

**Prijemni ispit – Master 2020**  
**Studijski program: Menadžment i organizacija**

Šifra zadatka | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 |

<b>1.</b>	<b>Marketing odnosa, integrirani marketing, interni marketing i društveno-odgovorni marketing su komponente:</b>
a.	Marketing miksa
b.	Uravljanja marketingom
c.	Strateškog marketinga
<input checked="" type="radio"/> d.	Holističkog marketinga
e.	Brend menadžmenta
<b>2.</b>	<b>Kvantitativni ciljevi brenda najčešće se mere:</b>
a.	Ostvarenim očekivanjima kupaca, zadovoljstvom kupaca i ostvarenim pozitivnim asocijacijama
b.	Postignutim nivoom svesti o imenu brenda i emocionalnim reakcijama potrošača
c.	Praćenjem ponašanja kupaca na tržištu
d.	Nivoom diferenciranosti u odnosu na konkurentske brendove proizvoda/usluga
<input checked="" type="radio"/> e.	Obimom prodaje koji brend postiže na tržištu i njegovom tržišnom vrednošću
<b>3.</b>	<b>Sa gledišta kupca u transakcionoj prodaji nema:</b>
<input checked="" type="radio"/> a.	Dodatnih vrednosti koje prodavac može da im ponudi
b.	Finansijskog podsticaja
c.	Razumevanja potreba kupaca
d.	Saveta za obavljanje kupovine
e.	Kontrole prodajnih aktivnosti
<b>4.</b>	<b>Životni ciklus članova onlajn društvene mreže počinje kada član:</b>
a.	Participira neko vreme kao član
b.	Regularno participira na mreži
<input checked="" type="radio"/> c.	Inicira svoje prisustvo na mreži
d.	Učestvuje u kreiranju kulture mreže
e.	Inicira primanje drugih članova
<b>5.</b>	<b>Skup zadataka, dužnosti i odgovornosti koje obavlja jedna osoba naziva se:</b>
a.	posao
<input checked="" type="radio"/> b.	položaj
c.	specifikacija posla
d.	opis poslova i radnih zadataka
e.	sistematizacija radnih mesta
<b>6.</b>	<b>Proširivanje raspona posla povećavanjem broja različitih zadataka koje treba izvršiti predstavlja:</b>
<input checked="" type="radio"/> a.	Povećavanje posla
b.	Proširivanje posla
c.	Povećavanje dubine posla
d.	Obogaćivanje posla
e.	Produbljivanje posla
<b>7.</b>	<b>Kada karijera uključuje jedan broj bočnih pomeranja iz jedne funkcionalne oblasti u drugu reč je o:</b>
a.	Fleksibilnoj putanji karijere
b.	Specijalizaciji posla
c.	Harmoničnoj karijeri
d.	Bočnoj putanji karijere
<input checked="" type="radio"/> e.	Spiralnoj putanji karijere
<b>8.</b>	<b>Peta faza u okviru jednog od racionalnih postupaka formiranja cena je:</b>
a.	analiza konkurentskih troškova, cena i ponuda
b.	procena troškova
<input checked="" type="radio"/> c.	izbor metoda formiranja cene
d.	utvrđivanje tražnje
e.	određivanje ciljeva
<b>9.</b>	<b>Karakteristike automatizovanih sredstava za proizvodnju su:</b>
a.	relativno skupa, visokoproduktivna, prihvataju širok asortiman i ne zahtevaju visoko stručne kadrove
<input checked="" type="radio"/> b.	relativno skupa, visokoproduktivna, ne prihvataju širok asortiman i ne zahtevaju visoko stručne kadrove
c.	relativno jeftina, niskoproduktivna, ne prihvataju širok asortiman i zahtevaju visoko stručne kadrove

