

Prijemni ispit – Master 2014
Studijski program: Menadžment i organizacija

Šifra zadatka | 3 | 0 | 0 | 0 | 1 | 5 |

1.	Ciljni marketing obuhvata:
a.	Miks proizvoda, cene, distribucije i promocije.
b.	Identifikaciju, procenu i odabir mogućih linija proizvoda.
<input checked="" type="radio"/> c.	Segmentaciju tržišta, targetiranje i pozicioniranje.
d.	Planiranje, organizovanje i kontrolu marketinga.
e.	Ni jedan od navedenih odgovora.
f.	Ne znam
2.	Formiranje prodajne službe obuhvata:
a.	Kreiranje, primenu i procenjivanje programa obuke.
b.	Planiranje, organizovanje i kontrolu prodajnog odeljenja.
c.	Istraživanje, analizu i unapređenje kanala prodaje.
<input checked="" type="radio"/> d.	Regrutovanje, selekciju i zadržavanje efektivnih prodajnih snaga u okviru organizacije.
e.	Zakup, uređivanje i održavanje prodajnog prostora.
f.	Ne znam
3.	Proširenje linije je strategija ekstenzije imena brenda koja podrazumeva:
a.	Postojeću kategoriju proizvoda i novo ime brenda.
<input checked="" type="radio"/> b.	Postojeću kategoriju proizvoda i postojeće ime brenda.
c.	Novu kategoriju proizvoda i novo ime brenda.
d.	Novu kategoriju proizvoda i postojeće ime brenda.
e.	Postojeće ime brenda i ne podrazumeva kategoriju proizvoda.
f.	Ne znam
4.	Sumarni budžeti su:
<input checked="" type="radio"/> a.	glavni budžet i budžet kretanja gotovine,
b.	budžeti proizvodnje i prodaje,
c.	budžeti prodaje i usluga,
d.	budžeti gotovine i troškova,
e.	budžeti utvrđeni politikom preduzeća.
f.	Ne znam
5.	Koja od navedenih hartija se smatra hartijom od vrednosti sa mešovitim prinosom:
a.	hipotekarna založnica,
b.	obična akcija,
c.	komercijalni zapis,
<input checked="" type="radio"/> d.	konvertibilna obveznica,
e.	preferencijalna akcija.
f.	Ne znam
6.	U slučaju kada je cena akcija znatno viša od njihove nominalne vrednosti, emitent može sniziti cenu svojih akcija emisijom:
a.	običnih akcija,
<input checked="" type="radio"/> b.	besplatnih akcija,
c.	akcija sa uvećanih pravom glasa,
d.	akcija bez prava glasa,
e.	akcija rasta.
f.	Ne znam
7.	Nivo organizovanosti radnog mesta je:
a.	najveći kod otvorenog, a najmanji kod zatvorenog radnog mesta;
b.	najveći kod zatvorenog, a najmanji kod stabilizovanog radnog mesta;
c.	isti kod svih organizacionih oblika radnih mesta;
<input checked="" type="radio"/> d.	najmanji kod otvorenog, a najveći kod stabilizovanog radnog mesta;
e.	najmanji kod otvorenog, a najveći kod zatvorenog radnog mesta.
f.	Ne znam
8.	Dve vrste pojedinačnih metoda kojima se može utvrditi relativna vrednost poslova su:
a.	analitički metodi i sintetički metodi;
b.	globalni metodi i lokalni metodi;
<input checked="" type="radio"/> c.	globalni metodi i analitički metodi;
d.	metodi utvrđivanja normativa i metodi procene složenosti poslova;

