

Prijemni ispit – Master 2015
Studijski program: Menadžment i organizacija

Šifra zadatka | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2

1.	Merenje performansi mora biti postavljeno i obavljeno sa orijentacijom na:
a.	vrednost dela utrošenih inputa
b.	postojeće strateške alijanse
c.	budući poslovni uspeh preduzeća
d.	visinu fiksnih troškova
e.	vrednost uloženih sredstava.
f.	Ne znam
2.	Ekspanzivna fiskalna politika obuhvata:
a.	niže poreske stope i manju državnu potrošnju
b.	više poreske stope i veću državnu potrošnju
c.	niže poreske stope i kupovinu državnih hartija od vrednosti
d.	više poreske stope i manju državnu potrošnju.
e.	niže poreske stope i veću državnu potrošnju
f.	Ne znam
3.	Tejlor, Fajol, posebno Veber su verovali da hijerarhija, jasan skup pravila, specijalizacija i bezličnost u odnosima vode ka:
a.	efikasnosti organizacije;
b.	monotoniji;
c.	birokratizaciji;
d.	centralizaciji odlučivanja;
e.	mehaničkom dizajnu.
f.	Ne znam
4.	Trening i indoktrinacija je, prema Mintzbergu:
a.	osnovni deo organizacije;
b.	osnovni mehanizam koordinacije;
c.	situacioni faktor;
d.	karakteristika strukturnih konfiguracija.
e.	parametar dizajna;
f.	Ne znam
5.	Kada su poslovi manje specijalizovani, te je za njihovo obavljanje potrebno više veština i kompetencija, organizacioni dizajn je pretežno:
a.	situacioni;
b.	organski;
c.	modularni;
d.	funkcionalni;
e.	hibridni.
f.	Ne znam
6.	Levit i Skot tehnologiju opisuju kroz tri njene karakteristike:
a.	sofisticiranost, fleksibilnost, otvorenost;
b.	kompleksnost, stohastičnost, determinisanost;
c.	sofisticiranost, fleksibilnost, međuzavisnost;
d.	kompleksnost, nepredvidivost, međuzavisnost;
e.	integrisnost, pouzdanost, determinisanost.
f.	Ne znam
7.	Komponente holističkog marketiga su:
a.	Proizvod, cena, distribucija i promocija.
b.	Pojedinci, domaćinstva, institucije i preduzeća.
c.	Marketing odnosa, integrisani marketing, interni marketing i društveno-odgovorni marketing.
d.	Proces planiranja, organizovanja i kontrole marketinga.
e.	Istraživanje, izgradnja i isporuka vrednosti za potrošače.
f.	Ne znam