d.	relativno skupa, imaju naglašeni nivo programiranosti i karakteriše ih upotreba računara u procesu proizvodnje
e.	relativno jeftina, niskoproduktivna, prihvataju širok asortiman i zahtevaju visoko stručne kadrove.
<b>10.</b>	<b>Plaćanje na osnovu podele koristi se zasniva na obračunu zarada:</b>
a.	Prema vremenu koje je zaposleni proveo na radu uz praćenje ostvarenog učinka;
b.	Na osnovu broja proizvedenih komada i cene izrade jednog komada;
<input checked="" type="radio"/> c.	Na osnovu broja proizvedenih komada, potrebnog vremena za izradu jednog komada, i cene sata rada;
d.	Na osnovu broja proizvedenih komada i različitih cena izrade jednog komada, zavisno od ostvarenog učinka;
e.	Na osnovu potrebnog vremena za izradu jednog komada, cene sata rada i ukupnog broja proizvedenih komada;
<b>11.</b>	<b>U okviru procesa planiranja operacija (proizvodnje i pružanja usluga) najpre se polazi od:</b>
a.	upravljanja zalihama;
<input checked="" type="radio"/> b.	tržišta i predviđanja tražnje za proizvodima/uslugama preduzeća;
c.	strategija i informacija;
d.	predviđanja resursa i novčanih sredstava za proizvodnju/usluge preduzeća;
e.	zahteva i potreba dobavljača;
<b>12.</b>	<b>Indikatori performansi implementirani u proizvodnim preduzećima direktno su povezani sa:</b>
a.	kratkoročnim i srednjoročnim periodom planiranja;
b.	vrstom preduzeća i lokacijom;
<input checked="" type="radio"/> c.	strategijama i ciljevima proizvodnog preduzeća;
d.	glavnim i pomoćnim planom proizvodnje;
e.	veličinom preduzeća;
<b>13.</b>	<b>Poboljšavanje kvaliteta se prema standardu ISO 9000:2005 definiše kao:</b>
a.	Deo menadžmenta kvaliteta usredsređen na obezbeđivanje uverenosti u to da su ispunjeni zahtevi kvaliteta
b.	Deo menadžmenta kvaliteta usredsređen na ispunjavanje zahteva kvaliteta
c.	Deo menadžmenta kvaliteta usredsređen na uspostavljanje ciljeva kvaliteta
<input checked="" type="radio"/> d.	Deo menadžmenta kvaliteta usredsređen na povećanje sposobnosti da se ispunjavaju zahtevi kvaliteta
e.	Deo menadžmenta kvaliteta usredsređen na utvrđivanje neophodnih operativnih procesa i odgovarajućih resursa za ispunjavanje ciljeva kvaliteta
<b>14.</b>	<b>Prema standardu ISO 9000:2005, obezbeđivanje kvaliteta odnosi se na:</b>
a.	Poverenje u to da su ispunjeni zahtevi kvaliteta
b.	Pouzdanost da su ispunjeni zahtevi kvaliteta
<input checked="" type="radio"/> c.	Uverenost u to da su ispunjeni zahtevi kvaliteta
d.	Verovatnoću da su ispunjeni zahtevi kvaliteta
e.	Ništa od navedenog
<b>15.</b>	<b>Vertikalna integracija sistema menadžmenta se odvija kroz:</b>
<input checked="" type="radio"/> a.	Dekompoziciju ciljeva organizacije
b.	Identifikaciju ključnih procesa, kao i procesa podrške za realizaciju proizvoda zahtevanog kvaliteta, na zdrav i bezbedan način i uz najmanji uticaj na životnu sredinu
c.	Utvrđivanje međusobnih veza i odnosa između procesa, odnosno ustanovljavanje vremenske i resursne zavisnosti procesa
d.	Prepoznavanje procesa koji su nosioci potencijala za integraciju određenog zahteva - to su procesi koji imaju dominantni uticaj (na kvalitet, životnu sredinu i zdravlje i bezbednost na radu) i potencijal za integraciju zahteva kvaliteta, zaštite životne sredine i zaštite zdravlja i bezbednosti na radu
e.	Ništa od navedenog
<b>16.</b>	<b>Akreditaciona tela ocenjuju:</b>
a.	Usaglašenost procesa organizacije sa zahtevima standarda ISO 14001
b.	Usaglašenost procesa organizacije sa zahtevima standarda ISO 9001
c.	Usaglašenost proizvoda organizacije sa zahtevima standarda ISO 9001
d.	Usaglašenost proizvoda organizacije sa zahtevima standarda ISO 14001
<input checked="" type="radio"/> e.	Usaglašenost rada sertifikacionih tela sa postojećim standardima
<b>17.</b>	<b>Proces pomoću koga se vrši koordinacija različitih učesnika, aktivnosti, resursa i drugih elemenata, a u cilju ukupnog, uspešnog izvođenja projekta naziva se:</b>
a.	upravljanje obuhvatom
b.	upravljanje nabavkom
c.	upravljanje vremenom
<input checked="" type="radio"/> d.	upravljanje integracijom
e.	upravljanje ljudskim resursima

