

Šifra zadatka: 182418

Naziv studijskog programa:

Operaciona istraživanja i računarska statistika

1.	Zadaci informacionog sistema za CRM (Customer Relationship Management) su:
a.	prikupljanje podataka o kupcima i praćenje realizacije
<b>b.</b>	prikupljanje informacija o klijentima, njihova analiza, razmena i praćenje
c.	pružanje informacija kupcima o proizvodima i uslugama
d.	prikupljanje podataka o tržištima za nove proizvode
e.	evidentiranje reklamacija i spornih potraživanja od kupaca
2.	<b>Konceptualni model sistema za podršku odlučivanju ima sledeće komponente:</b>
a.	podsystem za upravljanje podacima, podsystem za obradu podataka i za izveštavanje
b.	bazu podataka, OLAP server, korisnički interfejs, alate za administriranje
<b>c.</b>	podsystem za upravljanje podacima, podsystem za upravljanje modelima, korisnički interfejs
d.	bazu podataka, bazu znanja, mehanizam za zaključivanje, korisnički interfejs
e.	model podataka, bazu znanja, mehanizam za zaključivanje, korisnički interfejs
3.	<b>Standard ISO/IEC 12207- procesi životnog ciklusa softvera definiše sledeće vrste procesa:</b>
a.	složene procese, proste procese, mešovite procese
b.	fizičke procese, organizacione procese, virtualne procese
<b>c.</b>	primarne procese, procese podrške, organizacione procese
d.	processe izgradnje, processe korišćenja i processe održavanja softvera
e.	processe korišćenja, processe podrške, organizacione procese
4.	<b>Ukoliko su dve slučajne promenljive u potpunoj linearnoj vezi i ukoliko jedna raste a druga opada, tada koeficijent korelacije uzima vrednost:</b>
1.	1
2.	0
<b>3.</b>	-1
4.	[-1,1]
5.	-0.5
5.	<b>Šta se podrazumeva pod pojmom Intranet?</b>
<b>a.</b>	računarsko-komunikaciona mreža preduzeća
b.	system Internet servera koji podržava hipertekst
c.	mreža za vezu preduzeća sa kupcima i dobavljačima
d.	mreža za vezu top menadžera sa ostalim menadžerima u preduzeću
e.	jedinstvena svetska mreža za razmenu informacija
6.	<b>Faktor finansijskog leveridža predstavlja:</b>
a.	odnos između procenta promene prihoda od prodaje i bruto rezultata,
b.	odnos između procenta promene zarade po akciji i bruto rezultata,
c.	odnos između procenta promene prihoda od prodaje i poslovnog rezultata,
<b>d.</b>	odnos između procenta promene zarade po akciji i poslovnog rezultata,
e.	odnos između procenta promene zarade po akciji i neto rezultata.
7.	<b>Preventivna mera je:</b>
a.	mera za otklanjanje uzroka otkrivene neusaglašenosti ili druge neželjene situacije.
b.	mera za otklanjanje neusaglašenosti ili druge neželjene moguće situacije.
<b>c.</b>	mera za otklanjanje uzroka moguće neusaglašenosti ili druge neželjene moguće situacije.
d.	mera za otklanjanje uzroka otkrivene neusaglašenosti koju utvrđuje kontrola kvaliteta
e.	mera za dostizanje i unapređenje efektivnosti i efikasnosti procesa
8.	<b>Koje vrste podataka treba da obuhvati poslovni informacioni sistem?</b>
a.	podatke o kupcima, dobavljačima, proizvodima, finansijama
b.	isključivo proverene strukturirane podatke
<b>c.</b>	kvantitativne i faktografske podatke, neformatizovani tekst, zvuk, sliku, film
d.	numeričke, alfabetske i tekstualne podatke
e.	kvantitativne, faktografske i tekstualne podatke