e.	metodi sistematizacije poslova i metodi obračuna stimulativnih zarada.
f.	Ne znam
9.	Provera organizacije ili njenih delova od strane zaposlenih u njoj samoj naziva se:
<input checked="" type="radio"/> a.	provera preko prve strane;
b.	provera preko druge strane;
c.	provera preko treće strane;
d.	provera koju inicira korisnik;
e.	provera na zahtev organizacije.
f.	Ne znam
10.	Planiranje kvaliteta se definiše kao:
a.	deo menadžmenta kvaliteta usredsređen na ispunjavanje zahteva kvaliteta.
<input checked="" type="radio"/> b.	deo menadžmenta kvaliteta usredsređen na uspostavljanje ciljeva kvaliteta i na utvrđivanje neophodnih operativnih procesa i odgovarajućih resursa za ispunjavanje ciljeva kvaliteta.
c.	deo menadžmenta kvaliteta usredsređen na povećavanje sposobnosti da se ispunjavaju zahtevi kvaliteta.
d.	deo menadžmenta kvaliteta usredsređen na obezbeđivanje uverenosti u to da su ispunjeni zahtevi kvaliteta.
e.	deo menadžmenta kvaliteta usredsređen na razvoj standarda u okviru kompanije.
f.	Ne znam
11.	Interesne strane jedne organizacije su:
<input checked="" type="radio"/> a.	svi pojedinci, grupe i organizacije koji poseduju jedan, dva ili sva tri od sledećih atributa: moć da utiču na organizaciju, legitimnost u odnosu sa organizacijom i hitan (urgentan) zahtev.
b.	svi pojedinci, grupe i organizacije koji nemaju moć da utiču na organizaciju.
c.	svi pojedinci ili grupe prepoznati od strane društva kao neko ko ima legitimne interese u očuvanju, menadžmentu i korišćenju resursa i potencijala.
d.	široka javnost koja se može u određenim situacijama smatrati zainteresovanim stranom.
e.	ciljne javnosti koje utiču na organizaciju.
f.	Ne znam
12.	Integrirani sistem menadžmenta je:
a.	efektivan sistem u kome su integrirani naponi različitih grupa u organizaciji za razvoj, održavanje i poboljšavanje kvaliteta, čime se omogućava marketingu, projektantima, proizvodnji i ostalim delovima organizacije, da na najekonomičniji način postignu potpuno zadovoljenje korisnika.
b.	skup smernica koji su temelj organizacija posvećenih stalnom poboljšavanju.
<input checked="" type="radio"/> c.	skup međusobno povezanih procesa koji dele jedinstvene resurse (ljudstvo, informacije, materijale, infrastrukturu i finansije), radi postizanja kompozitnosti ciljeva koji se odnose na zadovoljavanje brojnih zainteresovanih strana.
d.	sistem čiji je cilj da stvori uverenost da će proizvodi (roba i usluge) zadovoljiti postavljene zahteve korisnika.
e.	sistem menadžmenta kojim se utvrđuje pravac organizacije u odnosu na kvalitet i upravlja organizacija u tom smislu.
f.	Ne znam
13.	Upravljanje obuhvatom projekta ima za cilj da:
a.	obezbedi i pribavi potrebne usluge za projekat;
b.	obezbedi i pribavi potrebne ljudske resurse;
c.	obezbedi i pribavi potrebne materijalne resurse;
<input checked="" type="radio"/> d.	tačno utvrdi sve aktivnosti potrebne da se projekat uspešno realizuje;
e.	obezbedi uslove da se projekat završi u okviru predviđenog budžeta i vremena.
f.	Ne znam
14.	Kompetentnost projektnog menadžera za upravljanje vezama sa matičnom organizacijom i sposobnost da funkcioniše u organizaciji fokusiranoj na projekat predstavlja oblast:
a.	biheviorističkih kompetentnosti;
b.	tehničkih kompetentnosti;
<input checked="" type="radio"/> c.	kontekstualnih kompetentnosti;
d.	individualnih kompetentnosti;
e.	timskih kompetentnosti.
f.	Ne znam
15.	Vezu koja omogućava prenošenje strateških ciljeva organizacije na programe i projekte u organizacionom kontekstu predstavlja:
a.	strateška inicijativa;
<input checked="" type="radio"/> b.	upravljanje portfoliom projekata;
c.	arhitektura programa;
d.	arhitektura promena;
e.	ostvareni rezultat.
f.	Ne znam

