↘ ↗ ↘	↑ ↓ ↑

Alternatives

← → ↗	← ↓ →	← ← →	→ ↑ ←	→ → ↑	→ ← →	→ ← ←
-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------

Источник: trytalentq.com

TalentQ, Логический

Logical sequence

↓ ↑ ↓	→ ← →	↗ ↘ ↗
↘ ↗ ↘	↑ ↓ ↑	← → ←
→ ← →	↘ ↗ ↘	↑ ↓ ↑

Alternatives

← → ↗	← ↓ →	← ← →	→ ↑ ←	→ → ↑	→ ← →	→ ← ←
-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------

Источник: trytalentq.com

Тест в Oliver Wyman (онлайн)

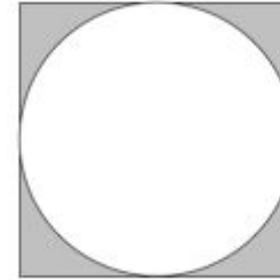
<https://skukre1.wordpress.com/2011/03/06/oliver-wyman-numerical-reasoning-test/>

Here are some of the sample questions that you can expect:

1. You have a jar filled with red, yellow and blue balls. What is the minimum number of balls you must pick out to guarantee 3 balls of the same color?

11. Currently, Country A's energy demand is fulfilled by the following: Oil – 40%, Coal – 45% and Windmills – 45% total. The energy demand is expected to grow by 20% by next year. However, oil reserves are expected to go down by 10% and coal by 8%. How many more windmills will need to be built by next year to support the country growing energy demands?

3. What's the area of the shaded region if the length of a side of a square is 1.



4. I shuffle a deck of cards and randomly pick one card and keep it aside. It is an Ace of Hearts. What is the probability that the next card I pick up is a heart or an ace?

ТЕСТЫ В ОФИСЕ

Marcadia

Marcadia is an online store which offers a wide range of goods to customers via mail order. *Marcadia* has been in existence for five years and has seen rapid growth in sales during this period, as more and more new customers signed up. However, recently *Marcadia's* customer numbers have plateaued and this has resulted in slower sales and profit growth.

The Managing Director of *Marcadia* has engaged McKinsey to help her better understand the purchasing behavior of her customers. She believes that a better understanding of customer purchasing can lead to more targeted and successful marketing. She tells the team: 'I'm sure that our most valuable customers have certain purchasing behaviors that we can identify. If we can encourage more of our customers to adopt those behaviors, we can make them more valuable to us and this can inject a new source of growth into our business.'

Exhibit 3 shows some data which the team has collected regarding a sample of 500,000 *Marcadia* customers who signed up in the last calendar year. The customers are split into quintiles according to their one year customer value, from lowest to highest. 'One year customer value' is defined as the profit made by *Marcadia* on purchases made by a customer in their first year since signing up. Also presented is data on purchasing by customers in each quintile in their first 90 days since signing up, namely the average number of purchase transactions and the total revenue received by *Marcadia* from those transactions.

Exhibit 3

	Average One Year Value US\$	Average after 90 days	
		Number of Transactions	Total Revenue
Quintile 1	1.0	1.1	\$79
Quintile 2	1.5	1.3	\$111
Quintile 3	3.0	1.5	\$120
Quintile 4	8.0	2.6	\$252
Quintile 5	26.0	5.7	\$490

11. Which of the following statements BEST describes why the Managing Director of *Marcadia* has engaged McKinsey?
- A. She believes that *Marcadia* can become better at identifying customers who stop making purchases
 - B. She believes that *Marcadia* can become better at identifying ways to encourage customers to spend more
 - C. She believes that, by focusing on the customers of greatest value, *Marcadia* can drive renewed growth in their business
 - D. She believes that *Marcadia* can predict the purchasing behavior of its customers better

Тест в Procter & Gamble

http://s3.serverdata.com/downloads.pgwebtools.com/files/reasoning_tests/Russian - Practice Reasoning Test - 7.7.08.pdf

1. Два грузовика проехали расстояние 1 680 километров (км). Для этой поездки первый грузовик на литр топлива в среднем проезжал 14 км, а второй – 12 км на литр. На сколько больше литров топлива использовал второй грузовик?
- A. 10
B. 20
C. 30
D. 40
E. Невозможно ответить по предоставленным данным.

8. Процесс закупок может оказывать значительное влияние на общую прибыль организации. Однако успешность отдела закупок зависит от компетентности закупщиков и менеджера по закупкам, который применяет систематические подходы и использует передовые технологии. Если рентабельность организации находится под угрозой, эффективность и умения отдела закупок могут повлиять на результат работы организации – с прибылью или в убыток. Как таковой, отдел закупок несет значительную долю ответственности за прибыльность организации, и, если организация стремится получить прибыль, ей необходимо будет приложить усилия, чтобы привлечь способных и квалифицированных закупщиков и найти грамотного и умного менеджера по закупкам.

Из вышеуказанной информации можно сделать единственный вывод:

- A. Если прибыли организации ничего не угрожает, то эффективность отдела закупок никоим образом не влияет на то, с прибылью или в убыток работает организация.
B. Существует как минимум несколько отделов закупки, которые не несут ответственности за значительную часть прибыли организации.
C. Отдел, не связанный с закупками, не несет значительную долю ответственности за прибыльность организации.
D. Организация, прибыльность которой находится в критической ситуации, может зависеть от эффективности и умений своего отдела закупок для определения того, как она работает – с прибылью или в убыток.

13.



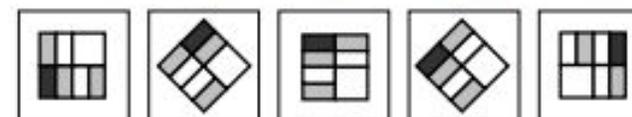
A B C D E



17.



A B C D E



Другие тесты в отдельных компаниях

- BCG - тест недавно обновился, информации пока нет
- Big4 - профильные тесты по бухучету, налогам, оценке и т.д.
- Lamoda - математический тест (из серии 1 рабочий роет яму за 6 часов, второй за 8 часов, за сколько выкопают вместе?)
- P&G и JTI - очень странные онлайн тесты на личные качества/ценности

ВОЗМОЖНОСТЬ



Рыбаков Фонд

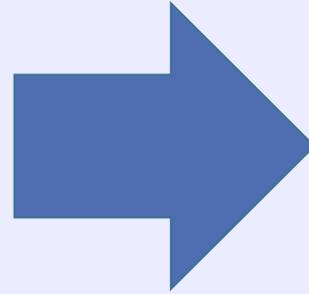
ИНСТИТУТ УСКОРЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ



Стажировка в Рыбаков Фонд

Стажировка в РФ

- SMM & email
- Организация мероприятий
- Взаимодействие с партнерами
- Research



Огромное поле
возможностей



iv@rybakovfond.ru

СПАСИБО!

Воробьев Илья

Ilya.v.vorobiev@gmail.com

+7 926 521 9117