8.	Osnovni elementi sistema kompenzacije prodajnog osoblja su:
a.	Istraživanje, analiza i unapređenje prodajnih snaga.
b.	Kriterijumi uspešnosti prodaje klijentima, prodaja ključnim kupcima, profit i broj porudžbina.
c.	Planiranje, organizovanje i kontrola prodajnog osoblja.
d.	Pravilno regrutovanje, selekciju i zadržavanje efektivnih prodajnih snaga u okviru organizacije.
e.	Fiksna plata, provizija i bonus.
f.	Ne znam
9.	Svest o brendu i imidž brenda su:
a.	Osnovni elementi brenda.
b.	Najvažnije komponente za realnu vrednost brenda sa aspekta kupca.
c.	Najvažniji elementi komunikacije brenda.
d.	Komponente ekstenzije brenda.
e.	Kategorije elemenata jednakosti brenda.
f.	Ne znam
10.	Posmatranje, intervju, upitnik i ekspertska porota su metode koje se koriste za:
a.	Projektovanje poslova i radnih zadataka
b.	Vrednovanje rada
c.	Regrutovanje kadrova
d.	Planiranje kadrova
e.	Analizu poslova i radnih zadataka
f.	Ne znam
11.	Specifikacija posla navodi:
a.	Zadatke koje treba izvršiti na poslu kako bi posao bio obavljen na zadovoljavajući način
b.	Dužnosti i odgovornosti koje određeni posao uključuje
c.	Veštine, znanja i sposobnosti koje jedna osoba treba da ima da bi obavila posao na zadovoljavajući način
d.	Standarde izvršenja za konkretan posao
e.	Standarde izvršenja i odgovornosti koje određeni posao uključuje
f.	Ne znam
12.	Pod pojmom obogaćivanje posla podrazumeva se:
a.	Povećavanje dubine posla dodatnim odgovornostima za planiranje, organizovanje, kontrolu i ocenjivanje
b.	Proširivanje raspona posla povećavanjem broja različitih zadataka koje treba izvršiti
c.	Rotiranje radnika sa jednog posla na drugi
d.	Specijalizacija zaposlenih za obavljanje određenih poslova
e.	Smanjivanje broja radnih sati u nedelji
f.	Ne znam
13.	Upravljanje kvalitetom je:
a.	Usredsređeno na proces, proaktivnog karaktera, odnosi se više na rad osoblja, sprečava neusaglašenosti
b.	Usredsređeno na proizvod, reaktivnog karaktera, odnosi se više na rad proizvodne linije, pronalazi neusaglašenosti
c.	Širi koncept od koncepta obezbeđivanja kvaliteta
d.	Usredsređeno na stvaranje uverenosti da će zahtevi kvaliteta biti zadovoljeni
e.	Ništa od navedenog
f.	Ne znam
14.	Validacija se, u standardu ISO 9000:2005, definiše kao:
a.	aktivnost koja se preduzima da bi se utvrdile pogodnost i adekvatnost predmetne materije za postizanje postavljenih ciljeva oragnizacije;
b.	potvrđivanje pružanjem objektivnog dokaza da su ispunjeni specifičnu zahtevi;
c.	potvrđivanje pružanjem objektivnog dokaza da su ispunjeni zahtevi za specifičnu predviđenu upotrebu ili primenu;
d.	dokumentacija koja pruža potvrdu o postojanju ili istinitosti predmeta posmatranja;
e.	ništa od prethodno navedenog.
f.	Ne znam
15.	Koje su tri oblasti delovanja akreditacionih tela?
a.	akreditacija sertifikacionih tela, sertifikacija kandidata za ocenjivače i akreditacija kurseva koji su deo zahteva sertifikacije ocenjivača;
b.	akreditacija instituta, obrazovnih ustanova i novinara;
c.	etaloniranje, ispitivanje i preispitivanje;
d.	ocenjivanje, kontrolisanje i akreditovanje predmeta akreditacije;
e.	donošenje standarda, analiza njihove primene i akreditovanje sertifikacionih tela.
f.	Ne znam

16.	Šta predstavlja anticipatorna standardizacija?
a.	kada postoji više poznatih i dostupnih rešenja problema, standardizacija podrazumeva izbor jednog (ili značajno manji broj) od postojećih rešenja;
b.	kada rešenje problema nije razvijeno i obuhvata procese razvoja ili projektovanja rešenja, postizanja saglasnosti u vezi sa rešenjem i odobravanja rešenja;
c.	modifikaciju postojećeg rešenja i postizanje saglasnosti;
d.	kombinovanje novog i postojećeg rešenja i postizanje saglasnosti;
e.	ništa od prethodno navedenog.
f.	Ne znam
17.	Karakteristike univerzalnih sredstava za proizvodnju su:
a.	relativno skupa, visokoproduktivna, ne prihvataju širok asortiman i ne zahtevaju visoko stručne kadrove
b.	relativno skupa, visokoproduktivna, prihvataju širok asortiman i ne zahtevaju visoko stručne kadrove
c.	relativno jeftina, niskoproduktivna, ne prihvataju širok asortiman i ne zahtevaju visoko stručne kadrove
d.	imaju naglašeni nivo programiranosti i karakteriše ih upotreba računara
e.	relativno jeftina, niskoproduktivna, prihvataju širok asortiman i zahtevaju visoko stručne kadrove
f.	Ne znam
18.	Osnovni parametri linijskih proizvodnih sistema su:
a.	ritam proizvodnje, takt proizvodnje, stepen uravnoteženosti linije i stepen iskorišćenja kapaciteta linije
b.	zauzetost radnih mesta, stepen korišćenja kapaciteta i stepen otvorenosti radnih mesta
c.	veličina i broj serija, vrsta sredstava za rad i raspored radnih mesta
d.	struktura troškova, učešće materijala u troškovima i struktura gubitaka
e.	ništa od navedenog
f.	Ne znam
19.	U elektronskom upravljanju proizvodnjom od proizvodnih organizacija se očekuje da u centar pažnje postave:
a.	zahteve i potrebe dobavljača
b.	upravljanje zalihama
c.	efikasno snabdevanje
d.	zahteve i potrebe kupaca
e.	zahteve i potrebe Interneta
f.	Ne znam
20.	Vrste podele rada (i odgovarajući entiteti) su: (Izaberite dovršetak misli!)
a.	...Muška podela rada (rad na poslu i bavljenje hobbijem) i Ženska podela rada (rad na poslu i rad kod kuće).
b.	...Horizontalna (podela rada na procese i operacije) i Vertikalna (podela rada na funkcije).
c.	...Podela rada zaposlenih (po fazama: zapošljavanje, rad, čekanje na penzionisanje) i Podela rada nezaposlenih (po fazama: praćenje oglasa, konkurisanje, čekanje).
d.	...Fiksna podela rada (svako se prima samo za jedan, konkretan posao) i Promenljiva podela rada (svako mora biti spreman da se osposobi za 4 posla u preduzeću).
e.	...Podela rada sa novcem (blagajnici i plaćenici) i Podela rada bez novca (volonteri i stečajci).
f.	Ne znam
21.	Kompetentnost projektnog menadžera koja se direktno odnosi na upravljanje projektima predstavlja oblast:
a.	kontekstualnih kompetentnosti
b.	individualnih kompetentnosti
c.	tehničkih kompetentnosti
d.	timskih kompetentnosti
e.	biheviorističkih kompetentnosti
f.	Ne znam
22.	Analize tržišta, ekologije, lokacije, organizacije i kadrova, tehničko-tehnološka i ekonomsko-finansijska analiza spadaju u analize koje se sprovode u okviru:
a.	selekcije projekata u okviru projektnog portfolia
b.	upravljanja programom
c.	multiprojektnog upravljanja
d.	studije opravdanosti investicionih projekata
e.	analize i evaluacije rezultata projekta
f.	Ne znam