9.	Zahtev da se primljeni tuđi kapital ne sme koristiti vremenski nepovoljnije nego što je dobijen predstavlja:
a.	zlatno bilansno pravilo u užem smislu,
b.	zlatno bankarsko pravilo u širem smislu,
<input checked="" type="radio"/> c.	zlatno bankarsko pravilo,
d.	zlatno bilansno pravilo,
e.	zlatno bilansno pravilo u širem smilu.
10.	Nečov ekvilibrijum predstavlja koncept rešenja igre:
a.	za koji važi da je dobitak jednog ili više igrača jednak ukupnom gubitku poraženih igrača
<input checked="" type="radio"/> b.	za koji važi da odstupanje bilo kog igrača od ravnotežne strategije ne može da dovede do poboljšanja njegovog položaja ako se ostali igrači pridržavaju svojih ravnotežnih strategija
c.	za koji važi da svi igrači mogu istovremeno da dobiju ili da izgube
d.	za koji važi da odstupanje bilo kog igrača od ravnotežne strategije ne može da dovede do poboljšanja njegovog položaja ako između igrača nema komunikacije
e.	sa nepotpunom informacijom
11.	Razlika ostvarena prodajom nekog finansijskog instrumenta po višoj prodajnoj ceni od njegove kupovne cene se naziva:
a.	realizovani bruto dobitak,
b.	ažio,
c.	bruto kapitalni dobitak,
d.	neto kapitalni dobitak,
<input checked="" type="radio"/> e.	realizovani kapitalni dobitak.
12.	Vrste objekata u MOV (modelu objekti-veze) su:
<input checked="" type="radio"/> a.	nezavisan objekat, zavisani objekat, karakterističan objekat, asocijativni objekat.
b.	generalizovani objekat, agregirani objekat, tipizirani objekat
c.	nezavisan objekat, zavisani objekat, agregirani objekat, složeni objekat
d.	fizički objekat, apstraktni objekat, složeni objekat
e.	nezavisan objekat, zavisani objekat, apstraktni objekat, složeni objekat
13.	Koji su osnovni tokovi u Lancu snabdevanja?
a.	tok materijala, tok dokumentacije i tok informacija
b.	tok porudžbina, tok robe i tok finansija
c.	tok snabdevanja, tok dokumentacije i tok informacija
d.	uzvodni i nizvodni tok
<input checked="" type="radio"/> e.	tok materijala, tok novca i tok informacija
14.	Programski jezik Java je:
a.	Objektno orijentisani programski jezik razvijen od strane kompanije Microsoft.
b.	Proceduralni programski jezik razvijen od strane kompanije IBM.
c.	Proceduralni programski jezik koji se koristi za razvoj aplikacija za mobilne uređaje.
d.	Objektno orijentisani programski jezik razvijen od strane Sun Microsystems kompanije.
e.	Jezik za upravljanje bazama podataka.
15.	Model elektronskog poslovanja koji omogućava proizvođačima online prodaju naziva se:
a.	mobilno poslovanje
<input checked="" type="radio"/> b.	storefront model
c.	B2C
d.	portal model
e.	e-trgovina
16.	Interval poverenja je:
<input checked="" type="radio"/> a.	opseg vrednosti, izračunat iz uzorka, za koji se veruje, sa određenom verovatnoćom, da sadrži pravu vrednost parametra populacije
b.	opseg vrednosti, izračunat iz populacije, za koji se veruje, sa određenom verovatnoćom, da sadrži pravu vrednost parametra uzorka
c.	opseg vrednosti, izračunat iz uzorka, za koji se veruje, sa određenom verovatnoćom, da ne

	sadrži pravu vrednost parametra populacije
d.	opseg vrednosti parametara regresionog modela koji stoje uz nezavisne promenljive
e.	opseg vrednosti, izračunat iz populacije, za koji se veruje, sa određenom verovatnoćom, da ne sadrži pravu vrednost parametra uzorka
<b>17.</b>	<b>Za prikazivanje osnovnih koncepata SSA koriste se sledeći grafički simboli:</b>
<input checked="" type="radio"/> a.	krug ili elipsa, pravougaonik, usmerena linija, „otvorci“ pravougaonik
b.	pravougaonik, krug, puna linija, isprekidana linija
c.	krug ili elipsa, pravougaonik, puna linija, romb
d.	krug ili elipsa, pravougaonik, usmerena linija, romb
e.	pravougaonik, kvadrat, romb, elipsa, usmerena linija
<b>18.</b>	<b>Analitički hijerarhijski proces je:</b>
a.	Utvrđivanje vrednosti praga značajnosti
b.	Proces u višekriterijumskom odlučivanju za izdvajanje najvažnijeg kriterijuma
<input checked="" type="radio"/> c.	Pristup kojim se određuje relativna važnost korisničkih kriterijuma
d.	Sveobuhvatna analiza relevantnih korisničkih kriterijuma
e.	Višefazni pristup omedavanja i graničenja podataka.
<b>19.</b>	<b>Postupak raslojavanja tržišta sa namerom da se stvore međusobno različite homogene grupe kupaca/potrošača, a prema izvesnim zajedničkim osobinama, naziva se:</b>
a.	tipologija tržišta
b.	realitvno tržišno učešće
c.	penetracija tržišta
<input checked="" type="radio"/> d.	segmentacija tržišta
e.	marketinška strategija
<b>20.</b>	<b>Povratnica materijala sadrži podatke o:</b>
a.	Nekvalitetnim materijalima i delovima.
<input checked="" type="radio"/> b.	Neiskorišćenim materijalima i delovima.
c.	Pogrešno trebovanim materijalima i delovima.
d.	Materijalima i delovima koje netreba fakturisati.
e.	Sve prethodno navedeno
<b>21.</b>	<b>Šta od navedenog ne spada u pravila računarske etike?</b>
a.	ne koristiti računar tako da ugrožava ostale ljude
b.	ne koristiti računar kao sredstvo za krađu
c.	ne koristiti kopije softvera za koji nemate licencu
<input checked="" type="radio"/> d.	ne koristiti računar bez antivirusne zaštite
e.	ništa od navedenog
<b>22.</b>	<b>Nivo obaveštenosti i upoznatosti šire društvene zajednice sa aktivnostima i licima vezanim za konkretnu organizaciju, a koji može rezultirati njenim pozitivnim ili negativnim ugledom, naziva se:</b>
a.	korporativni imidž
<input checked="" type="radio"/> b.	korporativni publicitet
c.	korporativni odnosi s javnošću
d.	poslovna komunikacija
e.	korporativni identitet
<b>23.</b>	<b>Strategija preduzeća se definiše kao:</b>
a.	planska odluka o načinima uticaja na okolinu u kojoj egzistira i kojoj se prilagodava preduzeće
b.	izbor područja poslovne delatnosti preduzeća
c.	primarno sredstvo pomoću koga se upravlja preduzećem
d.	alokacija resursa preduzeća radi kreiranja konkurentne prednosti
<input checked="" type="radio"/> e.	skup pravila odlučivanja i vodič koji vodi preduzeće u budućnost radi dostizanja budućih ciljeva preduzeća.
<b>24.</b>	<b>Kontrola kao podproces upravljanja se zasniva na principu _____, po kome je</b>

