

Prijemni ispit – Master 2010
Studijski program: Menadžment (DHN)

Šifra zadatka | 9 | 9 | 1 | 5 | 1 | 5 |

1.	Devize su:
a.	sve vrste efektivnog stranog novca koji može biti u vidu papirnatih novčanica ili kovanog metalnog novca, osim zlatnika
b.	zakonom ili drugim propisima utvrđeni vrednosni odnos jedne valute prema zlatu ili nekoj drugoj valuti
c.	valute koje mogu da se konvertuju za svaku drugu valutu
d.	sva potraživanja u inostranstvu u bilo kojoj valuti, bez obzira na način raspolaganja, kao i sve vrste efektivnog stranog novca, izuzev kovanog novca
e.	indikator likvidnosti nacionalne privrede i indikator uticaja monetarno-kreditne politike na platežno sposobnu tražnju
f.	Ne znam
2.	Valuta je:
a.	samo efektivan strani novac koji može biti u vidu papirnatih novčanica ili kovanog metalnog novca, osim zlatnika
b.	zakonom ili drugim propisima utvrđeni vrednosni odnos jedne valute prema zlatu ili nekoj drugoj valuti
c.	valute koje mogu da se konvertuju za svaku drugu valutu
d.	sva potraživanja u inostranstvu u bilo kojoj valuti, bez obzira na način raspolaganja, kao i sve vrste efektivnog stranog novca, izuzev kovanog novca
e.	indikator likvidnosti nacionalne privrede i indikator uticaja monetarno-kreditne politike na platežno sposobnu tražnju
f.	Ne znam
3.	Neutralni bankarski poslovi su:
a.	poslovi u kojima se banka pojavljuje kao dužnik
b.	poslovi utvrđivanja stope obavezne devizne rezerve banke
c.	poslovi u kojima se banka pojavljuje u ulozi komisionara
d.	poslovi u kojima se banka pojavljuje kao poverilac
e.	poslovi udruživanja bankarskih kredita
f.	Ne znam
4.	Pasivni bankarski poslovi su:
a.	poslovi u kojima se banka pojavljuje u ulozi komisionara
b.	poslovi u kojima se banka pojavljuje kao dužnik
c.	poslovi utvrđivanja stope obavezne devizne rezerve
d.	poslovi u kojima se banka pojavljuje kao poverilac
e.	poslovi udruživanja bankarskih kredita
f.	Ne znam
5.	Horizontalna pravila finansiranja su:
a.	zlatno (bankarsko) pravilo finansiranja i pravila za odnos sopstvenog i tuđeg kapitala
b.	pravila za odnos dugoročnog prema kratkoročnom kapitalu
c.	zlatno (bankarsko) pravilo finansiranja i pravila za odnos osnovnog kapitala i rezervi
d.	zlatno (bankarsko) pravilo finansiranja i zlatno bilansno pravilo
e.	zlatno bilansno pravilo i pravila za odnos sopstvenog i tuđeg kapitala
f.	Ne znam
6.	Kragna kamatne stope je:
a.	limit, granica do koje kamatna stopa na neki zajam može da raste
b.	razmena obligacija po zajmovima
c.	način finansiranja obrtnih sredstava dugoročnim izvorima, u cilju smanjenja rizika nelikvidnosti
d.	interni sopstveni i trajni kapital preduzeća nastao ulaganjem - reinvestiranjem dela neto dobiti (profita) u poslovanje preduzeća, nakon isplate dividendi
e.	kombinacija kape i poda kamatne stope
f.	Ne znam
7.	Metoda koja koristi identifikaciju strukturne dimenzije problema, i njihove varijacije, kako bi se drugačijim povezivanjem definisao proizvod novih mogućnosti, naziva se:
a.	Fokus grupe.
b.	Morfološka analiza.
c.	Tehnika scenarija.
d.	Breinstorming.
e.	Mišljenje eksperata.
f.	Ne znam.
8.	Konceptualni aspekt strateškog marketinga obuhvata:
a.	Makroekonomske komponente, inovativne strategije, strategije diferentne prednosti i marketing strategije.
b.	Mikroekonomske komponente, interne strategije, marketing strategije i konkurentske strategije.