23.	Pristup u oceni investicionih projekata kod koga se koriste podaci iz celokupnog perioda života investicije, odnosno ulaganja i eksploatacije naziva se:
a.	tradicionalni pristup
b.	dinamički pristup
c.	kontigencijski pristup
d.	statički pristup
e.	pristup logičke matrice
f.	Ne znam
24.	Procena efikasnosti, efektivnosti, uticaja, relevantnosti i održivosti projekta je proces koji nazivamo:
a.	evaluacija projekta
b.	planiranje projekta
c.	praćenje projekta
d.	kontrola projekta
e.	zatvaranje projekta
f.	Ne znam
25.	Fiksni troškovi su troškovi:
a.	Koji u svojoj ukupnosti variraju pre svega sa promenom obima proizvodnje
b.	Koji u ukupnom iznosu ostaju isti nezavisno od promene obima proizvodnje
c.	Koji se menjaju srazmerno povećanju ili smanjenju obima proizvodnje
d.	Koji u svojoj ukupnosti eksponencijalno rastu
e.	Koji u svojoj ukupnosti se mogu smatrati klasičnim troškovima
f.	Ne znam
26.	Obveznica koju emitent može otkupiti od investitora pre roka dospeća se označava terminom:
a.	obveznica sa prodajnom opcijom,
b.	diskontna obveznica,
c.	obveznica sa amortizacionim fondom,
d.	obveznica bez roka dospeća,
e.	opoziva obveznica.
f.	Ne znam
27.	Razlika između zbirnih i zajedničkih akcija se ogleda u:
a.	broju akcija koje poseduje akcionar,
b.	visini dividendne stope,
c.	visini uplaćenog kapitala,
d.	visini nominalne vrednosti na koju glase,
e.	redovnosti isplate dividende.
f.	Ne znam
28.	Osnovne informacije koje daje novčani tok inovacionog projekta su:
a.	„Break even“ vreme, Tržišni rast, Generisana vrednost
b.	Tržišni rizik, Finansijski rizik, Inženjerski rizik
c.	Finansijski rizik, „Break even“ vreme, Generisana vrednost
d.	Kompetitivni rizik, „Break even“ vreme, Rizik zastarevanja
e.	Kompetitivni rizik, Finansijski rizik, Organizacioni rizik
f.	Ne znam
29.	Tehnologije kojima se ostvaruje intenzivni rast i razvoj konkurentnosti firme su:
a.	Ključne tehnologije
b.	Tradicionalne tehnologije,
c.	Bazne tehnologije
d.	Nastajuće tehnologije
e.	Informacione tehnologije
f.	Ne znam
30.	Strukturu integralnog logističkog sistema čine:
a.	kadrovi, infrastruktura i oprema za podršku i testiranje
b.	tehnička dokumentacija i informaciona podrška
c.	planovi tehničke kontrole, ambalaža i zalihe
d.	podsystemi nabavke, proizvodnje i distribucije
e.	tehnička kontrola i održavanje tehničkih sistema
f.	Ne znam