	izlazne rezultate potrebno meriti i porediti sa ulaznim, odnosno planiranim rezultatima, ili sa unapred utvrđenim kriterijumima.
a.	povratne veze
b.	organizacione uskladenosti
c.	ocene stanja
d.	ciljnih veličina
e.	regulatornih odstupanja.
<b>25.</b>	<b>Društvena ocena investicije je:</b>
a.	analiza uticaja projekta na ciljeve društva
b.	ocena efikasnosti ulaganja u projekte značajne za društvo u celini
c.	utvrđivanje i merenje efekata koje investicioni projekat donosi zemlji u celini
d.	ocena finansijskih efekata koje projekat donosi društvu
e.	proračun relevantnih društvenih neto efekata.
<b>26.</b>	<b>Porterov model konkurentskih sila je vezan za opis stanja konkurencije u određenoj grani i uključuje međuzavisnosti pet sila:</b>
a.	Broj konkurenata, pretnja ulaska novih konkurenata, pojava supstituta, pregovaračka snaga snabdevača i pregovaračka snaga posrednika.
b.	Pretnja ulaska novih konkurenata, pojava supstituta, snaga tržišnog lidera, pregovaračka snaga snabdevača i pregovaračka snaga kupaca.
c.	Starost grane, pretnja ulaska novih konkurenata, pojava supstituta, pregovaračka snaga snabdevača i intenzitet rivaliteta između konkurenata.
d.	Intenzitet rivaliteta između konkurenata, pretnja ulaska novih konkurenata, pojava supstituta, pregovaračka snaga snabdevača i pregovaračka snaga kupaca.
e.	Broj konkurenata, pretnja ulaska novih konkurenata, pojava supstituta, pregovaračka snaga snabdevača i pregovaračka snaga tržišnih lidera.
<b>27.</b>	<b>Transakcioni troškovi su vezani za aktivnosti:</b>
a.	Kupoprodaje,
b.	Razmene dobara i usluga,
c.	Prelaska granica organizacionog sistema ili nekog njegovog dela,
d.	Prelaska robe ili poluproizvoda iz jednog u drugi profitni centar,
e.	Troškovi usluga sklapanja ugovora.
<b>28.</b>	<b>Tehnika koja se koristi za određivanje trajanja projekta kada se daju verovatnosne procene trajanja svih aktivnosti naziva se:</b>
a.	PDM
b.	Tehnika za ocenu i pregled programa
c.	PERT-Cost
d.	Metoda kritičnog puta
e.	Gantov dijagram
<b>29.</b>	<b>Princip optimalnosti koji je formulisao Belman osnova je za:</b>
a.	Teoriju igara
b.	Dinamičko programiranje
c.	Optimizaciju redukcije
d.	Upravljanje zalihama
e.	Linearno programiranje
<b>30.</b>	<b>Normalna raspodela kod koje je očekivana vrednost populacije jednaka 0 a varijansa 1 naziva se:</b>
a.	obična normalna raspodela
b.	standardizovana normalna raspodela
c.	studentova raspodela
d.	0-1 raspodela
e.	kanonična normalna raspodela