c.	Strateške komponente, korporativne strategije, biznis strategije i marketing strategije.
d.	Strateške komponente, marketing strategije, strategije ekspanzije i strategije diferencijacije.
e.	Ciljne grupe i strateški nastup kompanije na tržištu.
f.	Ne znam.
9.	Poslovno-konceptijski aspekt marketinga polazi od:
a.	Ideje da je marketing podsistem ukupnog poslovnog sistema.
b.	Pretpostavke da marketing kao proces stavlja u kontakt proizvodnju i potrošnju, sa ciljem povećanja efikasnosti razmene.
c.	Ideje da marketing kao proces omogućava efektivno i efikasno podmirenje društvenih potreba.
d.	Ideje da potrebe kupaca/potrošača treba najpre predvideti, da bi se zadovoljile na kompleksan način.
e.	Činjenice da je u tržišnim uslovima privređivanja opstanak preduzeća moguć samo ako vodi računa o promenama okruženja, potrebama i zahtevima tržišta, sa usredređivanjem na kupca.
f.	Ne znam.
10.	Sistemske pristup za upravljanje strateškim promenama sastoji se od:
a.	Pozicioniranja kompanije putem procene sopstvene sposobnosti, blagovremenog strateškog reagovanja, boljeg razumevanja međudnosa strateškog i operativnog upravljanja, i razvoja strategija.
b.	Analize okruženja koje utiče na promene u aktivnostima kompanija, definisanja strateških ciljeva, koncipiranja alternativnih strategija, blagovremenog reagovanja, kao i razvoja strategija u cilju bolje pozicioniranosti kompanije.
c.	Pozicioniranja kompanija u skladu sa aktivnostima konkurencije, analize internih faktora u kompaniji, analize šansi i pretnji iz okruženja i blagovremenog reagovanja na njih.
d.	Definisanja strateških aktivnosti u skladu sa prethodno utvrđenim strateškim ciljevima, analiza snaga i slabosti unutar kompanije, kao i šansi i pretnji iz okruženja, a potom blagovremeno reagovanje.
e.	Definisanja dugoročne i kratkoročne marketing strategije u odnosu na resurse.
f.	Ne znam.
11.	Nameštaj, automobili, aparati za domaćinstva spadaju u koju vrstu dobara:
a.	Specijalna dobra.
b.	Industrijska dobra.
c.	Potrošna dobra.
d.	Obična dobra.
e.	Posebna dobra.
f.	Ne znam
12.	Lična prodaja kao instrument promocije definiše se kao:
a.	sistem korišćenja specijalizovane baze podataka u cilju sprovođenja konkretno usmerenih promocijskih i komunikacijskih aktivnosti.
b.	segment odnosa s javnošću koji se odnosi na uspostavljanje komunikacije i obezbeđivanje dobrih odnosa između organizacije i ciljne grupe.
c.	usmena prezentacija kojoj je cilj prodaja. Obavlja se direktnim kontaktom sa jednim ili više potencijalnih kupaca.
d.	obuhvata niz kratkoročnih aktivnosti sa ciljem pospešivanja prodaje proizvoda ili usluge.
e.	oblik promocije koja obuhvata svaki oblik prezentacije i promocije ideja, dobara ili usluga koje plaća određeni sponzor.
f.	Ne znam.
13.	Pod valjanošću selekcionog programa podrazumevamo:
a.	stepen preciznosti i jasnoće diferenciranja uspešnih od neuspešnih izvršioaca posla među potencijalno podobnim kandidatima
b.	nivo povezanosti između rezultata ispitivanja kandidata u procesu selekcije i njihove uspešnosti na poslu
c.	optimalnost proporcije odabranih kandidata u odnosu na broj prijavljenih
d.	kvantitativni pokazatelj rigoroznosti selekcije koji ima značajan uticaj na ukupan postupak selekcije
e.	vremenska stabilnost rezultata dobijenih na selekcionim mernim instrumentima
f.	Ne znam.
14.	Fenomen da se pri kraju radnog perioda radna efikasnost donekle povećava nazivamo:
a.	Radnim elanom
b.	Periodom urađivanja
c.	Završnim elanom
d.	Počtnim elanom
e.	Efektom radne motivacije
f.	Ne znam.
15.	Pod isključivošću, kao karakteristikom procesa izbora zanimanja, podrazumevamo činjenicu da se tokom procesa profesionalnog izbora:
a.	povećava stepen realističnosti pri proceni alternativa
b.	prečišćava profesionalni koncept o sebi
c.	povećava profesionalna informisanost
d.	smanjuje broj mogućih alternativa
e.	smanjuje udeo mašte i fantazije
f.	Ne znam