<b>18.</b>	<b>Kod složenih investicionih projekata u toku postupaka prikupljanja i obrade podataka, podaci o opštim ekonomskim pokazateljima, nacionalnoj politici, postupcima i pravnoj regulativi se obezbeđuju za potrebe:</b>
a.	tehničko-tehnološke analize
b.	analize lokacije
c.	analize ekologije
<input checked="" type="radio"/> d.	istraživanja i analize tražnje i ponude u okviru analize tržišta
e.	ekonomsko-finansijske analize
<b>19.</b>	<b>Ekonomsko-finansijska analiza obuhvata istraživanje i analizu:</b>
a.	opšte pogodnosti i opremljenosti lokacije
b.	CBA racia (racia troškova i koristi)
<input checked="" type="radio"/> c.	potrebnih investicionih ulaganja u osnovna i sredstva zajedničke potrošnje
d.	potreban broj mašina, uređaja i alata
e.	podatke kao što su navike potrošača, individualne i grupne, kao i način trgovanja
<b>20.</b>	<b>Primarni fokus na finansijama i finansijskom menadžmentu sa posebnom pažnjom na efektivnost rezultata projekta je osnovna karakteristika procesa:</b>
a.	evaluacije projekta
b.	planiranja projekta
c.	inicijacije projekta
d.	praćenja projekta
<input checked="" type="radio"/> e.	kontrole projekta
<b>21.</b>	<b>Hartija od vrednosti sa mešovitim prinosom je:</b>
a.	komercijalni zapis,
b.	obična akcija,
c.	hipotekarna založnica,
d.	preferencijalna akcija,
<input checked="" type="radio"/> e.	konvertibilna obveznica
<b>22.</b>	<b>Kamate na kredite za stalna i obrtna sredstva, kao i doprinosi komorama i drugim udruženjima spadaju u:</b>
a.	kalkulativne doprinose zajednici,
b.	direktne troškove,
c.	ukalkulisane troškove,
<input checked="" type="radio"/> d.	neekonomske troškove,
e.	kratkoročne troškove.
<b>23.</b>	<b>Periodični troškovi, koji su planirani do određenog maksimalnog iznosa i čiji efekat na prihode se ne može meriti se označavaju terminom:</b>
<input checked="" type="radio"/> a.	programirani troškovi,
b.	polufiksni troškovi,
c.	planski troškovi,
d.	direktni troškovi,
e.	ekonomski troškovi.
<b>24.</b>	<b>Kompjuterizovani elementi CIM sistema su</b>
<input checked="" type="radio"/> a.	projektovanje uz pomoć računara, proizvodnja uz pomoć računara, fleksibilni proizvodni sistemi i kompjuterizovani poslovni sistemi;
b.	fiksna i programabilna automatizacija;
c.	fiksna i fleksibilna automatizacija;
d.	pojedinačna i grupna proizvodna ćelija;
e.	grupna proizvodna ćelija i ćelija fleksibilnog proizvodnog sistema.
<b>25.</b>	<b>Termin organizacija odnosi se na realni objekat (entitet), skup aktivnosti (delatnost), skup pravila, zakonitosti i metoda (naučna disciplina), a takođe može se odnositi i na:</b>
a.	Model preduzeća ili kompanije
<input checked="" type="radio"/> b.	Usklađivanje odnosa unutar objekta
c.	Način upravljanja nekim objektom ili sistemom
d.	Organizacionu kulturu i pravila ponašanja u nekom objektu
e.	Poslovni poduhvat ili preduzetničku ideju.
<b>26.</b>	<b>Model organizacije Henry Mintzberg-a razlikuje:</b>
<input checked="" type="radio"/> a.	Pet osnovnih delova organizacije
b.	Sedam osnovnih delova organizacije
c.	Mehanički i organski pristup projektovanju organizacije
d.	Šest osnovnih delova organizacije
e.	Četiri osnovna delova organizacije

<b>27.</b>	<b>U modelu 7S Roberta Watermana (Robert H. Waterman) i Tomasa Petersa (Thomas Peters):</b>
a.	Stil spada u tvrde elemente organizacije
b.	Strategija spada u meke elemente organizacije
c.	Zajedničke vrednosti su povezane sa tim kako menadžeri troše svoje vreme
d.	Osoblje i sistemi predstavljaju meke elemente organizacije
<b>e.</b>	Veštine spadaju meke elemente organizacije
<b>28.</b>	<b>Grupisanje zadataka u organizaciji u odgovarajuće celine se naziva:</b>
a.	Specijalizacija
b.	Formalizacija
c.	Centralizacija, odnosno decentralizacija
<b>d.</b>	Departmentalizacija
e.	Modelovanje procesa
<b>29.</b>	<b>Tehnološko preduzetništvo se razvija</b>
a.	isključivo u sektoru proizvodnje u velikim firmama
b.	isključivo u malim i srednjim preduzećima
c.	samo u sektoru usluga i malim i srednjim preduzećima
<b>d.</b>	u svim industrijskim sektorima i preduzećima
e.	samo u privatnom sektoru
<b>30.</b>	<b>U okviru upravljanja inovacionim projektima, faza inicijalizacije podrazumeva:</b>
<b>a.</b>	Ulazak inovacionog projekta u fazu formalizacije, što se specificira kroz projektni zahtev i budžet
b.	Generisanje specifičnih ideja i tehničkih koncepata koje treba razvijati
c.	Formalno odobravanje projekta – aktivnosti se fokusiraju i povećavaju, specijalno u domenu organizovanja i koordinacije
d.	Stvaranje osnove za uspešnu inovaciju pre formalnog početka projektnih aktivnosti
e.	Upoređivanje postignutih rezultata sa očekivanjima