16.	Breinver kao komponenta tehnologije predstavlja:
a.	sva neophodna znanja o tome kako se hardver koristi da bi se zadaci izvršili;
<input checked="" type="radio"/> b.	čovekova znanja i ekspertizu neophodnu da bi se zadaci mogli da obave;
c.	organizacionu i upravljačku strukturu, modele i metode koji su sastavni deo uspešno primenjene tehnologije u praksi preduzeća;
d.	fizičku strukturu i logički raspored opreme ili mašina neophodnih da bi se izvršili odgovarajući zadaci;
e.	Sve gore navedeno.
f.	Ne znam
17.	U okviru inovacione strategije, Xerox je primer za strateško kretanje:
a.	Od inovacionog sledbenika do tržišnog sledbenika;
<input checked="" type="radio"/> b.	Od inovacionog lidera do tržišnog sledbenika;
c.	Od inovacionog lidera do tržišnog lidera;
d.	Od inovacionog sledbenika do tržišnog lidera;
e.	Od inovacionog lidera do inovacionog sledbenika.
f.	Ne znam
18.	Industrijska korisnost je kriterijum intelektualne svojine u oblasti:
a.	Industrijskog dizajna;
b.	Oznake porekla proizvoda;
c.	Žiga/brenda;
<input checked="" type="radio"/> d.	Patentne zaštite;
e.	Tehničke inovacije.
f.	Ne znam
19.	Potrebne kompetencije proizvodnih preduzeća za elektronsko upravljanje proizvodnjom su:
a.	vrednost potrošača, globalizacija, sposobnost, kolaboracija i agilnost;
<input checked="" type="radio"/> b.	dizajn, operativnost i rukovođenje, održavanje, uskladjenost;
c.	vrednost potrošača, operativnost i rukovođenje, sposobnost i uskladjenost;
d.	integrisani informacioni sistem i kontrola proizvodnih pogona;
e.	ulazni podaci, računar, lokalna računarska mreža, algoritmi, napajanje strujom, dokumentacija i izveštaji.
f.	Ne znam
20.	Osnovne grupe preduzetničkih resursa su:
<input checked="" type="radio"/> a.	preduzetnička ideja, preduzetnička motivi i preduzetnička kapital;
b.	vrednovanje poslovnih prilika, generisanja preduzetničke ideje, angažovanje resursa;
c.	preduzetnička ličnost, preduzetnički duh;
d.	angažovanje resursa, angažovanje ljudi, amgažovanje sredstava;
e.	preduzetnička ideja, vrednovanje poslovnih prilika, angažovanje resursa.
f.	Ne znam
21.	Deljenje posla je:
a.	mrvljenje rada do najsitnijih operacija;
b.	smanjivanje radnog vremena na procentualnoj osnovi;
c.	razbijanje radne nedelje na tri dana sa dvanaestočasovnim radnim vremenom;
d.	skraćivanje radnog vremena s mogućnošću rada kod kuće;
<input checked="" type="radio"/> e.	situacija u kojoj dva zaposlena sa skraćenim radnim vremenom dele jedan posao koji zahteva puno radno vreme.
f.	Ne znam
22.	Kriva učenja je:
<input checked="" type="radio"/> a.	kriva koja pokazuje kako se stopa produktivnosti menja sa iskustvom;
b.	eksponencijalna kriva smanjivanja broja potrebnih izvršilaca za pojedinu operaciju;
c.	funkcija efikasnosti zaposlenih u organizaciji;
d.	logična posledica ekspertskog prosuđivanja u odnosu na planiranje ljudskih resursa;
e.	standardna kriva koja pokazuje inteligenciju zaposlenih.
f.	Ne znam
23.	Sukcesija menadžera je:
a.	napredovanje menadžera u karijeri;
<input checked="" type="radio"/> b.	plan razvojnih aktivnosti za zaposlene koji imaju menadžerske potencijale;
c.	rotacija menadžera na istom hijerarhijskom nivou u organizaciji;
d.	sistematsko periodično obogaćivanje znanja menadžera;
e.	slanje menadžera na rad u filijale u inostranstvu.
f.	Ne znam

24.	Upravljanje lancem snabdevanja je koncept:
a.	koji ima za cilj minimizaciju troškova u životnom ciklusu proizvoda;
<input checked="" type="radio"/> b.	kojim se ostvaruje informaciona integracija elemenata lanca i poslovnih procesa između njih;
c.	kojim se skraćuje vreme do izlaska proizvoda na tržište;
d.	kojim se unapređuje ukupna efektivnost instalirane opreme;
e.	kojim se minimiziraju rasipanja u proizvodnom procesu.
f.	Ne znam
25.	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;
<input checked="" type="radio"/> d.	podsystemi nabavke, proizvodnje i distribucije;
e.	tehnička kontrola i održavanje tehničkih sistema.
f.	Ne znam
26.	Restriktivna fiskalna politika obuhvata:
a.	niže poreske stope i veću državnu potrošnju;
b.	niže poreske stope i manju državnu potrošnju;
c.	više poreske stope i veću državnu potrošnju;
d.	niže poreske stope i kupovinu državnih hartija od vrednosti;
<input checked="" type="radio"/> e.	više poreske stope i manju državnu potrošnju.
f.	Ne znam
27.	Ekspanzivna monetarna politika se može sprovesti:
a.	povećanjem stope obaveznih rezervi;
b.	povećanjem državne potrošnje;
c.	povećanjem eskontne stope;
<input checked="" type="radio"/> d.	kupovinom državnih hartija od vrednosti;
e.	povećanjem poreza.
f.	Ne znam
28.	U modelu 7S među „meke“ elemente organizacije ubrajaju se (potpuno tačan odgovor):
<input checked="" type="radio"/> a.	stil, osoblje, veštine, zajedničke vrednosti;
b.	nagrade, organizaciona kultura, organizaciona klima;
c.	systemi, veštine, stil, rukovođenje;
d.	formalizacija, hijerarhija autoriteta, organizaciona kultura, specijalizacija;
e.	proces, nagrade, osoblje, veštine.
f.	Ne znam
29.	Nagrade se kao element organizacije javljaju u:
a.	Modelu 7S;
b.	Levti-Skotovom modelu;
c.	Modelu Ričarda Dafta;
<input checked="" type="radio"/> d.	Star Modelu;
e.	Ostervalderov i Pinjorovom modelu.
f.	Ne znam
30.	Kada funkcionalne karakteristike automobilske motora utiču na redizajn šasije, govorimo o:
a.	sekvencijalnoj tehnološkoj međuzavisnosti;
<input checked="" type="radio"/> b.	recipročnoj tehnološkoj međuzavisnosti;
c.	zbirnoj tehnološkoj međuzavisnosti;
d.	kompleksnosti tehnologije;
e.	transformacija ulaza u izlaze.
f.	Ne znam