16.	Zahtevi posla koji se definišu potrebom za posedovanjem određenih znanja, veština i iskustava, nazivaju se:
a.	biofiziološkim zahtevima
b.	optimalnim zahtevima
c.	kritičnim zahtevima
d.	stručnim zahtevima
e.	psihološkim zahtevima
f.	Ne znam
17.	Socijalni činilac razvoja ličnosti, koji deluje isključivo posredno preko drugih činilaca, jeste:
a.	porodica
b.	društveni sistem
c.	škola
d.	grupa vršnjaka
e.	nervni sistem
f.	Ne znam
18.	Na osnovu nečije sposobnosti da kritički razmišlja i samostalno donosi odluke, procenjujemo njegovu:
a.	emocionalnu zrelost
b.	intelektualnu zrelost
c.	intelektualnu i socijalnu zrelost
d.	socijalnu zrelost
e.	intelektualnu i emocionalnu zrelost
f.	Ne znam
19.	Strategija reagovanja na rizik projekta koja podrazumeva detaljnu analizu i procenu rizika i prihvatanje rizika bez preduzimanja određenih akcija naziva se:
a.	ignorisanje rizika
b.	podnošenje rizika
c.	podela rizika
d.	kontigencijsko planiranje
e.	prebacivanje rizika
f.	Ne znam
20.	Prioritetna metoda za grafički prikaz projekta koristi:
a.	i-j mrežnu tehniku
b.	strelice i krugove
c.	događaje i aktivnosti
d.	blok mrežni dijagram
e.	nijedan od ponuđenih odgovora
f.	Ne znam
21.	Drvo problema je grafički prikaz:
a.	glavnog problema sa njegovim podproblemima, uzrocima i posledicama
b.	uzroka glavnog i pripadajućih problema u realizaciji projekta
c.	analize svih posledica koje nastaju od glavnog problema
d.	analize rešenja problema i njegovih podproblema
e.	opštih i posebnih uzorka problema sa analizom mogućih rešenja
f.	Ne znam
22.	Metod procene troškova pojedinih aktivnosti u projektu kod koga se procena troškova vrši na osnovu standarda vremena i materijala potrebnih za izvođenje aktivnosti, naziva se:
a.	iskustveni metod
b.	statistički metod
c.	normativni metod
d.	planiranje „odozdo“
e.	fazni budžet
f.	Ne znam
23.	Interna stopa rentabilnosti je:
a.	diskontna stopa po kojoj je kriterijum neto sadašnje vrednosti jednak jedinici
b.	diskontna stopa po kojoj je kriterijum neto sadašnje vrednosti jednak nuli
c.	diskontna stopa za koju je razlika u investicionim sredstvima jednaka kumulativu diskontovanih razlika dobiti
d.	diskontna stopa po kojoj je kriterijum jedinične neto sadašnje vrednosti veći od nule
e.	diskontna stopa po kojoj je kriterijum jedinične neto sadašnje vrednosti veći od jedinice
f.	Ne znam
24.	Metod ostvarene vrednosti se koristi:
a.	za planiranje realizacije projekta
b.	za planiranje realizacije programa
c.	za praćenje i kontrolu projekta

d.	za selekciju projekata
e.	za izbor optimalnog portfolia projekata
f.	Ne znam
25.	Totalna kontrola kvaliteta se odnosi na:
a.	Kontrolu kvaliteta svih jedinica gotovih proizvoda
b.	Kontrolu kvaliteta koju obavlja radnik na random mestu
c.	Kontrolu kvaliteta svih proizvoda na svim radnim mestima
d.	Obavezu svih podsistema poslovnog sistema da učesvuju u stvaranju kvaliteta proizvoda
e.	Učešće kontrole kvaliteta u svim operacijama glavnih procesa
f.	Ne znam
26.	Indikatori efikasnosti poslovanja koji se mogu koristiti u praksi su:
a.	produktivnost, ekonomičnost, rentabilnost, PER, DELSA
b.	evaluacija, bilansni pristup i rentabilnost
c.	fiskalni i bilansni princip, MEN, TIR, FMR
d.	bilansni princip i ekonomičnost
e.	evaluacija i ekonomičnost, MFRF, EMF
f.	Ne znam
27.	Remanentnost troškova se odnosi na
a.	Zaostajanje pada relativno fiksnih troškova u odnosu na varijabilne
b.	Zaostajanje pada relativno fiksnih troškova u odnosu na fiksne troškove
c.	Relativno fiksne troškove i njihovo zaostajanje u opadanju u odnosu na opadanje obima proizvodnje
d.	Relativno fiksne troškove i njihovo zaostajanje u opadanju u odnosu na rast obima proizvodnje
e.	Relativno fiksne troškove i njihovo zaostajanje u opadanju u odnosu na opadanje ukupnih troškova
f.	Ne znam
28.	Primarne aktivnosti u lancu vrednosti su:
a.	Prijem, skladištenje, proizvodnja, prodaja i servis
b.	Prijem, skladištenje, proizvodnja, distribucija, marketing, prodaja i servis
c.	Prijem, skladištenje, proizvodnja, distribucija i servis
d.	Nabavka, proizvodnja, distribucija, marketing, prodaja i servis
e.	Nabavka, proizvodnja, prodaja, marketing, distribucija i servis
f.	Ne znam
29.	Članovi projektnog tima su obično
a.	Specijalisti
b.	Individualci
c.	Osobe koje poznaju metode i tehnike upravljanja projektom
d.	Generalisti
e.	Multidisciplinarno obrazovani
f.	Ne znam
30.	Jednostavni uređaji ili sistemi koji se uključuju u proces proizvodnje da bi se sprečile greške radnika koje prouzrokuju defekte, a koje su posledica nepažnje zovu se:
a.	evaluacioni uređaji
b.	justi in time
c.	MRP uređaji
d.	Poka Yoke
e.	PPC uređaji
f.	Ne znam